

COMUNE DI GUBBIO

- provincia di Perugia -

QUADRO STRATEGICO DI VALORIZZAZIONE

GUBBIO: CAPOSALDO DELLA CIVILTA' UMBRA

dossier preliminare

con il supporto scientifico dell'ANCSA (*Associazione Nazionale Centro Storici-Artistici*)

gruppo di lavoro: Oberdan Armani
Francesco Berni
Giovanni Cerfogli
Paola Falini
Bruno Gabrielli
Franco Mancuso
Stefano Storchi
Fabrizio Toppetti

coordinamento: Luigi Casagrande

con la collaborazione di: Gaia Biccheri (stagista), Serena Bellucci, Raul Cambiotti, Ubaldo Casoli, Elisa Floridi, Francesco Tosti, cabina di regia (tecnica) regionale (Gianluca Alimenti, Monica Di Orazio)

Indice

1. PREMESSA	3
1.1. <i>Stile ed identità della città</i>	3
2. LA DELIMITAZIONE	5
3. ANALISI DEL CONTESTO TERRITORIALE: QUADRO CONOSCITIVO	7
3.1. <i>L'evoluzione demografica</i>	8
3.1.1. <i>Analisi demografica nazionale e regionale</i>	8
3.1.2. <i>Andamento demografico del comune di Gubbio (1861-2011)</i>	10
3.1.3. <i>Caratteristiche della popolazione</i>	13
3.2. I servizi	19
3.2.1. <i>La situazione di fatto</i>	26
3.3. Il settore turistico	29
3.3.1. <i>Domanda e offerta turistica in Umbria nel 2013</i>	29
3.3.2. <i>Movimento turistico comprensoriale (variazioni percentuali 2013-2012)</i>	29
3.3.3. <i>Comune di Gubbio (movimento turistico annuale 2007-2013)</i>	30
3.3.4. <i>Comune di Gubbio (movimento turistico annuale nel settore alberghiero)</i>	32
3.3.5. <i>Comune di Gubbio (movimento turistico annuale nel settore extralberghiero)</i>	34
3.3.6. <i>Centro Storico (movimento turistico annuale 2007-2013)</i>	36
3.3.7. <i>Centro Storico (movimento turistico annuale nel settore alberghiero)</i>	38
3.3.8. <i>Centro Storico (movimento turistico annuale nel settore extralberghiero)</i>	39
3.3.9. <i>Comune di Gubbio (movimento turistico mensile per gli anni 2011, 2012 e 2013)</i>	41
3.4. Il settore commerciale	48
3.4.1. <i>Il quadro regionale</i>	48
3.4.2. <i>La rete distributiva comunale</i>	48
3.4.3. <i>Andamento del settore commerciale dal 2007 al 2013</i>	56
3.5. La mobilità	59
3.5.1. <i>Viabilità nel Centro Storico</i>	59
3.5.2. <i>Flussi di traffico nel Centro Storico</i>	60
3.5.3. <i>Flussi di traffico di avvicinamento al Centro Storico</i>	61
3.5.4. <i>I parcheggi</i>	62
3.6. I “luoghi” dei giovani	64
4. ANALISI DELLE CRITICITA’/OPPORTUNITA’ (SWOT ANALYSIS, ANALISI DI POSIZIONAMENTO)	67
5. GUBBIO CAPOSALDO DELLA CIVILTA’ UMBRA	69
5.1. La comunicazione e il marketing urbano	70
5.1.1. <i>Un Piano di Marketing Urbano</i>	70
5.1.2. <i>La metodologia da sviluppare</i>	70
5.2. Gli itinerari culturali	72
5.3. Lo spazio pubblico e il commercio	73
5.3.1. <i>Lo spazio pubblico</i>	73
5.3.2. <i>Il commercio</i>	73
5.3.3. <i>I mercati</i>	74
5.4. Il sistema dei servizi nella “città pubblica”	76
5.4.1. <i>Gli obiettivi e le azioni per la riorganizzazione della “città pubblica”</i>	76
5.4.2. <i>La riorganizzazione logistica dei servizi comunali</i>	77
5.4.3. <i>La “città della salute”</i>	79
5.4.4. <i>Il polo per le attività convegnistiche ed espositive</i>	80
5.5. Mobilità, accessibilità e sosta	83
5.5.1. <i>Gli ambiti e i temi di progetto</i>	84
5.5.2. <i>Piano della sosta ed estensione della ZTL</i>	85
5.6. Il Centro Storico come “zona fiscalmente protetta”	87
5.6.1. <i>Le aliquote relative alla tassazione dei redditi</i>	87
5.6.2. <i>Le aliquote relative alla tassazione immobiliare</i>	87
5.6.3. <i>Le tariffe per l'erogazione di servizi pubblici</i>	87
5.6.4. <i>Gli oneri di urbanizzazione</i>	88

6. LA MANUTENZIONE COME STRUMENTO DI VALORIZZAZIONE URBANA	90
6.1. Il piano-programma della manutenzione urbana	92
6.1.1. Gli oggetti	92
6.1.2. I progetti	93
6.1.3. Il manuale	93
6.2. Indicazioni metodologiche e progettuali per l'Ornato nella città storica	94
6.2.1. Analisi urbana	94
6.2.2. Struttura e articolazione degli indirizzi nel QSV	94
6.2.3. Percorso metodologico	94
6.2.4. Articolazione tipologica e spaziale delle azioni	95
6.2.5. Azioni	95
7. AZIONI IMMATERIALI	97
8. GLI INTERVENTI	98
8.1.1. Residenzialità	98
8.1.2. Accessibilità	98
8.1.3. Centro commerciale naturale	99
9. LA PARTECIPAZIONE	100
9.1. Riunione partecipativa del 4 e 5 settembre 2014	100
9.2. Riunione partecipativa del 25 settembre 2014	101
9.3. Riunione partecipativa del 3 ottobre 2014	102
9.4. Riunione partecipativa del 9 ottobre 2014	103
9.5. Riunione partecipativa del 24 ottobre 2014	104
9.6. Riunione partecipativa del 21 novembre 2014	105

1. PREMESSA

L'ipotesi di lavoro che sottende il Quadro Strategico di Valorizzazione si muove attorno ad una serie di azioni che possono ricondurre al concetto fondante della "manutenzione urbana", in particolare dell'intervento attento e sistematico sulla parte antica della città. Grande tema, in quanto si articola in diverse "azioni" che coinvolgono una pluralità di attori (sia pubblici - tecnici e politici - che privati).

La particolarità di tale coinvolgimento sta nella circostanza che, spesso, tutti hanno gestito in modo autonomo il loro ruolo; porre al centro dell'attenzione il tema della conservazione e della manutenzione urbana significa stimolare la necessità di un loro coordinamento.

Il riferimento che occorre mantenere è costituito anche dalla raccomandazione Unesco del novembre 2011 che ha introdotto la concezione di "Paesaggio Storico Urbano", al quale è stato conferito contenuto operativo di salvaguardia e di valorizzazione, in senso innovativo, dei nostri contesti urbani e territoriali.

Nella raccomandazione Unesco è scritto che *"l'approccio centrato sul Paesaggio Storico Urbano è un modo innovatore per conservare il patrimonio e gestire le città storiche, e che pertanto va decisamente oltre il concetto di Centro Storico"*.

Ne va oltre, perchè si tratta di un concetto assai ampio, che comprende il patrimonio materiale e quello immateriale. L'intervento di salvaguardia del patrimonio culturale riguarda infatti tutte quelle azioni che hanno a che vedere con i luoghi della storia urbana e gli interventi che in un modo diretto o indiretto sono connessi a tali luoghi.

La raccomandazione Unesco indica in modo chiaro l'opportunità di ricorrere all'intervento innovativo per garantire la conservazione. Lo strumento del progetto è riconosciuto come necessario per ottenere risultati di lunga durata.

Vi è pertanto perfetta coincidenza fra il tema del "Paesaggio Storico Urbano" e il tema della valorizzazione e manutenzione urbana, in quanto quest'ultima garantisce la "lettura" e la "conoscenza" del paesaggio storico urbano, a condizione che si riconosca come necessaria un'azione innovativa, secondo un progetto culturale di ampio respiro.

1.1. *Stile ed identità della città*

In questa accezione si possono utilizzare termini in ordine ai quali è necessario, preliminarmente, precisare il significato loro attribuito: "stile della città" e "identità urbana" sono talvolta adoperati con significati uguali, ma in realtà si tratta di concetti diversi.

Lo "stile" riguarda la "qualità" della città, la sua *percezione estetica*; e in qualche modo si tratta di un concetto "oggettivo", che riscuote, per ogni città, generale accettazione, certificata peraltro dagli addetti ai lavori, critici e storici dei vari settori culturali.

Non è esattamente assimilabile all'estetica della città (*è questo il titolo di un libro di Marco Romano pubblicato nel 1933 - Torino, Einaudi - in cui la definizione non solo è precisamente spiegata, ma è anche proposto un metodo di lettura atto a riconoscere la qualità estetica delle città*) in quanto non riguarda soltanto la forma fisica, ma anche valori immateriali che attengono direttamente il tema dell'identità, ma che in qualche modo sono di natura *oggettiva*; al tema dell'identità nasce infatti da un ambiguo insieme di giudizi di valore *soggettivi*, quindi assai diversi tra loro, che però determinano un sentimento generalizzato di affezione ad un determinato luogo, ad un quartiere, ad una città, ad un territorio, ad una intera nazione, persino a un continente.

Mano a mano che ci si allontana da un luogo, e l'identità si applica a dimensioni più ampie, questo sentimento affettivo in qualche modo diminuisce, o comunque cambia di natura e di motivazioni.

Lo "stile" di una città, essendo costituito da un riconoscimento di natura culturale, è un concetto che, applicato a una determinata realtà, ha a che vedere con varie componenti: quelle che derivano dalla storia urbana, dalle sue architetture antiche e moderne, dai suoi musei, ecc. ed anche da quel che se ne può sapere del patrimonio privato; infine, dal grande recipiente della sua storia letteraria, musicale, artistica, culturale in genere, e dai personaggi che ne hanno occupato la scena nel tempo, nonché dalle tradizioni di costume, gastronomiche, ecc. .

Per fare un esempio: lo stile di una città è dato anche dalle scelte letterarie (Parma di Stendhal o Lubeca di T. Mann, Praga di Kafka o Lisbona di Pessoa); il dato oggettivo, appartenente allo "stile", consiste nel fatto che la città è stata, ormai in una prospettiva storica, "soggetto" del libro. Mentre il dato soggettivo, appartenente all'identità, è costituito dall'insieme dei modi in cui ogni lettore del libro ha interpretato la singola città.

Questa riflessione presuppone, tuttavia, l'assunzione di due vincoli: *il centro città* e la *città europea*. Sono vincoli essenziali, perché ormai tutte le città hanno periferie simili e senza qualità, mentre la qualità, se c'è, risiede nell'area centrale e rende la città riconoscibile. Questa affermazione può avere eccezioni, ma è vera in generale.

Per non invischiarsi in inutili discussioni sullo "stile", occorre fare bene attenzione a due aspetti fondamentali per riconoscerlo: che le diverse componenti siano parte della contemporaneità e che sia viva l'attenzione critica che lo interpreta.

Non possono far parte dello stile di una città come Atene, i costumi e le tradizioni degli antichi ateniesi, mentre ne fa parte il valore che oggi viene attribuito alla sua archeologia.

Non v'è dubbio dunque che lo "stile" della città sia riconoscibile nel centro urbano. È assai raro che sia riconoscibile nelle aree esterne delle città europee.

Centro urbano può voler dire Centro Storico, ma anche centro otto-novecentesco. È un dato di fatto che solo l'area centrale "*non contemporanea*" costituisca il riferimento dello "stile". Non è esattamente così per l'identità, che può riguardare qualunque parte della città.

Peraltro, alcune eminenti architetture appartenenti alla contemporaneità, e sparse nel territorio, possono certamente contribuire al formarsi dell'idea dello "stile".

Se dunque lo "stile" deve comunque appartenere alla contemporaneità, e il luogo della sua riconoscibilità è il centro urbano, occorre che la città antica e la città vecchia siano apprezzabili nella contemporaneità.

Questa è la sfida su cui si gioca il futuro della città e del Centro Storico; su queste basi si imposta questo lavoro che pone al centro dell'attenzione il futuro della città e del Centro Storico di Gubbio: riconoscerne e affrontarne le problematiche e le criticità, non diverse da quelle di tante città e centri storici, appare insufficiente.

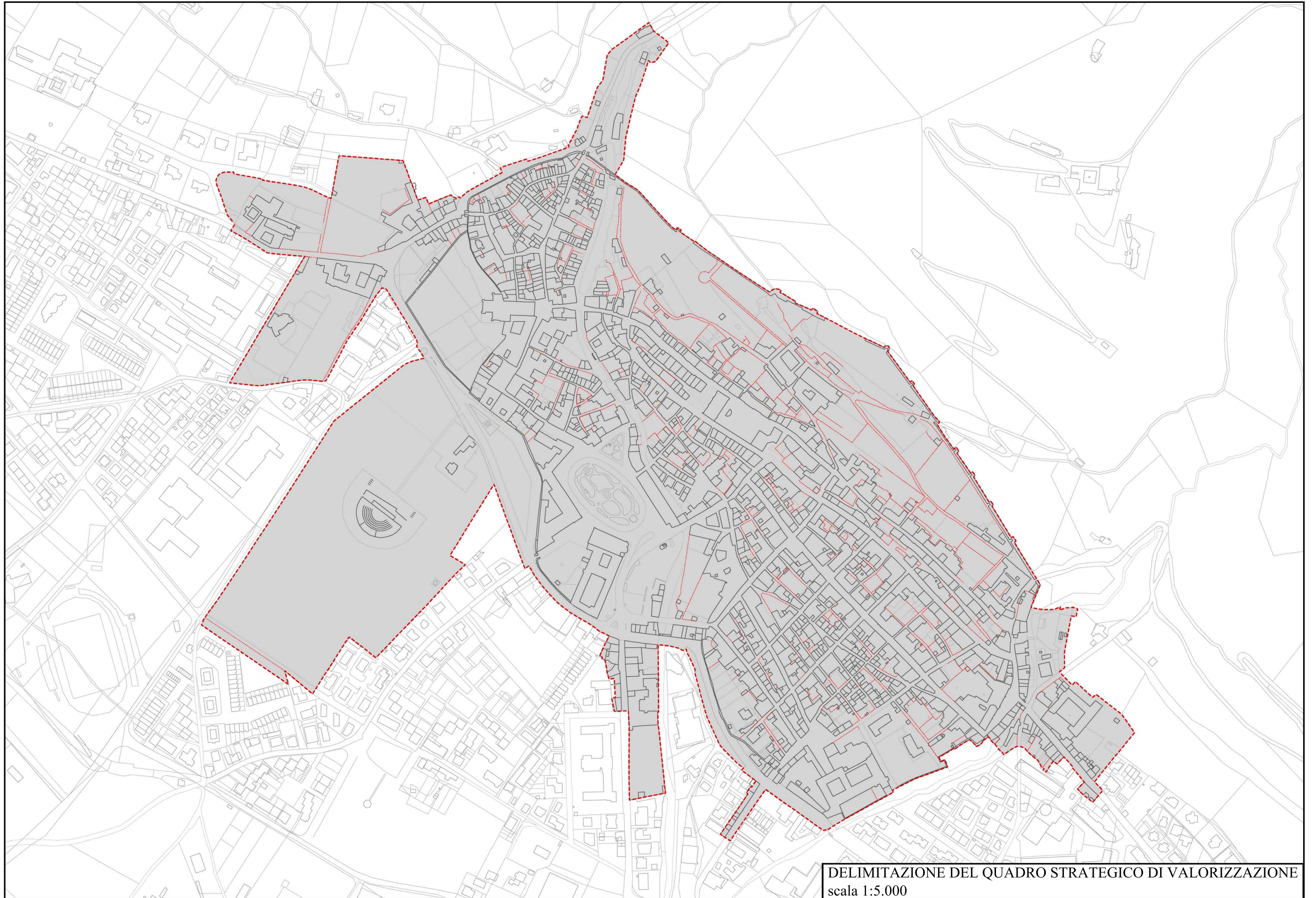
Perché quello che deve tornare a riemergere dalle azioni integrate che il Quadro Strategico di Valorizzazione descrive è l'anima vera del Centro Storico (e quindi della città), il suo stile inconfondibile, la sua identità profonda.

2. LA DELIMITAZIONE

La deliberazione della Giunta regionale n. 326, del 1 marzo 2010, avente per oggetto: Adozione atto di indirizzo “Linee guida per la redazione del Quadro Strategico di Valorizzazione (QSV) di cui all’art. 4 comma 3 della L.R. 12/2008”, prevede che come delimitazione del territorio del Quadro Strategico di Valorizzazione, vengano presi in considerazione insieme ai limiti dell’edificato antico anche la realtà urbana ed il valore paesaggistico delle aree circostanti.

Nel caso di Gubbio, già nel Piano Regolatore Generale, parte strutturale, e nel Piano Regolatore Generale, parte operativa, è stato ridelimitato il Centro Storico con l’aggiunta di spazi e contenitori di valenza storica e paesaggistica che hanno diretti contatti e rapporti imprescindibili con la città interna alle mura urbane. Ne consegue che la delimitazione del Quadro Strategico di Valorizzazione coincide con la perimetrazione della macroarea “Centro Storico”, prevista nel Piano Regolatore Generale, parte operativa, come riportata nel seguente elaborato grafico: DELIMITAZIONE DEL QUADRO STRATEGICO DI VALORIZZAZIONE, scala 1:5.000.

Ai soli fini amministrativi: sono ricompresi nel Quadro Strategico di Valorizzazione anche le “attività” insediate sugli immobili tangenti o con l’ingresso che si affaccia sulla delimitazione del Quadro Strategico di Valorizzazione.



DELIMITAZIONE DEL QUADRO STRATEGICO DI VALORIZZAZIONE
scala 1:5.000

3. ANALISI DEL CONTESTO TERRITORIALE: QUADRO CONOSCITIVO

Nel presente capitolo vengono trattati i temi relativi al territorio interessato (non comprendente solo la città storica), i suoi caratteri demografici, la presenza e la distribuzione dei servizi e delle attività economiche (commerciali e terziarie), le dinamiche indotte dalla frequentazione turistica, la mobilità ed i luoghi di aggregazione e frequentazione giovanile.

3.1. L'evoluzione demografica

3.1.1. Analisi demografica nazionale e regionale

Nel 2012 oltre un terzo della popolazione italiana risulta concentrata in tre regioni:

- Lombardia (16,4 %);
- Campania (9,7 %);
- Lazio (9,3 %).

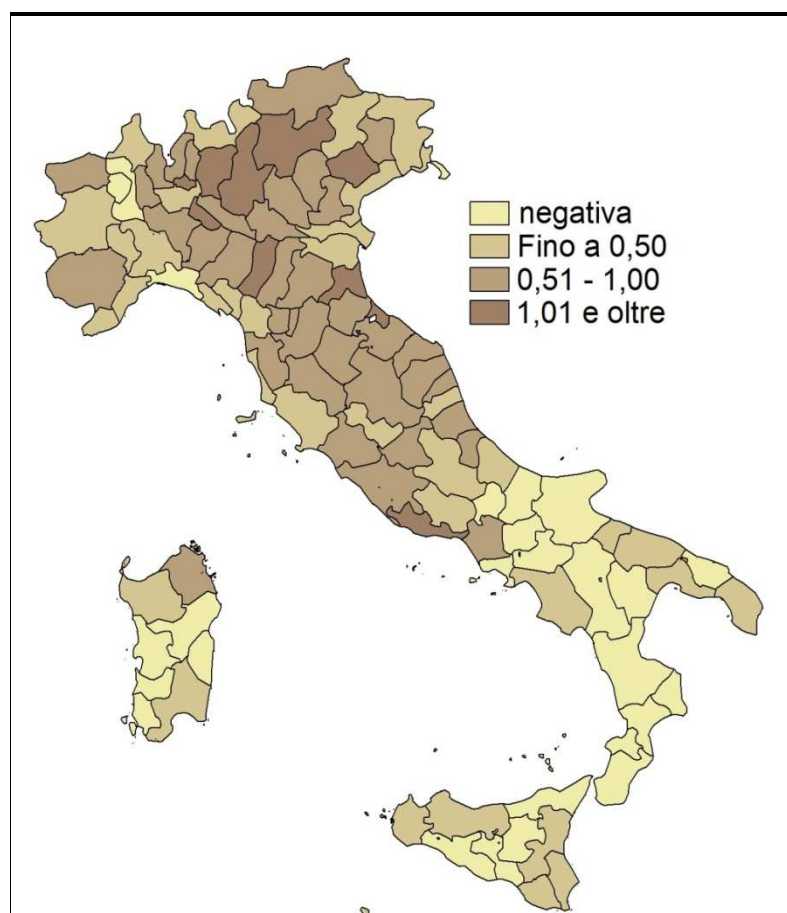
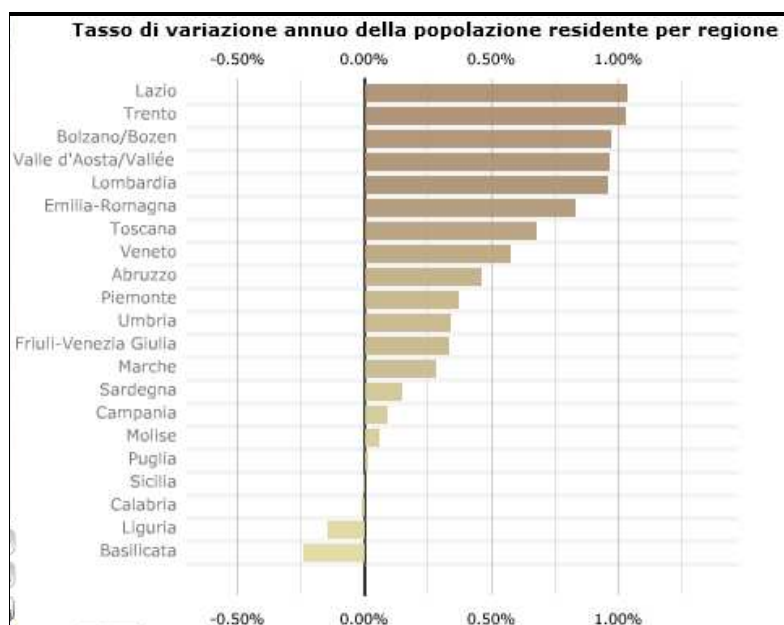
Con riferimento alle quattro grandi ripartizioni geografiche: il mezzogiorno è ancora l'area più popolata del Paese con il 34,5% degli abitanti, seguita dal nord-ovest con il 26,6%. Il mezzogiorno, in controtendenza rispetto al passato è l'area che, nel periodo considerato, è cresciuta meno (0,1%), mentre il nord-est e il centro sono le ripartizioni che fanno registrare il maggiore tasso medio annuo di crescita (0,7%).

Considerando il periodo 2002-2012 la provincia autonoma di Trento presenta i maggiori incrementi medi annui (1,0%), seguita da quella di Bolzano, dalla Lombardia, dal Lazio e dall'Emilia-Romagna (tutte allo 0,8%).

Le regioni caratterizzate da segno negativo nella crescita della popolazione sono la Basilicata (-0,3%), la Calabria e il Molise (entrambe -0,2%).

Si riporta di seguito la tabella della popolazione residente per sesso e regione (anni 2002-2012, valori assoluti in migliaia, valori percentuali e tassi di variazione):

REGIONI RIPARTIZIONI GEOGRAFICHE	popolazione residente al 31 dicembre 2012			composizioni % sul totale 2012			tassi di variazione medi annui 2002-2012		
	maschi	femmine	totale	maschi	femmine	totale	maschi	femmine	totale
Piemonte	2.110,6	2.263,5	4.374,1	7,3	7,3	7,3	0,4	0,4	0,4
Valle d'Aosta	62,4	65,5	127,8	0,2	0,2	0,2	0,5	0,7	0,6
Liguria	740,3	824,8	1.565,1	2,6	2,7	2,6	0,0	0,0	0,0
Lombardia	4.764,9	5.029,6	9.794,5	16,5	16,3	16,4	0,8	0,7	0,8
Trentino-Alto Adige/Südtirol	509,8	530,2	1.039,9	1,8	1,7	1,7	0,9	0,9	0,9
Bolzano/Bozen	250,9	258,7	509,6	0,9	0,8	0,9	0,9	0,9	0,9
Trento	258,8	271,5	530,3	0,9	0,9	0,9	1,0	1,0	1,0
Veneto	2.377,9	2.503,8	4.881,8	8,2	8,1	8,2	0,7	0,7	0,7
Friuli-Venezia Giulia	589,8	632,1	1.221,9	2,0	2,1	2,0	0,3	0,3	0,3
Emilia-Romagna	2.115,0	2.262,5	4.377,5	7,3	7,3	7,3	0,8	0,8	0,8
Toscana	1.772,3	1.920,5	3.692,8	6,1	6,2	6,2	0,5	0,5	0,5
Umbria	425,0	461,3	886,2	1,5	1,5	1,5	0,6	0,7	0,7
Marche	747,6	797,5	1.545,2	2,6	2,6	2,6	0,5	0,6	0,5
Lazio	2.666,9	2.890,4	5.557,3	9,2	9,4	9,3	0,8	0,8	0,8
Abruzzo	637,4	675,1	1.312,5	2,2	2,2	2,2	0,4	0,4	0,4
Molise	152,9	160,5	313,3	0,5	0,5	0,5	-0,2	-0,2	-0,2
Campania	2.796,9	2.972,8	5.769,8	9,7	9,7	9,7	0,1	0,2	0,1
Puglia	1.963,0	2.087,8	4.050,8	6,8	6,8	6,8	0,1	0,1	0,1
Basilicata	282,1	294,1	576,2	1,0	1,0	1,0	-0,4	-0,3	-0,3
Calabria	954,3	1.004,0	1.958,2	3,3	3,3	3,3	-0,2	-0,2	-0,2
Sicilia	2.418,7	2.581,2	4.999,9	8,4	8,4	8,4	0,1	0,1	0,1
Sardegna	801,8	838,5	1.640,4	2,8	2,7	2,7	0,0	0,1	0,1
Nord-ovest	7.678,2	8.183,4	15.861,5	26,6	26,6	26,6	0,6	0,5	0,6
Nord-est	5.592,5	5.928,6	11.521,0	19,4	19,3	19,3	0,7	0,7	0,7
Centro	5.611,8	6.069,7	11.681,5	19,4	19,7	19,6	0,7	0,7	0,7
Centro-Nord	18.882,5	20.181,6	39.064,1	65,4	65,5	65,5	0,6	0,6	0,6
Mezzogiorno	10.007,1	10.614,0	20.621,1	34,6	34,5	34,5	0,0	0,1	0,1
Italia	28.889,6	30.795,6	59.685,2	100,0	100,0	100,0	0,4	0,4	0,4

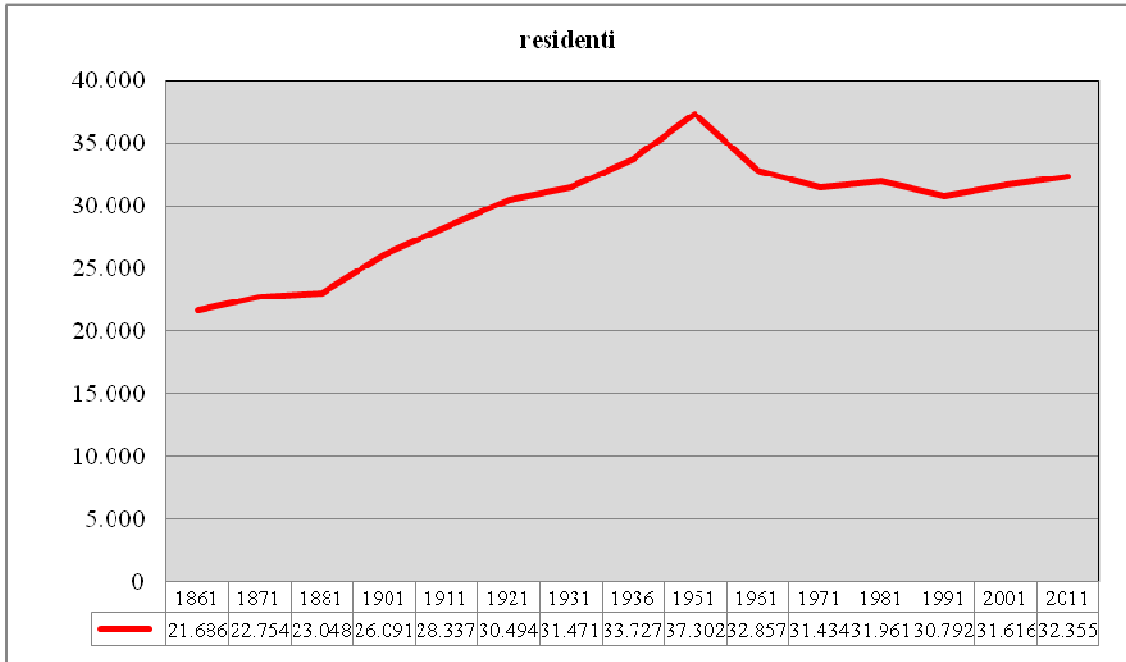


I tassi di variazione medi annui (anni 2002-2012) per le province dell'Umbria sono:

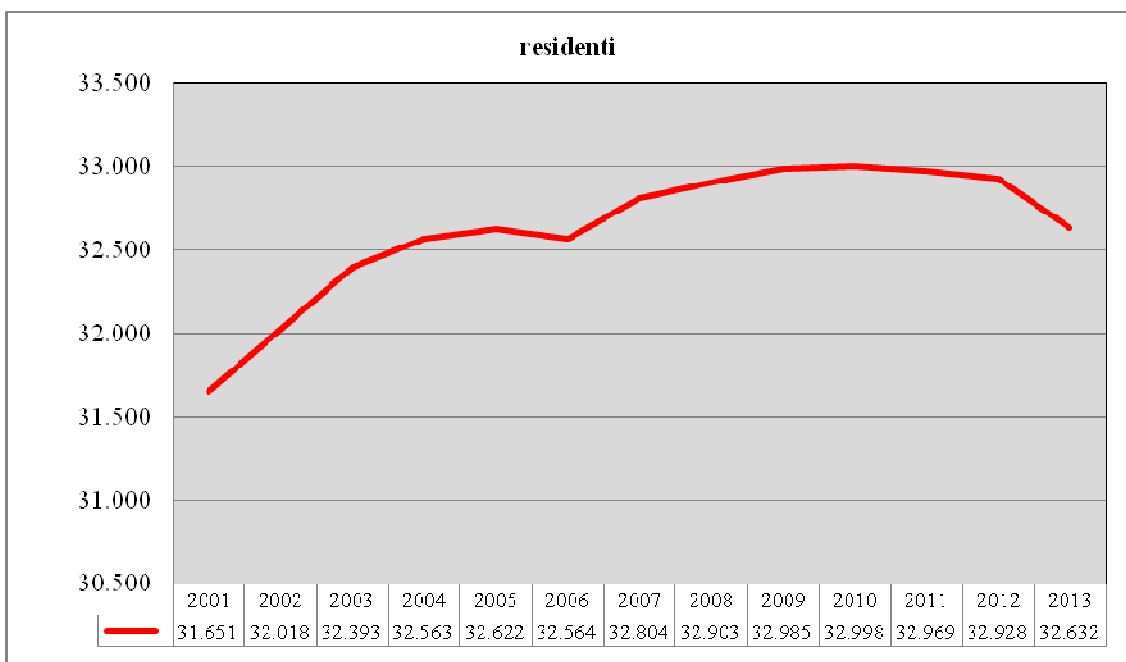
- Perugia 0,82;
- Terni 0,89.

3.1.2. Andamento demografico del comune di Gubbio (1861-2011)

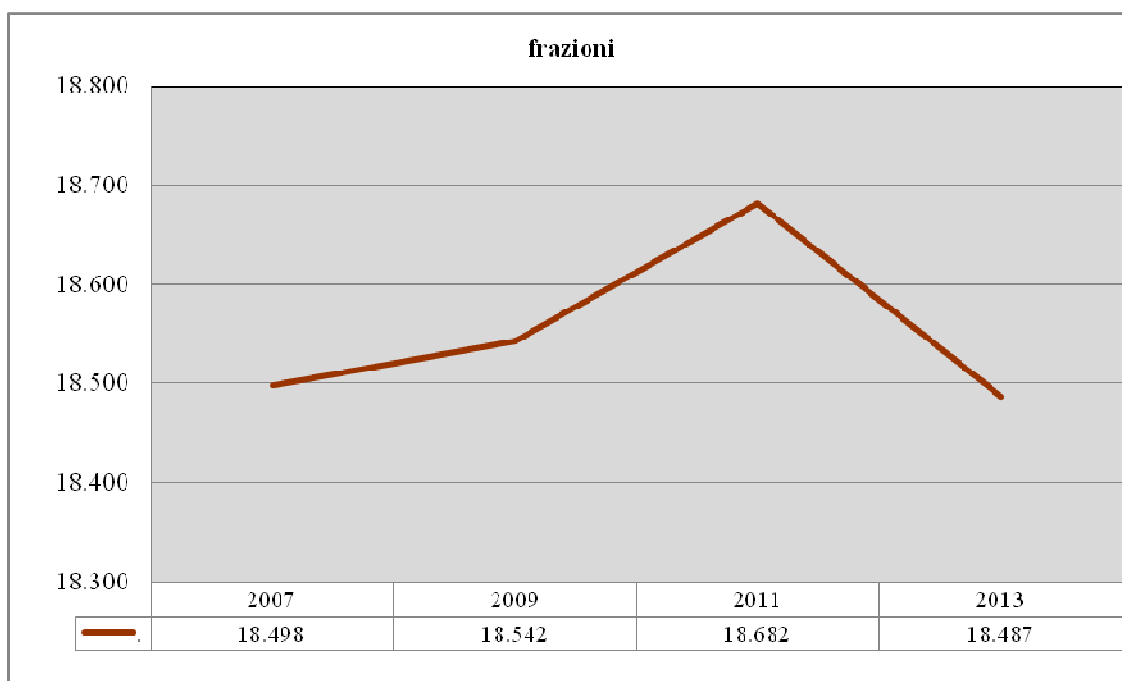
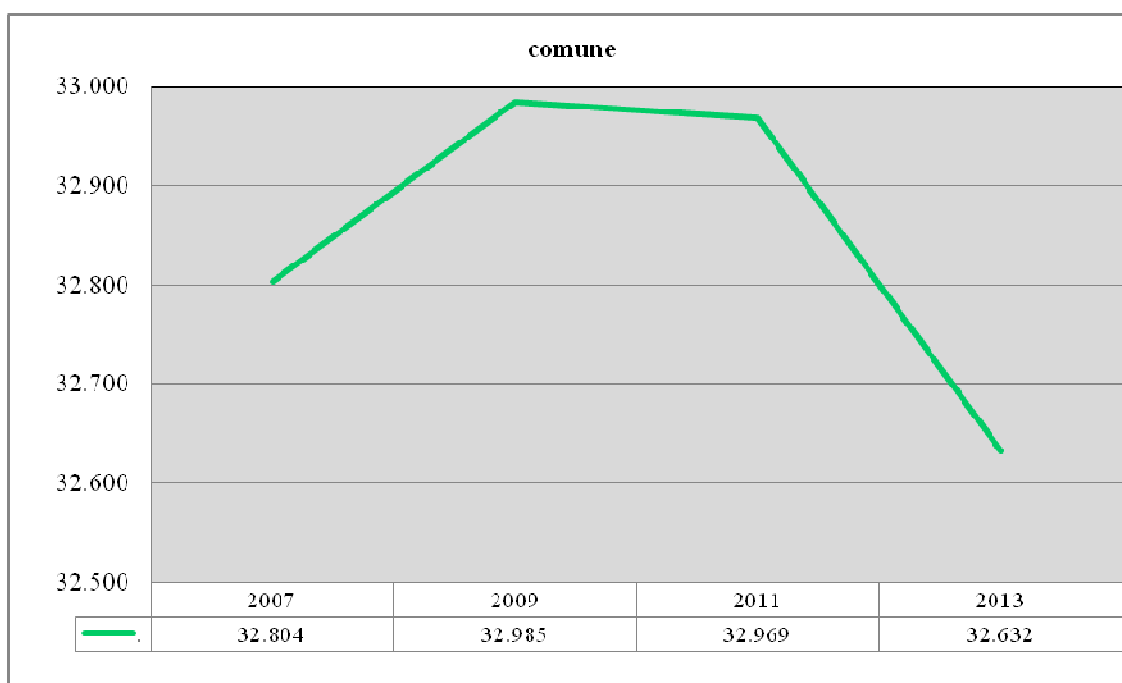
L'andamento demografico del comune di Gubbio, nell'analisi dei dati a lungo termine (1861-2011), fa registrare un picco negli anni '50 di 37.302 abitanti, un calo sostanziale negli anni '70 arrivando a 31.434 abitanti, fino a mantenere negli ultimi decenni un andamento pressoché costante intorno ai 32.000 abitanti, come risulta dal seguente grafico:

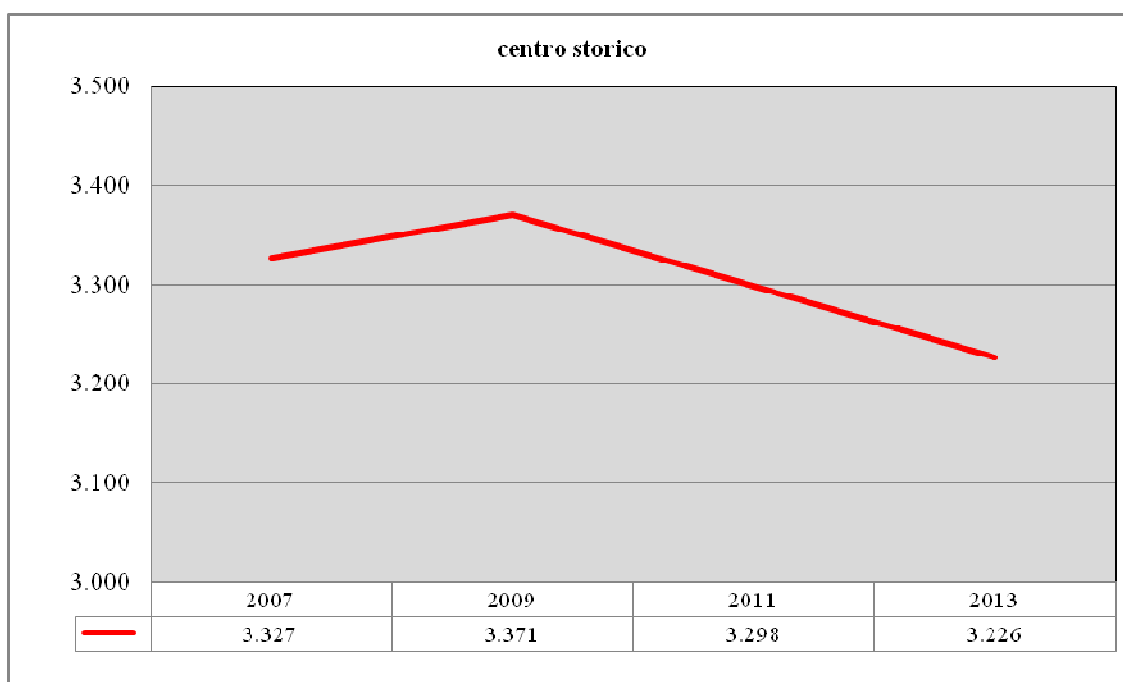
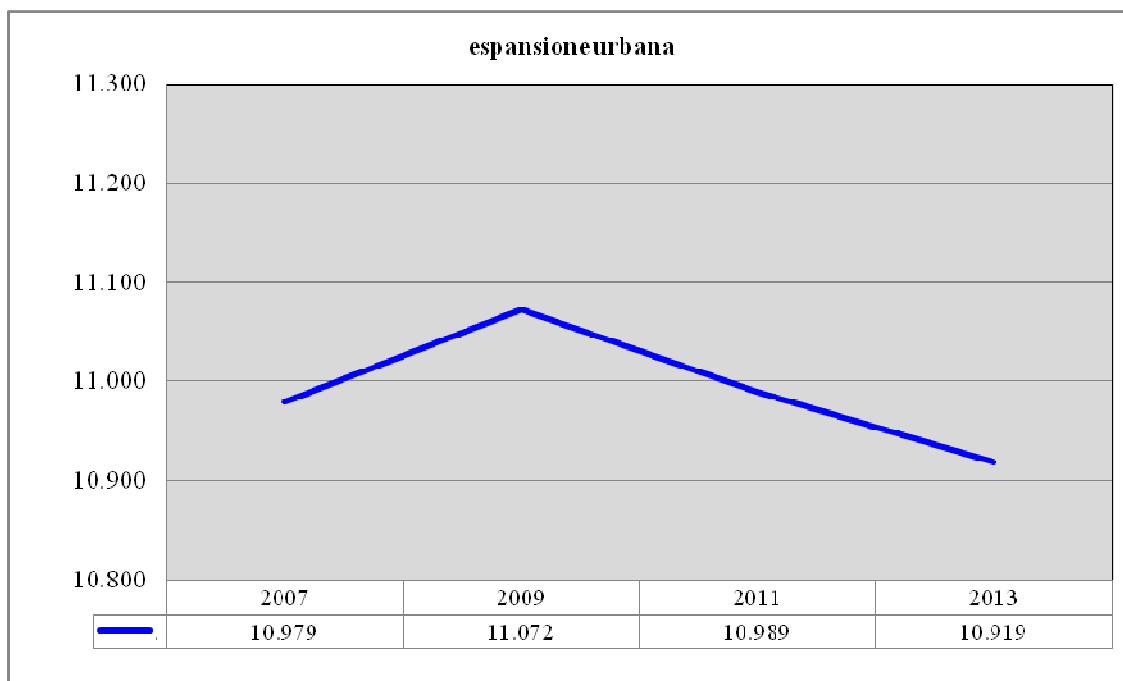


L'andamento demografico, nell'analisi dei dati a medio termine (2001-2013), risulta in crescita pressoché costante fino al 2010, con un lieve calo negli anni successivi, come risulta dal seguente grafico:

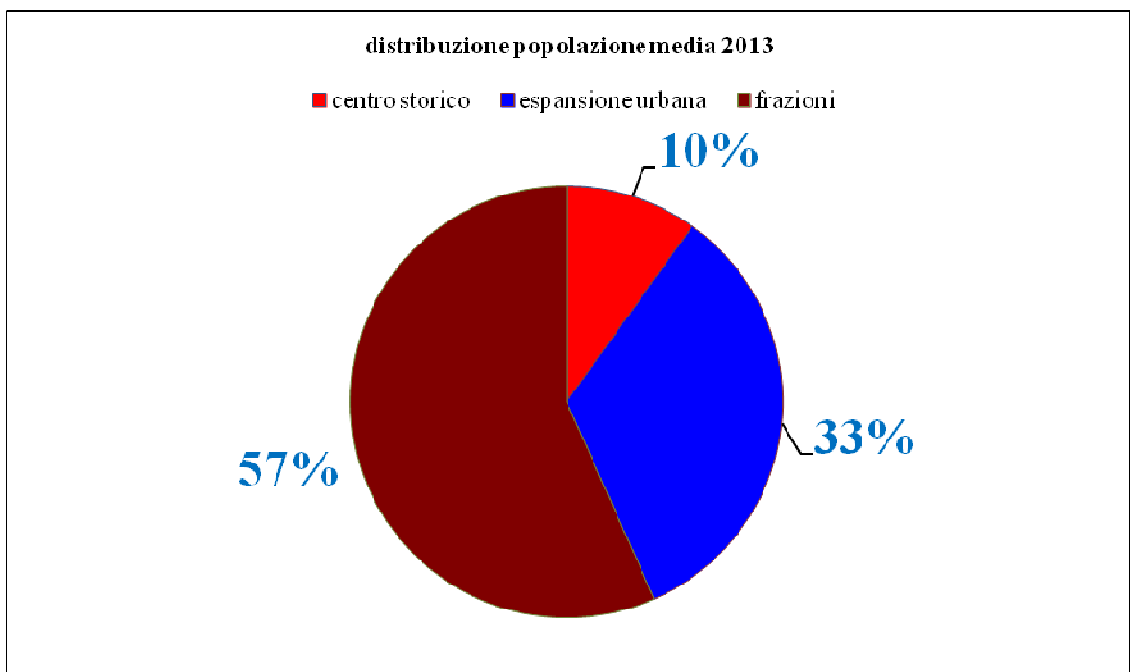
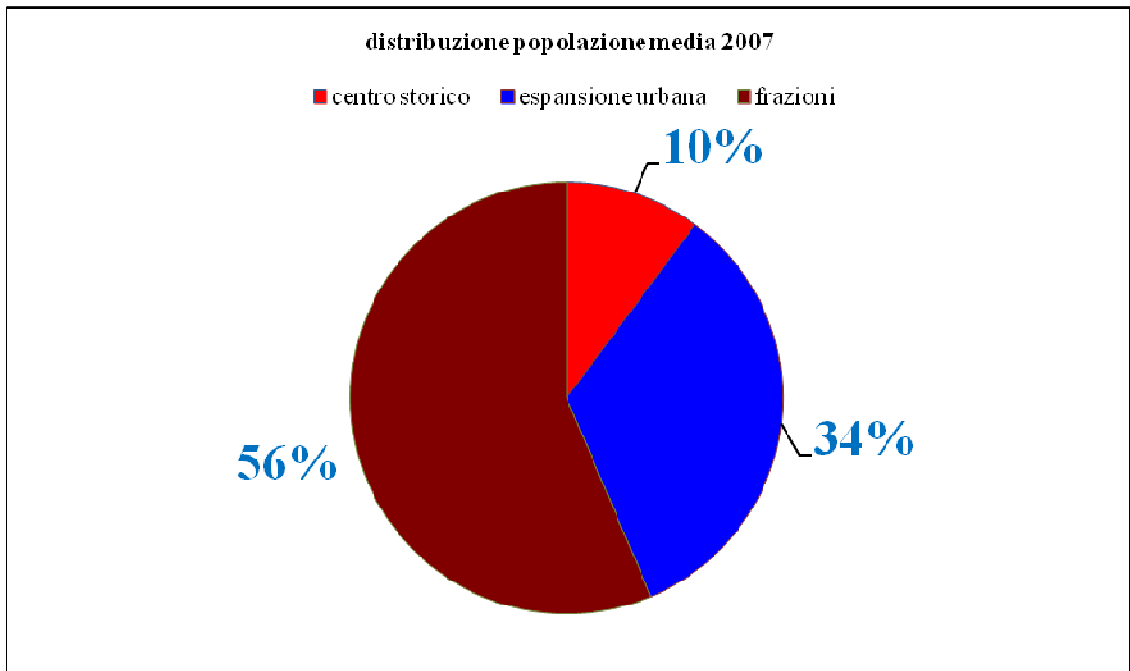


L'analisi dei dati a breve termine (2007-2013) è stata fatta per il centro storico, per l'espansione urbana, per le frazioni e per il comune. Le variazioni per ogni zona sono molto contenute, ma evidenziano un lieve calo generale, come risulta dai seguenti grafici:





La distribuzione della popolazione tra il centro storico, l'espansione urbana e le frazioni, dal 2007 al 2013, risulta pressoché costante, secondo le percentuali riportate nei seguenti grafici:



3.1.3. Caratteristiche della popolazione

Per capire le caratteristiche della popolazione sono state analizzate:

- le fasce di età della popolazione;
- l'indice di vecchiaia;
- la composizione dei nuclei familiari e la presenza di stranieri.

Fasce di età della popolazione. Lo studio, relativamente alle fasce di età 0-6, 7-14, 15-29, 30-65, >65, è stato fatto per il centro storico, per l'espansione urbana e per il comune, come riportato nella seguente tabella:

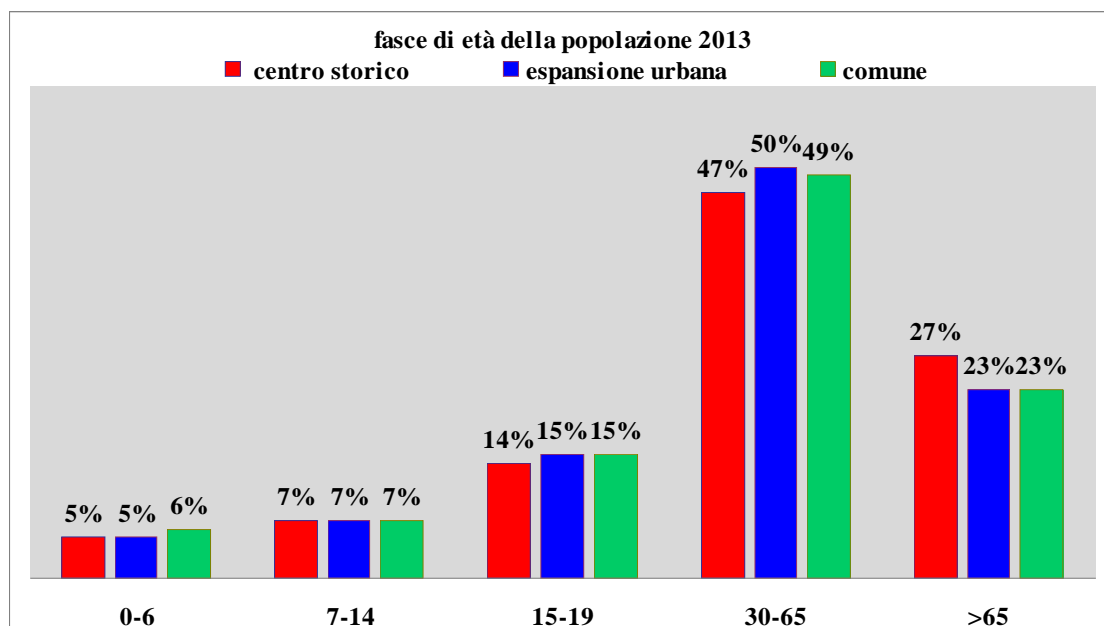
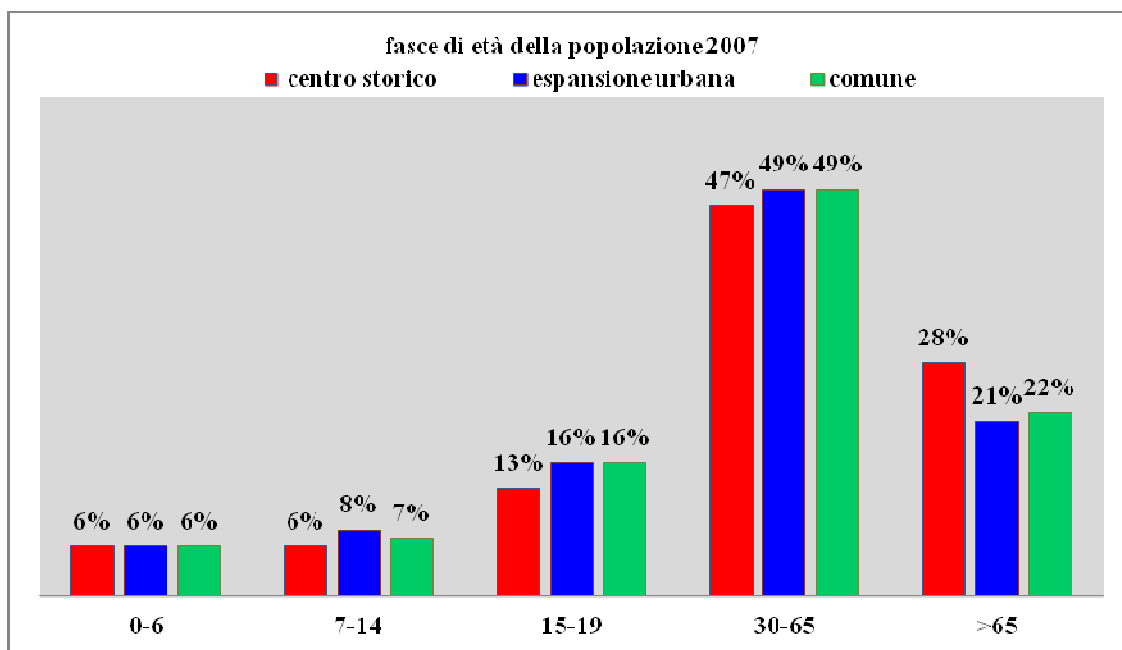
2007											
classi di età	0-6		7 -14		15-29		30-65		>65		TOT
	num.	%	num.	%	num.	%	num.	%	num.	%	
centro storico	196	6%	214	6%	446	13%	1.580	47%	891	28%	3.327
espansione urbana	609	6%	829	8%	1.752	16%	5.431	49%	2.358	21%	10.979
comune	1.917	6%	2.451	7%	5.149	16%	16.103	49%	7.184	22%	32.804

2009											
classi di età	0-6		7 -14		15-29		30-65		>65		TOT
	num.	%	num.	%	num.	%	num.	%	num.	%	
centro storico	207	6%	203	6%	456	13%	1.603	48%	902	27%	3.371
espansione urbana	622	6%	812	7%	1.759	16%	5.483	49%	2.396	22%	11.072
comune	1.960	6%	2.398	7%	5.066	15%	16.252	50%	7.309	22%	32.985

2011											
classi di età	0-6		7 -14		15-29		30-65		>65		TOT
	num.	%	num.	%	num.	%	num.	%	num.	%	
centro storico	181	5%	218	7%	446	13%	1.606	49%	847	26%	3.298
espansione urbana	606	6%	796	7%	1.718	16%	5.404	49%	2.465	22%	10.989
comune	2.016	6%	2.522	8%	4.756	15%	16.295	49%	7.380	22%	32.969

2013											
classi di età	0-6		7 -14		15-29		30-65		>65		TOT
	num.	%	num.	%	num.	%	num.	%	num.	%	
centro storico	171	5%	215	7%	447	14%	1.510	47%	883	27%	3.226
espansione urbana	573	5%	735	7%	1.689	15%	5.403	50%	2.519	23%	10.919
comune	1.910	6%	2.256	7%	4.847	15%	16.043	49%	7.567	23%	32.632

Dall'analisi dei dati si rilevano minime variazioni percentuali contenute nell'1%. Per una migliore lettura sono stati redatti i seguenti grafici:



L'indice di vecchiaia. Per “indice di vecchiaia” si intende la stima numerica del rapporto tra il numero della popolazione degli ultra sessantacinquenni e degli under 14 (valore moltiplicato per 100).

Lo studio è stato fatto per il centro storico, per l’espansione urbana e per il comune, come riportato nella seguente tabella:

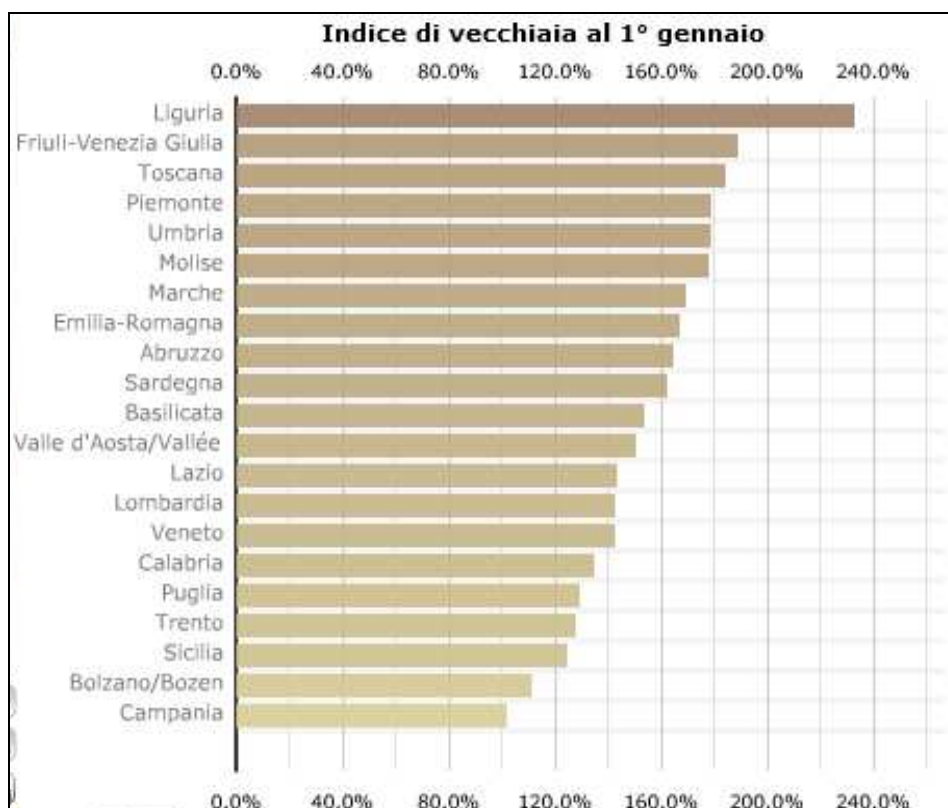
2007			
	fasce di età		indice di vecchiaia
	0-14	>65	
centro storico	410	891	217,3
espansione urbana	1.438	2.358	164,0
comune	4.368	7.184	164,5

2009			
	fasce di età		indice di vecchiaia
	0-14	>65	
centro storico	410	902	220,0
espansione urbana	1.434	2.396	167,1
comune	4.358	7.309	167,7

2011			
	fasce di età		indice di vecchiaia
	0-14	>65	
centro storico	399	847	212,3
espansione urbana	1.402	2.465	175,8
comune	4.538	7.380	162,6

2013			
	fasce di età		indice di vecchiaia
	0-14	>65	
centro storico	386	883	228,8
espansione urbana	1.308	2.519	192,6
comune	4.166	7.567	181,6

Dall'esame dei dati si rileva il progressivo invecchiamento della popolazione, con una crescita maggiore nell'espansione urbana rispetto al centro storico. Il dato è in linea con il valore di 179,5 rappresentativo della popolazione dell'Umbria nel 2012, rilevato dalla seguente tabella (fonte Istat):



La composizione dei nuclei famigliari e la presenza di stranieri. Lo studio è stato fatto per il centro storico, per l'espansione urbana, per le frazioni e per il comune, come riportato nella seguente tabella:

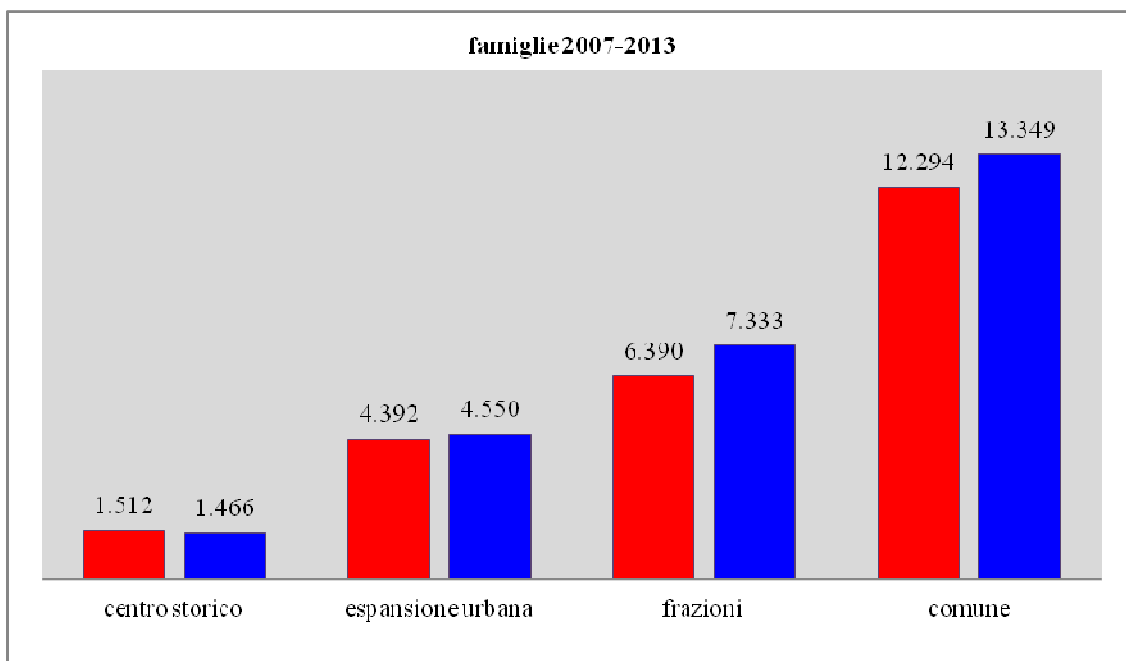
2007				
	residenti	famiglie	componenti	stranieri
centro storico	3.327	1.512	2,2	244
espansione urbana	10.979	4.392	2,5	253
frazioni	18.498	6.390	2,9	1.355
comune	32.804	12.294	2,7	1.851

2009				
	residenti	famiglie	componenti	stranieri
centro storico	3.371	1.532	2,2	266
espansione urbana	11.072	4.429	2,5	354
frazioni	18.542	8.024	2,3	1.607
comune	32.985	13.246	2,5	2.227

2011				
	residenti	famiglie	componenti	stranieri
centro storico	3.298	1.499	2,2	132
espansione urbana	10.989	4.579	2,4	352
frazioni	18.682	7.245	2,6	1.935
comune	32.969	13.323	2,5	2.419

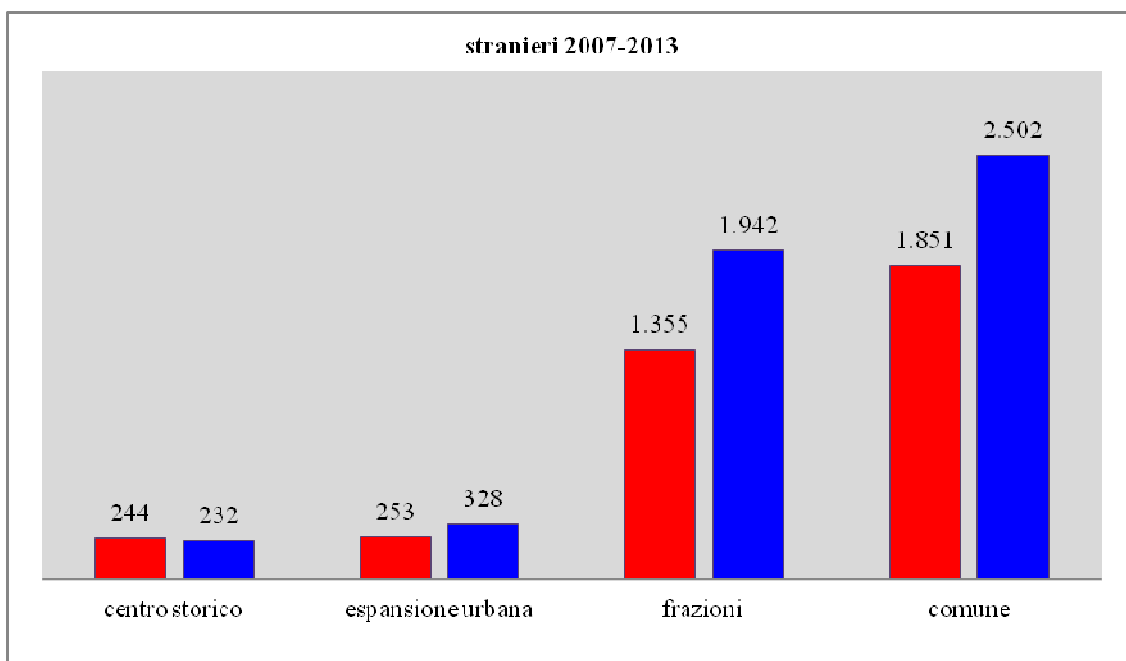
2013				
	residenti	famiglie	componenti	stranieri
centro storico	3.226	1.466	2,2	232
espansione urbana	10.919	4.550	2,4	328
frazioni	18.487	7.333	2,5	1.942
comune	32.632	13.349	2,4	2.502

Dall'analisi dei dati si evidenzia l'aumento del numero delle famiglie, soprattutto nelle frazioni, con un leggero calo nel centro storico, come risulta nel seguente grafico:



Il numero medio dei componenti per unità familiare si è abbassato da 2,7 a 2,4. Tale abbassamento si riscontra soprattutto nelle frazioni (da 2,9 nel 2007 a 2,5 nel 2013), mentre nel centro storico rimane costante pari a 2,2.

Una tendenza simile si registra nella presenza di stranieri, dove la crescita è legata all'aumento nelle frazioni e, in parte, nell'espansione urbana, mentre è rimasta pressoché costante la presenza in centro storico, come risulta nel seguente grafico:



Nel comune si registra un aumento della presenza di stranieri, dal 5,6% del 2007 al 7,7% del 2013. Tali valori sono inferiori alle percentuali rilevate nella regione Umbria (10,5% al 2012) e nella provincia di Perugia (10,9% al 2012).

3.2. *I servizi*

L'analisi e la localizzazione dei servizi è stata suddivisa in due parti: i servizi interni all'area del QSV e i servizi esterni. Sono stati individuati anche gli enti proprietari, le dimensioni e l'utilizzo. Il tutto è stato riportato nei seguenti elaborati grafici:

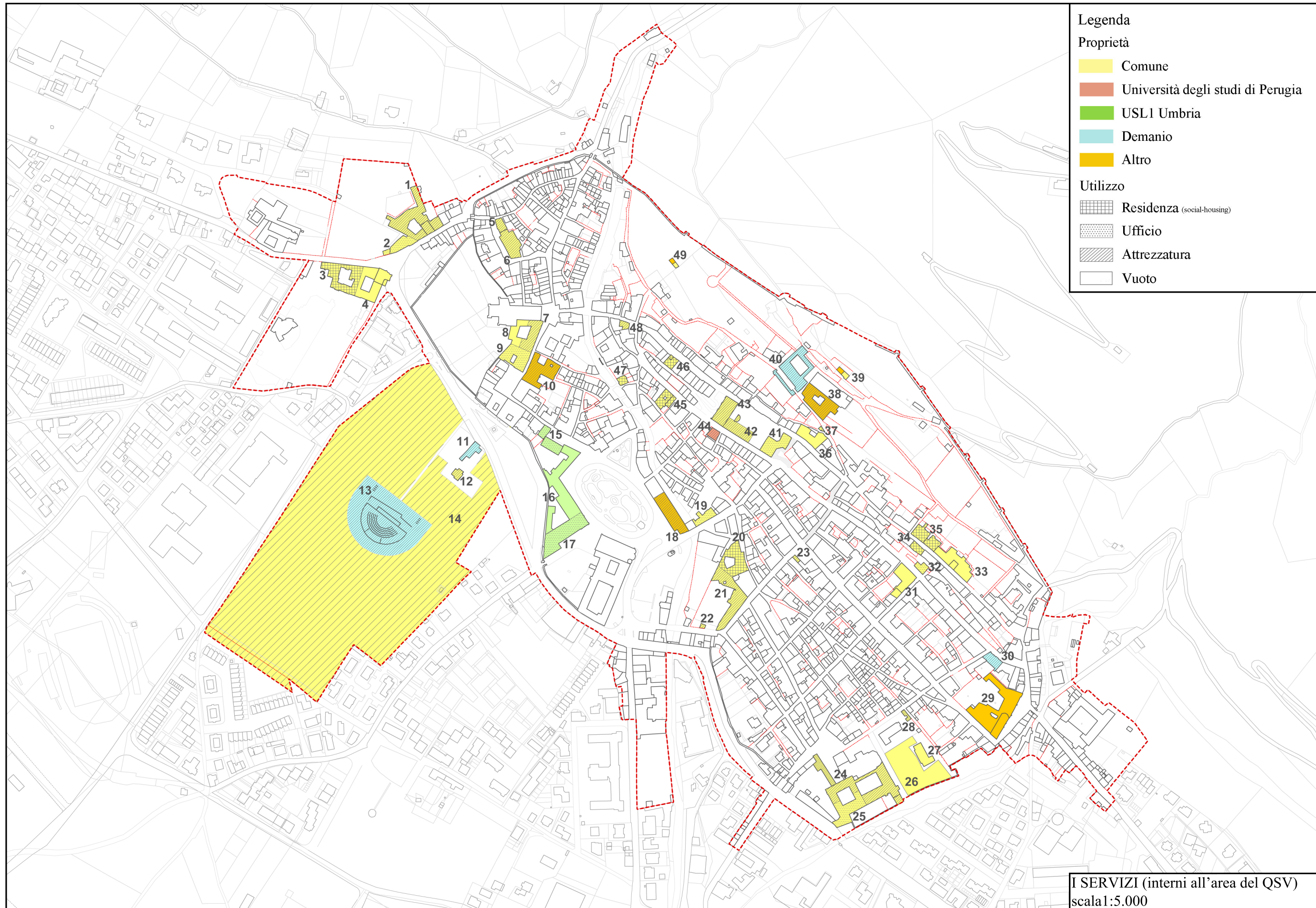
- I SERVIZI (interni all'area del QSV), scala 1: 5.000;
 - I SERVIZI (esterni all'area del QSV), scala 1: 10.000;
- e nelle rispettive tabelle.

Per quanto riguarda i servizi interni all'area presa in esame, si nota che essi sono dislocati in maniera omogenea, da ovest ad est. Questa distribuzione è rappresentativa della volontà delle varie amministrazioni di dare vita ad un sistema di attrattività equilibrata rispetto al Centro Storico; tale scelta appare ormai in controtendenza rispetto alle necessità che si manifestano ai giorni nostri.

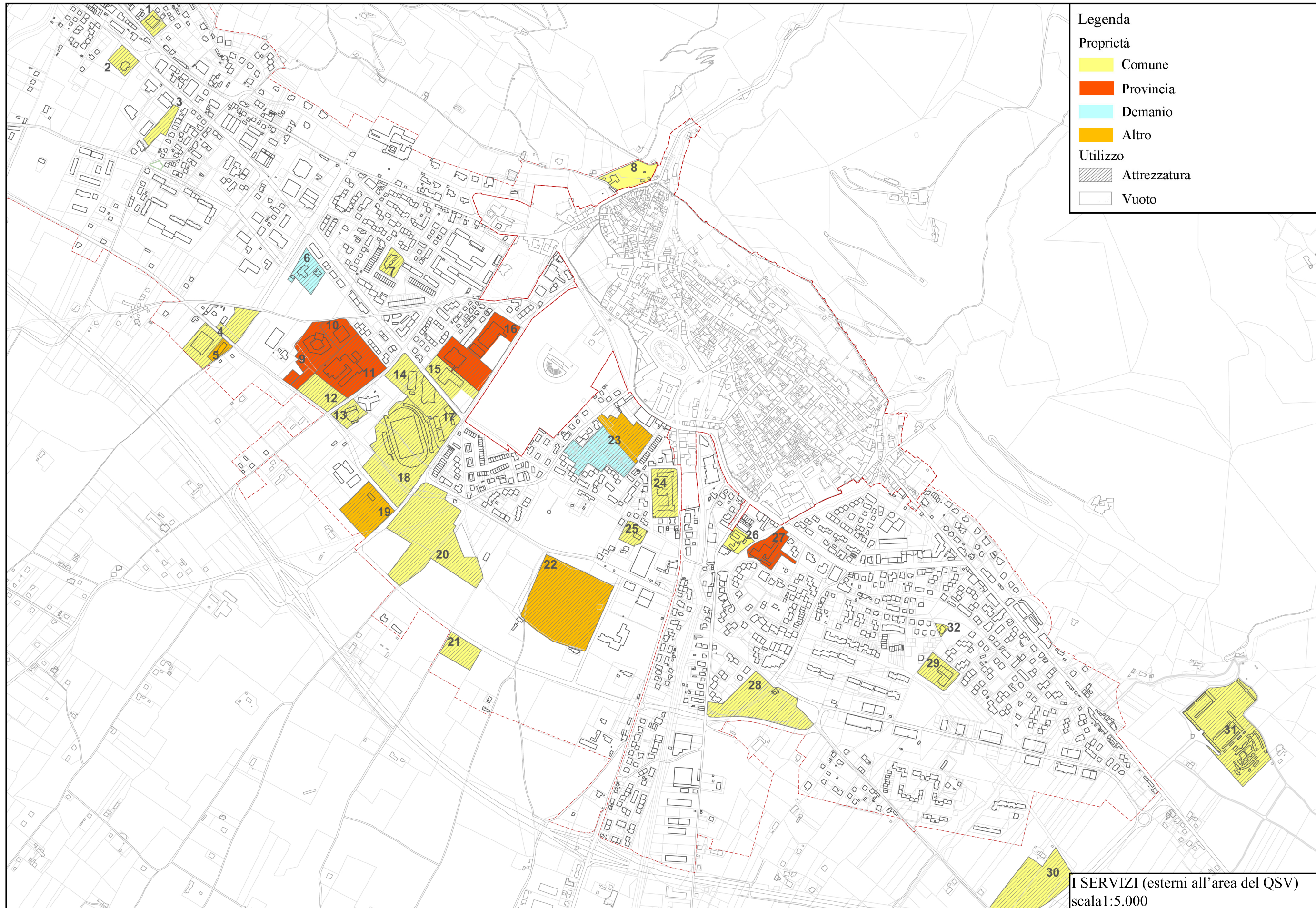
Nel corso degli anni si è assistito ad alcune operazioni di decentramento (soprattutto a proposito del sistema scolastico) dovute tuttavia alla carenza di spazi necessari piuttosto che a ragioni di riorganizzazione del sistema dell'istruzione.

Per questo motivo e per la presenza di alcune tipologie di attività connesse e funzionali per i residenti nel Centro Storico, si è reso necessario estendere lo studio anche ai servizi esterni; questi ultimi sono disposti a corona, attorno al Centro Storico, ed hanno valenza non solo locale ma anche territoriale, in quanto vengono utilizzati dall'intero comprensorio.

Scuole, parchi urbani e impianti sportivi, anche se esterni, garantiscono la massima fruibilità e utilizzo anche per i residenti della città storica.



ELENCO EDIFICI "PUBBLICI"	ENTI PROPRIETARI									
	Comune		Univesità degli Studi di Perugia		USL1 Umbria		Demanio		Altro	
	mq	Utilizzo	mq	Utilizzo	mq	Utilizzo	mq	Utilizzo	mq	Utilizzo
26	Parcheggio San Pietro Via Fonte Avellana	9.768,00	Vuoto (realizzazione di un parcheggio multipiano)							
27	Palestra San Pietro Via Fonte Avellana	444,00	Vuoto							
28	Sede coordinamento volontariato Via Armanni	168,00	Attrezzature (sede associazioni)							
29	Monastero Santissima Trinità Corso Garibaldi								7.419,00	Vuoto
30	Chiesa Santa Maria Nuova Via Nelli						330,00	Attrezzature (chiesa)		
31	Palazzo Fonti Via Savelli	784,00	Vuoto							
32	Edificio ufficio tecnico Via Sperelli	372,00	Uffici (settore ambiente, manutenzioni, protezione civile, energie rinnovabili)							
33	Edificio ex Orfanelle Via XX settembre	3.285,00	Vuoto							
34	Edificio ex Orfanelle nord Via XX Settembre	2.676,00	Residenza (social-housing)							
35	Edificio ex Orfanelle sud Via XX Settembre	800,00	Residenza (social-housing)							
36	Palazzo Palmi Via XX Settembre	2.544,00	Vuoto							
37	Edificio Via Ducale	64,00	Residenza (social-housing)							
38	Palazzo dei Canonici Via Ducale								3.450,00	Attrezzature (museo diocesano)
39	Ex Villino Marvardi Via Sant'Ubaldo	369,00	Vuoto							NB: il villino è in comproprietà al 50% con la provincia
40	Palazzo Ducale Via Ducale						5.700,00	Attrezzature (museo d'arte)		
41	Palazzo Pretorio Piazza Grande	2.764,00	Uffici (-segreteria generale ; -servizio personale; -affari generali ed organi istituzionali; -servizio avvocatura; -servizio informazione e partecipazione; -settore progetti strategici e lavori pubblici)							
42	Locali esposizioni Piazza Grande Via Baldassini	692,00	Attrezzature (locali per mostre)							
43	Palazzo dei Consoli Piazza Grande	3.000,00	Attrezzature (museo civico)							
44	Casa Sant'Ubaldo Via Baldassini			558,00	Attrezzature (esposizioni)					
45	Taverna San Giorgio-edificio Via Cristini- Via Baldassini	1.756,00	Residenze (social-housing, al piano terra si trova la taverna di San Giorgio)							
46	Edificio Via dei Consoli	669,00	Residenze (social-housing)							
47	Edificio Via Camignano	280,00	Residenze (social-housing)							
48	Palazzo del Bargello Largo del Bargello	516,00	Attrezzature (Museo-esposizione della balestra, mostre)							
49	Villino Parco Ranghiasi Parco Ranghiasi	162,00	Vuoto							NB: il villino è in comproprietà al 50% con la provincia



ELENCO EDIFICI "PUBBLICI"	ENTI PROPRIETARI							
	Comune		Provincia		Demanio		Altro	
	mq	Utilizzo	mq	Utilizzo	mq	Utilizzo	mq	Utilizzo
1	Scuola elementare Via Tifernate	1.358,00 Edificio 3.783,00 Area	Attrezzature (scuola elementare)					
2	Scuola materna Via Leonardo da Vinci	417,00 Edificio 3.640,00 Area	Attrezzature (scuola materna)					
3	Centro sportivo Madonna del Ponte Via Leonardo da Vinci	3.686,00	Attrezzature (campo sportivo)					
4	Magazzino comunale Via dell'Arboreto	2.100,00 Edificio 12.652,00 Area	Attrezzature (centro raccolta materiali ingombranti, deposito automezzi, ufficio organizzazione cantieri)					
5	Magazzino Comunità Montana Via dell'Arboreto						440,00 Edificio 1.926,00 Area	Attrezzature (deposito automezzi, ufficio organizzazione cantieri)
6	Caserma Carabinieri Via Leonardo da Vinci					2.568,00 Edificio 6.326,00 Area		Attrezzature (carabinieri comando compagnia Gubbio)
7	Scuola materna Via Madonna di Mezzo Piano	1.252,00 Edificio 3.248,00 Area	Attrezzature (scuola materna)					
8	Scuola Santa Illuminata Via del Fosso	808,00 Edificio 7.380,00 Area	Vuoto (parzialmente utilizzato: direzione e uffici scolastici della scuola ubicata nel complesso dell'ex seminario)					
9	Istituto statale d'arte Via dell'Arboreto			4.085,00 Edificio 5.613,00 Area	Attrezzature (scuola superiore)			
10	Palestra Polivalente Via dell'Arboreto			1.170,00 Edificio 5.186,00 Area	Attrezzature (palestra polivalente)			
11	Istituto d'istruzione superiore "Cassata Gattapone" Via del Bottagnone			7.286,00 Edificio 18.060,00 Area	Attrezzature (scuola superiore- tecnologico)			
12	Parcheggio per camper Via del Bottagnone	7.170,00	Attrezzature (parcheggio attrezzato per camper)					
13	Bocciodromo comunale Via del Bottagnone	1.273,00 Edificio 4.196,00 Area	Attrezzature (impianto sportivo)					
14	Piscina comunale Via Leonardo da Vinci	3.020,00 Edificio 13482,300 Area	Attrezzature (piscina comunale)					
15	Istituto d'istruzione superiore "Cassata Gattapone" Via Parruccini	1.735,00 Edificio 19.482,00 Area	Attrezzature (scuola media)	1.860,00 Edificio 19.482,00 Area	Attrezzature (scuola superiore- professionale)			
16	Istituto d'istruzione superiore "Cassata Gattapone" Via Parruccini			8788,00 Edificio 11828,00 Area	Attrezzature (scuola superiore- economico)			

ELENCO EDIFICI "PUBBLICI"		ENTI PROPRIETARI							
		Comune		Provincia		Demanio		Altro	
		mq	Utilizzo	mq	Utilizzo	mq	Utilizzo	mq	Utilizzo
17	Centro sportivo tennis Via Leonardo da Vinci	5.695,00	Attrezzature (tennis)						
18	Stadio comunale Via Leonardo da Vinci	36.549,00	Attrezzature (stadio comunale)						
19	Centrale di distribuzione energia elettrica Viale Parruccini							12.178,00	Attrezzature (infrastrutture tecnologiche di distribuzione di energia elettrica)
20	Centro sportivo Via Beniamino Ubaldi	39.954,00	Attrezzature (impianto sportivo: pista ciclabile)						
21	Pista automodelli Via Beniamino Ubaldi	6.456,00	Attrezzature (impianto sportivo)						
22	Campo sportivo Via Beniamino Ubaldi							41.680,00	Attrezzature (impianto sportivo Beniamino Ubaldi)
23	Area archeologica Guastuglia Via Bruno Buozzi					14.138,00	Attrezzature (area archeologica)	9.951,00	Attrezzature (area archeologica)
24	Edificio scolastico Via Perugia	10.812,00 Edificio	Attrezzature (scuola materna,elementare e media)						
		9.613,00 Area							
25	Mausoleo 40 Martiri Via del Mausoleo	238,00 Edificio	Attrezzature (mausoleo dei 40 martiri della II guerra mondiale)						
		3.367,00 Area							
26	Ex mattatoio comunale Via della Piaggiola	1.563,00 Edificio	Vuoto						
		3.415,00 Area							
27	Liceo Via Giosuè Carducci	6.156,00 Edificio	Attrezzature (scuola superiore)						
		7.319,00 Area							
28	Chiesa della Vittorina Via della Vittorina	205,00	Attrezzature (chiesa)						
	Parco della Vittorina Via della Vittorina	22.674,00	Attrezzature (parco urbano)						
29	Scuola elementare Via Pierluigi da Palestrina	2.778,00 Edificio	Attrezzature (scuola materna ed elementare)						
		6.395,00 Area							
30	Centro sportivo Via Frate Lupo	23.773,00	Attrezzature (centro sportivo)						
31	Cimitero comunale Via di Porta Romana	36.994,00	Attrezzature (cimitero e uffici cimiteriali)						
32	Centro disabili Via Giuseppe Verdi	250,00 Edificio	Attrezzature (servizio pubblico)						
		701,00 Area							

3.2.1. La situazione di fatto

L'assetto funzionale del Centro Storico vede la compresenza di un ricco sistema di edifici pubblici comunali (servizi, uffici e scuole) assieme ad una diffusa ricchezza di presenze religiose e di attività capaci di creare attrazione e vitalità all'interno delle strade, dei vicoli, delle piazze che compongono la struttura interna all'antica cinta muraria.

I servizi comunali, per la scelta compiuta dal Comune nel recente passato che ha privilegiato una dislocazione diffusa degli uffici pubblici, trovano sede:

a. a Palazzo Pretorio, edificio di valore monumentale, posto in piazza Grande 9, che accoglie:

- gli organi istituzionali del comune;
- la segreteria generale;
- il servizio personale;
- il servizio affari generali e organi istituzionali;
- il servizio avvocatura;
- il servizio informazione e partecipazione;
- il settore progetti strategici e lavori pubblici;

interessando una superficie di circa 2.764 mq, in cui operano 35 addetti, oltre agli organi e ai rappresentanti istituzionali della città (Sindaco, Giunta comunale e Consiglio comunale);

b. in una porzione del complesso di Santa Lucia, posto in largo della Pentapoli, che accoglie:

- il servizio polizia municipale;

interessando una superficie di circa 1.076 mq, in cui operano 32 addetti;

c. in una porzione del complesso dell'ex seminario, posto in via Cavour, che accoglie:

- il servizio demografico, statistico e cerimoniale;
- i servizi educativi e diritto allo studio;
- i servizi programmazione e servizi sociali;
- il servizio sviluppo economico;
- la ludoteca;

interessando una superficie di circa 4.840 mq, in cui operano 33 addetti;

d. nel palazzo del Turismo, posto in via della Repubblica, che accoglie:

- il servizio turistico associato;
- gli uffici della Provincia;

interessando una superficie di circa 1.480 mq, in cui operano 14 addetti;

e. in una porzione del complesso di San Pietro, posto in via di Fonte Avellana, che accoglie:

- il settore finanziario;

interessando una superficie di circa 4.072 mq, in cui operano 15 addetti;

f. nell'edificio posto in via Sperelli, che accoglie:

- il settore ambiente, manutenzioni, protezione civile, energie rinnovabili;
- interessando una superficie di circa 372 mq, in cui operano 37 addetti;

g. in una porzione dell'ex ospedale, posto in largo San Francesco, che accoglie:

- il settore urbanistica, pianificazione ambientale e patrimonio;
- la sezione staccata del tribunale;
- l'ufficio del giudice di pace;

interessando una superficie di circa 1.050 mq, in cui operano 18 addetti, oltre al personale degli uffici giudiziari.

Tutte queste attività fino a pochi mesi fa erano ospitate nell'edificio delle ex orfanelle, posto in via XX Settembre, interessando una superficie di circa 3.285 mq.

Oltre agli uffici pubblici nella città storica trovano sede altre importanti strutture, tra cui:

- a. il complesso di Santa Lucia (parte), posto in borgo Santa Lucia, che accoglie:
 - un asilo nido;
 - una scuola materna ed elementare;
 - una casa famiglia;
 - la guardia di Finanza;interessando una superficie di circa 10.115 mq;
- b. il complesso di San Benedetto (parte), posto in via Tifernate, della superficie di circa 5.180 mq, attualmente vuoto, causa lavori per la realizzazione di un museo;
- c. il Teatro comunale, posto in via del Popolo, della superficie di circa 4.632 mq;
- d. il complesso dell'ex seminario (parte), della superficie di circa 2.435 mq, attualmente vuoto;
- e. il palazzo Toschi Mosca (astenotrofo), che accoglie:
 - una residenza protetta per anziani;interessando una superficie di circa 4.924 mq;
- f. l'edificio del Teatro romano, posto in viale del Teatro romano, che accoglie:
 - il museo archeologico;interessando una superficie di circa 632 mq;
- g. l'edificio dell'ex ospedale (parte), posto in via Cavour-piazza 40 Martiri.largo San Francesco, che accoglie:
 - i servizi poliambulatoriali del distretto socio-sanitario;
 - poliambulatori del distretto;e in parte vuoto, interessando una superficie di circa 2.700 mq;
- h. le logge dei Tiratoi (parte), poste in piazza 40 Martiri, della superficie di circa 1.560 mq;
- i. il complesso di Santo Spirito (parte), posto in piazzale Frondizi, della superficie di circa 5.000 mq, attualmente vuoto, causa lavori per la rifunzionalizzazione del centro congressi;
- j. il complesso di San Pietro (parte), posto in via di Fonte Avellana, che accoglie:
 - la biblioteca comunale;
 - la scuola elementare;
 - la sede di associazioni;
 - il centro anziani;interessando una superficie di circa 9.785 mq;
- k. il monastero della Santissima Trinità, posto in corso Garibaldi, della superficie di circa 7.420 mq, attualmente vuoto;
- l. il palazzo Fonti, posto in via Savelli della Porta, della superficie di circa 780 mq, attualmente vuoto;
- m. il palazzo del Capitolo dei Canonici, posto in via Federico da Montefeltro, che accoglie:
 - il museo diocesano;interessando una superficie di circa 3.450 mq;
- n. il palazzo Ducale, posto in via Federico da Montefeltro, che accoglie:
 - il museo d'arte;interessando una superficie di circa 5.700 mq;
- o. il palazzo dei Consoli, posto in piazza Grande, che accoglie:
 - il museo civico;interessando una superficie di circa 3.000 mq;
- p. il palazzo del Bargello, posto in largo del Bargello, che accoglie:
 - il museo esposizione della Balestra;

interessando una superficie di circa 520 mq.

3.3. Il settore turistico

3.3.1. Domanda e offerta turistica in Umbria nel 2013

Nel 2013 le strutture ricettive umbre (<http://www.turismo.regione.umbria.it>) hanno complessivamente dichiarato:

- 2.190.143 arrivi;
- 5.763.799 presenze;

con una variazione del +0,12% negli arrivi e -2,17% nelle presenze rispetto al 2012.

Si registra un incremento dei flussi dei turisti stranieri (+2,37% arrivi e +0,69% presenze) a fronte di un calo dei flussi dei turisti italiani (-0,78% arrivi e -3,78% presenze).

L'anno si chiude con un aumento sia di arrivi che di presenze nei comprensori:

- assisano (+5,81% arrivi e +5,65% presenze);
- tuderte (+8,23% arrivi e +1,83% presenze);
- spoletino (+5,28% arrivi e +4,98% presenze).

Aumentano solo gli arrivi nei comprensori:

- valnerina (+2,49% arrivi e -1,30% presenze);
- amerino (+1,91% arrivi e -3,75% presenze);
- orvietano (+0,69% arrivi e -0,89% presenze).

Variazioni negative negli altri comprensori.

La permanenza media dei turisti, complessivamente considerati, è di 2,6 gg (-2,29% rispetto al 2012):

- 2,0 gg negli esercizi alberghieri (-2,68%);
- 4,1 gg negli extralberghieri (-1,31%).

Quanto alla distribuzione media per tipologia/categoria di struttura, il 51,5% dei turisti ha soggiornato in strutture alberghiere e il 48,5% in strutture extralberghiere, in misura pressoché invariata rispetto al 2012.

3.3.2. Movimento turistico comprensoriale (variazioni percentuali 2013-2012)

Il comprensorio eugubino comprende i comuni di Costacciaro, Fossato di Vico, Gualdo Tadino, Gubbio, Scheggia e Pascelupo, Sigillo e Valfabbrica.

Si riporta di seguito la tabella con i valori percentuali 2013 rispetto al 2012 dei comprensori umbri:

COMPRESORI	ESERCIZI ALBERGHIERI						ESERCIZI EXTRALBERGHIERI						TOTALE GENERALE					
	Italiani		Stranieri		Totale		Italiani		Stranieri		Totale		Italiani		Stranieri		Totale	
	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze	Arrivi	Presenze
ASSISANO	7,25	5,73	6,29	7,06	6,85	6,26	5,06	7,75	-0,31	-0,72	3,49	4,73	6,48	6,58	4,71	4,14	5,81	5,65
VALNERINA	4,47	0,88	6,10	8,00	4,63	1,65	-4,02	-8,51	-1,25	-3,29	-3,32	-6,75	2,40	-1,82	3,16	0,92	2,49	-1,30
TRASIMENO	-4,73	-10,04	1,52	0,58	-2,78	-4,92	-2,77	-0,53	-0,03	-1,19	-1,47	-0,92	-3,64	-3,21	0,42	-0,84	-1,97	-1,86
ALTA VALLE TEVERE	-11,19	-26,64	7,04	0,34	-8,67	-22,69	-5,62	-12,34	-1,34	-2,29	-4,05	-7,19	-9,31	-20,33	1,63	-1,84	-6,79	-13,69
FOLLIGNATE	-0,06	-0,23	-13,24	-10,08	-2,46	-2,27	-9,40	-6,08	-3,83	-7,26	-8,44	-6,44	-3,10	-2,67	-10,32	-8,53	-4,39	-4,15
EUGUBINO	-3,30	-12,19	-1,29	4,83	-3,01	-8,94	-2,23	-7,54	5,30	-7,22	-0,64	-7,43	-2,89	-9,84	2,01	-3,55	-2,05	-8,10
PERUGINO	-5,08	-6,09	-4,64	-2,33	-4,96	-4,94	-6,07	-9,54	-0,98	-1,81	-4,96	-7,32	-5,24	-7,35	-4,17	-2,15	-4,96	-5,80
SPOLETINO	4,62	3,15	19,83	23,78	7,73	8,10	-2,51	-1,20	-3,12	1,74	-2,66	-0,09	2,99	1,69	13,76	12,97	5,28	4,98
TUDERTE	2,77	-2,39	20,78	9,32	10,68	3,20	4,90	-1,00	6,34	3,53	5,20	0,80	3,91	-1,55	16,85	6,27	8,23	1,03
PROVINCIA PERUGIA	-0,07	-3,50	2,83	3,09	0,74	-1,50	-1,59	-3,22	-0,07	-1,79	-1,15	-2,61	-0,55	-3,38	1,89	0,32	0,14	-2,04
AMERINO	9,85	7,38	3,97	-1,04	7,07	3,62	-9,69	-14,28	0,68	-4,24	-7,37	-9,79	1,05	-4,51	3,28	-2,80	1,91	-3,75
ORNETIANO	0,48	-6,49	-1,99	-0,59	-0,66	-3,89	0,14	-2,91	8,34	5,54	3,14	1,56	0,34	-4,67	1,16	3,06	0,69	-0,89
TERNANO	-5,44	-13,05	29,84	13,25	-0,98	-9,10	-2,54	1,17	-0,40	2,08	-2,12	1,42	-4,75	-8,10	19,39	7,23	-1,27	-5,04
PROVINCIA TERNI	-2,22	-9,74	4,83	3,24	-0,04	-6,03	-2,20	-2,27	5,63	3,52	0,09	0,20	-2,22	-6,60	5,07	3,40	0,00	-3,07
TOTALE REGIONE	-0,37	-4,30	3,14	3,10	0,63	-2,07	-1,67	-3,10	0,74	-1,13	-0,97	-2,27	-0,78	-3,78	2,37	0,69	0,12	-2,17

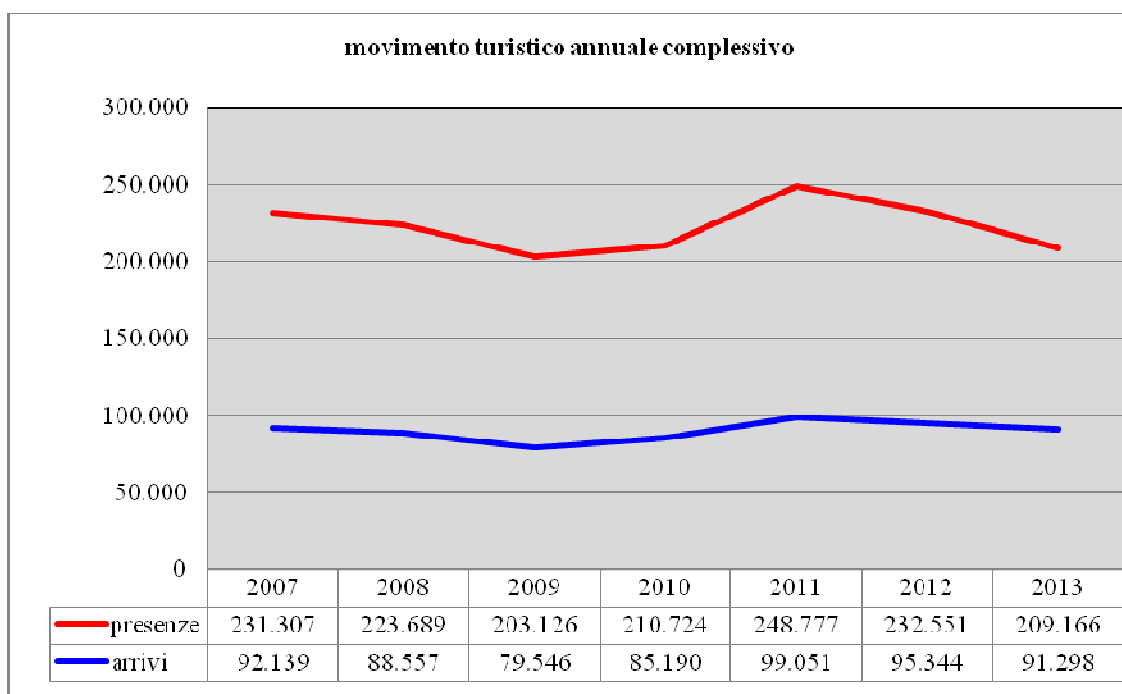
In positivo nel comprensorio eugubino devono essere sottolineati:
- l'aumento delle presenze degli stranieri negli esercizi alberghieri;
- l'aumento degli arrivi degli stranieri negli esercizi extralberghieri.

3.3.3. Comune di Gubbio (movimento turistico annuale 2007-2013)

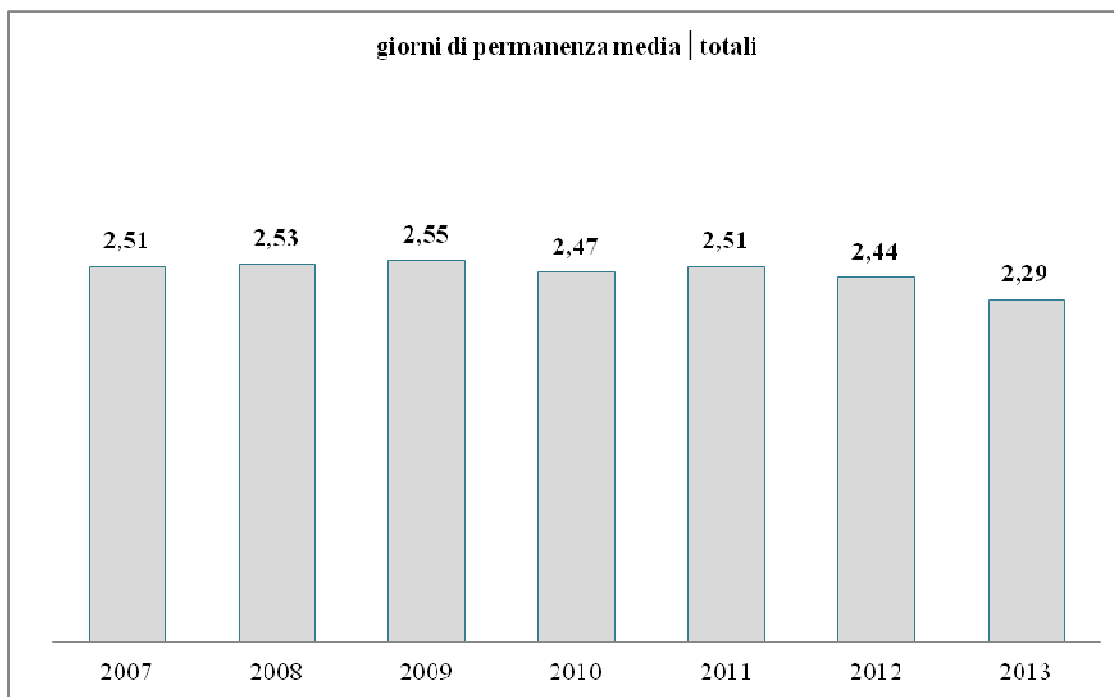
Nel comune di Gubbio si registra dal 2007 al 2013 un andamento degli arrivi e delle presenze di tipo sinusoidale, con un picco nell'anno 2011.

L'analisi, di seguito riportata, prende in esame (anche graficamente) i valori complessivi per ogni settore, riportando gli arrivi e le presenze sia degli italiani che degli stranieri.

TUTTI GLI ESERCIZI	COMPLESSIVO						CAPACITÀ RICETTIVA	
	italiani		stranieri		TOTALE		esercizi	letti
anno	arrivi	presenze	arrivi	presenze	arrivi	presenze		
2007	77.191	181.550	14.948	49.757	92.139	231.307	167	3.469
2008	73.861	169.405	14.696	54.284	88.557	223.689	180	3.633
2009	66.111	154.290	13.435	48.836	79.546	203.126	188	3.713
2010	70.830	160.406	14.360	50.318	85.190	210.724	190	3.701
2011	84.521	196.817	14.530	51.960	99.051	248.777	196	3.828
2012	80.219	178.446	15.125	54.105	95.344	232.551	198	3.883
2013	75.704	154.177	15.594	54.989	91.298	209.166	190	3.899
TOTALE 2007-2013	528.437	1.195.091	102.688	364.249	631.125	1.559.340		
distribuzione	83,73%	76,64%	16,27%	23,36%				

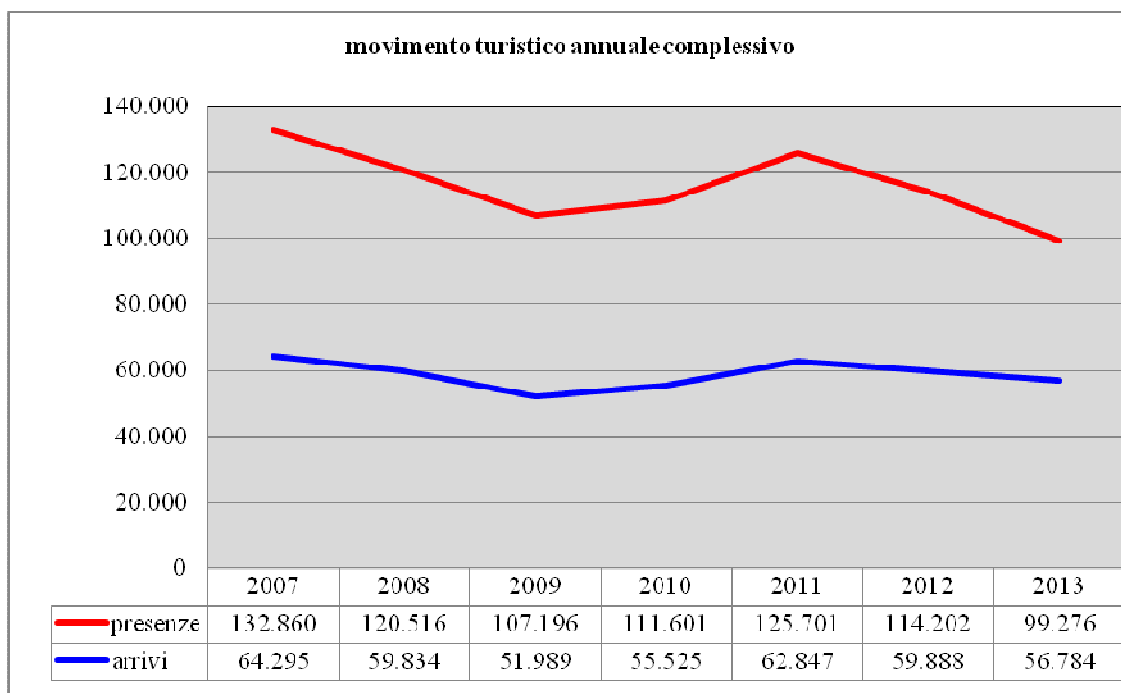


TUTTI GLI ESERCIZI	COMPLESSIVO		
	italiani	stranieri	TOTALE
anno	presenza media	presenza media	presenza media
2007	2,35	3,33	2,51
2008	2,29	3,69	2,53
2009	2,33	3,63	2,55
2010	2,26	3,50	2,47
2011	2,33	3,58	2,51
2012	2,22	3,58	2,44
2013	2,04	3,53	2,29



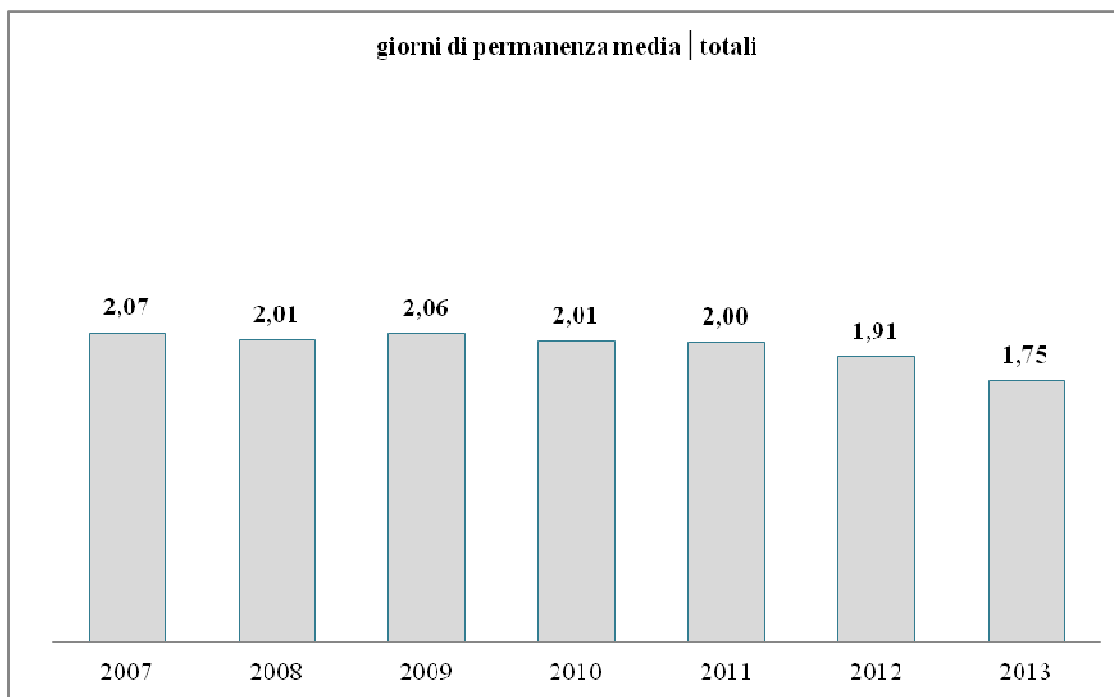
3.3.4. Comune di Gubbio (movimento turistico annuale nel settore alberghiero)

TUTTI GLI ESERCIZI	ALBERGHIERO						CAPACITÀ RICETTIVA	
	italiani		stranieri		TOTALE		esercizi	letti
anno	arrivi	presenze	arrivi	presenze	arrivi	presenze		
2007	55.289	113.090	9.006	19.770	64.295	132.860	20	1.064
2008	51.290	100.855	8.544	19.661	59.834	120.516	20	1.064
2009	44.347	89.820	7.642	17.376	51.989	107.196	20	1.076
2010	47.391	93.808	8.134	17.793	55.525	111.601	20	1.067
2011	54.649	106.686	8.198	19.015	62.847	125.701	20	1.063
2012	51.767	96.915	8.121	17.287	59.888	114.202	19	1.062
2013	48.677	81.648	8.107	17.628	56.784	99.276	20	1.082
TOTALE 2007-2013	353.410	682.822	57.752	128.530	411.162	811.352		
distribuzione	85,95%	84,16%	14,05%	15,84%				



Il settore alberghiero fa registrare il valore più alto degli arrivi e delle presenze nel 2007; il valore più basso degli arrivi nel 2009 e delle presenze nel 2013.

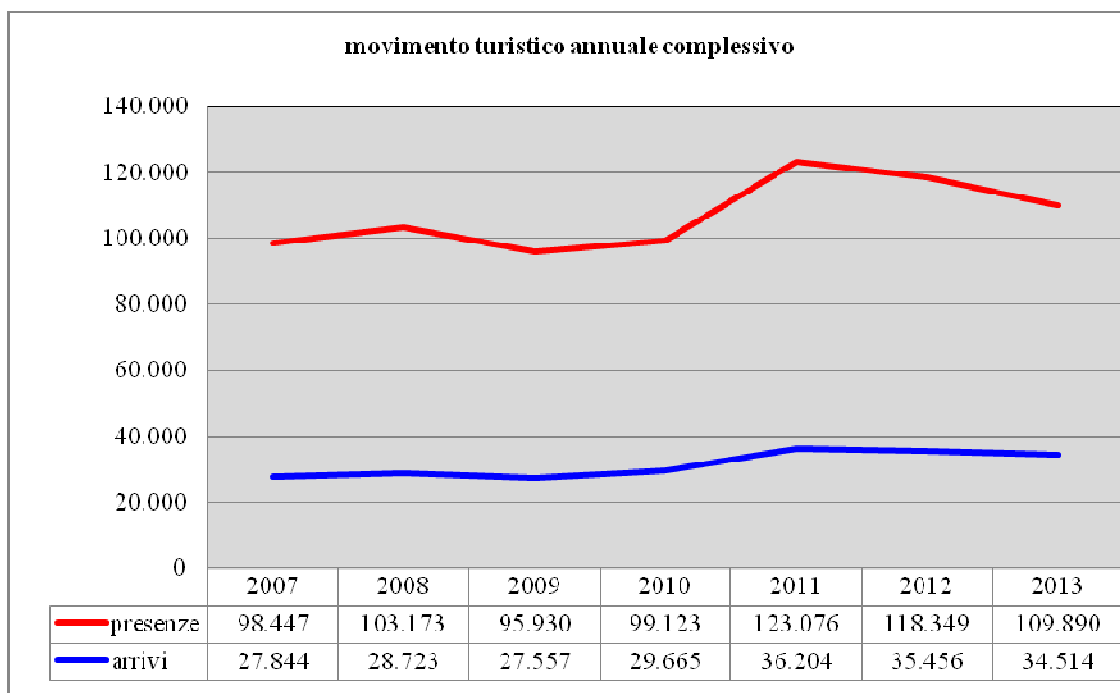
TUTTI GLI ESERCIZI	ALBERGHIERO		
	italiani	stranieri	TOTALE
anno	presenza media	presenza media	presenza media
2007	2,05	2,20	2,07
2008	1,97	2,30	2,01
2009	2,03	2,27	2,06
2010	1,98	2,19	2,01
2011	1,95	2,32	2,00
2012	1,87	2,13	1,91
2013	1,68	2,17	1,75



La media dei giorni di permanenza, in leggera discesa negli ultimi anni, si avvicina alla media regionale (2 gg).

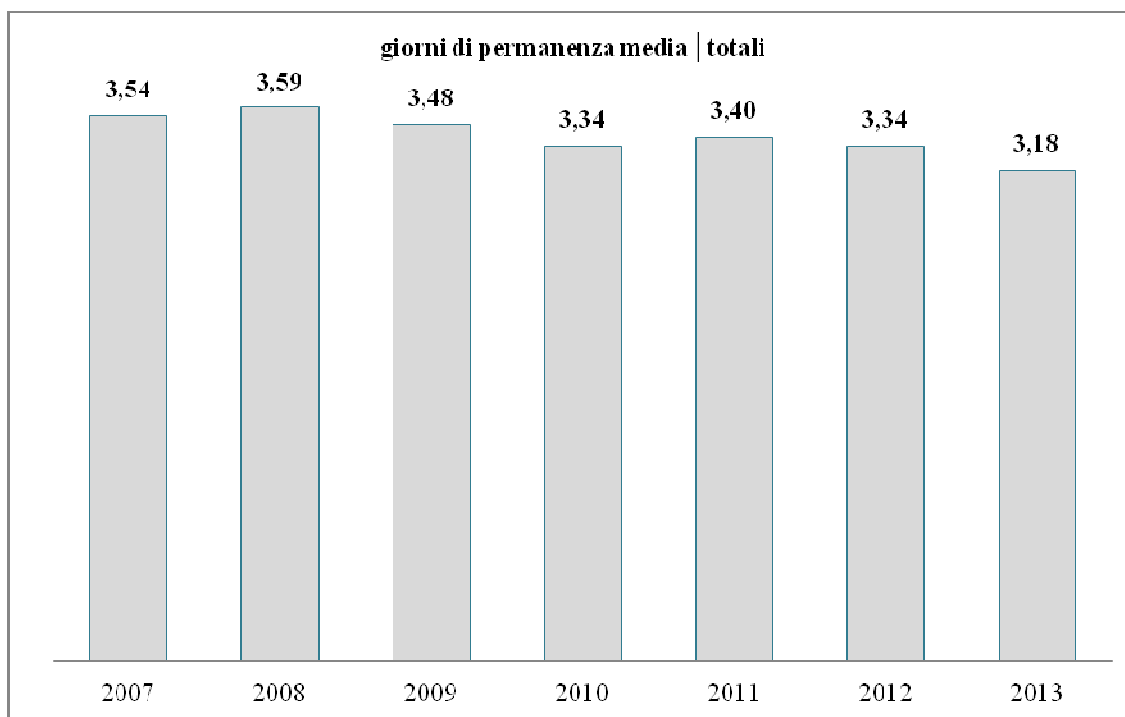
3.3.5. Comune di Gubbio (movimento turistico annuale nel settore extralberghiero)

TUTTI GLI ESERCIZI	EXTRALBERGHIERO						CAPACITÀ RICETTIVA	
	italiani		stranieri		TOTALE		esercizi	letti
anno	arrivi	presenze	arrivi	presenze	arrivi	presenze		
2007	21.902	68.460	5.942	29.987	27.844	98.447	147	2.405
2008	22.571	68.550	6.152	34.623	28.723	103.173	160	2.569
2009	21.764	64.470	5.793	31.460	27.557	95.930	168	2.637
2010	23.439	66.598	6.226	32.525	29.665	99.123	170	2.634
2011	29.872	90.131	6.332	32.945	36.204	123.076	176	2.765
2012	28.452	81.531	7.004	36.818	35.456	118.349	179	2.821
2013	27.027	72.529	7.487	37.361	34.514	109.890	170	2.817
TOTALE 2007-2013	175.027	512.269	44.936	235.719	219.963	747.988		
distribuzione	79,57%	68,49%	20,43%	31,51%				



Il settore extralberghiero fa registrare un picco degli arrivi e soprattutto delle presenze nel 2011. Tali valori sono in leggero calo negli anni 2012 e 2013.

TUTTI GLI ESERCIZI	EXTRALBERGHIERO		
	italiani	stranieri	TOTALE
anno	presenza media	presenza media	presenza media
2007	3,13	5,05	3,54
2008	3,04	5,63	3,59
2009	2,96	5,43	3,48
2010	2,84	5,22	3,34
2011	3,02	5,20	3,40
2012	2,87	5,26	3,34
2013	2,68	4,99	3,18



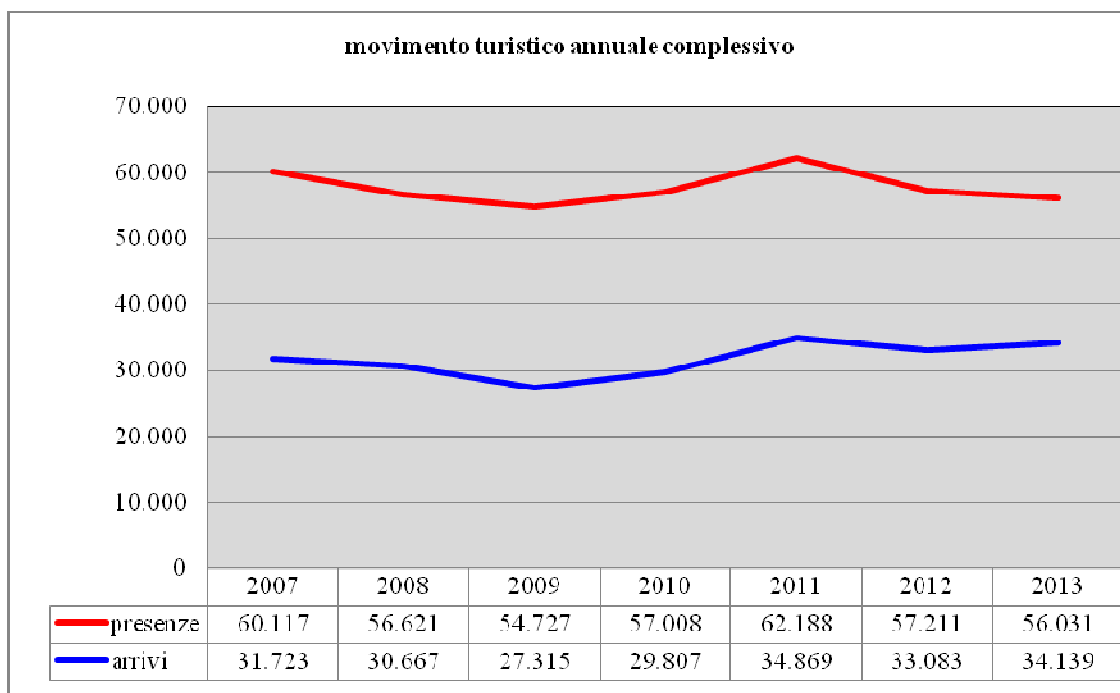
La media dei giorni di permanenza, in lieve calo, è più bassa della media regionale (4,1 gg).

3.3.6. Centro Storico (movimento turistico annuale 2007-2013)

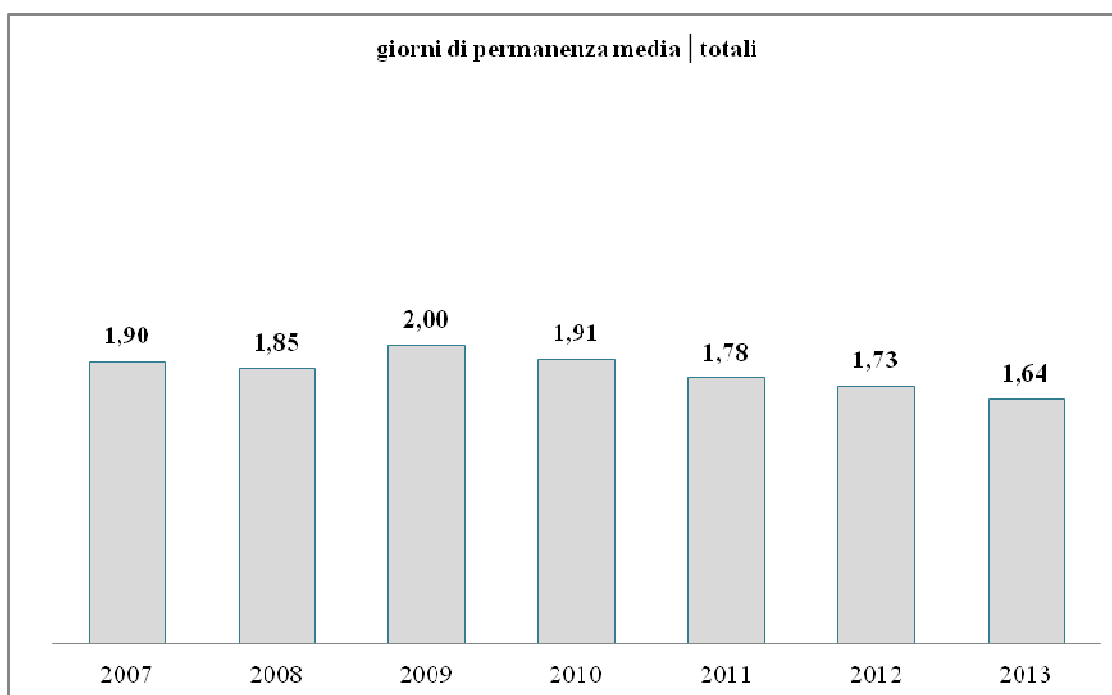
Dall'analisi dei dati si rileva che l'andamento del movimento turistico complessivo ed alberghiero del Centro Storico è molto simile a quello del territorio comunale.

Diverso è invece l'andamento del settore extralberghiero che a partire dal 2010 risulta in crescita, con valori contenuti trattandosi di strutture ubicate nel Centro Storico.

TUTTI GLI ESERCIZI	COMPLESSIVO						CAPACITÀ RICETTIVA	
	italiani		stranieri		TOTALE		esercizi	letti
anno	arrivi	presenze	arrivi	presenze	arrivi	presenze		
2007	25.360	47.063	6.363	13.054	31.723	60.117	15	472
2008	24.334	42.670	6.333	13.951	30.667	56.621	16	479
2009	21.949	43.152	5.366	11.575	27.315	54.727	17	488
2010	24.010	45.082	5.797	11.926	29.807	57.008	18	488
2011	29.004	50.321	5.865	11.867	34.869	62.188	18	483
2012	27.014	44.731	6.069	12.480	33.083	57.211	18	482
2013	27.990	43.881	6.149	12.150	34.139	56.031	17	483
TOTALE 2007-2013	179.661	316.900	41.942	87.003	221.603	403.903		
distribuzione	81,07%	78,46%	18,93%	21,54%				

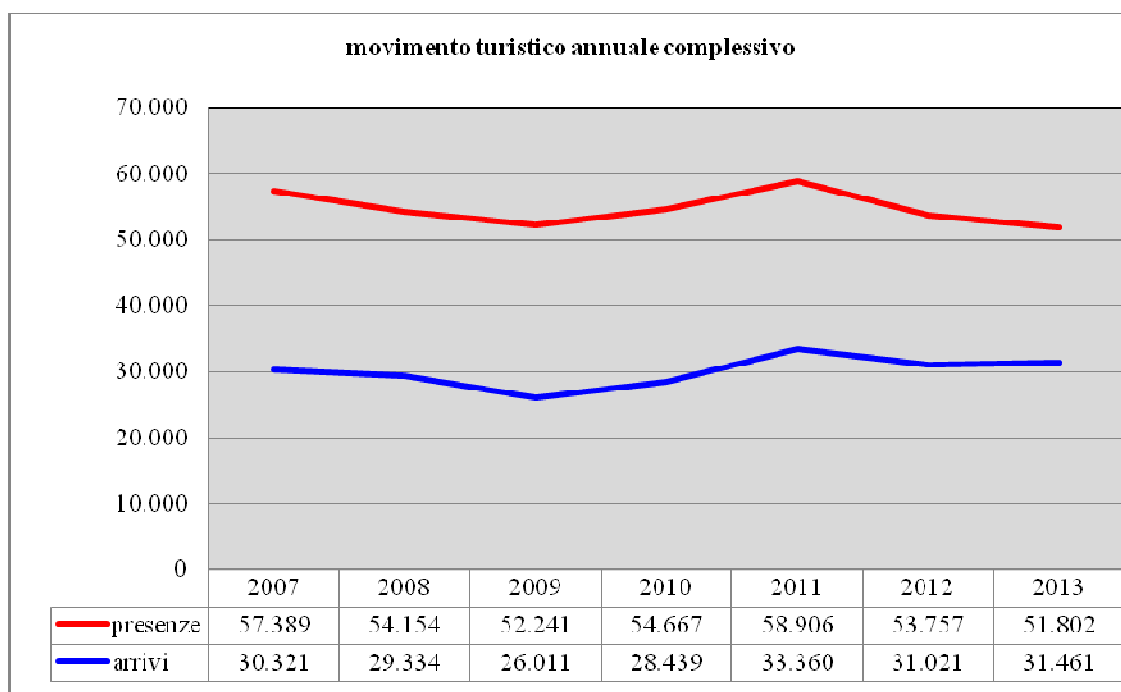


TUTTI GLI ESERCIZI	COMPLESSIVO		
	italiani	stranieri	TOTALE
anno	presenza media	presenza media	presenza media
2007	1,86	2,05	1,90
2008	1,75	2,20	1,85
2009	1,97	2,16	2,00
2010	1,88	2,06	1,91
2011	1,73	2,02	1,78
2012	1,66	2,06	1,73
2013	1,57	1,98	1,64

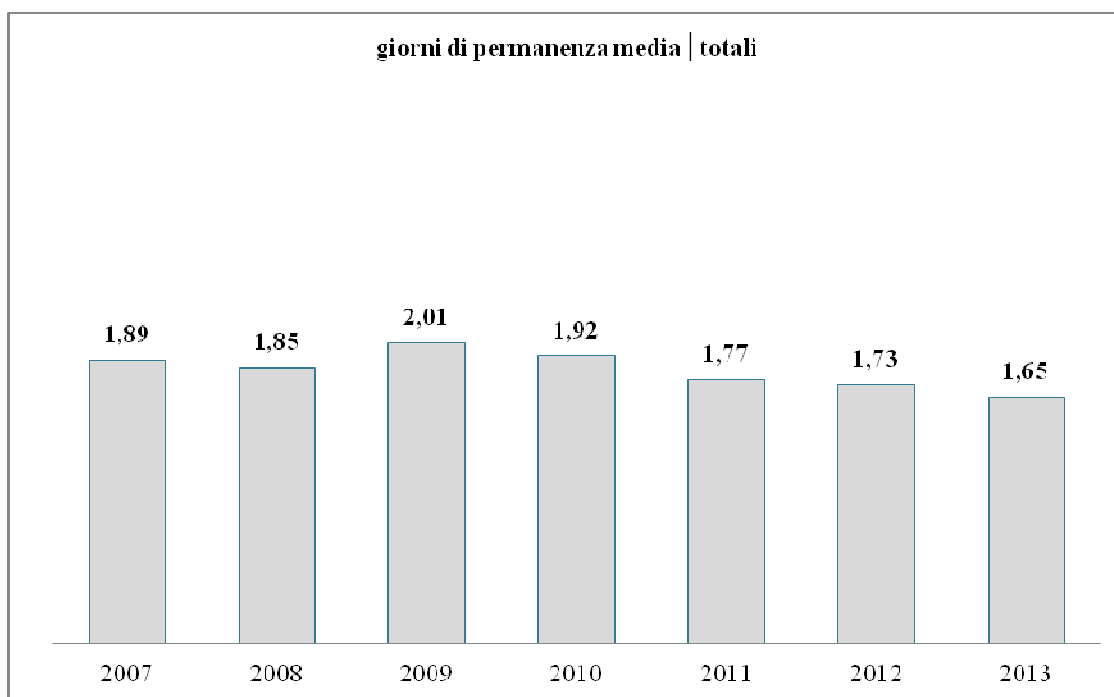


3.3.7. Centro Storico (movimento turistico annuale nel settore alberghiero)

TUTTI GLI ESERCIZI	ALBERGHIERO						CAPACITÀ RICETTIVA	
	italiani		stranieri		TOTALE		esercizi	letti
anno	arrivi	presenze	arrivi	presenze	arrivi	presenze		
2007	24.245	44.891	6.076	12.498	30.321	57.389	10	430
2008	23.238	40.587	6.096	13.567	29.334	54.154	10	430
2009	20.843	41.055	5.168	11.186	26.011	52.241	10	433
2010	22.854	43.077	5.585	11.590	28.439	54.667	10	430
2011	27.738	47.529	5.622	11.377	33.360	58.906	10	425
2012	25.308	42.114	5.713	11.643	31.021	53.757	10	424
2013	25.765	40.326	5.696	11.476	31.461	51.802	9	424
TOTALE 2007-2013	169.991	299.579	39.956	83.337	209.947	382.916		
distribuzione	80,97%	78,24%	19,03%	21,76%				

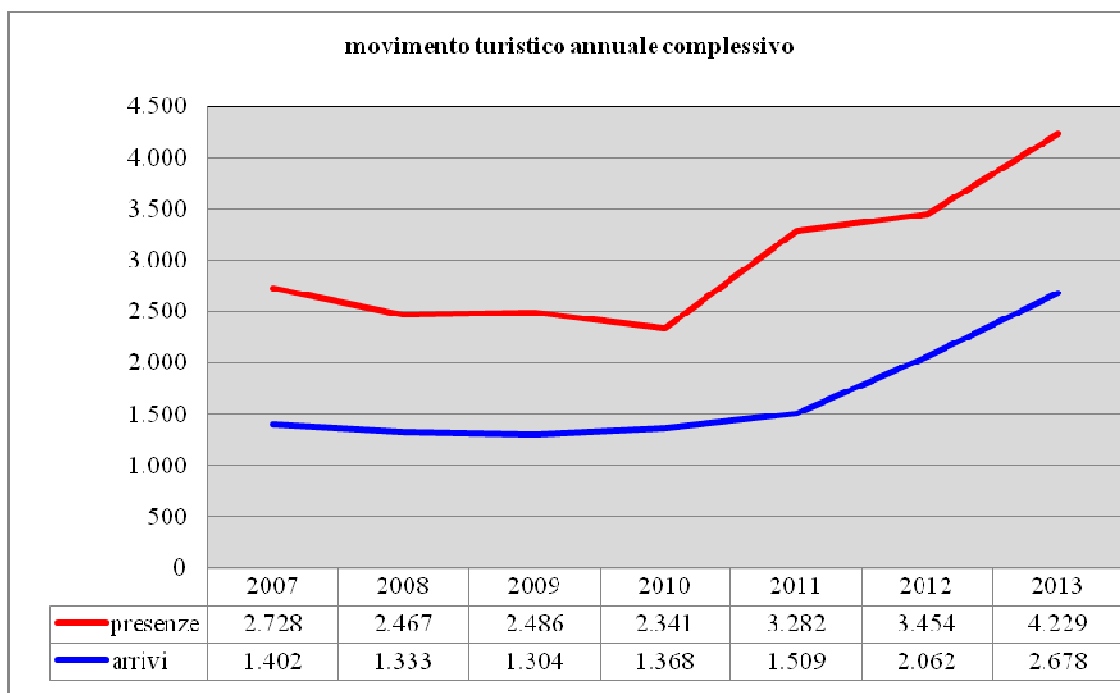


TUTTI GLI ESERCIZI	ALBERGHIERO		
	italiani	stranieri	TOTALE
anno	presenza media	presenza media	presenza media
2007	1,85	2,06	1,89
2008	1,75	2,23	1,85
2009	1,97	2,16	2,01
2010	1,88	2,08	1,92
2011	1,71	2,02	1,77
2012	1,66	2,04	1,73
2013	1,57	2,01	1,65

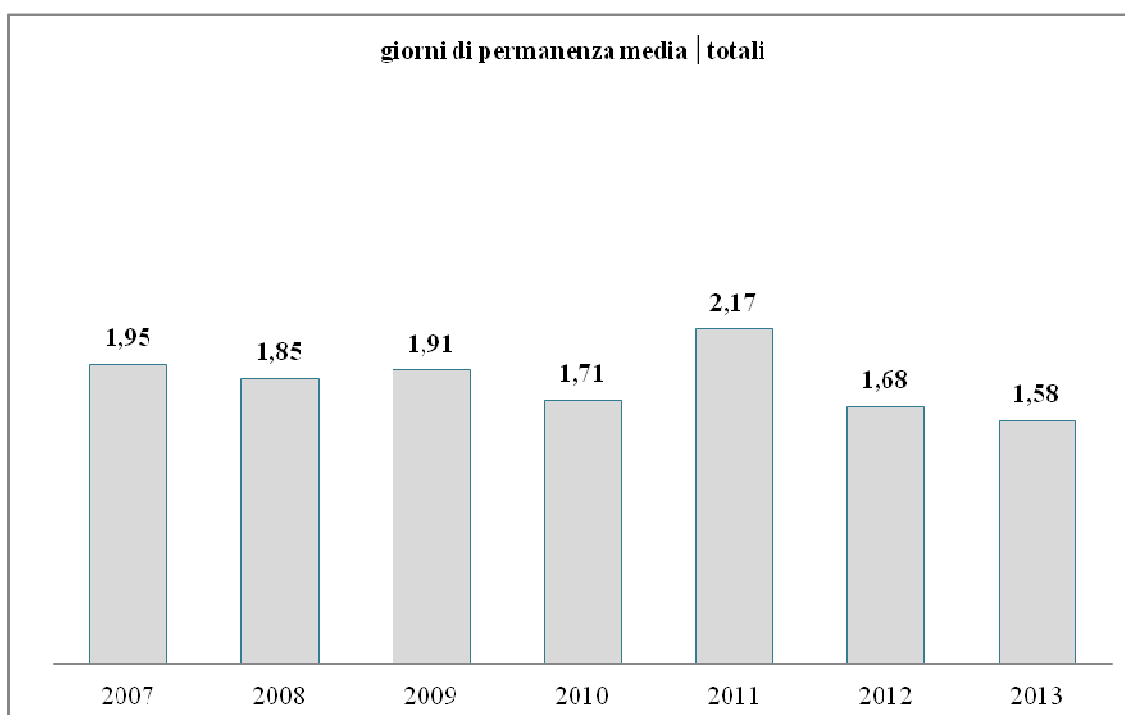


3.3.8. Centro Storico (movimento turistico annuale nel settore extralberghiero)

TUTTI GLI ESERCIZI	EXTRALBERGHIERO						CAPACITÀ RICETTIVA	
	italiani		stranieri		TOTALE		esercizi	letti
anno	arrivi	presenze	arrivi	presenze	arrivi	presenze		
2007	1.115	2.172	287	556	1.402	2.728	5	42
2008	1.096	2.083	237	384	1.333	2.467	6	49
2009	1.106	2.097	198	389	1.304	2.486	7	55
2010	1.156	2.005	212	336	1.368	2.341	8	58
2011	1.266	2.792	243	490	1.509	3.282	8	58
2012	1.706	2.617	356	837	2.062	3.454	8	58
2013	2.225	3.555	453	674	2.678	4.229	8	59
TOTALE 2007-2013	9.670	17.321	1.986	3.666	11.656	20.987		
distribuzione	82,96%	82,53%	17,04%	17,47%				



TUTTI GLI ESERCIZI	EXTRALBERGHIERO		
	italiani	stranieri	TOTALE
anno	presenza media	presenza media	presenza media
2007	1,95	1,94	1,95
2008	1,90	1,62	1,85
2009	1,90	1,96	1,91
2010	1,73	1,58	1,71
2011	2,21	2,02	2,17
2012	1,53	2,35	1,68
2013	1,60	1,49	1,58



3.3.9. Comune di Gubbio (movimento turistico mensile per gli anni 2011, 2012 e 2013)

Si riportano nelle tabelle e nei grafici seguenti i dati dei movimenti turistici mensili del comune di Gubbio, relativi agli anni 2011, 2012 e 2013, analizzando anche le manifestazioni più importanti che si svolgono durante l'anno. Tale confronto può servire a conoscere l'incidenza degli eventi sui flussi turistici e apprendere l'attrattività anche in termini organizzativi e promozionali.

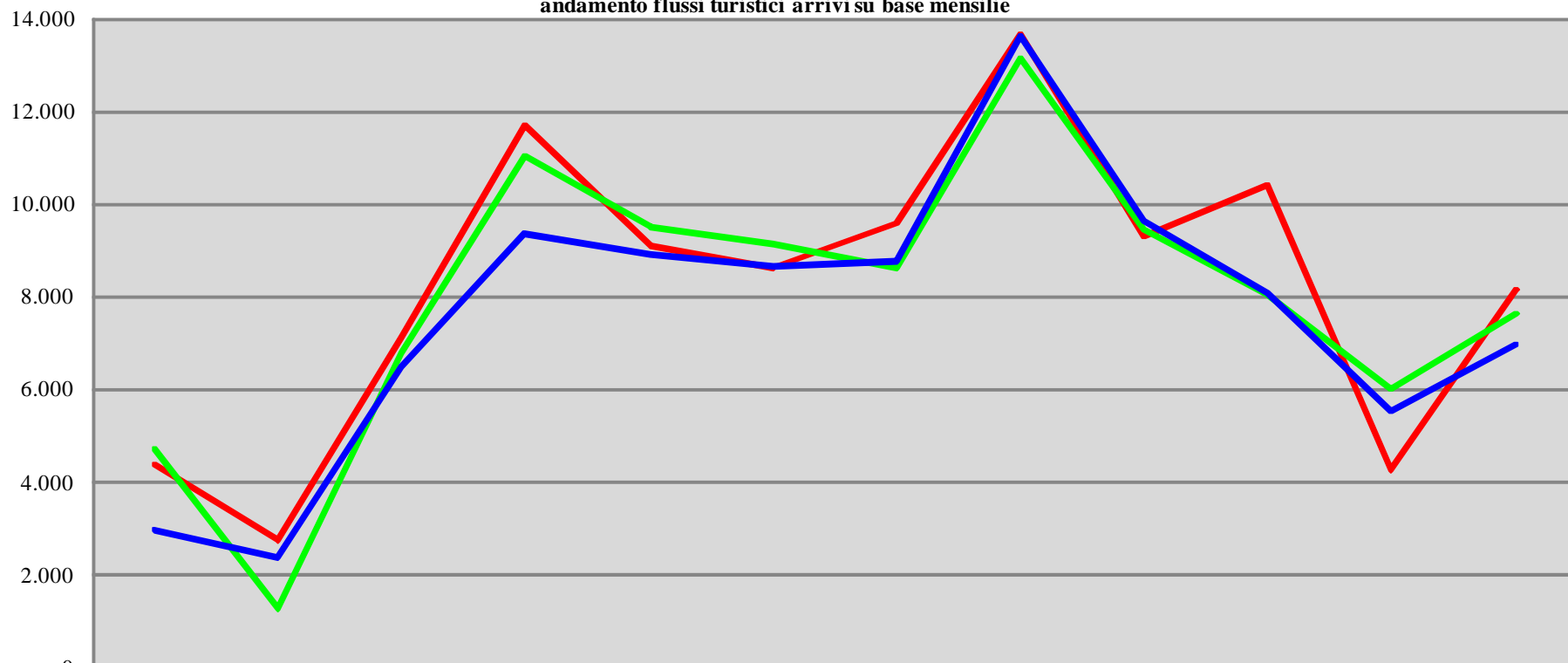
I valori degli arrivi del 2013 rispetto agli anni precedenti fanno registrare un calo più sensibile nei mesi di gennaio, aprile e dicembre, mentre quelli delle presenze, a parte i mesi estivi di luglio ed agosto, risultano per i restanti mesi più bassi.

	ALBERGHIERO						EXTRALBERGHIERO						COMPLESSIVO								
	italiani		stranieri		totale		italiani		stranieri		totale		italiani		stranieri		totale		prese nza medi a gg.	distribuzione %	
	arrivi	presenze	arrivi	presenze	arrivi	presenze	arrivi	presenze	arrivi	presenze	arrivi	presenze	arrivi	presenze	arrivi	presenze	arrivi	presenze		arrivi	presenze
2011																					
GENNAIO	3.093	6.430	186	481	3.279	6.911	1.068	3.645	41	229	1.109	3.874	4.161	10.075	227	710	4.388	10.785	2,46	4,43%	4,33%
FEBBRAIO	1.970	3.131	168	482	2.138	3.613	576	1.256	36	179	612	1.435	2.546	4.387	204	661	2.750	5.048	1,84	2,78%	2,03%
MARZO	5.071	8.205	284	713	5.355	8.918	1.685	3.417	75	263	1.760	3.680	6.756	11.622	359	976	7.115	12.598	1,77	7,18%	5,06%
APRILE	6.854	11.677	866	1.837	7.720	13.514	3.655	8.108	319	1.025	3.974	9.133	10.509	19.785	1.185	2.862	11.694	22.647	1,94	11,81%	9,10%
MAGGIO	4.861	9.130	1.264	2.963	6.125	12.093	2.340	5.170	652	2.554	2.992	7.724	7.201	14.300	1.916	5.517	9.117	19.817	2,17	9,20%	7,96%
GIUGNO	4.215	9.337	919	2.009	5.134	11.346	2.615	6.510	887	3.821	3.502	10.331	6.830	15.847	1.806	5.830	8.636	21.677	2,51	8,72%	8,71%
LUGLIO	3.446	9.377	957	2.060	4.403	11.437	3.306	10.070	1.892	10.566	5.198	20.636	6.752	19.447	2.849	12.626	9.601	32.073	3,34	9,69%	12,89%
AGOSTO	6.248	15.096	993	2.304	7.241	17.400	5.223	21.451	1.190	9.365	6.413	30.816	11.471	36.547	2.183	11.669	13.654	48.216	3,53	13,78%	19,38%
SETTEMBRE	4.461	8.617	1.190	2.846	5.651	11.463	2.940	8.940	707	3.189	3.647	12.129	7.401	17.557	1.897	6.035	9.298	23.592	2,54	9,39%	9,48%
OTTOBRE	6.248	10.941	942	2.385	7.190	13.326	2.821	8.465	384	1.388	3.205	9.853	9.069	19.406	1.326	3.773	10.395	23.179	2,23	10,49%	9,32%
NOVEMBRE	3.041	5.514	192	402	3.233	5.916	951	4.952	67	184	1.018	5.136	3.992	10.466	259	586	4.251	11.052	2,60	4,29%	4,44%
DICEMBRE	5.141	9.258	237	533	5.378	9.791	2.692	8.147	82	182	2.774	8.329	7.833	17.405	319	715	8.152	18.120	2,22	8,23%	7,28%
totale	54.649	106.713	8.198	19.015	62.847	125.728	29.872	90.131	6.332	32.945	36.204	123.076	84.521	196.844	14.530	51.960	99.051	248.804	2,51	100%	100%
presenza media		1,95		2,32		2,00		3,02		5,20		3,40		2,33		3,58		2,51			

	ALBERGHIERO						EXTRALBERGHIERO						COMPLESSIVO								
	italiani		stranieri		totale		italiani		stranieri		totale		italiani		stranieri		totale		prese nza medi a gg.	distribuzione %	
2012	arrivi	presenze	arrivi	presenze	arrivi	presenze	arrivi	presenze	arrivi	presenze	arrivi	presenze	arrivi	presenze	arrivi	presenze	arrivi	presenze		arrivi	presenze
GENNAIO	3.429	7.238	141	286	3.570	7.524	1.128	4.731	24	85	1.152	4.816	4.557	11.969	165	371	4.722	12.340	2,61	4,95%	5,31%
FEBBRAIO	998	2.350	64	146	1.062	2.496	151	830	32	109	183	939	1.149	3.180	96	255	1.245	3.435	2,78	1,31%	1,48%
MARZO	5.521	10.021	223	466	5.744	10.487	967	2.196	67	117	1.034	2.313	6.488	12.217	290	583	6.778	12.800	1,89	7,11%	5,51%
APRILE	6.005	11.257	872	1.516	6.877	12.773	3.784	8.791	359	1.199	4.143	9.990	9.789	20.048	1.231	2.715	11.020	22.763	2,07	11,56%	9,79%
MAGGIO	4.720	8.964	1.419	2.994	6.139	11.958	2.366	5.339	997	3.569	3.363	8.908	7.086	14.303	2.416	6.563	9.502	20.866	2,20	9,97%	8,98%
GIUGNO	4.010	8.133	1.078	2.324	5.088	10.457	3.111	7.194	941	4.215	4.052	11.409	7.121	15.327	2.019	6.539	9.140	21.866	2,39	9,59%	9,41%
LUGLIO	2.896	6.752	954	2.269	3.850	9.021	2.930	9.910	1.864	11.665	4.794	21.575	5.826	16.662	2.818	13.934	8.644	30.596	3,54	9,07%	13,16%
AGOSTO	5.953	12.073	769	1.619	6.722	13.692	5.172	22.345	1.253	9.894	6.425	32.239	11.125	34.418	2.022	11.513	13.147	45.931	3,49	13,79%	19,76%
SETTEMBRE	4.683	7.934	1.235	2.619	5.918	10.553	2.707	6.825	835	3.782	3.542	10.607	7.390	14.759	2.070	6.401	9.460	21.160	2,24	9,93%	9,10%
OTTOBRE	4.426	7.109	848	1.939	5.274	9.048	2.258	4.570	490	1.836	2.748	6.406	6.684	11.679	1.338	3.775	8.022	15.454	1,93	8,42%	6,65%
NOVEMBRE	4.039	6.560	259	466	4.298	7.026	1.621	3.980	74	190	1.695	4.170	5.660	10.540	333	656	5.993	11.196	1,87	6,29%	4,82%
DICEMBRE	5.065	8.447	251	630	5.316	9.077	2.254	4.788	68	155	2.322	4.943	7.319	13.235	319	785	7.638	14.020	1,84	8,01%	6,03%
totale	51.745	96.838	8.113	17.274	59.858	114.112	28.449	81.499	7.004	36.816	35.453	118.315	80.194	178.337	15.117	54.090	95.311	232.427	2,44	100%	100%
presenza media		1,91		2,86		5,26		3,34		2,22		3,58		2,44		1,91		2,86			

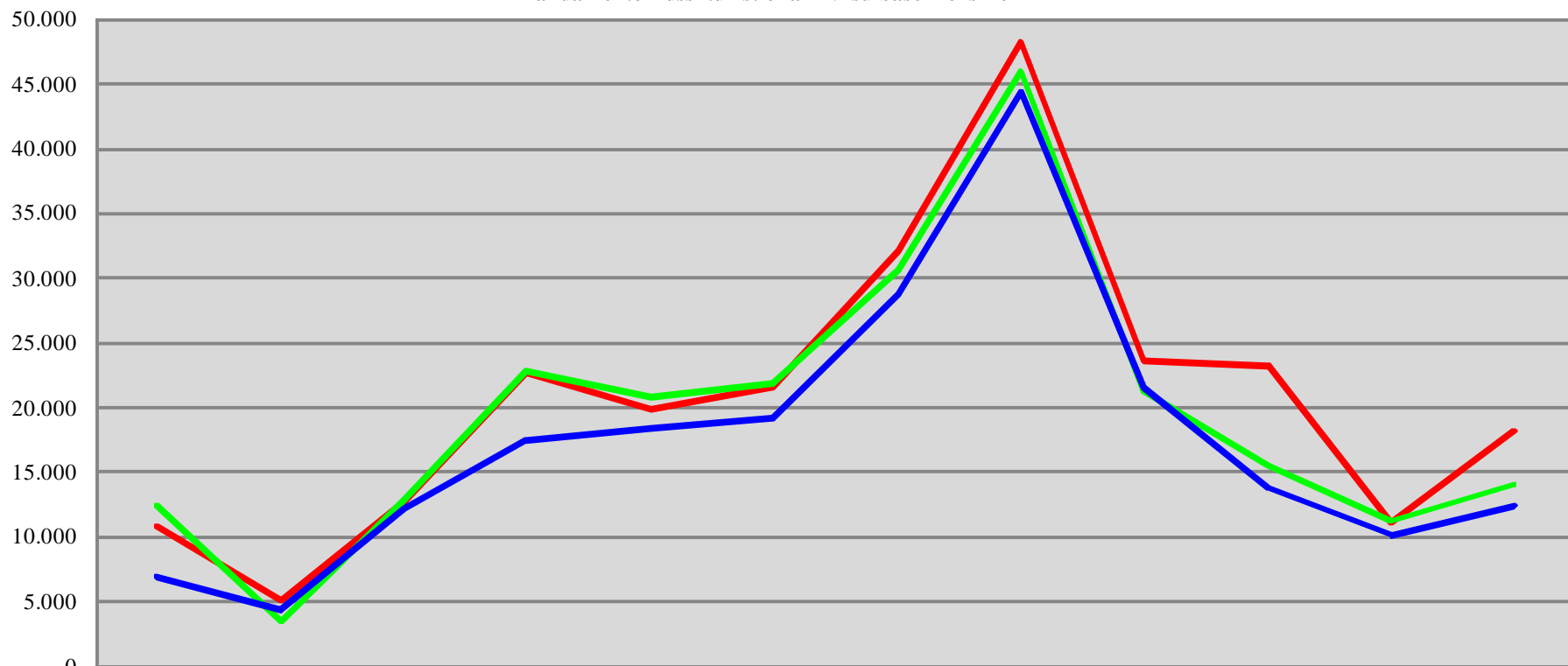
	ALBERGHIERO						EXTRALBERGHIERO						COMPLESSIVO						prese nza medi a gg.	distribuzione %	
	italiani		stranieri		totale		italiani		stranieri		totale		italiani		stranieri		totale			arrivi	presenze
2013	arrivi	presenze	arrivi	presenze	arrivi	presenze	arrivi	presenze	arrivi	presenze	arrivi	presenze	arrivi	presenze	arrivi	presenze	arrivi	presenze	arrivi		
GENNAIO	2.277	4.413	131	467	2.408	4.880	537	1.880	24	90	561	1.970	2.814	6.293	155	557	2.969	6.850	2,31	3,25%	3,27%
FEBBRAIO	2.004	2.919	97	377	2.101	3.296	252	886	27	158	279	1.044	2.256	3.805	124	535	2.380	4.340	1,82	2,61%	2,07%
MARZO	4.455	7.268	304	748	4.759	8.016	1.609	3.650	103	432	1.712	4.082	6.064	10.918	407	1.180	6.471	12.098	1,87	7,09%	5,78%
APRILE	5.667	8.880	720	1.401	6.387	10.281	2.637	6.103	330	1.053	2.967	7.156	8.304	14.983	1.050	2.454	9.354	17.437	1,86	10,25%	8,34%
MAGGIO	4.093	6.543	1.682	3.298	5.775	9.841	2.055	4.504	1.084	4.093	3.139	8.597	6.148	11.047	2.766	7.391	8.914	18.438	2,07	9,76%	8,82%
GIUGNO	4.159	6.924	917	2.069	5.076	8.993	2.562	5.922	1.038	4.245	3.600	10.167	6.721	12.846	1.955	6.314	8.676	19.160	2,21	9,50%	9,16%
LUGLIO	3.159	6.263	879	1.988	4.038	8.251	2.944	9.251	1.780	11.216	4.724	20.467	6.103	15.514	2.659	13.204	8.762	28.718	3,28	9,60%	13,73%
AGOSTO	5.978	12.526	800	1.878	6.778	14.404	5.340	20.194	1.508	9.812	6.848	30.006	11.318	32.720	2.308	11.690	13.626	44.410	3,26	14,92%	21,23%
SETTEMBRE	4.512	7.477	1.231	2.769	5.743	10.246	2.948	7.006	921	4.186	3.869	11.192	7.460	14.483	2.152	6.955	9.612	21.438	2,23	10,53%	10,25%
OTTOBRE	4.708	6.450	850	1.544	5.558	7.994	2.002	3.998	514	1.733	2.516	5.731	6.710	10.448	1.364	3.277	8.074	13.725	1,70	8,84%	6,56%
NOVEMBRE	3.422	5.321	194	433	3.616	5.754	1.808	4.239	78	167	1.886	4.406	5.230	9.560	272	600	5.502	10.160	1,85	6,03%	4,86%
DICEMBRE	4.243	6.664	302	656	4.545	7.320	2.333	4.896	80	176	2.413	5.072	6.576	11.560	382	832	6.958	12.392	1,78	7,62%	5,92%
totale	48.677	81.648	8.107	17.628	56.784	99.276	27.027	72.529	7.487	37.361	34.514	109.890	75.704	154.177	15.594	54.989	91.298	209.166	2,29	100%	100%
presenza media		1,68		2,17		1,75		2,68		4,99		3,18		2,04		3,53		2,29			

andamento flussi turistici arrivi su base mensile



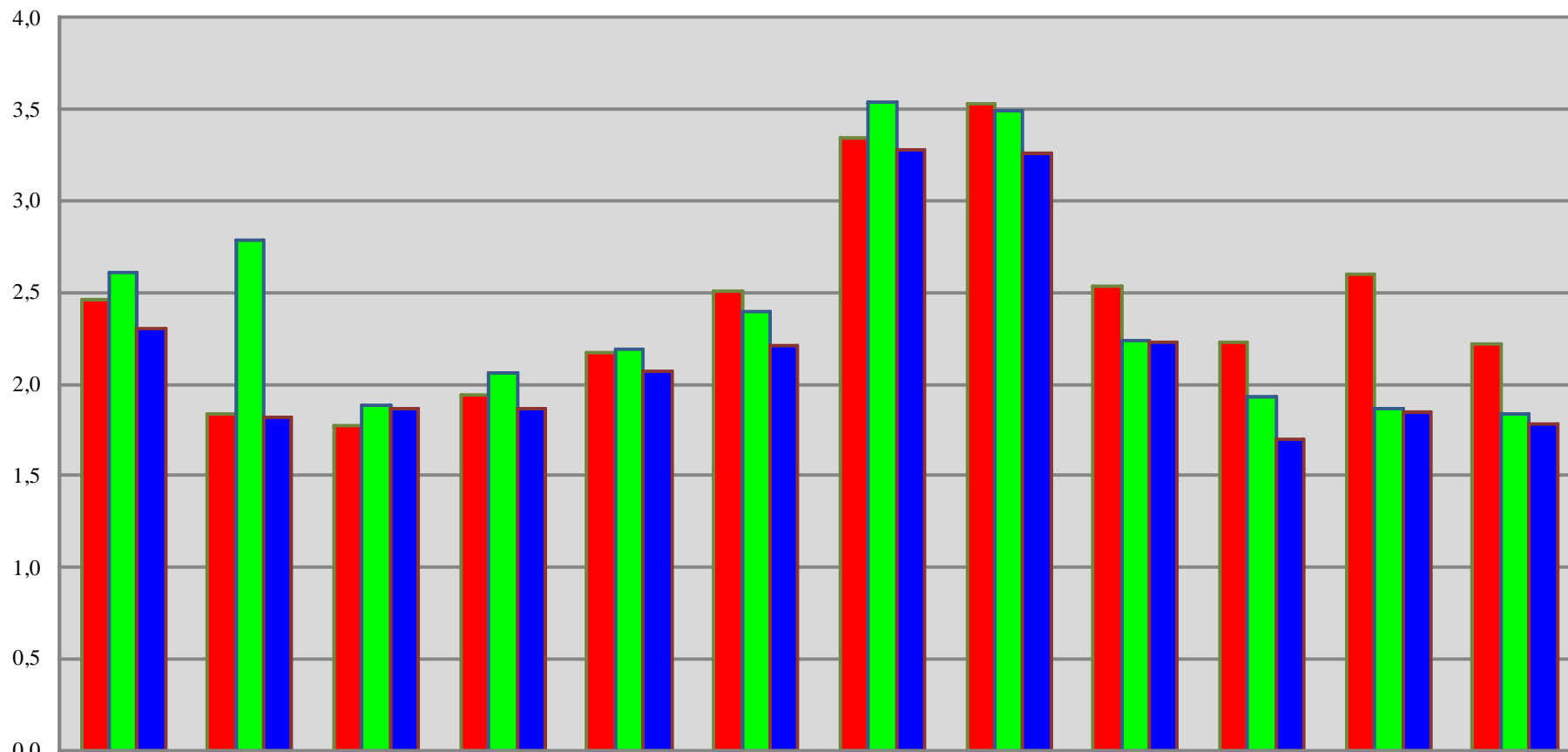
	GENNAIO	FEBBRAIO	MARZO	APRILE	MAGGIO	GIUGNO	LUGLIO	AGOSTO	SETTEMBRE	OTTOBRE	NOVEMBRE	DICEMBRE
	Albero di Natale più grande del mondo, Presepe a grandezza naturale	.	Processione del Cristo Morto	Festival Naz. Scuole di Danza	Festa dei Ceri, Festa dei Ceri mezzani, Palio della Balestra	Festa dei Ceri piccoli	Stagione spettacoli classici al Teatro romano	Gubbio Summer Festival, Gubbio No Borders, Trofeo Luigi Fagioli	International Guitar Festival	Mostra mercato del tartufo bianco di Gubbio e dei prodotti agroalimentari		Albero di Natale, Presepe a grandezza naturale
2011	4.388	2.750	7.115	11.694	9.117	8.636	9.601	13.654	9.298	10.395	4.251	8.152
2012	4.722	1.245	6.778	11.020	9.502	9.140	8.644	13.147	9.460	8.022	5.993	7.638
2013	2.969	2.380	6.471	9.354	8.914	8.676	8.762	13.626	9.612	8.074	5.502	6.958

andamento flussi turistici arrivi su base mensile



	GENNAIO	FEBBRAIO	MARZO	APRILE	MAGGIO	GIUGNO	LUGLIO	AGOSTO	SETTEMBRE	OTTOBRE	NOVEMBRE	DICEMBRE
	Albero di Natale più grande del mondo, Presepe a grandezza naturale	.	Processione del Cristo Morto	Festival Naz. Scuole di Danza	Festa dei Ceri, Festa dei Ceri mezzani, Palio della Balestra	Festa dei Ceri piccoli	Stagione spettacoli classici al Teatro romano	Gubbio Summer Festival, Gubbio No Borders, Trofeo Luigi Fagioli	International Guitar Festival	Mostra mercato del tartufo bianco di Gubbio e dei prodotti agroalimentari		Albero di Natale, Presepe a grandezza naturale
2011	10.785	5.048	12.598	22.647	19.817	21.677	32.073	48.216	23.592	23.179	11.052	18.120
2012	12.340	3.435	12.800	22.763	20.866	21.866	30.596	45.931	21.160	15.454	11.196	14.020
2013	6.850	4.340	12.098	17.437	18.438	19.160	28.718	44.410	21.438	13.725	10.160	12.392

giorni di permanenza media per mese



	GENNAIO	FEBBRAIO	MARZO	APRILE	MAGGIO	GIUGNO	LUGLIO	AGOSTO	SETTEMBR E	OTTOBRE	NOVEMBRE	DICEMBRE
■ 2011	2,46	1,84	1,77	1,94	2,17	2,51	3,34	3,53	2,54	2,23	2,60	2,22
■ 2012	2,61	2,78	1,89	2,07	2,20	2,39	3,54	3,49	2,24	1,93	1,87	1,84
■ 2013	2,31	1,82	1,87	1,86	2,07	2,21	3,28	3,26	2,23	1,70	1,85	1,78

3.4. Il settore commerciale

3.4.1. Il quadro regionale

I dati dell'Osservatorio nazionale del commercio danno, al 31 dicembre 2013, in Italia 762.932 esercizi commerciali, mentre in Umbria gli esercizi commerciali sono 12.295, così ripartiti:

- n. 1.896, *esercizi non specializzati*, che ricomprendono: esercizi non specializzati; commercio al dettaglio in esercizi non specializzati con prevalenza di prodotti alimentari e bevande; commercio al dettaglio in altri esercizi non specializzati;
- n. 1.940, *prodotti alimentari, bevande e tabacco in esercizi specializzati*, che ricomprendono: prodotti alimentari, bevande e tabacco in esercizi specializzati; frutta e verdura; carni e di prodotti a base di carne; pesci, crostacei e molluschi; pane, torte, dolci e confetteria; bevande; prodotti del tabacco; altri prodotti alimentari in esercizi specializzati;
- n. 497, *carburante per autotrazione in esercizi specializzati*, che ricomprendono: carburante per autotrazione in esercizi specializzati;
- n. 221, *apparecchiature informatiche e per le telecomunicazioni in esercizi specializzati*, che ricomprendono: apparecchiature informatiche e per le telecomunicazioni in esercizi specializzati; computer, unità periferiche, software e attrezzature per ufficio; apparecchiature per telecomunicazioni e la telefonia; apparecchiature audio e video;
- n. 1.718, *altri prodotti per uso domestico in esercizi specializzati*, che ricomprendono: altri prodotti per uso domestico in esercizi specializzati; prodotti tessili; ferramenta, vernici, vetro piano e materiali da costruzione; tappeti, scendiletto e rivestimenti per pavimenti e pareti (moquette, linoleum); elettrodomestici; mobili, articoli per l'illuminazione e altri articoli per la casa;
- n. 965, *articoli culturali e ricreativi in esercizi specializzati*, che ricomprendono: articoli culturali e ricreativi in esercizi specializzati; libri; giornali e articoli di cartoleria; registrazioni musicali e video; articoli sportivi; giochi e giocattoli;
- n. 5.058, *altri prodotti in esercizi specializzati*, che ricomprendono: altri prodotti in esercizi specializzati; articoli di abbigliamento; calzature e articoli in pelle; medicinali; articoli medicali e ortopedici; cosmetici, articoli di profumeria e di erboristeria; fiori, piante, semi, fertilizzanti, animali domestici e alimenti per animali domestici; orologi e articoli di gioielleria; altri prodotti (esclusi quelli di seconda mano); articoli di seconda mano.

3.4.2. La rete distributiva comunale

La rete distributiva comunale, al 31 dicembre 2013, consiste in 906 esercizi commerciali al dettaglio in sede fissa, dei quali 201 operano nel settore alimentare, 624 in quello non alimentare, 79 nel settore misto e 2 non definiti. Gli esercizi di vicinato sono 878, le medie strutture 28 mentre non ci sono grandi strutture.

Le medie strutture, in base alla superficie di vendita, sono suddivise in M1 (superficie di vendita tra 250 e 900 mq) e M2 (superficie di vendita tra 901 e 2500 mq); inoltre sono suddivise in tipologia A (settore alimentare o misto) e in tipologia E (solo settore non alimentare).

La distribuzione territoriale degli esercizi commerciali è riportata nella seguente tabella:

	esercizi di vicinato	medie strutture (M1)
Centro storico	227	0
Cipolletto - Ponte d'Assi	30	2
Zona collinare sud	25	0
Zona espansione est	103	3
Zona espansione ovest	116	8
Zona espansione sud	118	8
Zona montana nord	6	0
San Marco - Padule	73	2
Semonte - Mocaiana	53	3
Torre dei Calzolari - Branca	52	2
Totale	878	28

Attualmente le medie strutture presenti sul territorio sono tutte di tipo M1, (sia di tipologia A che di tipologia E). E' in corso di costruzione una media struttura di tipo M2, (tipologia A), nella Zona espansione est, mentre sono in fase di progettazione/autorizzazione altre due medie strutture (tipologia A) nella Zona espansione sud.

Secondo le tipologie merceologiche (accorpate per tipologie omogenee) la consistenza della rete distributiva comunale (relativa al centro storico, al comune e all'incidenza percentuale tra le due zone) è riportata nella seguente tabella:

descrizione attività	centro storico	comune	incidenza (%) tra il centro storico e il comune
	n. attività	n. attività	
Alimentari (alimentari, ortofrutta, forno, macelleria, pescheria, enoteca)	50	201	24,88
Abbigliamento (abbigliamento, abbigliamento-pelliceria, abbigliamento-biancheria, accessori-bigiotteria, calzature-pelletterie, articoli sportivi)	48	113	42,48
Tabaccaio	9	45	20,00
Farmacia (farmacia, parafarmacia)	4	9	44,44
Edicola (giornali, riviste)	5	24	20,83
Libreria	2	2	100,00
Articoli per la casa (casalinghi, articoli da regalo, biancheria, mobili, elettrodomestici)	4	34	11,76
Preziosi (gioielleria, argenteria, orologeria)	7	12	58,33
Giocattoli (giocattoli, modellismo, tempo libero)	1	2	50,00
Oggettistica-souvenir (ceramica, oggettistica)	44	67	65,68
Ottica e fotografia (ottica, fotografia)	9	20	45,00
Profumeria (profumeria, sanitaria, erboristeria)	13	30	43,33
Informatica e telefonia (informatica, telefonia, sigarette elettroniche)	5	17	29,41
Materiali per ufficio (cartoleria, audiovisivi)	1	9	11,11
Fioreria	1	16	6,25
Ferramenta	3	22	13,64
Distributore	0	10	0,00
Medie strutture (alimentari, non alimentari)	0	28	0,00
Altro (altre attività, attività non definite)	18	198	9,09

Dall'esame dei dati emerge la presenza, nel centro storico, di una forte specializzazione merceologica delle seguenti tipologie:

- 100,00 % libreria;
- 65,68% oggettistica-souvenir;
- 58,33% preziosi;
- 45,00% ottica e fotografia;
- 43,33% profumeria;
- 42,48% abbigliamento.

Discorso a parte meritano le farmacie che nella tabella hanno una percentuale del 44,44% ma, causa trasferimenti in corso, nel breve periodo, avremo un brusco ridimensionamento della percentuale.

La concentrazione delle attività commerciali nel comune è di 37,2 ab./esercizio (il dato è interessante se confrontato con quello della Regione Umbria, 48,3 ab./esercizio, e quello della Provincia di Perugia, 49,3 ab./esercizio). In particolare è presente:

- un esercizio di vicinato ogni 38,9 abitanti e una media struttura di vendita ogni 1.116,9 abitanti;
- un esercizio alimentare ogni 162,5 abitanti e uno non alimentare ogni 46,3 abitanti.

2.4.3. La rete distributiva nella città storica

La rete distributiva nella città storica è stata studiata in modo approfondito, con un censimento delle singole attività commerciali, al settembre 2014, suddivise per quartiere e per via, come riportate nella seguente tabella:

Quartiere di San Pietro

ubicazione	nome attività	tipologia
Via Reposati	Immagine Donna snc	<i>profumeria</i>
	Ottica Salciarini	<i>ottica e fotografia</i>
	Cartolibreria Pierini	<i>materiali per ufficio</i>
Via Falcucci	Vapoforno Casagrande	<i>alimentari</i>
Via Saffi	Aulicino Elena	<i>profumeria</i>
	Casagrande Anna Rita	
	Gennaro Silvia Paola	
Piazza San Pietro	Handak Jamila	<i>alimentari</i>
Via Cairoli	Tinti Gabriella	<i>abbigliamento</i>
	Attitudine snc di Grigoletto & Panfilì	
	Associazione L'Arcobaleno per un commercio solidale	<i>alimentari</i>
	Acustica Umbra	<i>altro</i>
	Fucitel srl	<i>informatica e telefonia</i>
	H3G spa	
	Photostudio di Gianluca Benedetti	<i>ottica e fotografia</i>
	Mazzacrelli Giuseppe	<i>fioreria</i>
Via Gioia	Esposito Angelo	<i>abbigliamento</i>
	Cose Belle	
Via Maffei	Vapoforno Tangianu Fabio	<i>alimentari</i>
Via Mazzini	Ars Orafa	<i>preziosi</i>
	Calzuola Bevande	<i>alimentari</i>
	Morelli Vanda	
	L'angolo della natura	<i>profumeria</i>
Via Mazzatinti	Brunori Giampiero	<i>giocattoli</i>
	Fanucci Wanda Maria	<i>abbigliamento</i>

Quartiere di San Martino

ubicazione	nome attività	tipologia	
Via Benamati	Paciotti Daniela	<i>profumeria</i>	
Via San Giuliano	Grilli Leo	<i>oggettistica-souvenir</i>	
Via Cavour	Bastianelli Gabriela	<i>oggettistica-souvenir</i>	
	Studio fotografico Gavirati	<i>ottica e fotografia</i>	
	Baldelli Alfio	<i>preziosi</i>	
	Gioielli Minelli		
	Calzature Baldelli		
	La Botteguccia di Casale Cinzia		
	Impara l'Arte		
	Sborzacchi Giuseppina	<i>abbigliamento</i>	
	Volpotti tessuti		
	Centro Salute		
	Delizie al tartufo		
	Macelleria Pompeo		
	Piazza Bosone	Pierini Alessandro	<i>alimentari</i>
		T & S snc	<i>altro</i>
	Via Vantaggi	Rossetto Nello	<i>articoli per la casa</i>
Volpotti sas		<i>ottica e fotografia</i>	
Via Gabrielli	Ottica Baldelli	<i>oggettistica-souvenir</i>	
	Gonzales Ortiz Juan José	<i>alimentari</i>	
Piazza Giordano Bruno	Baldinelli Francesco	<i>abbigliamento</i>	
	Biancarelli Roberto		
	Casagrande Domenico		
	Fecchi Alessandro - enoteca		
	Fiorucci Luciano	<i>oggettistica-souvenir</i>	
	Mercerie Parlanti	<i>abbigliamento</i>	
	Volpotti Maria	<i>oggettistica-souvenir</i>	
Via del Camignano	85 cent shop	<i>tabaccaio</i>	
Via Gattapone	Tuttoscommesse	<i>farmacia</i>	
Via Baldassini	Antica Farmacia Ceccarelli	<i>libreria</i>	
	Libreria Mattei Elisabetta	<i>tabaccaio</i>	
	Tomassoni Tiziana	<i>alimentari</i>	
Via dei Consoli	Serfilippi srl	<i>oggettistica-souvenir</i>	
Via del Popolo	Benedetti Tonino	<i>altro</i>	
	Bourbon Claude Marie	<i>oggettistica-souvenir</i>	
	Antichità Cecchini	<i>altro</i>	
	Antichità Minelli	<i>alimentari</i>	
	Amedei Lanfranco		
	Alimentari Lepri		
	Tironzelli Claudia e Palazzari Pierluigi		
	Gelateria Oasi del Gusto		
	Poggi Quattro		
	Prodotti tipici		
	Delizie al tartufo	<i>oggettistica-souvenir</i>	
	Il mondo di allegra		
	Martiri Paolo e Pannacci Giorgia		
Artgianato di Panfili Lucia			
Arcangeletti Anna Lucia			
I Consoli di Ghirelli Enrichetta			
Ragnacci Ornella			
Ceramiche Rampini			

Via dei Consoli	Baffoni Raimondo	<i>oggettistica-souvenir</i>
	Grilli Claudia	
	Urbanelli Giuliano La bottega dei sogni	
	Tonani Mariangela	
	Ghirelli Norina	
	Baldinelli Anna Maria	
	Baffoni Andrea	
	Stazi Marta	
	Marcelli Francesca	
	Mastri Librai	<i>altro</i>
	Cipiciani Cristina	
	Lacio Drom	
	Bebi Gianbaldo	
	Baffoni Raimondo	
	Il Megalite	
	Quadri Gigi Atelier	
	Cruciani	<i>edicola</i>
	Edicola Lupatelli	

Quartiere di S.Andrea

ubicazione	nome attività	tipologia
Via Ansidei	Bazurli srl	<i>abbigliamento</i>
Via Savelli della Porta	Monacelli Assunta	<i>oggettistica-souvenir</i>
	Fiorucci Gabriele	<i>alimentari</i>
Via XX Settembre	Baffoni Andrea	<i>oggettistica-souvenir</i>
	Baffoni Sergio	
	Baffoni Silvia	
	Botteghe CAFF	
	Magnanelli Luca	
	Tognoloni Antonella	
	Fiorucci Mario	<i>alimentari</i>
	Ghiottonerie Eugubine	
	Gnagni Michela	
Bar del Lanificio	<i>tabaccaio</i>	
Via Dante	Torre di Porta Romana	<i>tabaccaio</i>
Via F.da Montefeltro	Capitolo dei Canonici	<i>alimentari</i>
	Il Gabbiano	<i>oggettistica-souvenir</i>
	Morelli Francesco	
Piazza Grande	Biagioli Valentino	<i>oggettistica-souvenir</i>
	Botteghe CAFF	

Corso Garibaldi

ubicazione	nome attività	tipologia
Corso Garibaldi	Bside	<i>abbigliamento</i>
	Acciaio Abbigliamento	
	Atomico 75	
	Cainca Francesco	
	Cappelleria Bocci	
	Emporio Zoppis	
	L'accessorio	
	Bei Catia	
	Acciaio Abbigliamento	

Corso Garibaldi	Calzature Farneti	<i>abbigliamento</i>
	Capacciola Cecilia	
	Solipaca Antonia	
	La Galleria di Cassatile Morelli	
	Camera 21	
	Franco Belardi	
	Bazurli srl	
	Fanti Alessio	
	Tentazioni	
	Carpel sas	
	Maglificio AGEA	
	Empire donna di Giovannini Tiziana e Daniela	
	Dal massi Tiziana comodi	
	Lugni Renato	
	Pizzeria del Corso	
	Gelateria Pierotti	
	Casa del Caffè	
	Viola Distributori automatici	
	Amplifon	<i>altro</i>
	Edicola Menichetti	<i>edicola</i>
	Parafarmacia del Corso	<i>farmacia</i>
	Ferramenta Zoppis	<i>ferramenta</i>
	Rosati Marco	<i>informatica e telefonia</i>
	Benedetti Alessio	
	Baccarini Maurizia	<i>libreria</i>
	Ottica Zoppis	<i>ottica e fotografia</i>
	Ottica Rossi	
	Ottica Rossi 2	
	Studio Sannipoli	
	Studio Gavirati	
	Gioielleria Marini	<i>preziosi</i>
	Oreficeria Bedini	
	Zaccara Francesco	
Pantera	<i>profumeria</i>	
La Bottega Verde		
Capriccio Profumerie		
Minelli Lucia	<i>tabaccaio</i>	
Rialti Luca		

Piazza 40 Martiri e dintorni

ubicazione	nome attività	tipologia
Piazza 40 Martiri	Rosimini Marcella	<i>alimentari</i>
	Pizzeria delle Logge	
	Casagrande Walter	
	Pescheria Romagnoli	
	Argimo	
	La Piazzetta	
	Gubbio Carni	
	Antonella design	<i>altro</i>
	Bregolisse Rossana	<i>oggettistica-souvenir</i>
	Calzature Alfio	<i>abbigliamento</i>
	Abbigliamento per bambini	
	Emily	
	Farmacia comunale	<i>farmacia</i>

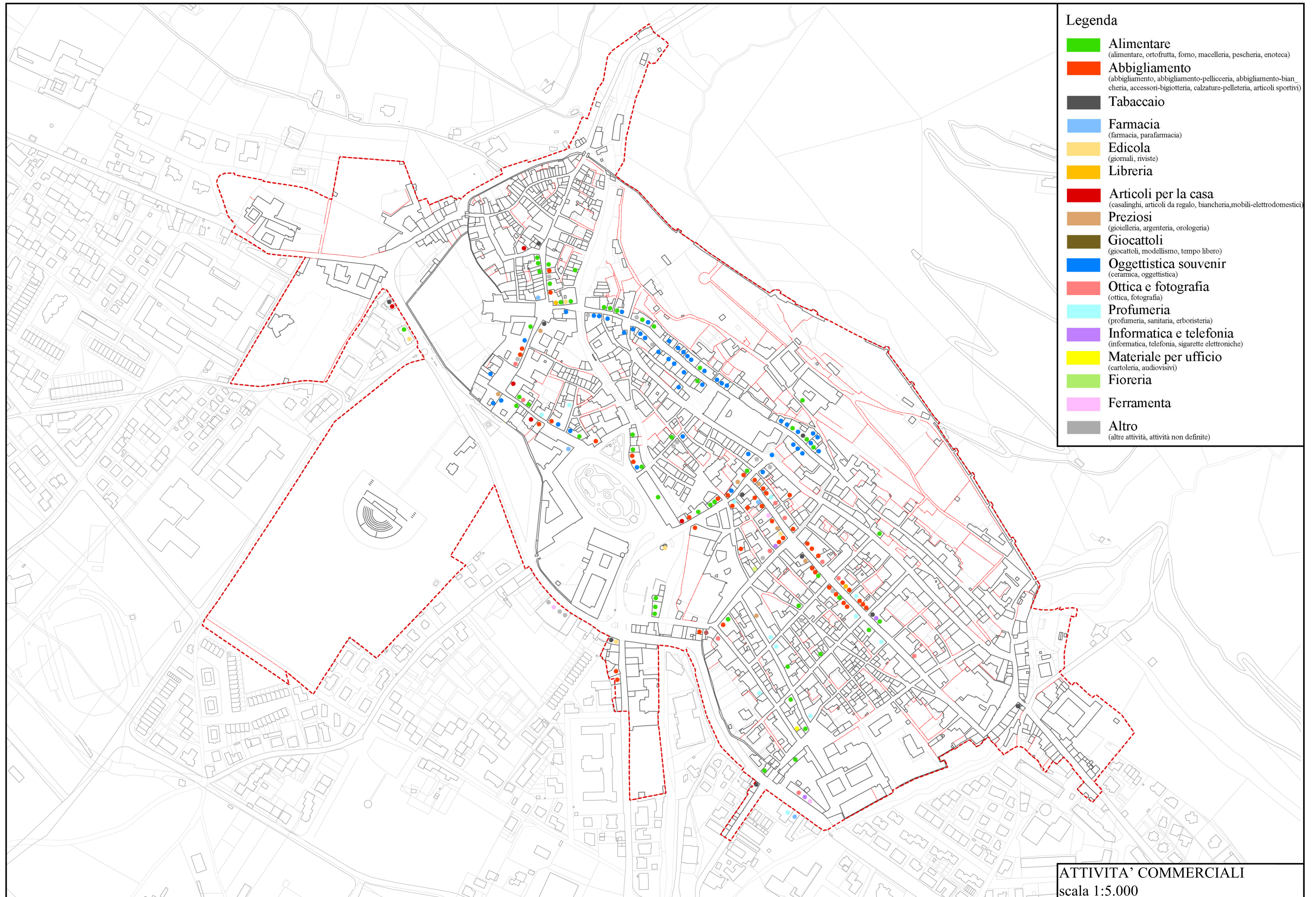
Via Piccardi	Alimentari Biancarelli	<i>alimentari</i>
	Papa tartufi	
	Trine e merletti	<i>altro</i>
	L'arca di Ronchi Valentina	
Via della Repubblica	Acciaio	<i>abbigliamento</i>
	Lucan's	
	Il Bottegone	
	Simpatiche Canaglie	
	Benedetti Tonino	<i>oggettistica-souvenir</i>
	Bregolisse Franco	
	Ikuvium arte	
	Gelateria Cecchini	<i>alimentari</i>
	Pizzamania	
	Fatica Giancarlo	
	Zoppis Rosario	
	Oreficeria Rosati	
	Mastri Librai	<i>altro</i>
	Limonero	<i>profumeria</i>
	Tabaccheria Mancini	<i>tabaccaio</i>
Via Piccotti	Teleria Umbra	<i>abbigliamento</i>

Area perimetrale

ubicazione	nome attività	tipologia
Viale del Teatro Romano	Tabaccheria Berettoni	<i>tabaccaio</i>
	Edicola Coldagelli e capannelli	<i>edicola</i>
	Gubbio Vintage	<i>articoli per la casa</i>
	Pizzeria al taglio	<i>alimentari</i>
Via Matteotti	Ferramenta Pascolini	<i>ferramenta</i>
	Sannipoli ciclotori	<i>altro</i>
	Marinetti ciclomotori	
	Ricambi auto	
	Edicola-tabacchi	<i>tabaccaio</i>
Via Campo di Marte	Alimentari San Pietro	<i>alimentari</i>
	Ottica Salciarini	<i>ottica e fotografia</i>
	Tuttocartucce	<i>informatica e telefonia</i>
	Ferramenta San Pietro	<i>ferramenta</i>
	Pantera profumeria	<i>profumeria</i>
	Farmacia Pierotti	<i>farmacia</i>
Via Perugina	Sollevanti caccia e pesca	<i>abbigliamento</i>
	Osé intimo	

Sulla base del censimento è stato redatto il seguente elaborato grafico: ATTIVITA' COMMERCIALI, scala 1: 5.000, che ci aiuta a comprendere la distribuzione delle attività commerciali e di analizzare i flussi e le relazioni conseguenti.

Sono facilmente individuabili le zone e le vie con un'alta concentrazione di attività commerciali e, dai colori, anche le aree con la prevalenza di alcune attività rispetto ad altre. Di conseguenza risulta che la parte alta della città è frequentata, maggiormente, dai turisti (forte presenza di negozi di oggettistica-souvenir), mentre corso Garibaldi, il corso principale, è meta dei residenti (negozi di abbigliamento, ottica e fotografia, ecc.). Bisogna anche prendere atto che alcune aree della città storica necessitano di una rivitalizzazione commerciale e di politiche conseguenti.



- Legenda**
- **Alimentare**
(alimentare, ortofrutta, forno, macelleria, pescheria, enoteca)
 - **Abbigliamento**
(abbigliamento, abbigliamento-pellicceria, abbigliamento-biancheria, accessori-bigiotteria, calzature-pelleteria, articoli sportivi)
 - **Tabaccaio**
 - **Farmacia**
(farmacia, parafarmacia)
 - **Edicola**
(giornali, riviste)
 - **Libreria**
 - **Articoli per la casa**
(casalinghi, articoli da regalo, biancheria, mobili-elettrodomestici)
 - **Preziosi**
(gioielleria, argenteria, orologeria)
 - **Giocattoli**
(giocattoli, modellismo, tempo libero)
 - **Oggettistica souvenir**
(ceramica, oggettistica)
 - **Ottica e fotografia**
(ottica, fotografia)
 - **Profumeria**
(profumeria, sanitaria, erboristeria)
 - **Informatica e telefonia**
(informatica, telefonia, sigarette elettroniche)
 - **Materiale per ufficio**
(cartoleria, audiovisivi)
 - **Fioreria**
 - **Ferramenta**
 - **Altro**
(altre attività, attività non definite)

ATTIVITA' COMMERCIALI
scala 1:5.000

3.4.3. Andamento del settore commerciale dal 2007 al 2013

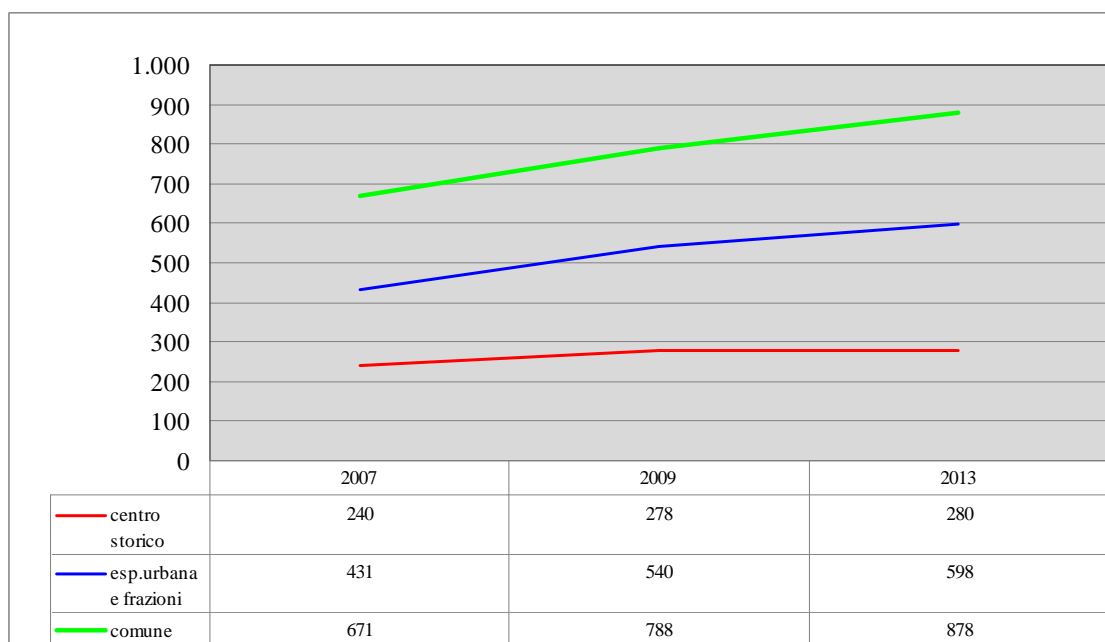
L'analisi degli esercizi commerciali attivi per gli anni 2007, 2009 e 2013 ha consentito di osservare una crescita progressiva in tutte le aree, come risulta dalla seguente tabella:

	2007		2009		2013	
	n. attività	%	n. attività	%	n. attività	%
centro storico	240	35,77	278	35,27	280	31,89
espansione urbana e frazioni	431	64,23	540	64,73	598	68,11
comune	671	100,00	788	100,00	878	100,00

L'esame dei valori percentuali offrono un interessante spunto di riflessione. Infatti le attività commerciali ubicate nel Centro Storico, pur aumentando numericamente, rappresentano nel:

- 2007 il 35,77%;
- 2009 il 35,27%;
- 2013 il 31,89%;

e quindi tendono, per così dire, a crescere meno rispetto all'espansione urbana e frazioni, come meglio evidenziato nel seguente grafico:



Il fenomeno potrebbe subire ulteriori variazioni negative, almeno numeriche, vista la prossima apertura di strutture commerciali esterne alla città storica.

2.4.5. Pubblici esercizi con somministrazione

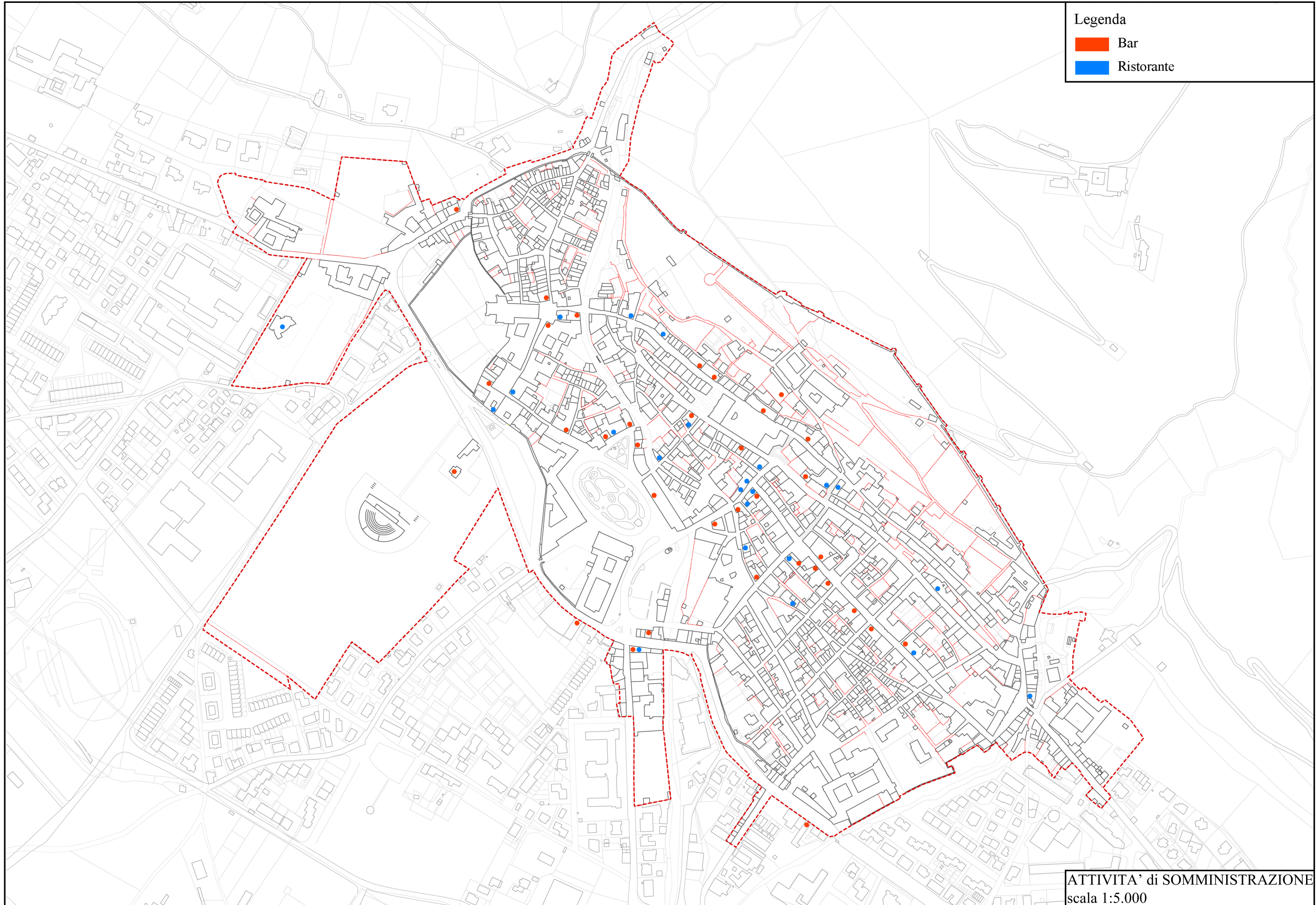
La distribuzione territoriale degli esercizi con somministrazione e la relativa incidenza percentuale è riportata nella seguente tabella:

	n. esercizi	% incidenza
Centro storico	59	25,65
Cipolletto - Ponte d'Assi	10	4,35
Zona collinare sud	34	14,78
Zona espansione est	12	5,22
Zona espansione ovest	41	17,83

Zona espansione sud	25	10,87
Zona montana nord	6	2,61
San Marco - Padule	16	6,96
Semonte - Mocaiana	13	5,64
Torre dei Calzolari - Branca	14	6,09
Totale	230	100,00

Per la città storica oltre al numero degli esercizi è stata individuata anche l'ubicazione, come riportato nell'allegato elaborato grafico: ATTIVITA' di SOMMINISTRAZIONE, scala 1: 5.000.

Dall'esame dell'elaborato risulta che le attività di somministrazione (bar e ristoranti) sono distribuite in maniera omogenea, con una maggior concentrazione nelle vie più frequentate sia dai turisti che dai residenti.



3.5. *La mobilità*

3.5.1. *Viabilità nel Centro Storico*

La zona a traffico limitato (ZTL) non coincide con la città murata, ma ne delimita solo una parte, consentendo, in diverse zone, il libero transito.

Gli unici veicoli che non possono accedere nel Centro Storico, sono i veicoli aventi portata superiore a 3,5t (salvo specifica autorizzazione).

I varchi di accesso nella ZTL sono i seguenti:

- a. settore A: porta San Pietro (accesso libero); porta Castello (accesso libero); porta Romana (accesso libero); via Cavour primo tratto (solo autorizzati);
- b. settore B: via Mazzatinti (accesso libero); porta Vittoria (accesso libero); porta Romana (accesso libero); via Massarelli (solo autorizzati).

Le arterie in cui transito e sosta sono consentiti solo agli autorizzati sono le seguenti:

- a. settore A: piazza Grande; via Cavour; via dei Consoli, secondo tratto (da incrocio via del Camignano a piazza Grande); via Remosetti; via della Cattedrale; piazza 40 Martiri (tratto compreso tra l'angolo della farmacia comunale e l'inizio di via Cavour); via Gattapone; via Piccardi; via Vantaggi; via Capitano del Popolo; via Toschi Mosca, via Baldassini; via San Giuliano; via Galeotti; via delle Conce; via Battilana; via Beni; via Ansidei, primo tratto (da via della Peschiera a via della Repubblica); largo del Bargello; largo Lando; largo Migliorati; largo Steuchi; traversa di via Gabrielli; via Borromei, via Carbonana; via del Fiume; via del Loggione; via Bellini; via Lazzarelli; via Migliorati; via e vicolo Ondedei; piazza San Giovanni; via Antonini; via Benamati; via Cristini; via della Peschiera; via della Zecca; via Felicchi; via Perugini; via Tondi; via Zeccadoro; via del Camignano; traversa di via Gabrielli; vicolo del Lepre; via Bellini; piazza 40 Martiri, tratto compreso tra via della Repubblica e via Cavour (compresa area dei giardini piccoli); via della Repubblica, tratto compreso tra via Savelli della Porta e corso Garibaldi;
- b. settore B: via Savelli della Porta (tratto); via XX Settembre; largo San Marziale; via Saffi; via S. Ubaldo; via Fabiani; via Palmerucci, via Massarelli; via Gioia, via Piccotti; largo del Vescovado; largo Mastro Giorgio; via Alessandrini; via Appennino; via del Monte; via Mastro Giorgio; via Barbi; via Ansidei, secondo tratto (da via della Repubblica a corso Garibaldi); via Biscaccianti; via Cavallotti; via del Globo; via Fabbri; via Mantovani; via Ranghiasi; via Sperelli, via Boncompagni; via Franciarini; via Marionni; via Nelli; via Colombani; via Aquilante; via Abbati; via Baiardo; via Cantalmaggi; via Concioli; via Marianelli; via Menghini; via Nuti; via Ubaldini; vicolo della Formica; via Lucarelli; largo Domeniconi; via Bartocci; via Federico da Montefeltro; via S. Ubaldo.

Le arterie in cui si può accedere liberamente, ma non sostare (essendo la sosta riservata ai soli autorizzati) sono le seguenti:

- a. settore A: via del Popolo; via Vantaggi; via del Camignano, tratto da via dei Consoli a via Beccoli; via Beccoli; via Gabrielli, tratto da via del Popolo a porta Metauro; via dei Consoli, primo tratto (da piazza Bruno a via Camignano);
- b. settore B: via Reposati; via Dante; via Mazzini; via Falcucci; via Armanni; via Maffei.

Le arterie in cui si può accedere liberamente e sostare esponendo il disco orario o pagando il ticket del parcometro, sono le seguenti:

- a. settore A: piazza G. Bruno; via della Repubblica, tratto da corso Garibaldi a piazza 40 Martiri; parcheggio ex Seminario; piazza 40 Martiri, area compresa tra l'incrocio con via Piccardi - via Toschi Mosca - angolo prospiciente farmacia comunale; piazza 40 Martiri, tratto compreso tra angolo farmacia comunale e via Cavour;

b. settore B: piazza San Pietro; corso Garibaldi; via Cairoli; piazzale Frondizi; via Mazzatinti; traversa via Mazzatinti.

3.5.2. *Flussi di traffico nel Centro Storico*

La struttura della città, delimitata dalle mura urbane, offre come accesso privilegiato lo spazio lasciato vuoto dalla demolizione di Porta Marmorea; l'ingresso alla città è dunque naturalmente costituito da piazza 40 Martiri.

La piazza, da sempre sede del capolinea degli autobus, del più grande parcheggio del Centro Storico e del mercato settimanale, ha anche ospitato per secoli l'ospedale civile, vedendo così gravitare intorno a sé pressoché tutta la popolazione. Inoltre costituisce il principale luogo di incontro per iniziare la passeggiata in centro, tanto da essersi creata l'espressione idiomatica di "vedersi sotto l'orologio".

Il quartiere di San Martino è raggiungibile da Piazza 40 Martiri, transitando per via Cavour, percorribile solo dagli autorizzati, oppure da porta Castello, da cui possono transitare tutti liberamente per poi uscire da porta Metauro. La presenza di ambulatori medici (pediatrici) e centri sanitari nelle zone del Centro Storico in cui è consentito il transito, ma non la sosta, in particolare proprio nel quartiere di San Martino, rende difficile far rispettare il divieto di sosta.

Il quartiere di San Pietro è raggiungibile da porta Vittoria e da piazza 40 Martiri, percorrendo via Mazzatinti, nonché da porta Romana, liberamente da tutti. La presenza nel quartiere della scuola primaria e dell'infanzia, degli uffici comunali, della biblioteca comunale, oltre a quella di alcuni esercizi commerciali, implica una discreta affluenza di traffico. Nell'area è consentito il transito mentre la sosta, riservata ai residenti in tutte le vie, è consentita ai non autorizzati in piazza San Pietro e in via di Fonte Avellana con regolamentazione a disco orario.

Il transito è interdetto ai non autorizzati soltanto in via Baldassini, via Savelli della Porta (dall'intersezione con via Fabiani fino a via della Repubblica), in via Cavour, in via dei Consoli e in via XX Settembre.

La sosta è interdetta in piazza Grande, in piazza Bosone e in piazza Giordano Bruno; in tutte le altre vie la sosta è sempre consentita: in certe zone solo ai veicoli autorizzati ed in altre anche ai non autorizzati previa esposizione del disco orario o a pagamento mediante parcometro ed in altre ancora è consentita la sola attività di carico/scarico merci.

Le aree destinate allo scarico delle merci sono state individuate in piazza Oderisi, in via della Repubblica (ultimo tratto) e in piazza 40 Martiri, ovvero dove può essere consentita la fermata senza intralcio degli autocarri. E' evidente che la conformazione della città rende difficoltose le attività di consegna delle merci che, dalle aree sopra citate, devono essere portate ai vari negozi, talvolta anche distanti, seguendo percorsi non agevoli.

Il capolinea degli autobus, linee urbane ed extraurbane, è ubicato in piazza 40 Martiri, ad eccezione del giorno del mercato settimanale, quando viene spostato lungo via del Teatro romano. Anche gli autobus turistici effettuano la salita e la discesa dei passeggeri in piazza 40 Martiri per poi sostare nella zona degli impianti sportivi.

Una particolare regolamentazione è prevista per corso Garibaldi, (tradizionalmente considerato luogo di passeggio e incontro), dove il transito veicolare è vietato:

a. nel periodo estivo (da via Armani a via della Repubblica):

- dal lunedì al sabato, dalle ore 18:00 alle ore 06:00 del giorno successivo;
- i giorni festivi, dalle ore 11:00 alle ore 06:00 del giorno successivo;

b. nel periodo invernale (da via Maffei a via della Repubblica):

- il venerdì e i prefestivi, dalle ore 18:00 alle ore 20:00;

- i giorni festivi, dalle ore 11:00 alle ore 20:00;

Durante gli orari in cui il transito è permesso, è consentita la sosta previo pagamento del ticket.

Anche per via Cavour, normalmente aperta solo al transito degli autorizzati, è prevista la chiusura totale:

a. nel periodo estivo:

- dal lunedì al sabato, dalle ore 18:00 alle ore 06:00 del giorno successivo;
- i giorni festivi, dalle ore 11:00 alle ore 06:00 del giorno successivo;

b. nel periodo invernale:

- i giorni feriali, dalle ore 18:00 alle ore 20:00;
- i giorni festivi, dalle ore 11:00 alle ore 20:00.

La presenza di anelli aperti alla circolazione, limitrofi alle aree interdette, ed il continuo alternarsi di vie consentite e vie interdette, determinano un'osmosi di traffico. Infatti l'assenza di barriere ben evidenti e la sola segnaletica verticale non garantiscono l'immediato recepimento del divieto da parte degli automobilisti, dando spesso origine ad una sorta di viabilità parassitaria di mero attraversamento attuata solo per accorciare i percorsi.

3.5.3. Flussi di traffico di avvicinamento al Centro Storico

La conformazione della città e l'ubicazione dei "servizi", quali scuole, negozi, uffici, laboratori, luoghi di ritrovo, centri sportivi, a ridosso o nel Centro Storico, causano una concentrazione dei flussi di traffico, sia residenziali che turistici, in una zona ben definita: quella immediatamente a ridosso delle mura urbane. Di conseguenza le vie interessate dalla maggior mole di traffico, sia veicolare che pedonale, sono quelle che servono tale area urbana (ovvero via Leonardo da Vinci, via Parruccini, via Beniamino Ubaldi, via Perugina, piazza 40 Martiri, via del Teatro romano, via Bruno Buozzi, via di Porta Romana e via Campo di Marte). Queste strade costituiscono la rete viaria che collega tutte le periferie (essendo il naturale proseguimento delle uscite della "variante alla S.S. 219") al Centro Storico, nonché alle scuole secondarie, agli impianti sportivi, ai principali centri commerciali e ai parcheggi.

Specificatamente su via Perugina si immette il flusso di traffico proveniente dalle zone di espansione dell'area San Lazzaro - strada Dritta - Ortoguidone - Ferratelle, dalle frazioni di Cipolletto e Ponte d'Assi, e tutto quello comunale ed extracomunale proveniente dalla direttrice verso Perugia.

Su via Parruccini si immette il traffico proveniente dall'area di Fontanelle e dalle zone collinari e montane meridionali, oltre a quello derivante da via Leonardo da Vinci. Bisogna precisare che via Leonardo da Vinci accoglie i flussi di traffico, oltre che di tutta l'area di pertinenza della strada dell'intera zona sud-occidentale della città (da Madonna del Ponte a Mocaiana, fino ai confini più occidentali, compresa la vasta pianura), nonché il traffico proveniente da nord, (direzione Fano), dalla S.R. 452 della Contessa verso il Centro Storico.

Su via Parruccini e via Perugina confluisce anche il traffico proveniente dalle aree sud-orientali del territorio, (zone comprese tra Torre dei Calzolari e Branca, e dall'area di Ghigiano, Colpalombo, Carbonesca), collegate attraverso la S.S. n. 219.

Il traffico proveniente da est, da San Marco a Padule, per dirigersi verso il Centro Storico, predilige via di Porta Romana e via Campo di Marte.

Le motivazioni di tali percorrenze sono determinate dal fatto che:

- le scuole secondarie hanno sede tra via Parruccini e via Leonardo da Vinci;
- su via Perugina si trova l'edificio scolastico, uno dei principali poli, con la scuola dell'infanzia, primaria e secondaria di primo grado;

- nell'area di pertinenza di via Leonardo da Vinci e di via Beniamino Ubaldi sorgono i maggiori supermercati della città, nonché gli impianti sportivi maggiori, compreso lo stadio "Pietro Barbeti", la piscina comunale e il circolo tennis.

Anche via Beniamino Ubaldi è fortemente congestionata dal traffico, in quanto costituisce l'unica bretella di collegamento tra via Perugina e via Parruccini e perché fiancheggia i parcheggi di pertinenza dei centri commerciali, utilizzati come aree di scambio per la presenza delle fermate degli autobus extraurbani. Quindi tale asse viario è utilizzato anche come accesso ai luoghi di lunga sosta.

Da evidenziare che intorno via Parruccini sono ubicati i parcheggi liberi del Teatro romano, dell'ex-seminario e di Santa Lucia, ampiamente utilizzati perché prossimi al Centro Storico.

3.5.4. I parcheggi

Attualmente tutti, eugubini e turisti, tentano di parcheggiare in piazza 40 Martiri e, nei periodi di maggiore affluenza, quando il parcheggio a pagamento è completo, si formano lunghe file che provocano molteplici disagi alla circolazione; infatti la colonna di veicoli finisce col bloccare il transito in entrata e quindi l'incrocio semaforico.

Le altre aree di sosta privilegiata, sia dai residenti che dai turisti, sono:

- il piazzale antistante al Teatro romano, poiché chiaramente individuabile e appena fuori le mura;
- il parcheggio di Santo Spirito, nel cuore del Centro Storico;
- il parcheggio del Cavarello;
- il parcheggio dell'ex-seminario, in parte a sosta libera e in parte regolamentato a disco orario al fine di garantire un certo ricambio per coloro che hanno l'esigenza di raggiungere il Centro Storico per poco tempo;
- il parcheggio della Funivia, sul lato orientale del Centro Storico;
- il parcheggio, per meglio dire il campo sterrato, della Guastuglia.

Vicinissimo al Centro Storico è anche il parcheggio (libero) di Santa Lucia, utilizzato come parcheggio giornaliero; mentre poco sfruttato è il parcheggio di San Benedetto, sia per carenza di indicazioni che per la mancanza di collegamenti pedonali "diretti" con il Centro Storico.

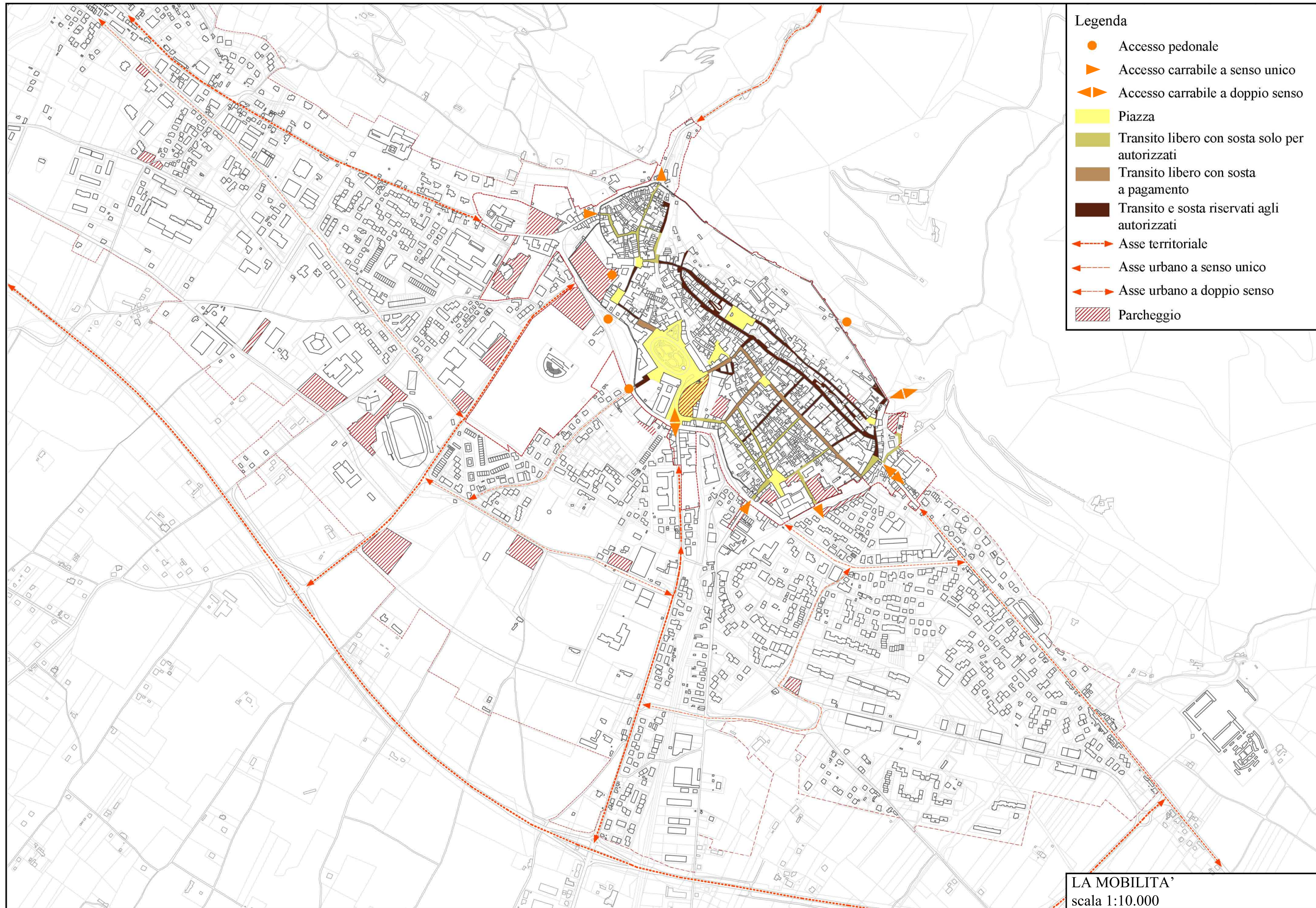
Oltre ai parcheggi vicini al Centro Storico esistono:

- i parcheggi di pertinenza dei centri commerciali di via Beniamino Ubaldi, utilizzati sia come aree di scambio che come area di sosta per dirigersi nel Centro Storico;
- il parcheggio dello stadio, in via del Bottagnone, libero per gran parte del giorno, poiché viene solo parzialmente utilizzato dai frequentatori della piscina e delle vicine scuole superiori;
- il parcheggio dell'Istituto "Cassata Gattapone" (indirizzo economico e professionale);
- il parcheggio del centro commerciale, loc. Contessa;
- il parcheggio in prossimità della chiesa della Vittorina.

Tutti questi parcheggi, devono essere sicuramente valorizzati, messi in rete e collegati con sistemi che ne consentano "l'avvicinamento" al Centro Storico.

Inoltre è doveroso ricordare che il parcheggio di San Pietro, una volta ultimato, offre nel cuore della città storica circa 300 posti auto (diversamente organizzati), nonché la previsione urbanistica del parcheggio dell'ex orfanelle, per circa 150 posti auto, che potrebbe garantire la completa autonomia della parte alta della città.

Per una migliore lettura è stato redatto l'allegato elaborato grafico: LA MOBILITA', scala 1: 10.000.



- Legenda**
- Accesso pedonale
 - ▶ Accesso carrabile a senso unico
 - ◄▶ Accesso carrabile a doppio senso
 - Piazza
 - Transito libero con sosta solo per autorizzati
 - Transito libero con sosta a pagamento
 - Transito e sosta riservati agli autorizzati
 - ↔ Asse territoriale
 - Asse urbano a senso unico
 - ↔ Asse urbano a doppio senso
 - ▨ Parcheggio

LA MOBILITA'
scala 1:10.000

3.6. *I “luoghi” dei giovani*

Lo studio ha preso come campione la fascia di età dai 15 ai 29 anni per trarre informazioni su: comportamenti, utilizzi e, anche, abusi dello spazio urbano. Nell'allegato elaborato grafico: I “LUOGHI” DEI GIOVANI, scala 1: 5.000, sono stati evidenziati i risultati più significativi.

Il Centro Storico è da sempre lo spazio urbano più frequentato dai residenti del comune, grazie alle sue caratteristiche che lo hanno reso un luogo identitario, significativo e quindi di forte attrattività.

La grande estensione territoriale del comune di Gubbio non causa una diminuzione di affluenza dei giovani, di ogni area e frazione, verso il Centro Storico. I flussi avvengono in giorni e ore ben precisi, ovvero nelle festività e nelle ore del tardo pomeriggio e serali.

Nell'analisi sono stati individuati i luoghi più frequentati dai giovani: locali, spazi aperti e servizi pubblici, che vedono sempre una concentrazione e uno stazionamento più o meno significativo del campione.

La biblioteca e l'oratorio sono gli unici servizi pubblici che sono stati indicati nell'elaborato grafico. La biblioteca, luogo funzionale all'incontro e confronto tra coetanei, oggi è anche vissuta come luogo di silenzio e concentrazione, che consente di isolarsi dalle numerose dispersioni dei nostri tempi.

I locali cartografati sono distinti in due classi specifiche, quella con media affluenza e quella con grande affluenza (con persone che stazionano anche nella parte esterna al locale).

I comportamenti sociali che caratterizzano questi locali variano da comportamenti corretti a comportamenti anomali che “consumano” in maniera negativa la città. L'utilizzo eccessivo di alcool determina spesso situazioni spiacevoli, con la conseguente protesta dei residenti.

Oltre i locali privati è stata individuata piazza San Giovanni, che negli ultimi anni ha ripreso vita e vivacità; infatti si vedono moltissimi giovani che si trattengono sulle scalinate della chiesa o in sedute funzionali emerse dal progetto, come per esempio la fontana. La posizione della piazza è strategica e centrale, anche per questo i giovani e la città se ne sono riappropriati.

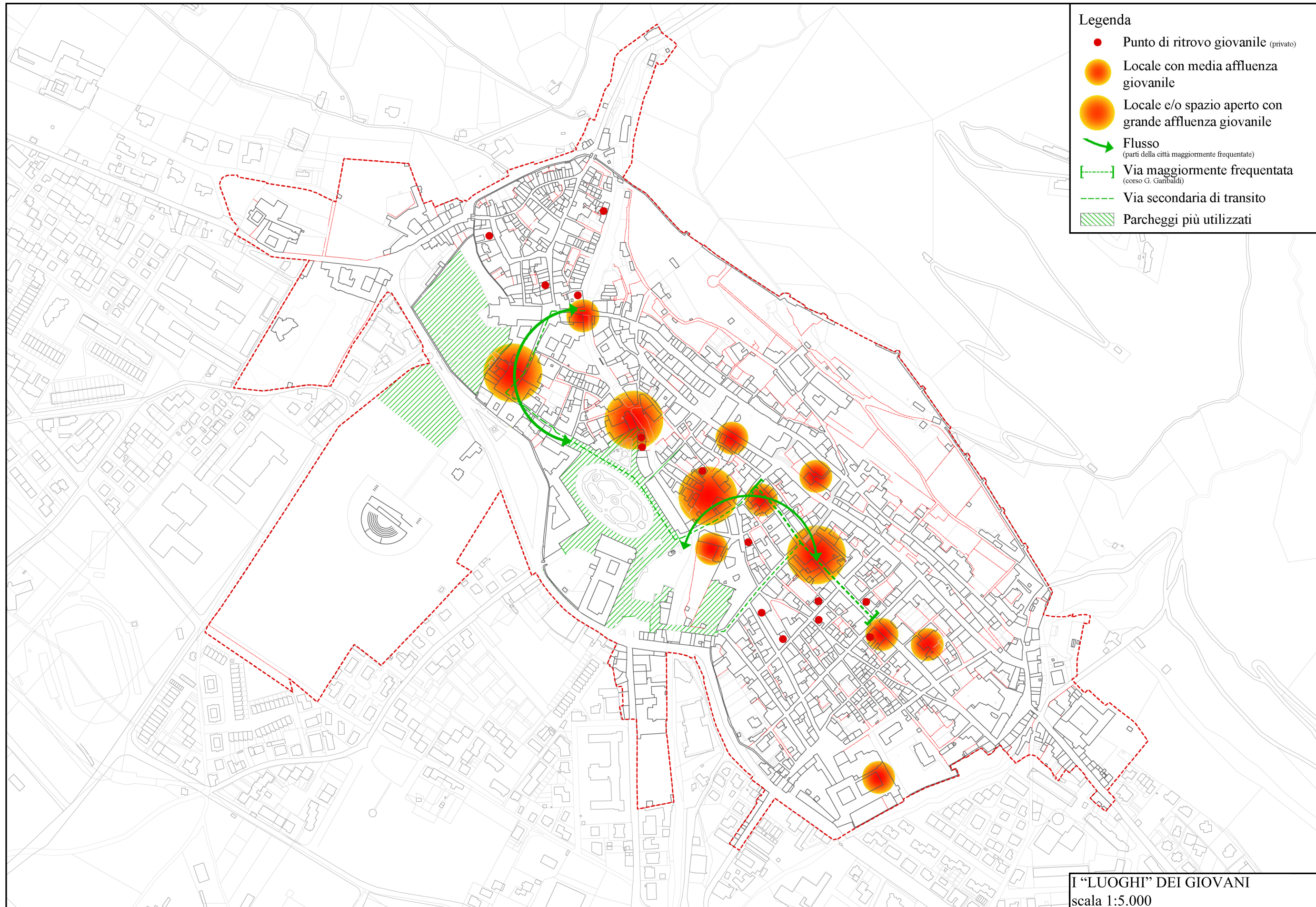
I percorsi principali sono stati suddivisi in: percorsi di stazionamento, cioè corso Garibaldi, dove la passeggiata ricreativa è lo scopo principale, e quelli di transito, ovvero le vie funzionali al passaggio da un punto ad un altro.

Negli anni l'immagine di corso Garibaldi si è formata e modellata attraverso l'immaginario dei cittadini; infatti il vero tratto della via non coincide con lo spazio identitario che gli eugubini utilizzano e riconoscono come corso. Questo si riflette anche nella distribuzione delle attività commerciali che si trovano nel tratto suddetto lasciando inutilizzata, quasi, la metà della via.

Sono stati individuati anche i parcheggi più usati dai giovani per raggiungere i locali o gli spazi di loro interesse. I flussi dinamici nella città storica possono essere identificati nella parte centrale e nella parte ad ovest, facendo emergere la forte carenza della parte est, in particolare il quartiere di San Pietro.

Da ultimo è stata affrontata la questione dei ritrovi giovanili privati che hanno investito il Centro Storico. Il fenomeno è anomalo, innanzitutto perché non sono più ritrovi e gruppi di quartiere ma, ormai, anche giovani non residenti nel Centro Storico trovano rifugio in questi locali, riempiendo abitualmente di ciclomotori gli spazi vicini, con non poche proteste da parte dei residenti e non solo. Secondariamente questo comportamento alimenta un individualismo tipico e insito nella comunità eugubina.

Scattano meccanismi di chiusura al confronto e a tutto quello che non si conosce, cose o persone che siano. Il sentirsi parte di un gruppo più o meno noto determina una chiusura mentale e un attaccamento viscerale che da un lato dà sicurezza all'interno del gruppo e dall'altro accresce l'isolamento.



- Legenda**
- Punto di ritrovo giovanile (privato)
 - Locale con media affluenza giovanile
 - Locale e/o spazio aperto con grande affluenza giovanile
 - ➔ Flusso (parti della città maggiormente frequentate)
 - [---] Via maggiormente frequentata (corso G. Garibaldi)
 - Via secondaria di transito
 - ▨ Parcheggi più utilizzati

I "LUOGHI" DEI GIOVANI
scala 1:5.000

4. ANALISI DELLE CRITICITA'/OPPORTUNITA' (SWOT ANALYSIS, ANALISI DI POSIZIONAMENTO)

Sulla base:

- delle analisi del contesto territoriale (l'evoluzione demografica, i servizi, il settore turistico, il settore commerciale, la mobilità, i "luoghi" dei giovani);
- dell'esame della legislazione nazionale e regionale;
- del Piano Regolatore Generale, parte strutturale, e del Piano Regolatore Generale, parte operativa;
- dei documenti di programmazione dell'ente;
- degli studi sul Centro Storico;
- degli incontri partecipativi;

dopo aver effettuato i necessari approfondimenti sono stati individuati:

PUNTI DI FORZA
<p><i>vivacità del tessuto sociale e forte senso di appartenenza</i></p> <p><i>esplicite tendenze da parte dei giovani di voler "vivere" il Centro Storico</i></p> <p><i>patrimonio storico-architettonico di valenza mondiale</i></p> <p><i>patrimonio paesaggistico-ambientale</i></p> <p><i>patrimonio archeologico</i></p> <p><i>patrimonio immobiliare</i></p> <p><i>elevata dotazione dei servizi pubblici</i></p> <p><i>numerosi "luoghi della cultura"</i></p> <p><i>elevato numero di manifestazioni, di valenza nazionale/internazionale, nel Centro Storico</i></p> <p><i>sistema commerciale strutturato e di qualità</i></p> <p><i>artigianato di pregio</i></p> <p><i>prodotti gastronomici di eccellenza</i></p>

PUNTI DI DEBOLEZZA
<p><i>isolamento della città rispetto alle infrastrutture di rilevanza nazionale</i></p> <p><i>mancanza di "sistemi" di trasporti alternativi (per persone e merci)</i></p> <p><i>breve presenza turistica media (turismo "mordi e fuggi")</i></p> <p><i>mancanza di un soggetto unico (o almeno di un forte coordinamento) per la promozione della città</i></p> <p><i>sufficiente formazione professionale del personale utilizzato nelle attività turistico-ricettive</i></p> <p><i>carenza di manutenzione degli spazi pubblici (piazze, vie, corsi d'acqua)</i></p> <p><i>tendenza alla fuoriuscita di attività terziarie private dal Centro Storico</i></p>

CRITICITA'

patrimonio immobiliare parzialmente utilizzato
alti costi delle abitazioni
eccessivo congestionamento del traffico in alcune vie
percorsi pedonali e carrabili indistinti
assenza di un assetto territoriale omogeneo delle attività commerciali
insufficiente promozione turistica
proliferazione di oggetti, inutili e disorganizzati, nello spazio urbano

OPPORTUNITA'

riconoscimento di Gubbio quale caposaldo della civiltà umbra
riorganizzazione dei servizi pubblici (piano regolatore delle proprietà pubbliche)
polo per attività convegnistiche ed espositive
città della cultura
il piano programma della manutenzione urbana
miglioramento della mobilità e dell'accessibilità
valorizzazione dello spazio pubblico
definizione e promozione di itinerari culturali
realizzazione di un centro commerciale naturale nel Centro Storico
realizzazione di un mercato coperto
attivazione di una zona fiscalmente protetta
piano di marketing urbano
formazione professionale per gli operatori del settore turistico e commerciale

5. GUBBIO CAPOSALDO DELLA CIVILTÀ UMBRA

Il riconoscimento della struttura eugubina quale caposaldo della civiltà umbra passa attraverso la riscoperta e l'evidenziazione della molteplicità dei segni che la storia vi ha prodotto e vi ha impresso; con l'accortezza di leggerne la complessità e il patrimonio di elementi sia materiali che immateriali che la città e il territorio conservano.

Le “Tavole Eugubine”, con la conservazione dell'antico idioma degli Umbri, ne rappresentano uno dei caposaldi; assieme alle tracce della cultura romana leggibili nell'anfiteatro ubicato “ai piedi” della città medievale stratificata e addossata alle falde del monte Ingino.

Proprio essa costituisce l'oggetto principale del Quadro Strategico di Valorizzazione, con la sua matericità, ma anche con la cultura che ha prodotto nel corso dei secoli.

Inutile citare la Festa dei Ceri, nota nel mondo, o il Palio della Balestra, per esemplificare la forza delle tradizioni immateriali che rendono viva una città e la sua comunità.

La valorizzazione di questo complesso di fattori, nei quali si intrecciano gli elementi stilistici e identitari della città, forma oggetto di alcune azioni basilari che andranno sviluppate e dettagliate tematicamente.

Di esse, in questa fase, vengono tracciati alcuni elementi contenutistici e metodologici, il cui pieno sviluppo è da affidare alla redazione di appositi elaborati tematici.

5.1. La comunicazione e il marketing urbano

5.1.1. Un Piano di Marketing Urbano

L'obiettivo di un Piano di Marketing Urbano è quello di:

- valorizzare le risorse locali (culturali, sociali, ambientali, turistiche, economiche ed infrastrutturali);
- sostenere la competizione territoriale, migliorando la qualità e favorendo la sostenibilità dello sviluppo;
- ricercare il più ampio consenso attorno a piani e progetti di sviluppo dell'area, coinvolgendo attivamente i soggetti territoriali nelle fasi di progettazione, attuazione e gestione degli interventi.

Il percorso che occorre praticare nel lungo periodo è quello di portare la realtà locale ad un livello qualitativo di vita superiore a quello esistente, migliorando e valorizzando da un lato le caratteristiche storico-culturali, dall'altro il sistema dei servizi alla persona.

Per arrivare ad ipotizzare questo, in un orizzonte temporale di medio termine, le istituzioni devono adoperarsi a svolgere nel breve periodo interventi che siano costruttivi per la futura immagine della città di Gubbio.

Il Piano di Marketing deve avere un valore strategico e deve evidenziare obiettivi finalizzati alla valorizzazione delle risorse locali come "sistema di qualità urbana" in grado di attrarre attenzione e risorse dall'esterno.

L'attenzione si pone allora su due ambiti:

1. la promozione del patrimonio artistico/culturale;
 2. la promozione e l'incentivo ad aumentare e migliorare i servizi alla persona;
- con l'obiettivo generale di sviluppare un'azione di comunicazione mirata alla diffusione di una chiara immagine del territorio e dei soggetti che in esso operano e si riconoscono, implementando in modo significativo il network delle relazioni interne ed esterne tra istituzioni pubbliche e organizzazioni private.

Il Piano di Marketing rappresenta infine uno strumento che nel migliorare e nel promuovere l'immagine di una città, da offrire alla fruizione esterna (turismo) e da rendere attrattiva per chi può operare in essa nuovi interventi e investimenti, modifica e migliora il suo modo d'essere anche a vantaggio dei propri cittadini.

Una città ricca di opportunità, è innanzitutto un luogo del buon vivere; una città attrattiva e ospitale è di per sé una città inclusiva; una città caratterizzata da elementi di pregio architettonico e artistico rappresenta un luogo nel quale si desidera vivere e operare.

In questo senso il marketing rappresenta un fattore di miglioramento della qualità del vivere nella città che ne mette in atto le tecniche e le scelte strategiche.

5.1.2. La metodologia da sviluppare

Per affrontare efficacemente le linee di promozione di un territorio, occorre seguire alcuni schemi offerti dalla teoria accademica: passaggi obbligati ed analisi specifiche, che offrono la possibilità di individuare le linee da seguire e le strategie su cui puntare, per sostenere quel rafforzamento, quell'incremento d'immagine e quel miglioramento nella qualità dello sviluppo che si intende perseguire con un piano di marketing territoriale.

La promozione dei territori si focalizza quindi sugli elementi distintivi di una città per massimizzare e rendere migliori i fattori chiave (elementi distintivi) che la rendono competitiva alla scala territoriale, nazionale e, nel caso di Gubbio, internazionale.

È altresì importante guardare al lavoro che altri enti pubblici hanno messo in moto nel recente passato per promuovere il loro territorio; adesso più che mai, il momento è

opportuno per svolgere questo tipo di analisi non in funzione di apprendere elementi di spunto utili al “caso Gubbio”, ma quantomeno al fine di verificare la dinamicità e l’interesse che caratterizza lo sviluppo del territorio per le altre pubbliche amministrazioni, nonché l’organizzazione e la gestione che accompagna e sostiene l’intero processo.

Da un’analisi sia pure sommaria riguardante la visione di alcuni tra i principali piani di marketing territoriale sviluppati sul territorio nazionale possiamo trarre alcuni elementi comuni di particolare interesse e riflessione:

- a. I piani hanno un ambito d’interesse e d’intervento di dimensione territoriale;
- b. l’istituzione di Tavoli di Marketing Territoriale, ai quali presenziano più istituzioni pubbliche territoriali (comune e provincia), Camera di Commercio, varie fondazioni ed associazioni, privati.

Sottolineare quest’ultimo aspetto è importante. L’integrazione di più attori pubblici e privati è portatrice di diversi punti di vista e differenti interessi, talvolta contrastanti tra loro, ma indispensabile per il raggiungimento di un obiettivo che interessa varie aree di intervento, in cui differenti enti hanno competenza.

La *metodologia* da seguire deve tenere conto dell’importanza e necessità di sviluppare una azione di comunicazione mirata alla diffusione di una chiara immagine del territorio e dei soggetti che in esso operano e si riconoscono, implementando in modo significativo il network delle relazioni interne ed esterne tra istituzioni pubbliche e organizzazioni private.

I principi operativi devono:

1. definire linee guida e progetti, di concerto con le altre aree funzionali dell’ente, delle iniziative di marketing territoriale;
2. progettare e pianificare partnership con altri enti istituzionali ed economici del territorio e coordinamento operativo;
3. supportare ed assistere alle diverse aree funzionali dell’ente nello sviluppo di rapporti con ministeri ed unione europea, con particolare riferimento alle attività di partenariato istituzionale finalizzato alla presentazione di richieste di finanziamento per progetti ritenuti prioritari ed innovativi.

5.2. *Gli itinerari culturali*

Lo sviluppo delle azioni di promozione della città di Gubbio non possono che prendere forma a partire dalla ricchezza del patrimonio storico-artistico diffuso al suo interno; una ricchezza talmente vasta da richiedere di essere messa a regime e proposta attraverso la definizione di itinerari culturali e paesaggistici.

La messa a punto di tali itinerari deve essere accompagnata da un progetto di valorizzazione e informazione, allo scopo di renderli accessibili, praticabili e leggibili da cittadini, visitatori e turisti.

Queste azioni devono tendere a rendere fruibili e percepibili le qualità simboliche del territorio eugubino nel quale si intrecciano elementi documentati, dalla ricchezza architettonica e monumentale, a tradizioni proprie di un passato nel quale hanno preso corpo vicende e tradizioni legate, ad esempio, alla presenza di San Francesco.

L'insieme di questi itinerari può essere tematizzato attraverso la messa in atto e l'attrezzamento di:

- a. *un percorso nella storia*, che si svolga a partire dalle presenze romane del teatro e del vicino mausoleo, fino a toccare le emergenze storiche medievali del palazzo del Capitano del Popolo, nonché il complesso della piazza Grande, caratterizzata dalla presenza del palazzo dei Consoli (dove sono esposte le “tavole eugubine”) e del palazzo Pretorio. Il percorso sale poi al palazzo Ducale (memoria della presenza eugubina di Federico da Montefeltro) e alla Cattedrale;
- b. *un percorso nella religiosità*, che prenda avvio dalla chiesa di San Francesco, di impianto duecentesco e ricca delle memorie della presenza francescana a Gubbio, per salire alle antiche chiese di San Pietro, di San Domenico e San Giovanni Battista, poi alla Cattedrale; infine, attraverso il pendio scosceso del monte Ingino, fino alla sua sommità dove sorge la basilica di Sant'Ubaldo;
- c. *il percorso delle mura*, che cingono il nucleo della città medievale, evidenziando lo stretto legame in essere fra la struttura urbana e il contesto territoriale circostante. La ricchezza degli elementi documentali, le antiche porte, la forza delle strutture difensive superstiti danno grande suggestione a questo itinerario che andrebbe accompagnato da un percorso praticabile da visitatori e turisti;
- d. *il percorso naturalistico*, imperniato sulla presenza urbana del torrente Camignano che determina scorci urbani di grande valore paesaggistico, ma certamente focalizzato sulla Gola del Bottaccione (lungo l'acquedotto), per l'attrattività che la caratterizza, essendo stato rinvenuto, nella parte sommitale, uno strato noto a livello internazionale come “livello K/T ad iridio”; sulla presenza di tale materiale (assai raro sulla terra) si è sviluppata la teoria di una sua provenienza extra-terrestre. Magari di un asteroide che, schiantatosi sulla terra circa 65 milioni di anni fa, abbia contribuito a provocare quegli enormi mutamenti climatici che portarono all'estinzione della specie dei dinosauri.

5.3. Lo spazio pubblico e il commercio

5.3.1. Lo spazio pubblico

Il tema dello spazio pubblico è come noto centrale per la valorizzazione della città esistente, nello specifico del Centro Storico. Gubbio è un insediamento di mezzacosta, è costituito da un nucleo murato adagiato sulla piana dalla quale si inerpicava verso monte, secondo una struttura appoggiata a una sequenza di assi conformi all'andamento delle curve di livello e un sistema di risalite tendenzialmente perpendicolari al pendio. La superba qualità degli spazi primari, tra i quali si annovera piazza Grande, luogo ad alto valore monumentale e simbolico tra i più rappresentativi d'Europa, non è sufficiente a garantire una qualità diffusa complessiva, non tanto dal punto di vista dell'assetto morfologico quanto per la vitalità, la interconnessione, le componenti, e dunque in generale per la fruizione dello spazio.

Tra gli obiettivi primari vi è quello di portare cittadini e visitatori a vivere la città storica nel suo complesso e non solo nelle parti più esposte. Rispetto ai residenti la sfida è quella di ristabilire un contatto quotidiano e continuo con il centro cittadino in quanto "luogo praticato". Questo implica una politica che attiene alle funzioni, ai servizi, al commercio ma anche alla qualità intrinseca dello spazio e alla sua leggibilità.

Questione prioritaria centrale da affrontare in maniera sistematica e organica è quella relativa alla accessibilità e al regime del traffico con particolare riferimento alle ZTL e eventuali isole pedonali. Naturalmente questo comporta la individuazione di percorsi di connessione veloce a partire dai parcheggi, di percorsi più lenti ma caratterizzati da migliore fruibilità anche per fasce deboli di utenza, itinerari di visita che favoriscano la valorizzazione di spazi urbani di pregio oggi scarsamente battuti.

Le sistemazioni di suolo rivestono un ruolo decisivo per la qualità degli spazi esse andranno programmate, sia come nuovi interventi sia come manutenzioni future, secondo un quadro coordinato e con un abaco di materiali appartenenti alla tradizione che preveda interventi di riqualificazione ma anche di ridefinizione morfologica e funzionale.

Altra questione importante riguarda i complementi di arredo dello spazio urbano: si tratta di eliminare ciò che è supefluo e incongruo e di definire una linea omogenea per un attrezzamento di servizio che sia discreto ma di qualità e con un carattere riconoscibile.

Tra i numerosi temi specifici localizzati si citano tra l'altro i seguenti che potranno essere oggetto di successivo approfondimento:

- a. piazza 40 Martiri, ovvero la porta principale del Centro Storico, uno spazio che necessita assolutamente di un progetto unitario di riconfigurazione;
- b. le mura (diversificate radicalmente in termini di ruolo e contesto tra valle e monte) con il relativo sistema di spazi aperti connessi all'interno e all'esterno, un sistema che richiede azioni volte a restituire continuità a un sistema di spazi episodico e frammentato;
- c. la connessione tra il Centro Storico e la zona archeologica dell'area romana Guastuglia-Teatro romano, attualmente due mondi contigui ma separati;
- d. la qualificazione del sistema di vuoti lungo i due corsi d'acqua che in buona parte dei tratti interni si configurano come "retri".

5.3.2. Il commercio

I dati relativi alle attività commerciali all'interno del Centro Storico se paragonati ad altri casi per qualità, dimensione, ruolo, accessibilità, non sono del tutto negativi. Osservando le dinamiche recenti a partire dal 2007 (anno che precede l'inizio

dell'ultima crisi congiunturale) registriamo addirittura un lieve incremento di esercizi attivi, ciò in controtendenza rispetto all'andamento nazionale. Il fenomeno si inquadra in una performance positiva dell'intero comune all'interno del quale l'offerta cresce complessivamente, in misura assai maggiore rispetto al parziale del Centro Storico. Ne consegue che il dato assoluto, seppure di modesta crescita, registra un calo della percentuale dell'incidenza della quota parte riferita al Centro Storico.

Due sono le considerazioni da fare utili a impostare una politica di implementazione delle attività del Centro Storico:

- a. la prima è che sostanzialmente il Centro Storico come punto di riferimento alla scala comunale tiene, e questo è un fatto positivo dovuto probabilmente a una condizione di "isolamento" del territorio eugubino tale da limitare la attrattività di altri centri limitrofi;
- b. la seconda è che la perdita di "peso" nel bilancio complessivo è indice di una tendenza in atto che seppure è agli inizi presenta un notevole livello di criticità anche in vista della realizzazione di nuovi centri commerciali prossimi al Centro Storico.

L'altro aspetto non secondario riguarda la tipologia delle attività che nel Centro Storico sono prevalentemente a servizio del turismo, anche questo è un fenomeno tipico di queste cittadine ma non per questo deve essere accettato come ineluttabile. A tale proposito è necessario sottolineare che l'offerta turistica soprattutto quella legata al souvenir di bassa qualità e di dubbia autenticità non soddisfa le esigenze di un turismo di livello medio-alto che è quello che tende a privilegiare queste mete, almeno in termini di permanenza. Fortunatamente nel Centro Storico tengono attività trainanti come il commercio di oggetti di pregio (es. preziosi) e settori quali l'abbigliamento che tradizionalmente sono quelli che stimolano "la passeggiata" per negozi anche da parte dei residenti.

Proprio questa condizione che si presenta critica ma non del tutto negativa permette di fondare azioni volte al pieno recupero della funzione commerciale del Centro Storico con l'obiettivo di realizzare un centro commerciale naturale.

I principali obiettivi sono:

1. rafforzare la funzione commerciale come anima e presidio del Centro Storico;
2. migliorare l'attrattività mediante un innalzamento della qualità dell'offerta;
3. potenziare le attività centrate sulle specificità e il saper fare locale evitando al contempo la specializzazione turistica e la banalizzazione del souvenir, incentivando determinati settori merceologici;
4. puntare alla integrazione e complementarietà tra un'offerta rivolta ai cittadini residenti e ai turisti;
5. incentivare la distribuzione capillare delle attività anche nelle parti meno frequentate;
6. tematizzare, per quanto possibile, le singole strade, piazze o parti del Centro Storico con un'offerta caratterizzante garantendo comunque un livello minimo di integrazione con il "commercio di vicinanza".

5.3.3. I mercati

Tra le attività commerciali un posto di rilievo nella tradizione della città storica è occupato dai mercati. Gubbio ha varie iniziative in questo senso che però necessitano di una sistematizzazione e di una "regia" complessiva in grado di aumentare i benefici limitando i disagi e soprattutto di ottimizzare le sinergie tra le attività diverse nel corso della giornata, e nella cadenza settimanale, mensile, annuale.

Tra gli obiettivi appare prioritario quello della individuazione di una sede per il mercato coperto. La soluzione migliore è quella dell'area dell'ex palestra nell'ambito della sistemazione finale del parcheggio di San Pietro. Tale localizzazione, adeguata, agevole

e accessibile, consentirebbe anche l'avvio di un processo di rivitalizzazione del quartiere attualmente in sofferenza.

Sia per il mercato settimanale che per tutte le iniziative episodiche o con cadenza periodica, dal mercato mensile dell'antiquariato, alla mostra annuale del tartufo, ai mercatini natalizi dell'artigianato, occorre redigere un piano specifico in modo da regolare, anche in relazione al regime del traffico, alla individuazione delle ZTL e alla dislocazione dei parcheggi, e soprattutto in relazione a dimensioni e tipologie dei mercati, idonee sedi con attenzione ad un obiettivo, per quanto possibile, di diffusione delle attività.

Particolare attenzione dovrà essere posta alle tipologie delle attrezzature espositive, in questo senso è auspicabile una regolamentazione che eviti, per quanto possibile, l'uso di strutture mobili non compatibili con la natura e il carattere dei luoghi.

5.4. Il sistema dei servizi nella “città pubblica”

La riflessione sull'assetto della “città pubblica” prende le mosse dall'organizzazione della rete dei servizi collettivi e degli spazi pubblici che sostanziano l'assetto di un contesto urbano, di un centro storico, determinando dinamiche d'uso che si stratificano e si consolidano nel tempo, fino ad entrare a far parte della quotidianità stessa di una comunità, di una città.

Talora a queste dinamiche e a queste consuetudini si somma un dato immateriale, ma profondo, costituito dall'elemento identitario che una comunità e una città esprimono. Fra identità, patrimonio storico e culturale e luoghi di rappresentanza della vita collettiva la relazione è stretta; e ancor più stretta diviene all'interno di un centro storico dove al ruolo funzionale degli edifici si somma lo stratificarsi dei significati che essi assumono attraverso l'uso collettivo.

Si generano in questo modo fattori di centralità funzionale e di identità urbana, difficili da cogliere nel loro lento comporsi, ma altrettanto difficili da distinguere e da separare, perchè alla loro formazione concorrono, al tempo stesso, fattori di natura materiale e immateriale.

La trasformazione degli assetti funzionali del centro storico e i fenomeni di costume e di cultura che ad essa si accompagnano, fanno di quell'area un luogo fragile, in uno stato di equilibrio sempre mutevole, ma capace di accogliere solo quelle trasformazioni che non vi si innestino in modo traumatico; pena la modificazione profonda del suo essere e del sistema di consuetudini e valori che esso esprime.

In questa cornice va inquadrato il processo di riassetto delle strutture e dei servizi della pubblica amministrazione nel Centro Storico; la loro presenza, più o meno concentrata, chiama in gioco un complesso sistema di indicatori legati alla loro accessibilità, alla loro attrattività, al livello di vitalità che essi assicurano al Centro Storico stesso.

Per valutare la portata di una riorganizzazione complessiva della “città pubblica”, occorre tenere anche conto delle esperienze che tante realtà italiane hanno vissuto nella fase in cui all'ordine del giorno stavano le politiche di “decentramento” e “razionalizzazione” delle strutture della pubblica amministrazione.

Da questo processo alcune città sono uscite completamente trasformate: i loro centri storici sono stati de-vitalizzati, l'insediamento delle funzioni fuoriuscite dalle aree urbane centrali hanno determinato, da subito, effetti di congestionamento di quartieri della città otto-novecentesca.

Di tutto questo occorre tenere conto anche nel caso di Gubbio, dove la presenza del “pubblico” ha contribuito a determinare un elevato livello di attrattività e di vitalità pur all'interno di un contesto ad alta presenza e frequentazione turistica; di tale contesto occorre tuttavia avere cura non solo in funzione di visitatori e turisti, ma innanzitutto valutandone i modi e i gradi di fruizione quotidiana da parte dei cittadini residenti.

5.4.1. Gli obiettivi e le azioni per la riorganizzazione della “città pubblica”

L'attuale assetto logistico dei servizi comunali è ispirato a criteri diffusivi sempre meno compatibili con le esigenze di razionalizzazione e contenimento della spesa delle pubbliche amministrazioni; se gli obiettivi dei decenni passati potevano infatti anteporre l'attrattività verso il Centro Storico rispetto all'economicità della gestione, oggi tali parametri risultano diversamente rapportati.

Una loro netta inversione sortirebbe, con ogni probabilità, risultati negativi, dal momento che alla logica “economicista” non occorre piegare le scelte-chiave dell'ente locale; tuttavia è innegabile che oggi alle pubbliche amministrazioni si presenti la sfida

consistente nel bilanciare e rendere quanto meno compatibili le scelte compiute per la valorizzazione del Centro Storico e per la razionalizzazione della rete dei propri servizi. Ma gli obiettivi a cui tendere non devono limitarsi a stabilizzare la qualità dei servizi erogati; paradossalmente proprio nel momento in cui la crisi della finanza locale è più acuta, la sfida deve tendere ad uscirne in positivo, introducendo scelte capaci di migliorare il livello dei servizi e di renderli più aderenti alle domande che la città e la società oggi formulano.

Alla luce di queste considerazioni, tre risultano gli obiettivi da delineare:

1. la razionalizzazione dell'assetto dei servizi che il comune offre alla città, alla comunità locale e ai fruitori di un Centro Storico di grande rilevanza storica e culturale;
2. la disponibilità dell'ente locale a dare risposta alle esigenze di strutture di servizio di livello territoriale, ottimizzandone la localizzazione e l'accessibilità alla scala vasta;
3. la messa a punto di proposte capaci di accrescere l'offerta di servizi e attività culturali a beneficio della città, ma anche della sua attrattività e, in ultima analisi, delle sue attività economiche.

Da questi obiettivi, conseguono tre azioni specifiche sulle quali si concentra l'attività del comune di Gubbio:

1. la riorganizzazione logistica dei servizi;
2. la realizzazione di una "città della salute";
3. la strutturazione di un polo per attività convegnistiche ed espositive

5.4.2. La riorganizzazione logistica dei servizi comunali

Valutando il grado potenziale di ottimizzazione delle sedi comunali ai fini del servizio reso ai cittadini, si ritiene necessaria e positiva la razionalizzazione degli uffici comunali, nei seguenti edifici:

1. *palazzo Pretorio (piazza Grande)*. E' la sede storica del comune di Gubbio e mantiene la propria centralità nel quadro delle strutture comunali. In essa permane la presenza degli organi istituzionali (Sindaco, Giunta comunale e Consiglio comunale) e degli uffici che presiedono alla loro attività (segreteria generale, ecc.) e alle funzioni di rappresentanza dell'ente;
2. *ex ospedale (parte) (piazza 40 Martiri)*. Dopo il trasferimento dell'ospedale (2008) nell'area di piazza 40 Martiri e del Teatro romano si è venuto a creare un vero e proprio vuoto urbano, con tutti i disagi conseguenti. L'edificio, oggi fortemente sottoutilizzato, ha la vocazione di struttura polifunzionale.

Vuoi per la localizzazione, cerniera tra il Centro Storico e il territorio, che per le caratteristiche l'ex ospedale è la soluzione ideale per realizzare la sede unica degli uffici comunali, con la collocazione:

- del servizio Personale, Affari Generali ed Organi Istituzionali (gran parte del personale);
- del servizio Avvocatura;
- del servizio Demografico, Statistico e Competenze di Cerimoniale;
- del settore Finanziario;
- del servizio Servizi Educativi e Diritto allo Studio;
- del servizio Programmazione e Servizi Sociali;
- del servizio Sviluppo Economico;
- del servizio Culturale;
- del settore Urbanistica, Pianificazione ambientale e Patrimonio;
- del settore Ambiente, Manutenzioni, Protezione civile, Energie rinnovabili (tranne il personale operaio);

- del settore Progetti Strategici e Lavori Pubblici;
- del servizio Polizia Municipale.

Certo con un progetto attento che deve ricucire piazza 40 Martiri, l'area del Teatro romano, l'area della Guastuglia, via del Teatro romano, mettendo al centro l'edificio dell'ex ospedale;

3. *il palazzo del Turismo* (del quale ci occuperemo in un successivo paragrafo).
Il processo di razionalizzazione delle attrezzature pubbliche, per avere successo, deve interessare la molteplicità delle attrezzature presenti. In particolare:
4. *il complesso di Santa Lucia (borgo Santa Lucia)*. Oggetto di lavori di restauro e rifunzionalizzazione (2011), deve essere completamente utilizzato sia come sede della Guardia di Finanza che della Casa Famiglia, struttura che da sempre, con grandi meriti, opera nel sociale a sostegno e in aiuto dei più bisognosi;
5. *il complesso di San Benedetto (parte) (via Tifernate)*. Attualmente "vuoto" causa lavori di restauro (piano terra quasi ultimato) che consentiranno di realizzare il Museo - Laboratorio Geopaleontologico della Gola del Bottaccione - Archivio della Terra. L'obiettivo è quello di realizzare un polo di eccellenza all'avanguardia in Italia, anche dal punto di vista tecnologico, legato alla Gola del Bottaccione;
6. *il teatro comunale (via del Popolo)*. Teatro storico (inaugurato nel 1862) che con i suoi 300 posti è inserito nel Teatro Stabile dell'Umbria;
7. *il complesso dell'ex seminario (parte) (via Cavour)*. E' un edificio collocato in posizione strategica rispetto al Centro Storico, in un punto di accesso da un sistema di parcheggi e significativi spazi aperti; il sottopassaggio che esso contiene porta direttamente al cuore del quartiere di San Martino. Sulla parte attualmente non utilizzata, è in corso di approvazione un progetto per collocarvi qualificate attività post-laurea, da parte della LUMSA (Libera Università Maria S.s. Assunta);
8. *il palazzo Toschi Mosca (via Cavour)*. E' sede della Casa di Riposo Mosca (residenza protetta per anziani), che eroga servizi assistenziali e sanitari a favore prevalentemente della popolazione anziana (>65) non autosufficiente o a rischio di perdita di autonomia;
9. *il Teatro romano e l'edificio del Teatro romano (via del Teatro romano)*. Il Teatro romano risalente alla fine del I sec. a.C. (la cavea doveva essere in origine divisa in due ordini di gradinate, appoggiati sopra costruzioni radiali in blocchi quadrangolari di calcare. All'apice del settore superiore insisteva un portico formato da 27 arcate in opera quadrate). Da questa breve descrizione si capisce la valenza del monumento. L'edificio limitrofo al Teatro romano, è adibito ad *antiquarium*;
10. *il complesso di San Pietro (via di Fonte Avellana)*. Presenta una sua strategicità sia come ubicazione che come dimensione. Sede ottimale per diventare la "casa della cultura" con la biblioteca Sperelliana, il centro di documentazione e studio sulla Festa dei Ceri, nonché la sede delle altre attività culturali;
11. *il monastero della Santissima Trinità (corso Garibaldi)*. E' una struttura privata, in parte restaurata. Per la sua valenza storico-architettonica e per la sua ubicazione assume una grande importanza per la valorizzazione del Centro Storico. Si auspica quindi l'inserimento di funzioni a prevalente interesse pubblico, magari legate al settore culturale;
12. *il palazzo Fonti (via Savelli della Porta)*. Attualmente vuoto. Per la sua bellezza e per la posizione strategica nel Centro Storico, ha la vocazione per ospitare una struttura museale espositiva;
13. *il palazzo dei Canonici (via Federico da Montefeltro)*. Sede del Museo Diocesano (raccolta d'arte che ripercorre la storia bimillenaria del luogo e di tutta la Diocesi eugubina);

14. *il palazzo Ducale (via Federico da Montefeltro)*. Realizzato a partire dal 1476 per volere di Federico di Montefeltro su disegno di Francesco di Giorgio Martini. E' sede del MAD - Museo d'Arte Palazzo Ducale;
15. *il palazzo dei Consoli (piazza grande)*. E' l'edificio simbolo della città di Gubbio. Unitamente a piazza Grande e al palazzo Pretorio rappresenta una delle più maestose e ardite realizzazioni medioevali. Sede del museo civico, conserva le Tavole eugubine (sette lastre in bronzo su cui è scritto il più importante testo in lingua umbra e la più estesa descrizione di riti religiosi che il mondo occidentale antico abbia mai restituito);
16. *il palazzo del Bargello (largo del Bargello)*. Ben conservato, è uno dei più completi e importanti monumenti della città. Oggi è sede dell'Esposizione Permanente della Balestra.

Alla luce delle considerazioni svolte, la rete delle attrezzature nel Centro Storico verrebbe a definire, principalmente, un asse longitudinale di sviluppo che comprenderebbe:

- il complesso di San Benedetto (parte);
- il complesso dell'ex Seminario (parte);
- il complesso monumentale del palazzo dei Consoli, della piazza Grande e del palazzo Pretorio;
- il palazzo Fonti;
- il complesso di San Pietro.

A tali presenze si integrano, dando ulteriore valore:

- il complesso di Santa Lucia;
- il Teatro comunale;
- il palazzo Toschi Mosca;
- il Teatro romano e l'edificio del Teatro romano;
- il monastero della Santissima Trinità;
- il palazzo dei Canonici;
- il palazzo Ducale;
- il palazzo del Bargello.

Tutte queste strutture devono essere messe in rete, in modo da offrire un'offerta culturale "unica" della città di Gubbio.

Gli altri immobili censiti e non ritenuti, prioritariamente, indispensabili per la valorizzazione del Centro Storico, dopo attente valutazioni possono essere oggetto di alienazione. In particolare l'edificio delle ex Orfanelle (via XX Settembre) che potrebbe essere destinato a funzioni abitative e attività economiche private. Per altro lo spazio aperto connesso con questo edificio e la particolare clivometria della collina eugubina potrebbe associare alle funzioni sopra elencate la possibilità di realizzazione di un parcheggio coperto su più livelli

5.4.3. *La "città della salute"*

La razionalizzazione delle attrezzature pubbliche vede in campo anche l'AUSL Umbria1, che dopo l'attivazione del nuovo ospedale di Gubbio-Gualdo Tadino, in loc. Branca, e sulla base di un progetto concertato con il Comune, intende realizzare, in una porzione dell'ex ospedale, in piazza 40 Martiri, la "città della salute".

L'obiettivo è quello di accorpate, in un unico polo, i diversi centri di erogazione dei servizi (Centro di Salute, Centro Unico Prenotazioni, Centro Prelievi, Dipartimento Tutela Salute Mentale, Dipartimento di Prevenzione, ecc.).

Questa scelta intende dar vita ad una struttura alla quale l'utenza di scala locale e territoriale può fare riferimento per le prestazioni di servizi sanitari; al tempo stesso, la

concentrazione degli uffici in un unico immobile comporta un'economia gestionale e un'ottimizzazione del loro funzionamento, anche in considerazione delle interrelazioni funzionali che fra essi si stabiliscono.

L'ubicazione della "città della salute" presenta vantaggi apprezzabili per gli utenti: essa si colloca infatti in un luogo ad elevata accessibilità, ben servito dal trasporto pubblico e dotato di ampi spazi di parcheggio. Si tratta inoltre di un luogo agevolmente accessibile, in quanto collocato nelle immediate adiacenze della città murata, ma esterno alle sue vie scoscese e di più ardua percorribilità da parte degli anziani e delle persone con difficoltà o limiti motori.

La "città della salute" concorre, inoltre, a fare di piazza 40 Martiri uno spazio attrezzato e ricco di strutture collettive, che rappresenta la porta privilegiata d'accesso al Centro Storico di impianto medievale.

In questo modo si vengono a costituire due polarità strettamente connesse: il polo della "città murata", dotato di grande attrattività storica, culturale e turistica; il polo funzionale della piazza 40 Martiri, dove vengono erogati i servizi indispensabili alla vita collettiva del centro eugubino e del territorio che su di esso gravita.

5.4.4. Il polo per le attività convegnistiche ed espositive

All'imbocco della via della Repubblica, quasi a sottolineare l'accesso principale alla "città murata", sorgono tre edifici capaci di ospitare funzioni di grande attrattività e rilievo, il cui funzionamento integrato può dare vita ad un polo di servizio all'intero Centro Storico.

Nell'analizzarne le potenzialità funzionali, occorre evidenziarne altresì le sinergie che essi possono stabilire, fino a dar vita ad un centro-servizi unitario, le cui strette interrelazioni vanno sottolineate anche attraverso una progettualità attenta sul sistema degli spazi aperti di reciproca connessione.

Le logge dei Tiratori. Si tratta di un edificio di rilievo e importanza per l'immagine e per la memoria urbana di Gubbio. Per il manufatto è stata formulata una proposta di intervento da parte di un soggetto privato, per una sua rifunzionalizzazione che ne preveda un riuso in funzione culturale ed espositiva. Il progetto prevede:

- piano terra: un percorso, tra piazza 40 Martiri e piazza San Giovanni, con la realizzazione di una passerella sul Camignano;
- piano primo: il mantenimento della sala convegni e la realizzazione di spazi per attività collaterali (registrazione partecipanti, guardaroba, ecc.);
- piano loggiato: la realizzazione di un ampio spazio per eventi culturali (mostre, concerti, convegni, ecc.) e i relativi servizi.

Al di là delle modalità d'intervento di cui l'edificio sarà oggetto, l'elemento fondamentale da considerare consiste nella funzione che ad esso è possibile assegnare: la proposta di una grande sala espositiva al piano dell'attuale loggiato e di una sala riunioni, sia pure di dimensione contenuta, può concorrere alla creazione di un polo convegnistico-espositivo del quale le logge dei Tiratori diventano un elemento rilevante. Circa i criteri progettuali da mettere in atto, si ritiene che la chiusura del loggiato rappresenta un'operazione plausibile se realizzata con vetrate significativamente arretrate rispetto al filo interno della pilastratura esterna dell'edificio; la soluzione distributiva che in tal modo potrà essere conferita al piano superiore deve risultare coerente con il suo particolare assetto tipologico, restituendo all'uso collettivo uno spazio unitario sul piano funzionale, morfologico e percettivo.

Intervenire sulle logge dei Tiratori significa tenere conto delle diverse prospettive visuali e dei molteplici caratteri relazionali che esse stabiliscono non solo con la piazza

40 Martiri, ma anche con altri diversi punti del Centro Storico dai quali se ne gode la visione, fra cui il complesso monumentale della piazza Grande.

Altre valutazioni o le scelte architettoniche e formali non competono a questo strumento, che riconosce peraltro l'importanza della proposta di riuso di questo edificio che si configura quale "porta d'accesso" al sistema della città medievale.

Il Palazzo del Turismo. Si tratta dell'edificio, posto in via Repubblica, nel quale trova sede il servizio turistico associato, in particolare l'ufficio turistico della città di Gubbio, luogo privilegiato per la richiesta di informazioni da parte di visitatori e turisti.

Pertanto la sua funzione assume un grande rilievo anche ai fini del sostegno all'economia di un centro che ha fatto del turismo uno dei principali ambiti occupazionali e una delle principali fonti di ricchezza per le tante attività economiche ad esso correlate.

Il ruolo che attualmente questa struttura svolge va ripensato e integrato nel più ampio sistema di accoglienza e di attrattività a cui può dare vita la formazione del polo per le attività convegnistiche ed espositive su piazza 40 Martiri.

Il centro congressi di Santo Spirito. La funzione dell'ex convento, con accessi diretti da via della Repubblica e dal piazzale A. Frondizi, è stata modificata nel tempo sia per ospitare alloggi di edilizia residenziale pubblica che per ospitare un nucleo congressuale (1990).

Attualmente è in corso un intervento di restauro e di rifunzionalizzazione del centro congressi che consente il riutilizzo delle seguenti strutture:

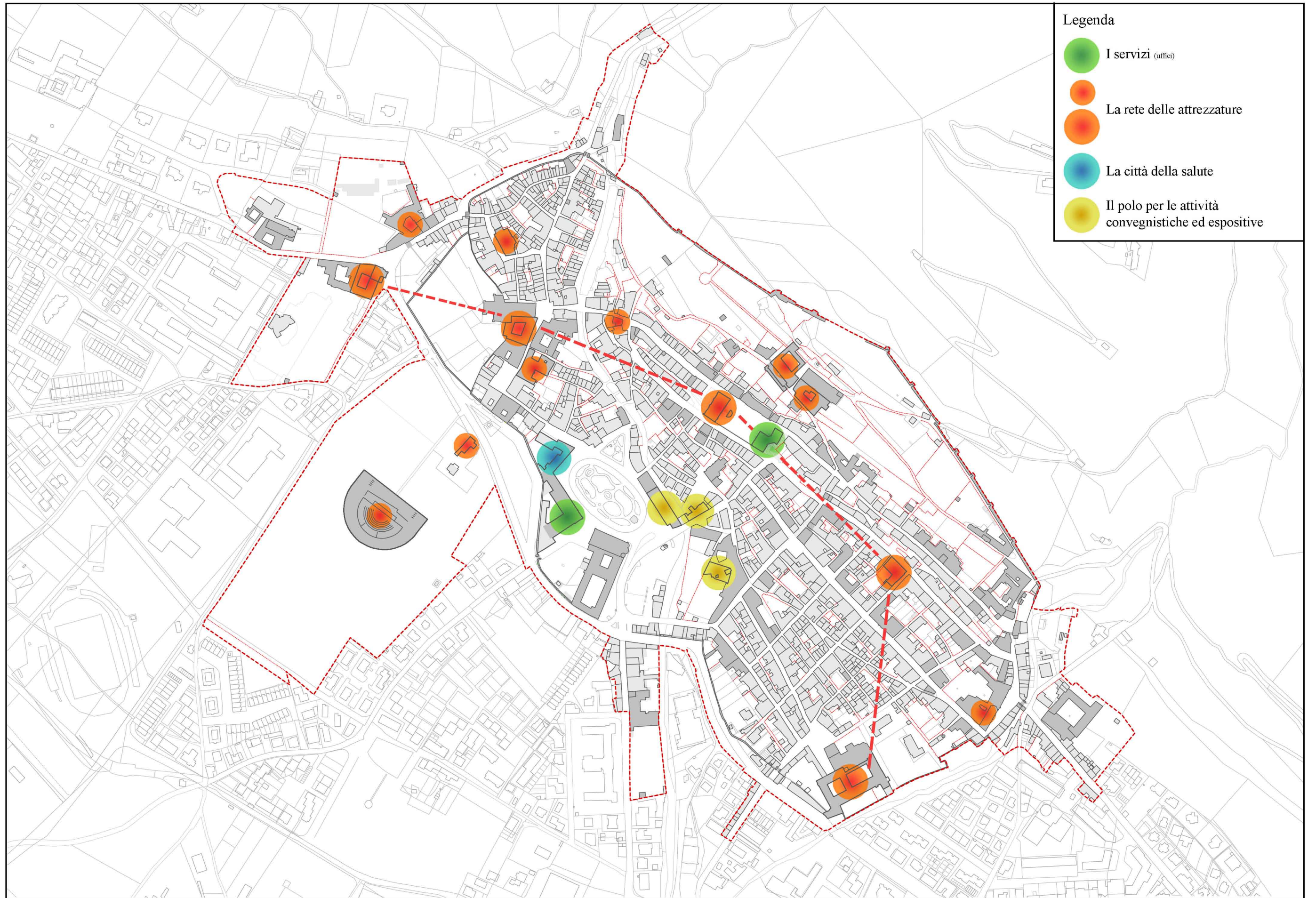
- sala del Gonfalone (primo e secondo livello) 250 posti;
- sala Clarmordina (terzo livello) 130 posti;
- sala stampa (terzo livello) 80 posti;
- sala (piano terra) 150 posti;
- area espositiva 500 mq;
- area catering/ristorazione e bar 300 mq;
- reception, segreteria, uffici 150 mq.

Il centro congressi Santo Spirito e le logge dei Tiratori possono comporsi armoniosamente all'interno di una logica gestionale che ne consenta una reciproca integrazione per permettere l'organizzazione e lo svolgimento di convegni e di "eventi" che richiedono più spazi di riunione di scale e dimensione diversa.

Le tre strutture sopra descritte sono dunque chiamate ad integrarsi reciprocamente, tanto da dare vita ad un unico polo di servizi che non diventi un elemento di attrattività alternativa rispetto al Centro Storico, ma che con esso stabilisca una relazione stretta, in modo da rafforzarne il ruolo e la funzionalità.

La dimensione urbana di Gubbio non lascia spazio alla formazione di centralità alternative, né tanto meno concorrenziali; essa richiede invece una forte capacità gestionale, affinché ogni azione che vi si sviluppa venga coerentemente indirizzata al rafforzamento e al consolidamento della funzione culturale, ma anche economica, che il Centro Storico deve continuare a svolgere nella prospettiva futura.

Per una più facile lettura le tre azioni specifiche sono state riportate nell'allegato elaborato grafico.



5.5. *Mobilità, accessibilità e sosta*

La predisposizione di un sistema integrato di mobilità e sosta è premessa indispensabile per il mantenimento e lo sviluppo di un buon grado di accessibilità, di qualità dello spazio pubblico e vivibilità per la qualificazione e valorizzazione della città storica.

Gubbio è una città murata, formata da una parte pianeggiante verso ovest che sale verso monte in direzione est, secondo una struttura urbana definita da una sequenza di isolati e strade conformi all'andamento delle curve di livello orientati essenzialmente da nord a sud, attraversato da un sistema di risalite tendenzialmente perpendicolari al pendio.

L'interesse storico e paesaggistico della città, l'unicità di alcuni ambiti monumentali, di cui il più noto è il complesso monumentale costituito dal palazzo dei Consoli, dalla piazza Grande e dal palazzo Pretorio, collocano Gubbio tra le istanze di conservazione, di valorizzazione del suo carattere storico-monumentale e quelle per lo sviluppo della sua contemporaneità costituita da un'espansione residenziale e produttiva, con un'alta dotazione di servizi e attrezzature collettive.

L'obiettivo è quello di garantire una qualità diffusa e complessiva della città consolidata, tra l'unicità dei tratti storici e paesaggistici e quelli, più convenzionali, della città pianificata con la moderna zonizzazione, per formare un modello di interconnessione che garantisca la vitalità e la corretta fruizione dello spazio urbano nel suo insieme.

Questo dal punto di vista della qualificazione dell'assetto morfologico, dell'equilibrata distribuzione dei flussi e delle tipologie di mobilità per una rinnovata percezione della città consolidata attraverso la migliore vivibilità e percorribilità dei suoi spazi pubblici.

La riorganizzazione della rete della mobilità e l'accessibilità alla città consolidata è opportuno che siano articolate almeno su due livelli integrati che:

- da un lato guardino la città di Gubbio rispetto ad una visione territoriale di carattere interregionale;
- dall'altro sviluppino strategie e politiche a scala locale legate al tema dell'accessibilità (sistema della sosta, pedonalizzazioni, piste ciclabili e percorsi pedonali, ecc.) e all'intermodalità tra diversi sistemi di trasporto (parcheggi scambiatori, trasporto pubblico, bike sharing, ecc.).

In tal senso, ad una prima lettura sovra-locale del territorio eugubino risulta evidente l'attuale "distanza" dalle principali arterie e nodi infrastrutturali del centro Italia, certamente penalizzante per lo sviluppo del settore turistico.

La città di Gubbio così come l'intera rete insediativa regionale umbra, necessitano di una progressiva apertura "passando da enclave a nodo di reti che la collocano nel modello tosco-umbro-marchigiano e che schiudono legami e collaborazioni possibili con la Val d'Arno, con Arezzo, con il Montefeltro attraverso la Gola del Furlo, con la Romagna e con l'Alto Lazio" (da Umbria, una città regione in metamorfosi (Sole 24 ore), 2013).

Allo stato attuale gli ambiti per un possibile intervento su questi primi aspetti sono:

1. la viabilità di raccordo al sistema regionale e interregionale che si integra alla rete del trasporto locale attraverso una strada a scorrimento veloce che si attesta direttamente ai due estremi della piana eugubina (SS della Contessa e SS 219 in direzione Mocaiana e SS 78 presso Branca), fungendo da circonvallazione per l'abitato di Gubbio. Questo punto, introduce un tema importante legato alle porte d'accesso principali al Centro Storico i cui flussi di traffico urbano e le aree di sosta sembrano concentrarsi nella parte sud (piazza 40 Martiri e ex seminario dentro le mura) e ovest (Teatro romano) della città, questo per l'esistenza di assi viari di collegamento diretto tra circonvallazione e la parte più permeabile del Centro Storico, con varchi e parcheggi posti ai margini, interno ed esterno, delle mura;

2. la mobilità a scala locale che è legata al tema dell'accessibilità al Centro Storico, alle polarità commerciali e alle attrezzature collettive della prima periferia, attraverso l'uso prevalente dell'automobile, nella sostanziale assenza di intermodalità tra diversi sistemi di trasporto per diverse ragioni: la mancanza della stazione ferroviaria e di parcheggi scambiatori, la marginalità del trasporto pubblico dedicato essenzialmente alla popolazione scolastica, l'assenza di una rete di percorsi dedicati (corsie preferenziali, ciclabili, pedonali).

Tra queste criticità emerge la mancanza di un sistema razionale ed efficace di ZTL nel Centro Storico, con la evidente penalizzazione dei flussi turistici, della rete commerciale del Centro Storico e più in generale della qualità urbana.

5.5.1. Gli ambiti e i temi di progetto

La viabilità di raccordo e le direttrici di accesso. Il sistema di viabilità attestato a corona, ai margini nord, ovest e sud della città, presenta alcuni aspetti di criticità ed altri di potenziale valorizzazione del sistema di interconnessione e intermodalità.

Una disparità di flussi penalizza l'accessibilità da sud, sia alla prima periferia che al quartiere di San Pietro (interno al Centro Storico), portando al ridotto utilizzo del parcheggio della Funivia e allo scarso afflusso di turisti e visitatori.

La morfologia urbana di questa parte di città, sviluppata sulla direttrice sud-est in continuità tra il Centro Storico e l'espansione residenziale, attraverso porta Romana e porta San Pietro, per densità del tessuto edificato, non presenta né un asse radiale di raccordo alla circonvallazione, né una dotazione significativa di parcheggi e spazi per la sosta, sia all'esterno che all'interno delle mura, fatti salvo il parcheggio della Funivia e il parcheggio del Cavarello. La situazione, relativamente alla sosta, verrà risolta con la realizzazione del parcheggio di San Pietro.

La prospettiva per l'incremento di interscambio verso il Centro Storico, su questa direttrice è rappresentata dalla prossima realizzazione delle opere di urbanizzazione del nuovo centro commerciale nella zona, che prevedono la realizzazione di un ampio parcheggio che potrebbe assumere funzione di interscambio.

Il maggiore afflusso verso il Centro Storico avviene sulle direttrici radiali (via Tifernate, via Parruccini e via Perugina) che dalla circonvallazione portano al centro; in particolare alle aree di parcheggio (Santa Lucia, San Benedetto, ex seminario, Teatro romano).

Un nuovo polo di interscambio. Tra via Parruccini e via Leonardo da Vinci è localizzata la più importante area per attrezzature pubbliche di Gubbio (il polo scolastico, il polo sportivo, lo stadio, ecc.), di grande attrattività per la popolazione locale ma anche di area più vasta; questo ambito è separato dal Centro Storico dalla grande area verde del Teatro romano, quindi sostanzialmente collegata ad esso attraverso uno spazio aperto di grande interesse storico e ambientale.

Le aree di parcheggio qui esistenti di pertinenza alle citate attrezzature che sono solo parzialmente occupate a rotazione, devono essere meglio attrezzate ed eventualmente ampliate, integrate con un nuovo terminal autobus in via del Teatro romano, (per il trasporto pubblico ed i bus turistici) con l'attivazione di un servizio di bus-navetta e di bike sharing, la realizzazione e valorizzazione di percorsi pedonali e ciclabili attraverso il parco archeologico, divenendo così il principale punto di interscambio con il Centro Storico, anche per l'arrivo e la distribuzione dei flussi turistici, valorizzando al contempo la parte storico-archeologica di Gubbio oggi separata dalla città murata.

Questa strategia porterebbe ad un miglioramento strutturale del sistema di accessibilità al Centro Storico e permetterebbe la costituzione di una ZTL e la riduzione del traffico al suo interno.

5.5.2. Piano della sosta ed estensione della ZTL

La sosta in Centro Storico. La sosta su strada all'interno del Centro Storico è solo in minima parte riservata a residenti, operatori e altri aventi titolo, in corrispondenza delle sole strade a traffico limitato, sostanzialmente quelle della zona a monte di corso Garibaldi.

Escluso il reticolo dei vicoli dove non sussiste lo spazio per la sosta e a volte la stessa percorrenza di autoveicoli, il resto delle strade oltre che liberamente accessibile è anche utilizzato per la sosta di automezzi.

Questa premessa porta alla considerazione che la sostanziale riduzione della sosta su strada all'interno di un'area ampliata di ZTL non comporterebbe un inatteso disagio per i residenti, che anzi potrebbero in parte usufruire di spazi di sosta ora a libero accesso.

Il piano della sosta per il Centro Storico, al fine di coniugare le esigenze di rispetto dei beni culturali e monumentali, la valorizzazione di questi e conseguentemente dei percorsi di visita e turistici, le esigenze di vivibilità dei residenti e degli operatori, l'accessibilità ai servizi pubblici, si deve articolare, nel medio periodo, con la seguente modalità:

- limitazione della sosta al solo carico-scarico nelle strade di interesse monumentale e commerciale;
- riduzione della sosta ad un solo lato della strada nei casi di significativa presenza residenziale;
- destinazione alla sosta dei soli residenti ed aventi titolo delle aree a parcheggio esistenti o in progetto interne al Centro Storico;
- destinazione alla sosta a pagamento con tariffa oraria dei parcheggi esistenti limitrofi al Centro Storico.

La classificazione del valore d'uso delle singole strade e del loro interesse culturale-monumentale deve avvenire con un più specifico censimento degli usi degli edifici, distinguendo i piani terra dai piani superiori (residenziale, terziario, commerciale), degli edifici destinati a funzioni pubbliche e della presenza e consistenza di complessi di interesse monumentale e storico testimoniale.

Da una prima ricognizione si distinguono:

- un primo ambito a monte di corso Garibaldi di specifico interesse monumentale a preminente fruizione turistica, con un commercio dedicato, pur in convivenza con la presenza residenziale diffusa;
- un secondo ambito a vocazione commerciale su corso Garibaldi e lungo le strade di collegamento tra le aree di sosta, le porte di accesso e la zona monumentale;
- un terzo ambito a sostanziale destinazione residenziale corrispondente al settore sud-est (quartiere di San Pietro);
- un quarto ambito a vocazione terziaria e servizi pubblici nella parte a ridosso delle mura occidentali (istituti socio-assistenziali, servizi culturali, sedi bancarie, uffici privati).

Il programma. Il nuovo polo scambiatore tra via Parruccini e via del Bottagnone è premessa essenziale nell'obiettivo di ridurre la sosta su strada oggi diffusa in tutto il Centro Storico; i parcheggi interni al perimetro delle mura devono essere riservati ai residenti e ad aventi titolo, in particolare le aree di piazza 40 Martiri, piazzale Frondizi, via di Fonte Avellana, orto di San Pietro, ex seminario e parte del parcheggio multipiano, in fase di costruzione, di San Pietro.

Altri parcheggi quali quelli di Santa Lucia, San Benedetto, della Funivia, del Cavarello, e parte del parcheggio multipiano, in fase di costruzione, di San Pietro, devono essere dedicati alla sosta oraria a pagamento, al fine di assicurare una dotazione, limitrofa al Centro Storico per la sosta breve a rotazione.

Le strade oggi occupate permanentemente da auto in sosta che dovranno essere, nel medio periodo, certamente escluse dalla sosta sono in sintesi corso Garibaldi, via dei Consoli, parte di via XX Settembre, via Baldassini, parte di via Savelli della Porta, salvo introdurre soluzioni per la sosta temporanea dei residenti.

L'estensione della ZTL. L'attuale ZTL del Centro Storico è costituita da più settori con regolamentazioni diverse che limitano il traffico effettivo ad un ambito ristretto, ma anch'esso frequentemente "violato" a causa dei numerosi varchi e attraversamenti per la libera circolazione.

Un programma di effettiva valorizzazione del Centro Storico che ne riconosca innanzitutto l'interesse storico-culturale, da condividere con i cittadini e gli operatori con obiettivi comuni anche di interesse economico, ancorchè di qualificazione e rivitalizzazione degli spazi pubblici, con l'estensione dei percorsi turistici, della rete di commercio specializzato, dell'uso dello spazio pubblico per iniziative di tradizione e innovative, ecc., passa certamente attraverso la riduzione del traffico autoveicolare.

Questo è dimostrato dallo stato attuale delle relazioni vitali ed efficaci tra pedonalità e presenza commerciale, tra rispetto e valorizzazione di pochi dei tanti monumenti e la circoscritta presenza di turisti; l'estensione della ZTL nel rispetto delle esigenze dei residenti e dell'accesso ai servizi pubblici è certamente parte integrante nel processo di valorizzazione e riqualificazione del Centro Storico.

Il programma deve svilupparsi nei seguenti punti:

- identificazione dei varchi di accesso e delimitazione di più settori di circolazione interna con riguardo ad una razionale mobilità interna che limiti la percorrenza dei veicoli;
- installazione di varchi elettronici in entrata e in uscita dal Centro Storico, al fine di circoscrivere la presenza di mezzi temporaneamente autorizzati;
- definizione di un'area limitata alla sola circolazione di bus-navetta e mezzi temporaneamente autorizzati per carico-scarico, persone e merci, nell'ambito di piazza 40 Martiri;
- definizione di un regolamento per l'incentivazione all'uso di mezzi elettrici e di distribuzione merci da "autoporto" con sistema dedicato.

Il sistema dei vicoli. Con questa definizione si intende una sequenza di spazi che costituiscono l'insieme della viabilità storica minore. I vicoli realizzano un sistema distributivo capillare e, prevalentemente, pedonale di supporto al sistema della viabilità e di fruizione dell'architettura della città storica.

Il vicolo è lo spazio più diffuso della città storica, per le sue caratteristiche è difficilmente utilizzabile dal mezzo privato veicolare. Questa sua peculiarità deve essere valorizzata attraverso interventi di arredo urbano e con una progressiva pedonalizzazione.

Tra gli obiettivi primari vi è quello di portare cittadini e visitatori a vivere la città storica nel suo complesso e non solo nelle parti più esposte. Rispetto ai residenti la sfida è quella di ristabilire un contatto quotidiano e continuo con il Centro Storico in quanto "luogo praticato". Questo implica una politica che attiene alle funzioni, ai servizi, al commercio ma anche alla qualità intrinseca dello spazio e alla sua leggibilità.

Questione prioritaria centrale, da affrontare in maniera sistematica e organica, è quella relativa alla accessibilità e al regime del traffico con particolare riferimento alle ZTL e ad eventuali isole pedonali. Naturalmente questo comporta la individuazione di percorsi di connessione veloce a partire dai parcheggi, di percorsi più lenti ma caratterizzati da migliore fruibilità anche per fasce deboli di utenza, itinerari di visita che favoriscano la valorizzazione di spazi urbani di pregio oggi scarsamente battuti.

5.6. *Il Centro Storico come “zona fiscalmente protetta”*

Le politiche di rivitalizzazione di una zona urbana, ma in particolare del Centro Storico, possono trovare forme di incentivazione attraverso l'utilizzo delle cosiddette “leve fiscali” che sono nella disponibilità degli enti locali. Ben poca cosa rispetto al sistema della fiscalità generale nazionale; e tuttavia utili per sottolineare l'interesse, la volontà del comune di promuovere e salvaguardare alcune modalità d'uso delle aree urbane centrali.

La finanza locale è composta da settori distinti:

- a. le aliquote relative alla tassazione dei redditi;
- b. le aliquote relative alla tassazione immobiliare;
- c. le tariffe per l'erogazione di pubblici servizi;
- d. gli oneri di urbanizzazione;

ognuna di tali voci di entrata deriva da specifiche disposizioni di legge e/o è regolamentata da atti approvati dal Consiglio Comunale.

5.6.1. *Le aliquote relative alla tassazione dei redditi*

La disposizione che permette a Regioni e comuni di introdurre proprie aliquote IRPEF, assegna ad essi alcuni margini di discrezionalità che consistono nella possibilità di porre la tassazione su aliquote più o meno elevate, comprese tuttavia in un range previsto dalla legge, ma che non possono operare in modo selettivo sul territorio.

Ciò significa che l'aliquota IRPEF viene applicata in modo discrezionale dal comune, ma una volta applicata questa discrezionalità, la medesima tariffa deve applicarsi in tutte le aree, le zone, i quartieri compresi nell'ambito del comune stesso.

Per questo occorre concludere che le aliquote relative alla tassazione IRPEF non possono costituire uno strumento praticabile al fine di incentivare attività o insediamenti all'interno delle diverse parti di un centro abitato.

5.6.2. *Le aliquote relative alla tassazione immobiliare*

Si tratta sostanzialmente dell'IMU (già ICI) che si applica in senso esteso al patrimonio immobiliare e che ha una duplice forma di elasticità: relativa all'ammontare dell'aliquota e relativa agli immobili o alle zone che ne possono essere esentati.

Peraltro il comune di Gubbio, all'art. 4, comma quarto, del proprio Regolamento prevede che possano essere stabilite aliquote agevolate “in favore dei proprietari che eseguono interventi volti al recupero di unità immobiliari inagibili o inabitabili, o interventi finalizzati al recupero di immobili di interesse artistico o architettonico localizzati nel centro storico” prevedendo che tale agevolazione possa essere applicata per la durata di tre anni dall'inizio dei lavori.

Dunque alcune tipologie di interventi (quali le opere di recupero di immobili nel Centro Storico) possono certamente godere di benefici fiscali al fine di agevolarne e incentivarne la realizzazione.

Alcuni comuni hanno anche abbattuto l'aliquota (per un arco temporale di due-tre anni) nel caso di esercizi commerciali vuoti, per impedire che venissero trasformati in autorimesse private; lo scopo era quello di mantenere la potenziale presenza di spazi per attività commerciali di base all'interno del centro storico, dove queste presenze tendono a scomparire.

5.6.3. *Le tariffe per l'erogazione di servizi pubblici*

Si tratta di un ventaglio piuttosto ampio di tariffe, che hanno in sé il requisito dell'elasticità e della selettività delle fattispecie a cui essere applicate; esperienze in

questa direzione sono state sviluppate da diversi comuni italiani che hanno dimostrato come questo insieme di strumenti finanziari pubblici possa essere utilizzato per operare scelte specifiche di governo del territorio.

Per ognuna delle tariffe praticate dal comune occorre peraltro svolgere una riflessione attenta circa il significato che assume la sua riduzione e circa l'incentivo reale che essa può offrire ai fini della valorizzazione della vivibilità del Centro Storico:

1. *TARES (Tributo Comunale sui Rifiuti e sui Servizi)*. Si tratta di un tributo quantificato complessivamente in modo tale da coprire il costo del servizio reso (in particolare lo smaltimento dei rifiuti urbani); ma nell'ambito di tale obiettivo, questo tributo si presta ad un'applicazione selettiva: alcuni comuni hanno alleggerito (o temporaneamente azzerato) il tributo sulle attività commerciali insediate (o di nuovo insediamento) all'interno del Centro Storico, ricaricando quanto non incassato a seguito di tale scelta, su altre strutture (es. centri commerciali, uffici bancari, ecc.). Alcuni comuni hanno anche assunto decisioni più radicali, azzerando per un triennio la fiscalità locale sugli esercizi commerciali di nuova apertura nel Centro Storico, ma tale scelta può comportare problemi tecnici in sede di bilancio, tanto da consigliare di decidere annualmente, in modo da non assumere impegni pluriennali;
2. *TASI (Tassa sui Servizi Indivisibili)*. La qualificazione e l'articolazione del tributo riprende le caratteristiche della TARES, prestandosi pertanto ad un uso selettivo che permetta di sviluppare politiche attive di sostegno per la valorizzazione del Centro Storico;
3. *Imposta Comunale sulla Pubblicità e le Pubbliche Affissioni*. Anche riguardo a tale imposta è possibile una diversa modulazione nelle diverse zone; tuttavia non sembra che questa scelta possa sortire effetti significativi, dal momento che gli spazi più ambiti per le affissioni, da parte della generalità dei soggetti, sono quelle maggiormente accessibili e frequentate nell'ambito della città. Nel Centro Storico si affiggono materiali pubblicitari relativi ad attività che si svolgono anche nelle porzioni esterne della città; pertanto non risulta produttiva una differenziazione delle tariffe nelle diverse zone del comune;
4. *Imposta per l'Occupazione dello Spazio Pubblico*. Si tratta di un'imposta che può permettere di agevolare l'attività nel Centro Storico, sia dal punto di vista della sua conservazione (attraverso la riduzione delle tasse sull'occupazione di suolo pubblico legate alle attività di cantiere), sia dal punto di vista della sua attrattività (con l'agevolazione concessa a luoghi di ristorazione e ritrovo). La riduzione o l'abbattimento dell'imposta possono pertanto essere effettuate a sostegno delle attività presenti nel Centro Storico, con l'accortezza di regolamentare il funzionamento di tali attività in orario notturno, per evitare l'effetto controproducente di "movida" che ha caratterizzato diverse città italiane dove il funzionamento di strutture all'aperto è entrata in conflitto con l'uso abitativo delle medesime zone urbane.

5.6.4. *Gli oneri di urbanizzazione*

Anche gli oneri di urbanizzazione possono essere modulati in modo da incentivare interventi in determinati ambiti della città.

La loro triplice composizione (oneri di urbanizzazione primaria, oneri di urbanizzazione secondaria, quota afferente al costo di costruzione) può prestarsi a svolgere considerazioni puntuali circa la riduzione di questa o quella voce, a seconda della necessità più o meno impellente di intervento sulle opere di urbanizzazione del Centro Storico.

Sono numerose le città che utilizzano la leva della riduzione degli oneri a sostegno di interventi ritenuti strategici per l'amministrazione comunale, pur in un periodo in cui

questi proventi si assottigliano in ragione della perdurante stagnazione dell'industria edilizia.

Potrebbe risultare produttivo accompagnare la riduzione degli oneri con indicazioni di politiche di rigenerazione urbana, giungendo alla loro riduzione a fronte di particolari interventi (restauro delle facciate, miglioramento energetico o antisismico degli edifici storici, ecc.).

6. LA MANUTENZIONE COME STRUMENTO DI VALORIZZAZIONE URBANA

Il Centro Storico ha caratteri particolari, che è necessario avere ben presenti prima di porre mano a qualsivoglia intervento inteso alla sua valorizzazione.

Il suo principale ingrediente (per così dire) è la *pietra*.

Non è la pietra di Assisi o di Spello, di aspetto più morbido e dolce che riflette la luce del sole in modo delicato ed avvolgente, ma è una pietra più scura, in qualche modo più antica e primitiva, che impressiona per la sua severità, che ancora risente della cava da cui è tratta, temperata soltanto dalla sua lavorazione per l'impiego che ne è stato fatto per lastricare le strade, costruire case e palazzi e mura.

Questa severità va rispettata e compresa, deve far parte di ogni volontà di valorizzazione attraverso interventi che la sappiano interpretare. È una premessa necessaria e tale da richiedere uno sforzo in più di concentrazione su quei valori che ne restituiscono la totale compattezza.

Parlare di ornato può essere offensivo e contraddittorio. Ornato in termini di ornamento richiama qualcosa che a Gubbio non è mai esistito.

La città di Gubbio intesa come *Paesaggio Storico Urbano* (v. raccomandazione Unesco, del novembre 2011) è un "*unicum*" che pretende un trattamento particolare nelle pratiche di manutenzione e nelle aggiunte di quegli elementi che si rendono necessari per la sua vita contemporanea, come l'illuminazione pubblica, la segnaletica, la riconfigurazione "attuale" degli stessi esercizi commerciali.

Al tempo stesso, ogni ipotesi di "museizzazione" del manufatto urbano è del tutto incoerente con la sua configurazione storica. Valorizzazione significa mantenere i caratteri senza offenderli con falsificazioni mimetiche consistenti in arredi finto-medioevali (es. le *lanterne* per illuminare gli spazi pubblici).

Così come il Centro Storico ha una *facies unitaria* dovuta alla presenza della pietra, occorre che ogni intervento per la sua fruizione contemporanea sia concepito unitariamente, attraverso un progetto che tenda a rappresentare una nuova identità che si affianchi a quella antica in modo da renderla ancora viva e presente.

Quindi vi è l'imperativo di un unico progetto gestito da un unico ufficio in modo esclusivo anche con supporto esterno (es. consulente esterno, un "designer" di riconosciuta qualità, convenzione con dipartimento universitario di "design", ecc.), coordinando quella pluralità di decisori che tradizionalmente intervengono l'uno senza confrontarsi con l'altro. Quindi illuminazione pubblica, segnaletica stradale, segnaletica turistica, esercizi commerciali (con dehors, tende vetrine ed insegne), tanto per fare degli esempi, devono far capo ad un unico progetto che nasca da una idea di design contemporaneo creato "*ad hoc*" con lo scopo di re-identificare la città storica valorizzandone e non mortificandone i valori e le qualità.

Nasce quindi anche la necessità di un rapporto con le industrie di produzione di tali oggetti di natura invertita, e cioè non il ricorso a prodotti sul mercato, ma proposta di manufatti disegnati da produrre e da fare oggetto di offerta.

Ecco perché è necessaria la formazione di un "*manuale di regole diseguate*", concepite in modo che ogni elemento sia il frutto di una concezione unitaria genuina, impostata secondo un *rigore* di assoluta pertinenza nelle scelte dei materiali, che saranno principalmente pietra, acciaio, cemento, cristallo, con "disegno" contemporaneo, eliminando ogni negativo riferimento a design finto storico, come le scritte goticizzanti o le forme arcaiche.

Occorrerà quindi in primo luogo *eliminare* superfetazioni e superflui elementi sparsi ovunque nella città storica, ripulirla da tutto ciò che è improprio e che ne offende l'autenticità.

Solo in questo modo Gubbio potrà aver restituita la sua grande qualità urbana ed acquistare, rispetto alle città storiche italiane, una preminenza di *stile*, un fattore in più di attrattività turistica ed un rilevante apprezzamento da parte dei suoi abitanti. Il che rappresenterebbe garanzia manutentiva più di ogni altra azione.

6.1. Il piano-programma della manutenzione urbana

6.1.1. Gli oggetti

Lo spazio pubblico urbano è invaso da una grande quantità di oggetti, per lo più utili, ma non sempre indispensabili e organizzati in maniera congrua.

Una loro prima elencazione può portare ad individuare:

- a. *gli impianti di pubblica illuminazione*. Nella maggior parte dei casi, vi è una grande discontinuità nella scelta degli apparecchi illuminanti ed il problema dell'adeguatezza e dell'ottimizzazione dei consumi è certamente prioritario, ma vi è anche un problema di "stile" che riguarda il "design" degli apparecchi illuminanti e l'esito dell'illuminazione nelle diverse parti della città;
- b. *i cassonetti per la raccolta dei rifiuti*. Problemi di estetica e di adeguatezza, in primo piano il colore, la forma, la dimensione e la collocazione. Innanzitutto deve essere adeguata la programmazione del servizio, differenziandola almeno fra il Centro Storico ed il resto, per quanto riguarda la raccolta ed i diversi utenti, residenziali e non. Anche il "design" degli oggetti dovrebbe essere adeguato ai diversi contesti urbani e la differenziazione fra Centro Storico e le altre zone si pone in termini di estetica. Peraltro, tutto il problema della raccolta ha un ruolo rilevante nella valutazione della qualità urbana ed un controllo di validità del sistema in atto è del tutto necessario;
- c. *la segnaletica stradale stabilita dal Codice della Strada*. La collocazione e la dimensione degli oggetti, anche se rispondenti alle norme del Codice, rappresentano un tema che merita una particolare attenzione. In generale devono essere valutati gli esiti relativi alla intrusione nel paesaggio di tali oggetti;
- d. *la segnaletica stradale per indicare luoghi e direzioni da seguire e la segnaletica speciale di tipo culturale/turistico (palazzi, musei, chiese, ecc.)*. La collocazione, la dimensione e la qualità degli oggetti pongono il problema di una scelta di "design" che compete alla pubblica amministrazione. Il tema del "design" richiama il tema della necessità di un'idea unitaria, specializzata nelle sue diverse parti, ma coerente nel suo insieme.

Pone gli stessi problemi:

- a. *la segnaletica commerciale*. Riguarda tutti quegli oggetti per segnalare la localizzazione di aziende di ogni tipo, ristoranti, bar, alberghi, attività commerciali, artigianali, industriali, ecc. . E' la parte che ingenera, nella maggior parte dei casi, la maggior confusione, per cui si rende necessario un coordinamento ed una precisa riconoscibilità.
Tutte queste segnaletiche in generale creano dei *rifiuti*, dato che gli elementi, una volta esaurita la loro funzione, non vengono rimossi. Si forma pertanto un *incongruo* di una grande quantità di pezzi da rimuovere. Tale incongruo rappresenta una delle cause del degrado urbano;
- b. *le insegne delle attività commerciali ed artigianali*. Pongono la necessità di normarle, tutelarle, modificarle a seconda dei contesti in cui si trovano;
- c. *le tende*. Nei vari contesti sono spesso in conflitto fra loro quando si presentano affiancate, e che pertanto rappresentano spesso un fattore di confusione;
- d. *i dehors di bar, ristoranti, ecc.* . La disciplina di tali oggetti è necessaria per le diverse problematiche che presentano;
- e. *i chioschi d'attesa dei mezzi pubblici*. In molti casi ormai forniti in cambio pubblicità da grandi aziende internazionali;

f. *i chioschi in generale (giornali, bar, ecc.)*. Dimensioni, collocazione, forma, norme ecc., tutte da stabilire in modo da assicurare la loro riconoscibilità nei diversi contesti urbani.

L'insieme di tali oggetti invade oggi la scena urbana e concorre a determinare le forme di percezione che abbiamo dello spazio pubblico; e quindi della città stessa.

Un'idea che, integrando i diversi oggetti, faccia corrispondere al loro insieme, controllato esteticamente, un'immagine urbana che ne determini lo stile e la qualità può essere realizzato attraverso un progetto unitario, che proponga un "logo", un colore sempre ripetuto e distintivo della città, un "design" costante.

6.1.2. I progetti

Lo spazio urbano deve essere *progettato* per ottenere un risultato di *qualità*. Un'azione diffusa in un determinato contesto urbano per ottenere qualità, riguarda, principalmente, il progetto degli spazi da considerarsi strategici a tale scopo.

Pertanto si pone un problema di scelta di materiali, colori, forme di natura distintiva, tali da caratterizzare la città con la loro sistematica ripetizione.

6.1.3. Il manuale

Il "*tema*" può essere oggetto di un *manuale* che l'amministrazione pubblica ed i privati sono tenuti ad osservare. Si tratta di *regole* che dovrebbero essere rispettate per garantire un risultato capace di assicurare una specifica identità/riconoscibilità urbana e, al tempo stesso, una qualità indiscussa.

Il manuale dovrà allora essere illustrato, con la tecnica delle esemplificazioni di oggetti sì/no e di oggetti progettati "ad hoc".

6.2. Indicazioni metodologiche e progettuali per l'Ornato nella città storica

Per una risposta alle esigenze imprenditoriali è necessario definire criteri, indirizzi, obiettivi ed azioni, finalizzate ad attivare un processo coerente e di qualità nei confronti della città storica, resi visibili attraverso gli indicatori e i mezzi di comunicazione tradizionali e non, e che riguardano le esigenze dello spazio privato, dello spazio pubblico, e del rapporto attivo fra le due tipologie di interessi. Ciò comporta la necessità di una ricognizione del corpo dei regolamenti sedimentati nel tempo, per una loro ridefinizione critica, alla luce del ruolo della città di Gubbio di caposaldo della civiltà umbra e del complesso di attività disciplinari integrate (piani di settore, politiche territoriali, dislocazione di sedi pubbliche, recupero di importanti edifici, mantenimento e potenziamento di attività, ecc., che la città si appresta ad affrontare.

Lo sviluppo di un modello organizzativo per la gestione della città storica e dei suoi servizi è ormai indispensabile, ma necessita di tempi medio-lunghi. In questa fase, all'interno di questo tema generale, è opportuno che venga attivata la questione dell'Ornato. Con questo termine si intende un'insieme di criteri e indirizzi progettuali per lo sviluppo coerente e qualificante dello spazio urbano nella sua dimensione sia pubblica che privata.

6.2.1. Analisi urbana

Attualmente, nella città storica, la distribuzione delle attività commerciali, è riassumibile per caratterizzazione e dislocazione in tre diversi ambiti:

- a. quello legato alla presenza turistica che si sviluppa lungo l'asse di piazza Grande e via dei Consoli, con il commercio di prodotti in commistione fra gli oggetti tipici della tradizione cittadina e quelli sui generis (ambito b1);
- b. quello più tradizionale di attività volte al commercio di prodotti al servizio dei residenti maggiormente concentrati sull'asse di corso Garibaldi, presenze significative nella zona di San Martino-via Cavour fino a piazza 40 Martiri, e nella zona di via Mazzini-via Reposati (ambito b2);
- c. quello 'intermedio' che funge spesso da interfaccia incontro/scontro tra le tipologie suddette come via della Repubblica o via Cavour nel tratto tra piazza Bosone e piazza Giordano Bruno (ambito b3).

Nello specifico, per quanto riguarda invece bar e ristoranti la loro collocazione nel Centro Storico appare sufficientemente distribuita, a macchia di leopardo, con una significativa concentrazione lungo via della Repubblica.

6.2.2. Struttura e articolazione degli indirizzi nel QSV

Gli indirizzi che a tale proposito il Quadro Strategico di Valorizzazione del Centro Storico esprime riguardano:

1. l'Ornato nello spazio pubblico (arredo urbano, impianto di illuminazione pubblica, segnaletica stradale e speciale per centro commerciale naturale, cassonetti, ecc.);
2. l'Ornato d'interesse privato (dehors, insegne, targhe, bacheche, tende, segnaletiche di vario tipo, manifesti, ecc.).

6.2.3. Percorso metodologico

Prima parte: definizione delle linee guida (indicazioni generali e criteri per la costruzione del regolamento per l'Ornato contenute nel Quadro Strategico di Valorizzazione).

Seconda parte: rivisitazione del regolamento sull'Ornato come parte integrante della più generale tema della "manutenzione urbana".

6.2.4. *Articolazione tipologica e spaziale delle azioni*

- a. azioni generali relative a tutti gli ambiti della città storica;
- b. azioni specifiche relative all'ambito:
 - 1. con maggiori flussi turistici;
 - 2. con maggiore concentrazione di esercizi commerciali al servizio della residenza;
 - 3. 'intermedi' che tendono ad integrare le due tipologie precedenti anche con l'individuazione e/o creazione di elementi attrattori e percorsi di congiunzione.

6.2.5. *Azioni*

- a. le azioni generali relative alla città storica sono:
 - 1. razionalizzare i diversi linguaggi e materiali legati all'arredo degli spazi pubblici ricercando una coerenza e un'unitarietà tra le diverse parti della città storica;
 - 2. sviluppare in modo coordinato gli interventi di arredo urbano (es. illuminazione pubblica, segnaletica stradale, segnaletica turistica, esercizi commerciali, dehors, tende, vetrine ed insegne) come unico progetto che nasce da una idea di design contemporaneo creato "ad hoc";
 - 3. salvaguardare i caratteri urbani ed architettonici della città storica rimuovendo ogni riferimento incoerente (es. falsificazioni mimetiche consistenti in arredi finto-medioevali, come le lanterne per illuminare gli spazi pubblici, ecc.);
 - 4. eliminare superfetazioni e superflui elementi sparsi ovunque nella città storica, ripulirla da tutto ciò che è improprio e che ne offende l'autenticità;
 - 5. omogeneizzare i diversi linguaggi e materiali utilizzati per i dehors delle attività commerciali promuovendo interventi coerenti e compatibili con l'immagine storica della città;
 - 6. sviluppare una politica di comunicazione legata al Centro Storico con la definizione di strategie di marketing urbano (es. sviluppo "marchio" per le attività storiche presenti, ecc.);
 - 7. creazione di un "marchio" per il riconoscimento della produzione, commercializzazione di prodotti tipici (es. ceramica, ferro battuto, tartufo, ecc.);
- b. le azioni specifiche relative all'ambito sono:
 - 1. potenziamento, in termini di riconoscibilità visiva, del circuito legato alle presenze monumentali e storico-architettoniche, allo scopo di identificare agevolmente un unicum ambientalmente distribuito;
 - 2. razionalizzare e semplificare il sistema della segnaletica esistente lungo gli assi principali d'accesso alla città storica e le porte d'ingresso disposte a corona lungo il perimetro delle mura;
 - 3. sviluppare forme 'alternative' di segnaletica e orientamento nei principali percorsi turistici (es. tipologia way-finding, sviluppo App scaricabili dal sito del comune. ecc.);
 - 4. creazione di percorsi tematici a valenza temporanea legati alla storia della città e dei maggiori autori artistici;
 - 5. possibilità di localizzare strutture esterne e pertinenti agli esercizi commerciali di bar, ristoranti, enoteche, ecc., per la somministrazione, compatibilmente con le condizioni morfologiche dello spazio pubblico, delle visuali ottiche e percettive, delle relazioni con gli elementi monumentali;
 - 6. agevolazioni dirette e/o indirette per l'insediamento di attività commerciali e artigianali destinate alla produzione e vendita legati alla residenza;
 - 7. effettuare una ricognizione, approfondimento conoscitivo e lettura per una "ricucitura" fra i prevalenti percorsi e spazi pubblici e di uso pubblico, di

- comunicazione longitudinali (secondo la prevalente conformazione “di costa”, delle tre principali vie parallele), con il sistema delle vie, vicoli, scalinate laterali, secondarie e trasversali;
8. creazione di forme di cooperazione virtuosa tra attività commerciali attraverso iniziative tese a definire una “immagine identitaria” dell’ambito e la capacità di fare sistema tra ambiti diversi (es. centro commerciale naturale, ecc.);
 9. sviluppare strategie e interventi tesi a rafforzare la continuità e l'integrazione percettiva tra ambiti (es. elementi di segnaletica urbana specifici, ma coerenti con il linguaggio generale - tipo totem, continuità fisica attraverso la pavimentazione, ecc.).

7. AZIONI IMMATERIALI

La città storica è la sede di iniziative di valenza nazionale/internazionale, tra cui:

- la festa dei Ceri;
- l'albero di Natale più grande del mondo;
- la processione del Cristo morto;
- la mostra mercato del Tartufo bianco di Gubbio e dei prodotti agroalimentari;
- il palio della Balestra;
- il torneo dei Quartieri;
- la stagione teatrale classica al Teatro romano;
- la festa delle Tavole eugubine.

E' sede inoltre di iniziative di valenza locale, tra cui:

- il progetto benessere in centro;
- la rassegna teatrale per bambini;
- la cena di gala del Centro Storico;
- Gubbio città del Natale;
- Ora et assapora (rassegna sui dolci fatti dai conventi);
- Artingegno - rassegna artigiana;
- il mese dello sport;
- Gubbio ti aspetta.

Tali iniziative devono essere "strutturate" e valorizzate. In particolare quelle di valenza nazionale/internazionale devono trovare forme gestionali, sia tecniche che giuridiche, per affrontare le sfide, anche economiche, che la contemporaneità richiede.

8. GLI INTERVENTI

In questo capitolo vengono riportati gli “interventi” necessari per la realizzazione del Quadro Strategico di Valorizzazione, con una prima individuazione sommaria dei costi e delle possibili fonti di finanziamento.

8.1.1. Residenzialità

Complesso dell'ex ospedale:

- a. realizzazione della “città della salute” € 3.000.000,00
(già finanziato dalla Regione Umbria. Intervento dell'AUSL Umbria1)
- b. realizzazione della sede degli uffici comunali (acquisto e restauro) € 10.000.000,00
(da finanziare con la “cessione” di immobili e con fondi della Regione Umbria)

Complesso di San Benedetto. Museo - Laboratorio geopaleontologico della Gola del Bottaccione - Archivio della Terra € 935.000,00
(già finanziato)

Centro congressi Santo Spirito € 500.000,00
(già finanziato)

Acquedotto Gola del Bottaccione (una “promenade” tra storia e natura) € 380.000,00
(già finanziato dalla Regione Umbria con fondi PAR FSC)

Sistemazione e valorizzazione dell'area romana Guastuglia - Teatro romano:

- a. realizzazione parcheggio e acquisizione aree € 400.000,00
(da finanziare con fondi della Regione Umbria e fondi propri)
- b. riqualificazione dell'area e realizzazione “percorsi” € 400.000,00
(da finanziare con fondi della Regione Umbria e fondi propri)

Complesso di San Pietro (casa della cultura):

- a. restauro e adeguamento della biblioteca Sperelliana e riqualificazione del chiostro maggiore € 362.500,00
(già finanziato per € 290.000,00 dalla Regione Umbria con fondi PAR FSC, ed € 72.500,00 con fondi propri)
- b. restauro e adeguamento della parte “intorno” al chiostro minore € 300.000,00
(da finanziare con fondi della Regione Umbria e fondi propri)

Palazzo Fonti: restauro e valorizzazione € 600.000,00
(da finanziare con fondi della Regione Umbria e con fondi propri)

8.1.2. Accessibilità

Parcheggio multipiano San Pietro:

- b. completamento funzionale del livello -2, dell'area verde e dei necessari collegamenti (I lotto) € 990.000,00
(già finanziato)
- c. completamento funzionale del livello -2, dell'area verde e dei necessari collegamenti (II lotto) € 460.000,00
(già finanziato)
- c. completamento funzionale del livello -1 € 800.000,00
(da finanziare con la vendita dei box auto)
- d. completamento funzionale del livello 0, restauro e adeguamento

funzionale dell'ex palestra (mercato coperto, servizi, parcheggi, ecc.) € 2.500.000,00
(da finanziare con fondi propri e capitali privati)

Riqualificazione e arredo urbano di corso Garibaldi:

- a. tratto da via della Repubblica a piazza Oderisi € 770.000,00
(da finanziare con fondi della Regione Umbria e fondi propri)
- b. tratto da piazza Oderisi a via Aquilante € 870.000,00
(da finanziare con fondi della Regione Umbria e fondi propri)
- c. tratto da via Aquilante a via Camilla Boncompagni € 800.000,00
(da finanziare con fondi della Regione Umbria e fondi propri)

Riqualificazione e arredo urbano di via della Repubblica:

- a. tratto da piazza 40 Martiri a corso Garibaldi (I lotto) € 996.000,00
(da finanziare con fondi propri)
- b. tratto da corso Garibaldi a via Savelli della Porta (II lotto) € 370.000,00
(da finanziare con fondi propri)

Riqualificazione e arredo urbano di piazza 40 Martiri € 1.500.000,00
(da finanziare con fondi della Regione Umbria e fondi propri)

Parcheggio dell'ex seminario € 350.000,00
(da finanziare con fondi propri)

Riqualificazione e arredo urbano dell'area a parcheggio del Teatro romano € 700.000,00
(da finanziare con fondi propri)

Riqualificazione di via Perugina:

- a. tratto dalla rotatoria a via del Mausoleo € 444.800,00
(già finanziato)
- b. tratto da via del Mausoleo a piazza 40 Martiri € 365.000,00
(da finanziare per € 195.000,00 richiesti alla Regione Umbria ed € 170.000,00 con fondi propri)

Smart City € 1.000.000,00
(da finanziare con fondi della Regione Umbria e con fondi propri)

8.1.3. Centro commerciale naturale

Centro commerciale naturale:

- a. costo di attivazione (costi amministrativi) € 40.000,00
(da finanziare con fondi della Regione Umbria, fondi propri e capitali privati))
- b. costo di funzionamento (annuo) € 40.000,00
(da finanziare con fondi propri e capitali privati)
- c. costo di pubblicità, marketing, eventi (annuo) € 100.000,00
(da finanziare con fondi della Regione Umbria, fondi propri e capitali privati))
- d. riqualificazione delle strutture commerciali € 1.000.000,00
(da finanziare con fondi della Regione Umbria e capitali privati))

Le azioni immateriali: festa dei Ceri, albero di Natale più grande del mondo, processione del Cristo Morto, mostra mercato del Tartufo Bianco di Gubbio e dei prodotti agroalimentari, palio della Balestra, torneo dei Quartieri, stagione teatrale classica al Teatro romano, festa delle Tavole eugubine, ecc. (costo annuo) € 150.000,00

9. LA PARTECIPAZIONE

9.1. Riunione partecipativa del 4 e 5 settembre 2014

Il 4 e 5 settembre 2014 si è tenuta a Gubbio, presso la residenza comunale, una due giorni di studio, con sopralluoghi e specifici approfondimenti per dare avvio al Quadro Strategico di Valorizzazione del Centro Storico.

Alla riunione, in momenti diversi, hanno partecipato:

- Filippo Mario Stirati, sindaco di Gubbio;
- Alessia Tasso, assessore alle OO.PP.;
- Luigi Casagrande, dirigente del Settore Progetti Strategici e Lavori Pubblici;
- Gruppo di lavoro dell'Associazione Nazionale Centri Storico-Artistici - ANCSA - (Francesco Berni, Giovanni Cerfogli, Paola Falini, Franco Mancuso, Stefano Storchi, Fabrizio Toppetti).

Al termine della riunione, sono stati messi a punto i seguenti “temi” di lavoro:

- b. Gubbio: caposaldo della civiltà umbra;
 - piano di comunicazione e marketing (marchi del Centro Storico);
 - itinerari culturali e paesaggistici (valorizzazione delle qualità simboliche e percettive dell'insediamento eugubino);
 - politiche della casa;
 - spazi e luoghi dell'identità sociale locale;
 - piano degli edifici pubblici;
 - centro commerciale naturale;
 - mercati nel centro storico (mercato coperto);
 - banche (apertura/mantenimento attività);
 - “zona franca urbana” (riduzione tributi comunali);
 - città della salute;
 - centro congressi;
 - centro polifunzionale;
- c. la manutenzione ordinaria come strumento della valorizzazione urbana:
 - piano degli spazi pubblici (compreso arredo urbano);
 - regolamento dell'ornato pubblico;
 - manuale del recupero;
 - piano della mobilità e dell'accessibilità;
 - regolamento della “manutenzione urbana”.

9.2. Riunione partecipativa del 25 settembre 2014

Il 25 settembre 2014 si è tenuta a Gubbio, presso la residenza comunale, una riunione partecipativa con la cabina di regia (tecnica) regionale.

Alla riunione hanno partecipato:

- Alessia Tasso, assessore alle OO.PP.;
- Luigi Casagrande, dirigente del Settore Progetti Strategici e Lavori Pubblici;
- Letizia Bruschi, Regione Umbria;
- Gianluca Alimenti, Confcommercio Umbria;
- Monica Di Orazio, Confcommercio Umbria;
- Giuseppe Belardi, Confcommercio Gubbio;
- Claudio Bettelli, Confcommercio Gubbio.

Dopo aver presentato il lavoro svolto, illustrati i temi messi a punto con il gruppo di lavoro ANCSA, sono stati individuati, e condivisi, i seguenti obiettivi, ritenuti prioritari:

a. residenzialità:

- recupero del patrimonio edilizio: riuso e rifunzionalizzazione di locali ed edifici pubblici a fini residenziali, sociali e di servizio;
- rifunzionalizzazione di alcuni edifici storici e/o pubblici (es. ex ospedale, ecc.);

b. accessibilità:

- sistema dei parcheggi: potenziamento e sistemazione delle aree di sosta dotandole anche di infopoint e segnaletica turistica e di servizio;
- mobilità e accessibilità sostenibile: promozione di sistemi di mobilità alternativa, realizzazione di percorsi pedonali e ciclabili;
- realizzazione di sistema punti d'informazione, di segnaletica turistica e di servizio nel Centro Storico e nei punti di accesso (parcheggi) per la creazione di itinerari turistici tematici (culturali, della tradizione storica locale, enogastronomici, ecc.);

c. centro commerciale naturale:

- sostegno all'aggregazione di operatori del commercio, dell'artigianato, del turismo e dei servizi, che mediante forme associative realizzano politiche di sviluppo comune.

9.3. Riunione partecipativa del 3 ottobre 2014

Il 3 ottobre 2014 si è tenuta a Gubbio, presso la residenza comunale, una riunione partecipativa con la cabina di regia (tecnica) regionale.

Alla riunione hanno partecipato:

- Luigi Casagrande, dirigente del Settore Progetti Strategici e Lavori Pubblici;
- Elisa Floridi, comandante dei VV.UU.;
- Gaia Biccheri, stagista;
- Gianluca Alimenti, Confcommercio Umbria;
- Monica Di Orazio, Confcommercio Umbria;
- Claudio Bettelli, Confcommercio Gubbio.

Dopo aver verificato tutte le ricerche tematiche si è convenuto di implementare i dati esistenti relativamente al commercio, all'accessibilità, al turismo, alla residenzialità e ai servizi pubblici.

Inoltre sono state individuate alcune linee di intervento all'interno delle tematiche principali:

a. residenzialità:

- città della salute;
- sede degli uffici comunali nell'ex ospedale;

b. accessibilità:

- parcheggio San Pietro;
- via della Repubblica (ripavimentazione);
- segnaletica;

c. centro commerciale naturale:

- consolidamento aggregazioni di operatori esistenti;
- mercato coperto;
- iniziative nel Centro Storico.

9.4. Riunione partecipativa del 9 ottobre 2014

Il 9 ottobre 2014 si è tenuta a Gubbio, presso la residenza comunale, una riunione partecipativa con il tavolo delle forze sociali ed economiche.

Alla riunione hanno partecipato:

- Filippo Mario Stirati, sindaco di Gubbio;
- Alessia Tasso, assessore alle OO.PP.;
- Luigi Casagrande, dirigente del Settore Progetti Strategici e Lavori Pubblici;
- Paolo Ghirelli, Coopprogetti/Lega Coop;
- Stefano Facchini, CIA Gubbio;
- Alessandro Piergentili, CGIL Alta Umbria;
- Giancarlo Brugnoli, Confindustria - ANCE;
- Colombo Pifarotti, Ass. Artigiani C.A.S.A.;
- Giuseppe Belardi, Confcommercio Gubbio;
- Claudio Bettelli, Confcommercio Gubbio.

Dopo aver descritto tutte le iniziative intraprese, la collaborazione con ANCSA e con la cabina di regia (tecnica) regionale, sono stati illustrati gli ambiti di intervento prioritari e precisamente:

a. residenzialità:

- politiche di incentivazione per il reinserimento dei residenti;
- recupero del patrimonio edilizio;
- complesso dell'ex ospedale (realizzazione della città della salute e della sede degli uffici comunali);

b. accessibilità:

- parcheggio di San Pietro;
- riqualificazione di corso Garibaldi;
- riqualificazione di via della Repubblica;
- sistema dei parcheggi (ex seminario, teatro romano, ecc.);
- arredo urbano;

c. centro commerciale naturale:

- realizzazione di un centro commerciale naturale;
- mercato coperto;
- iniziative principali da valorizzare: Festa dei Ceri - Albero di Natale più grande del mondo - Stagione teatrale classica al Teatro romano - Festa delle Tavole eugubine - Palio della Balestra - Torneo dei quartieri - Processione del Cristo Morto - Mostra mercato del tartufo bianco di Gubbio e dei prodotti agroalimentari - altre.

Dopo ampio dibattito è emersa la piena sinergia e condivisione sulle proposte e sul processo individuato, oltre ad una disponibilità a collaborare fattivamente per la realizzazione degli obiettivi.

9.5. Riunione partecipativa del 24 ottobre 2014

Il 24 ottobre 2014 si è tenuta a Gubbio, presso la residenza comunale, una riunione partecipativa con personale dell'ente e del gruppo di lavoro dell'ANCSA.

Alla riunione, in tempi diversi, hanno partecipato:

- Alessia Tasso, assessore alle OO.PP.;
- Luigi Casagrande, dirigente del Settore Progetti Strategici e Lavori Pubblici;
- Elisa Floridi, comandante dei VV.UU.;
- Serena Bellucci, V.U.;
- Gaia Biccheri, stagista;
- Claudio Bettelli, Confcommercio Gubbio;
- Gruppo di lavoro dell'Associazione Nazionale Centri Storico-Artistici - ANCSA - (Oberdan Armani, Giovanni Cerfoli, Stefano Storchi, Fabrizio Toppetti).

Nel corso della riunione sono state verificate le analisi del contesto territoriale e conseguentemente meglio precisati i temi di lavoro individuati nei precedenti incontri partecipativi.

9.6. Riunione partecipativa del 21 novembre 2014

Il 21 novembre 2014 si è tenuta a Gubbio, presso la residenza comunale, una riunione partecipativa con la cabina di regia (tecnica) regionale.

Alla riunione hanno partecipato:

- Luigi Casagrande, dirigente del Settore Progetti Strategici e Lavori Pubblici;
- Gaia Biccheri, stagista;
- Gianluca Alimenti, Confcommercio Umbria;
- Monica Di Orazio, Confcommercio Umbria.

Dopo aver verificato tutte le ricerche tematiche e la struttura del documento sono stati enunciati e discussi i successivi passi fondamentali per il prosieguo dell'iter tecnico-amministrativo.