



Appendice metodologica

- >Premessa**
- >La struttura del lavoro**
- >Parte I: le risorse**
- >Parte II: i progetti**
- >Parte III: il Servizio Marketing Territoriale**
- >Parte IV: sintesi**

Premessa

La definizione della strategia di sviluppo di un sistema-città non può prescindere dalla chiara esplicitazione di obiettivi di medio-lungo termine. Tali obiettivi devono scaturire da un'analisi puntuale delle vocazioni territoriali, dalla possibilità e convenienza ad una loro valorizzazione attraverso "idee-forza" condivise e percorsi progettuali innovativi, da un oculato utilizzo delle tecniche più moderne in campo comunicativo e relazionale, da una valutazione puntuale in termini di costi di investimento e risultati attesi.

La possibilità di "vendita" di un determinato contesto territoriale e urbano in ambito internazionale si esplicita prima di tutto nella sua capacità di proporsi, di farsi percepire come una realtà "identificabile", assolutamente riconoscibile per alcuni tratti peculiari, che colpisce l'immaginario, che trasmette determinati stimoli (a conoscere, ad approfondire), che induce al contatto diretto.

Per queste ragioni occorre concepire una "**identità**" di un determinato contesto urbano e territoriale, una "identità" che deve essere il risultato di una combinazione ottimale fra la valorizzazione del "disponibile" e lo sviluppo di percorsi innovativi, che sappiano trasformare, migliorare, incrementare il patrimonio di "riconoscibilità" di una città o di un territorio.

Premessa

La decisione di investire risorse finanziarie per sviluppare iniziative imprenditoriali in uno specifico territorio nasce dall'**immagine** complessiva che il potenziale investitore ha del territorio stesso. La situazione è del tutto simile anche per il singolo individuo. La decisione di localizzare la propria esistenza e attività professionale, o più banalmente di trascorre un periodo di vacanza, in un determinato contesto territoriale dipende dalla percezione, dall'immagine che si ha di un territorio.

Quindi dal punto di vista operativo un progetto di valorizzazione territoriale efficace non si può realizzare senza conoscere l'intero arco delle **risorse** di un territorio, la gamma delle **opportunità** che questo offre, o potenzialmente può offrire, nonché la dotazione di **strumenti** a disposizione per valorizzarle e renderle visibili e accessibili.

La struttura del lavoro

Per conseguire le suddette finalità, il presente lavoro è stato strutturato in **quattro parti**, ciascuna diretta ad indagare una differente problematica connessa al processo di marketing territoriale. Più specificamente, le prime tre parti hanno l'obiettivo di rispondere a tre quesiti-chiave:

- *Perché investire a Napoli;*
- *Dove investire a Napoli;*
- *Quali sono gli interlocutori per il potenziale investitore.*

La risposta ai primi due quesiti deriva da un'**analisi del territorio**, volta ad individuare quali possano essere le opportunità per un potenziale investitore che decida di localizzarsi a Napoli; segnatamente, le opportunità sono espresse sia in termini di **risorse** presenti sul territorio sia di **progetti** in corso di realizzazione in specifiche aree.

La struttura del lavoro

Il terzo punto, invece, consegue ad una serie di **interviste** con alcuni dei principali stakeholders del Comune di Napoli per lo sviluppo locale, relativamente al Servizio Marketing Territoriale del Comune di Napoli, al ruolo ed alle funzioni attese per tale servizio ed alle possibili criticità.

La quarta parte, infine, è composta da una **sintesi** degli elementi più rilevanti emersi dalle parti I, II e III, sulla base della quale vengono identificate delle linee di azione che occorre prioritariamente porre in essere per rimuovere le criticità esistenti e per dare efficacia all'azione di marketing territoriale.

Analisi del territorio

Analisi del territorio

L'analisi del territorio rappresenta la piattaforma di conoscenze su cui impostare le future strategie e tattiche di marketing territoriale ed ha ad oggetto il complesso delle caratteristiche della struttura sociale ed economica del territorio, considerato quale elemento rilevante ai fini dell'individuazione, della progettazione e realizzazione di interventi di marketing territoriale.

Detta analisi, essendo uno strumento di orientamento e di supporto decisionale, è volta, da un lato, ad identificare la **“vocazione attuale”** dell'ambito territoriale in esame sulla base della piattaforma delle risorse esistenti (analisi statica), dall'altro ad individuarne il **potenziale di sviluppo** sulla base della progettualità in atto (analisi dinamica). Scopo ultimo è l'evidenziazione dei fattori di attrazione d'area in una logica di marketing territoriale.

La “lettura” e la conseguente interpretazione dell'area esaminata sono state quindi effettuate sulla base di due livelli d'analisi:

- le **risorse** esistenti (parte I)
- l'ambito di **progettualità** (parte II).

Analisi del territorio

In particolare, nell'**analisi delle risorse d'area** si è fatto riferimento ai seguenti strumenti:

- analisi desk delle principali fonti statistiche ufficiali (ISTAT, bollettini statistici ufficiali, Camere di Commercio, ...), elaborati, ricerche già esistenti ed accessibili;
- analisi desk delle fonti informative telematiche;
- analisi on field relativamente a dati ed informazioni il cui rilievo sia considerato tale da giustificare un maggior impegno in termini di tempi e risorse, nonché per quelli che, pur disponibili da fonti derivate, non siano considerati accettabili dal punto di vista dell'aggiornamento temporale.

L'**analisi della progettualità locale** è stata svolta attraverso:

- analisi desk delle informazioni e della documentazione fornita dal Comune di Napoli e da altre istituzioni locali;
- indagini on field, mediante interviste strutturate a funzionari e dirigenti della PA locale, nonché di altre istituzioni che governano grandi progetti ad alto impatto in termini di sviluppo del territorio.

Parte I: le risorse

Analisi delle risorse: *perché investire a Napoli*

Ai fini della comprensione e dell'individuazione della attuale **“vocazione”** economico-produttiva del contesto territoriale analizzato, la metodologia proposta tende in prima analisi, a considerare il territorio in esame come piattaforma di risorse.

In particolare l'analisi ha avuto ad oggetto dapprima il complesso di fattori materiali e immateriali che caratterizzano l'area in esame, il territorio e la popolazione residente e verte sui seguenti aspetti:

- il **sistema territoriale**, inteso come l'insieme delle variabili fisiche, geomorfologiche e ambientali;
- il **sistema socio-demografico**, inteso come complesso di variabili quantitative riguardanti diversi aspetti della composizione e della variazione della popolazione nel contesto in esame;
- il **sistema economico**, inteso come combinazione della struttura economica locale e delle principali tendenze in atto relativamente al sistema delle imprese operanti sul territorio;

Parte I: le risorse

- il **sistema delle infrastrutture**, relativo alla dotazione, attuale e potenziale del territorio, relativamente a diverse tipologie di infrastrutture: stradali, ferroviarie, portuali e aeroportuali, informatiche e di rete, sociali, di ricerca;
- il **sistema delle risorse turistiche**, culturali e del tempo libero, riguardante l'insieme di servizi e strutture connesse al benessere, allo svago ed ai consumi culturali delle diverse tipologie di fruitori del territorio.

Nella realizzazione di tale analisi, l'enfasi è stata posta sull'individuazione delle **opportunità** e dei **punti di forza** presenti sul territorio napoletano e rappresentate dalla risorse da questo possedute, piuttosto che sulla descrizione delle minacce e dei punti di debolezza; in pratica, si è ritenuto che questi ultimi aspetti fossero fin troppo noti e ben documentati in numerosi studi e ricerche sull'area e che, pertanto, un'ulteriore trattazione degli stessi sarebbe potuta risultare oltremodo ridondante e superflua. Pertanto, per ciascuno degli aspetti esaminati, è stata presentata una "**Sintesi delle opportunità**", che racchiude gli elementi più interessanti emersi dall'analisi ed evidenzia in che modo tali elementi possono rappresentare un punto di forza per il territorio napoletano.



Parte III: i progetti

Analisi della progettualità territoriale: *dove investire a Napoli*

L'analisi del contesto locale come ambito di progettualità è stata diretta alla comprensione di quelle dinamiche in atto sul territorio, in grado di modificare le risorse e le relazioni dello stesso, individuando la natura e la direzione di tale impatto. Nello specifico, se dall'analisi delle risorse di area è possibile definirne la "vocazione attuale", dall'analisi della progettualità in atto è possibile cogliere i tratti della **"vocazione potenziale"** e degli indirizzi di sviluppo prefigurati.

Rispetto a tale ambito, l'analisi si è orientata a privilegiare quali prospettive d'indagine dei vari progetti:

- gli **obiettivi**, in termini di risorse coinvolte per ogni progetto e le relazioni in esso coinvolte;
- le **caratteristiche**, in termini di natura dell'intervento e di ambiti settoriali entro cui lo stesso può generare opportunità dal punto di vista imprenditoriale;
- lo **stato di avanzamento** dei progetti, evidenziando i risultati raggiunti rispetto a quelli previsti, le criticità incontrate nell'implementazione e le possibili ulteriori opportunità dischiuse durante l'implementazione di essi;

Parte III: i progetti

Dall'analisi di tali variabili risulta possibile cogliere le interconnessioni, le sovrapposizioni e le eventuali sinergie potenzialmente attivabili tra i diversi ambiti progettuali e, soprattutto sono state individuate le opportunità presenti per un potenziale investitore nelle diverse aree esaminate.

Segnatamente l'analisi della progettualità ha preso l'avvio dalla disamina del Piano Regolatore Generale di recente approvazione, per poi concentrarsi sulle seguenti aree:

- **Napoli Ovest**, con riferimento ai progetti di sviluppo e riconversione in corso nelle zone di: Bagnoli, Pianura e Soccavo;
- **Napoli Est**, con riferimento ai progetti di sviluppo e riconversione in corso nella zona industriale, sul porto di Vigliena, a Ponticelli e a Poggioreale;
- **Centro Storico**;
- **Parco Regionale delle Colline di Napoli**.

Parte III: il Servizio Marketing Territoriale

Il Servizio Marketing Territoriale del Comune di Napoli: *quali interlocutori per il potenziale investitore*

L'obiettivo di questa fase è stato di raccogliere spunti e suggerimenti da impiegare nella definizione operativa del ruolo e delle funzione del Servizio Marketing Territoriale del Comune di Napoli.

A tal fine sono state effettuate diverse **interviste** con un alcuni degli attori chiave che governano i principali processi di sviluppo locale in atto sul territorio napoletano; le interviste sono state dirette a conoscere le attese e le percezioni di tali soggetti, sul Servizio Marketing Territoriale, relativamente a:

- ruolo;
- funzioni;
- collocazione organizzativa;
- possibili criticità.

Parte IV: sintesi

Sintesi

I risultati conclusivi sono stati sintetizzati in una **SWOT analysis** che, attraverso una serie di indicatori qualitativi e quantitativi, si pone l'obiettivo di:

- evidenziare le opportunità di sviluppo del territorio più rilevanti;
- descrivere le principali criticità che possono limitare tali opportunità;
- presentare sinteticamente delle soluzioni da adottare per rimuovere le suddette criticità.