

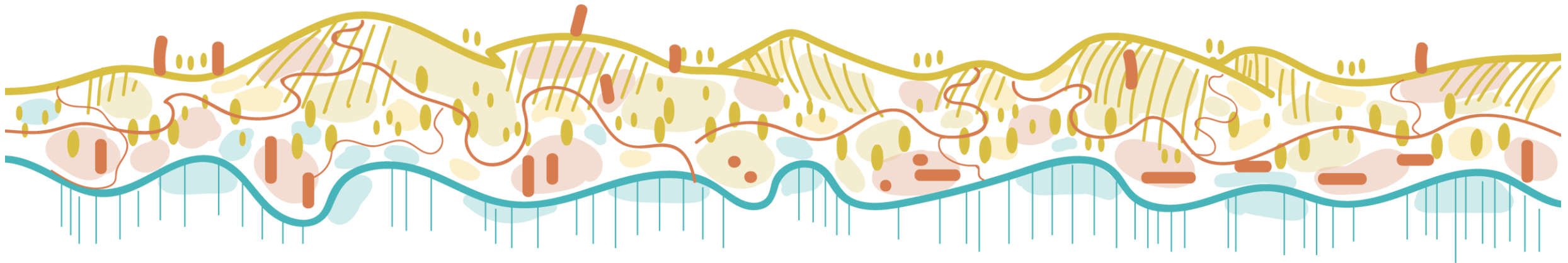


UNIONE  
DEI COMUNI  
VALLE  
DEL SAVIO



# GUIDA ALLA LETTURA DEL QUESTIONARIO

A cura di Enrico Brighi, Stefania Proli  
Dipartimento di Architettura – Università di Bologna, Campus di Cesena



## GUIDA ALLA LETTURA DEL QUESTIONARIO

Fra aprile e maggio 2021 si è svolta l'indagine **PAROLA AGLI ABITANTI!** per raccogliere informazioni sui territori di Bagno di Romagna, Mercato Saraceno e Verghereto e orientare le scelte del nuovo Piano Urbanistico Generale (PUG).

Il questionario è stato rivolto ai principali stakeholders e a tutta la cittadinanza che abita o vive questi territori, col fine di raccogliere informazioni, dati e contributi utili all'analisi delle conoscenze degli interessi dei cittadini rispetto ad alcuni importanti aspetti del nuovo Piano Urbanistico Generale:

- La città sostenibile e l'ambiente
- I beni comuni e il welfare di comunità
- L'economia, il territorio rurale e il turismo
- I cambiamenti climatici
- La mobilità e i servizi
- La fruizione dello spazio aperto
- La qualità dell'abitare

L'iniziativa ha raccolto una vasta partecipazione su tutti e tre i Comuni, per un totale di 667 questionari compilati, di cui 549 online e 118 cartacei.

Le domande sono state pensate da una parte per registrare la sensibilità dei cittadini rispetto alle **grandi sfide** che l'Agenda ONU 2030 pone a tutta la cittadinanza europea, dall'altra per declinare in maniera più puntuale tali temi sul territorio, in base agli **indirizzi strategici** emersi da una prima analisi dei dati restituiti dal quadro conoscitivo diagnostico.

### Come leggere i dati

Le risposte del questionario sono state restituite in modo da offrire una panoramica il più possibile completa, con la possibilità di leggere i dati sia in maniera aggregata (risposte complessive) sia disaggregata (risposte suddivise per comune di residenza o per età anagrafica).

La scelta di offrire una **lettura del questionario anche in forma disaggregata** è stata ritenuta necessaria per diversi motivi. Durante il percorso di ascolto, consultazione e partecipazione si sono svolti degli **incontri nelle scuole secondarie** del territorio, volti a raccontare il processo di formazione del nuovo piano urbanistico generale ed i temi da esso trattati. Nell'occasione i ragazzi sono stati chiamati a compilare il questionario, per un totale di oltre 200 risposte. È stato quindi ritenuto necessario offrire anche una lettura delle dati raccolti suddivisi per età anagrafica.

La **suddivisione per Comune di residenza**, invece, è stata ritenuta necessaria vista la significativa differenza, dal punto di vista geografico ma anche socio-economico dei tre Comuni, dislocati fra la media Valle del Savio e la fascia Appenninica più interna.

Le **restituzioni infografiche**, per motivi di semplicità di lettura, non hanno riportato i punteggi conseguiti da ciascuna voce selezionabile, ma hanno messo in evidenza le risposte che hanno avuto una rilevanza sensibilmente maggiore delle altre.

# PAROLA AGLI ABITANTI!

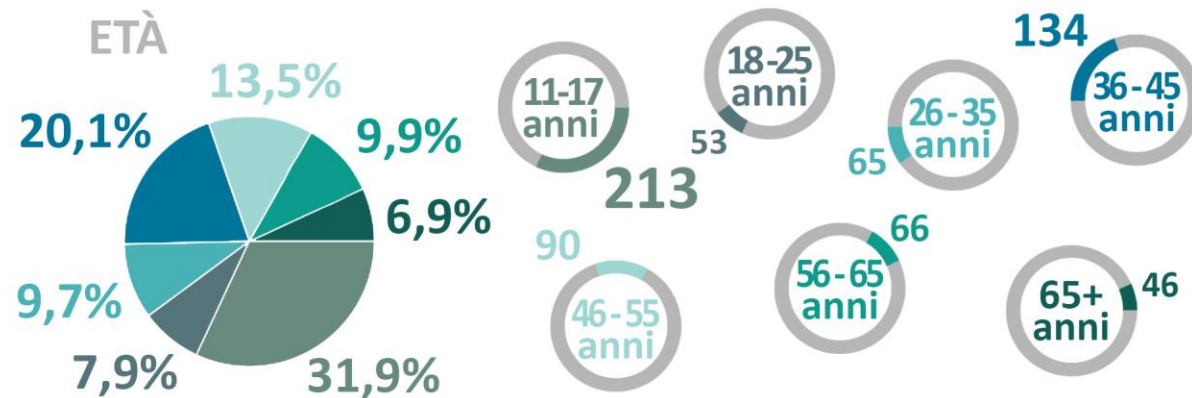


I RISULTATI DEL QUESTIONARIO IN NUMERI

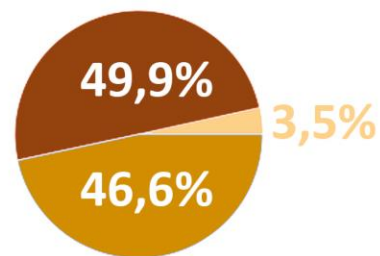


## PAROLA AGLI ABITANTI!

un questionario per la partecipazione



### GENERE



333  
risposte

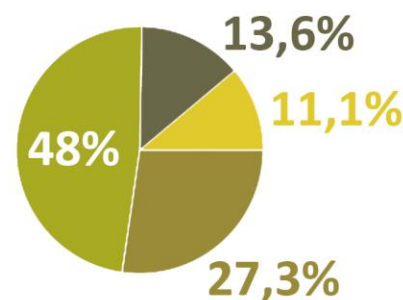


311  
risposte



23  
risposte

### RESIDENZA



320  
BAGNO DI  
ROMAGNA

182  
MERCATO  
SARACENO

91  
VERGHERETO

72  
NON  
RESIDENTI

## LE GRANDI SFIDE

All'interno del questionario si è deciso di attribuire uno spazio significativo a tutte le tematiche affrontate dall'**Agenda 2030** al fine di testare non solo il livello di conoscenza rispetto ai **paradigmi dello sviluppo sostenibile**, ma anche di registrare gli aspetti ritenuti più rilevanti per la pianificazione di un **territorio** sempre più **attraente e inclusivo**, capace di rispondere alle differenti domande ed esigenze della comunità.

Secondo quanto previsto dalla Legge 24/2017, contenimento del consumo di suolo e rigenerazione urbana sono i nuovi obiettivi verso cui indirizzare le strategie territoriali e il PUG costituisce l'occasione per definire un modello di governance più sensibile ai temi **ambientali**, alla **qualificazione del patrimonio esistente** e alla **valorizzazione delle specificità** del territorio.

In questa prima sezione gli abitanti sono stati chiamati a esprimersi rispetto a una serie di azioni che avrebbero ritenuto più efficaci rispetto a tre temi strategici:

- **sviluppo sostenibile del territorio;**
- **beni comuni e spazio pubblico;**
- **attrattività economica e sociale.**

Dalle risposte raccolte è emersa una spiccata sensibilità della popolazione rispetto a tutti i temi e alle relative azioni suggerite. Nello specifico è possibile constatare che l'**attrattività economica e sociale** in questo territorio sono aspetti di primario interesse, mentre il contenimento del consumo del suolo risulta meno sentito.

Approfondendo lo sguardo è possibile evidenziare che la sfida dello sviluppo sostenibile passi principalmente dalla capacità di ripristinare un **equilibrio tra uomo e natura**, pianificando azioni che garantiscano un maggiore **adattamento del territorio ai cambiamenti climatici**, una **gestione più accurata delle risorse** e l'**incentivazione della mobilità sostenibile**. In un territorio con insediamenti diffusi il tema del **trasporto pubblico** deve essere oggetto di approfondimento, in funzione delle mutate esigenze della popolazione e dei nuovi paradigmi ambientali.

Dal punto di vista del **welfare e dei beni comuni** appare piuttosto chiaro che la popolazione sia particolarmente interessata all'**accessibilità e alla fruibilità** di spazi pubblici e servizi. Non è sufficiente garantire una **buona manutenzione**, ma è richiesto il **potenziamento** e la **qualificazione dell'offerta**, con particolare attenzione alla **fascia più fragile** della cittadinanza. Meno sentiti, invece, gli investimenti sull'abitare e la gestione condivisa dei beni comuni.

Sotto il profilo dell'economia del territorio un ruolo significativo è stato attribuito alla **valorizzazione del territorio rurale** e a tutte le sue forme di sfruttamento, in chiave **produttiva**, con attenzione alla qualità delle colture, e **turistica**. L'**attrattività e la competitività economica** della valle sono diffusamente riconosciute come **forma di presidio territoriale**. In questa prospettiva anche l'offerta turistica, in tutte le sue declinazioni, deve essere in grado di **promuovere l'ingente patrimonio culturale e naturalistico** e le **tipicità** in chiave **esperienziale**.

# LE GRANDI SFIDE

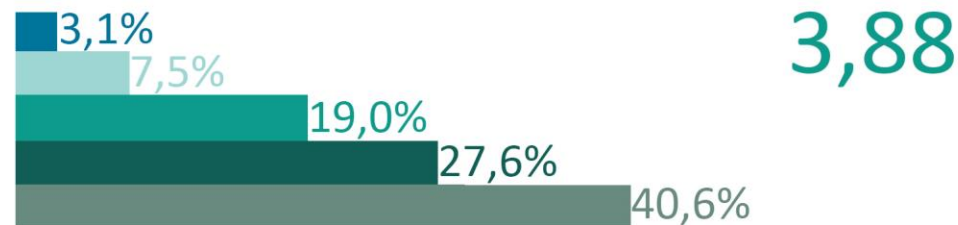
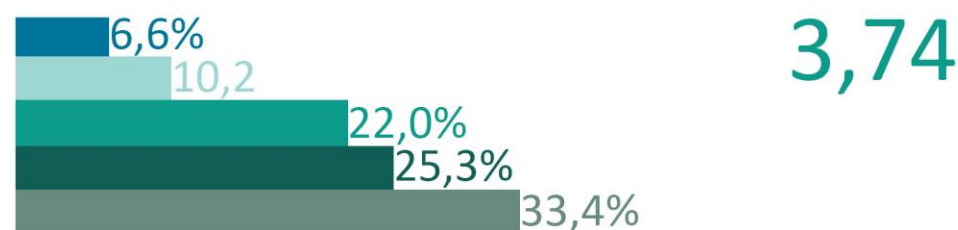
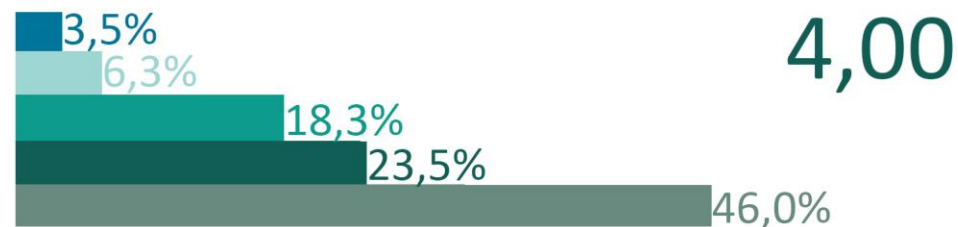
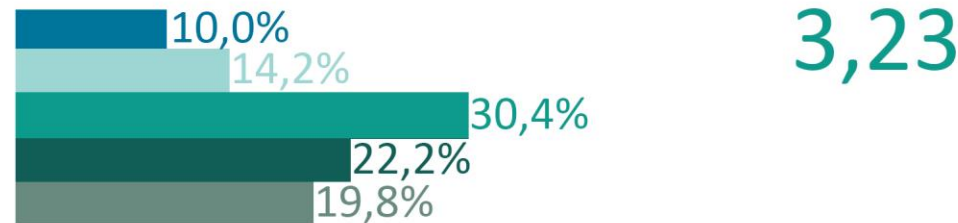


## LA CITTÀ SOSTENIBILE E L'AMBIENTE

Quali azioni ritieni più efficaci per affrontare la sfida dello **sviluppo sostenibile**?



1 2 3 4 5  
 nulla poco abbastanza molto moltissimo



# LE GRANDI SFIDE

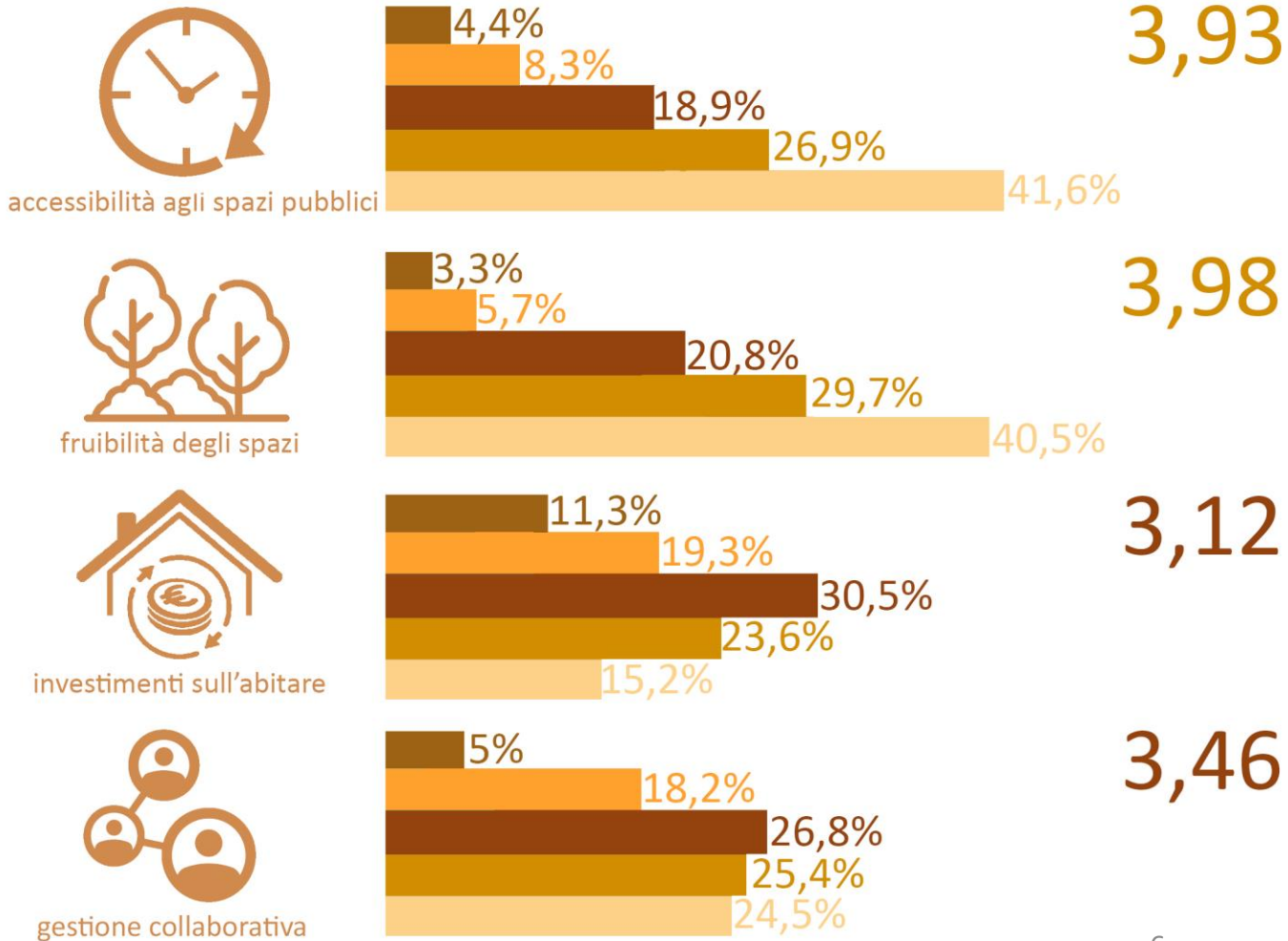


## I BENI COMUNI E IL WELFARE DI COMUNITÀ

Quali azioni ritieni più efficaci rispetto al tema dei **beni comuni** e dello spazio pubblico?



1 2 3 4 5  
nulla poco abbastanza molto moltissimo





## GLI INDIRIZZI STRATEGICI - Resilienza

In questa sezione i cittadini sono stati sollecitati rispetto alla questione dei **cambiamenti climatici** e alla capacità del territorio di reagire ad essi, e alle loro implicazioni, attraverso di mitigazione e adattamento. Se da una parte si è cercato di indagare quali fossero gli impatti del fenomeno maggiormente percepiti dai cittadini, dall'altra si è voluto far emergere le azioni avvertite come più significative per l'adattamento.

La scelta di una pianificazione intercomunale, che interessa ambiti e insediamenti dalle differenti caratteristiche geografiche e morfologiche deve essere in grado di identificare una **strategia globale** capace di rispondere alle differenti **istanze locali**, pertanto è stato interessante restituire gli esiti delle domande anche in forma disaggregata per fare emergere le **specificità di ogni comune**. In termini generali è possibile constatare come in questa sezione, dove l'**aspetto geografico incide significativamente**, ci siano evidenti assonanze nelle risposte degli abitanti dei comuni di Bagno di Romagna e Verghereto rispetto a quelli di Mercato Saraceno.

Le domande sottoposte ai cittadini si sono concentrati sugli **effetti del cambiamento climatico** e sulle possibili **azioni per contrastarlo o mitigarlo**:

- Quali effetti del cambiamento climatico ti sembrano più evidenti?
- Quali parti del tuo territorio risentono maggiormente degli effetti?
- Quali azioni ti sembrano più importanti per l'adattamento climatico?
- Quali azioni ti sembrano più importanti per promuovere sul tuo territorio una mobilità più ecologica e sostenibile?

In merito agli **effetti del cambiamento climatico sul territorio** l'aumento globale della temperatura è risultato la principale criticità, alla base di un'**alterazione delle stagioni estive e invernali** e ricadute sulle **precipitazioni**. Gli inverni, generalmente più miti e aridi, sono caratterizzati da una sensibile **riduzione delle nevicate** alle quote maggiori.

In questo mutato scenario sembrano tutti d'accordo sul fatto che gli ambiti più **fragili** sono quelle maggiormente soggette a dissesto idrogeologico, quali **scarpate e declivi**, o le **aree rurali**, sia in **collina** che in **montagna**.

Viste le criticità territoriali riscontrate, le azioni su cui si è concentrata la popolazione riguardano soprattutto il tema della **manutenzione**. Il problema del crescente **fenomeno dell'abbandono** della valle e della **mancanza di presidio** da parte della comunità si sommano alle **limitate risorse delle amministrazioni** nella gestione di un territorio così vasto e articolato, pertanto sono state identificate principalmente **azioni di pulizia e cura** rivolte ai **corsi d'acqua** e al **territorio rurale**.

La **riduzione delle emissioni di CO2**, attraverso l'incentivazione di una mobilità sostenibile, sembra invece interessare maggiormente i **non residenti** e gli ambiti più vicini alla pianura.

In questa direzione si richiede un **investimento sulla mobilità lenta** e sul **trasporto pubblico**, con il **potenziamento della rete ciclopedonale** e, soprattutto a Verghereto, un'**intensificazione delle fermate**.



# GLI INDIRIZZI STRATEGICI



## RESILIENZA

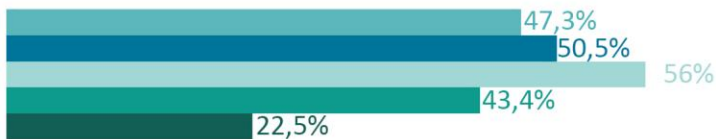
Quali effetti del cambiamento climatico ti sembrano più evidenti?



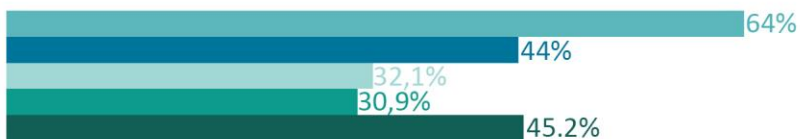
BAGNO DI ROMAGNA



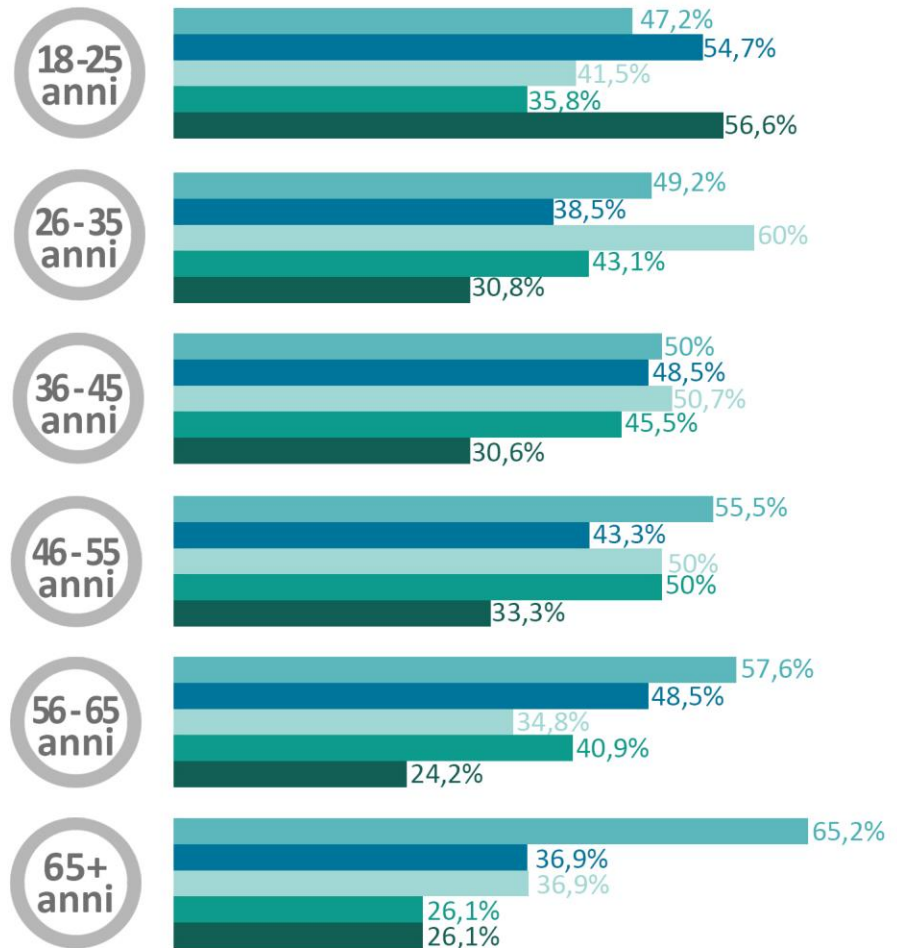
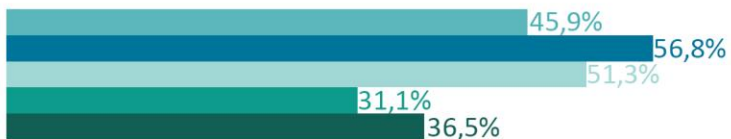
MERCATO SARACENO



VERGHERETO



NON RESIDENTI



# GLI INDIRIZZI STRATEGICI



## RESILIENZA

Quali parti del tuo territorio risentono maggiormente degli effetti?



52,6%

Scarpate o declivi



42,5%

Aree rurali agricole collinari



35,2%

Strade, parcheggi e piazze



26,8%

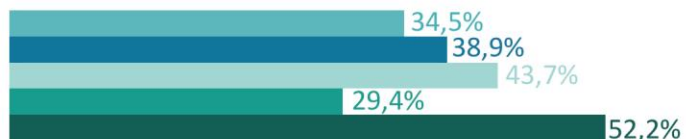
Aree rurali di montagna



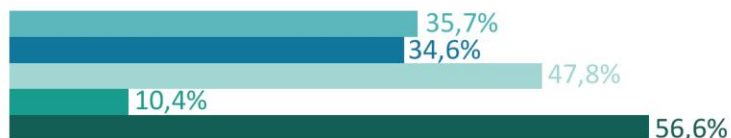
14,3%

Aree prossime al fiume

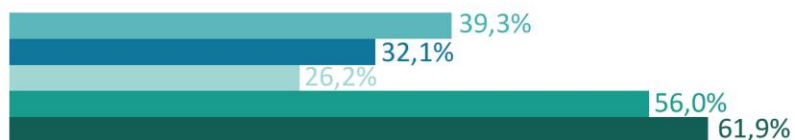
BAGNO DI ROMAGNA



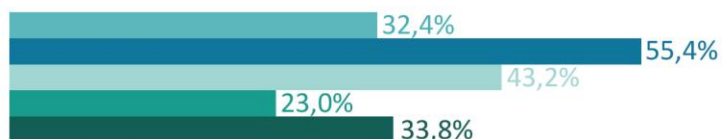
MERCATO SARACENO



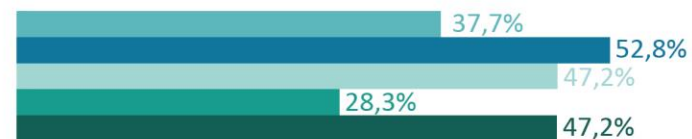
VERGHERETO



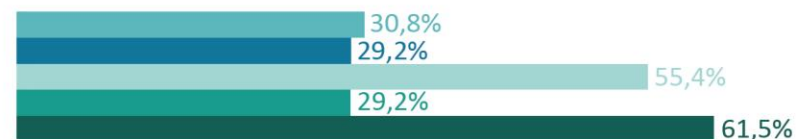
NON RESIDENTI



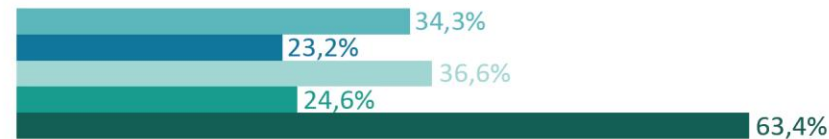
18-25 anni



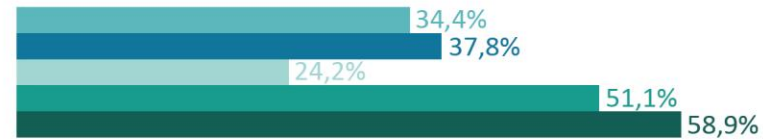
26-35 anni



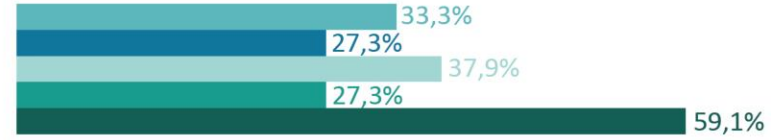
36-45 anni



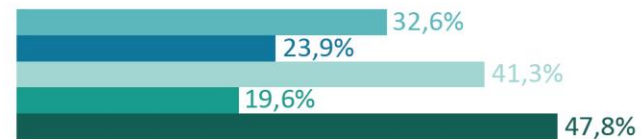
46-55 anni



56-65 anni



65+ anni



# GLI INDIRIZZI STRATEGICI



## RESILIENZA

Quali azioni ti sembrano più importanti per l'adattamento climatico?

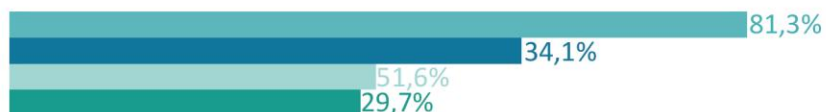
BAGNO DI ROMAGNA



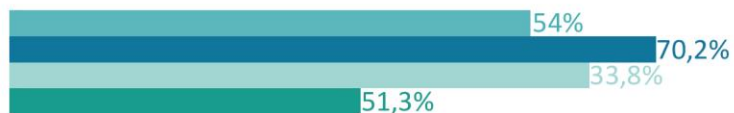
MERCATO SARACENO



VERGHERETO



NON RESIDENTI



73,2%

Tenere pulite e curare le aree fluviali



49,7%

-CO2: incentivare mobilità sostenibile



44,4%

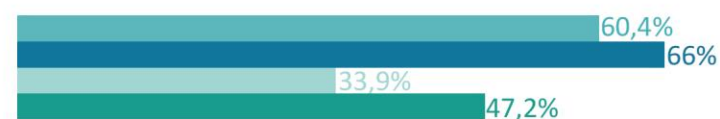
Presidiare e curare il territorio rurale



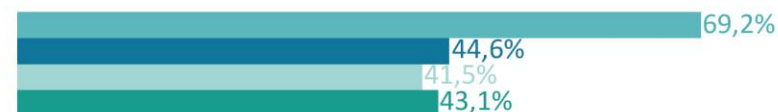
41%

-CO2: migliorare prestazione energetica edifici

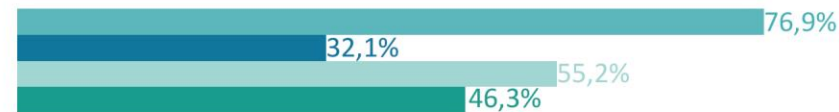
18-25 anni



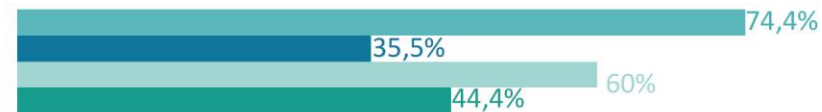
26-35 anni



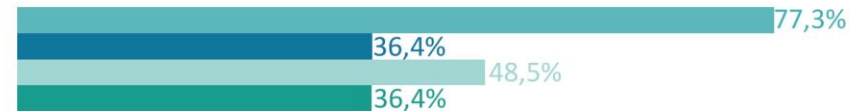
36-45 anni



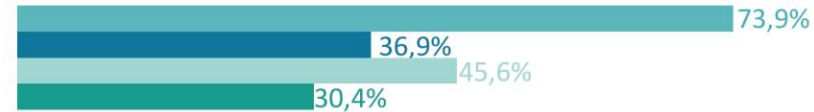
46-55 anni



56-65 anni



65+ anni

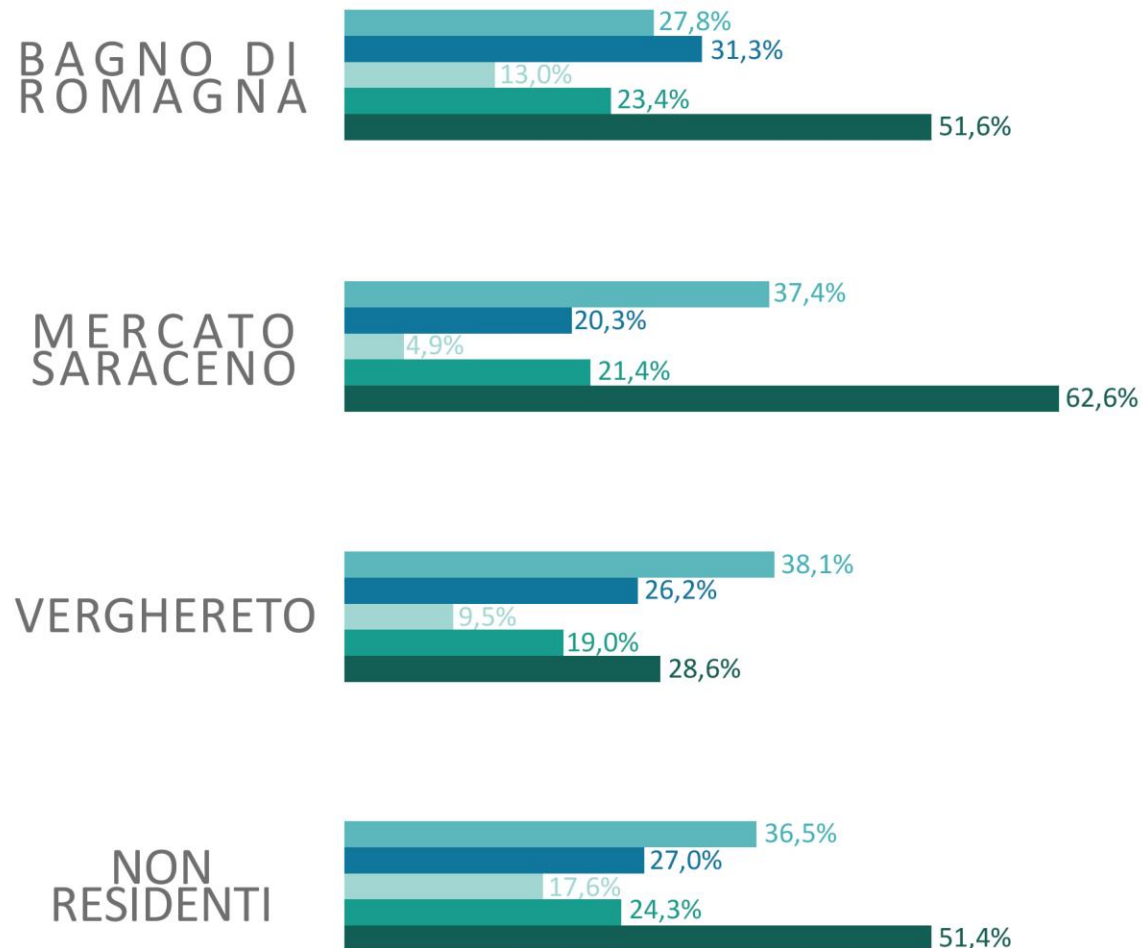


# GLI INDIRIZZI STRATEGICI



## RESILIENZA

Quali azioni ti sembrano più importanti per promuovere nel tuo territorio una **mobilità più ecologica e sostenibile**?



51,7%

Percorsi ciclo-pedonali



35,8%

Autobus più frequenti



27,1%

Bike Sharing



22,4%

Minibus condivisi

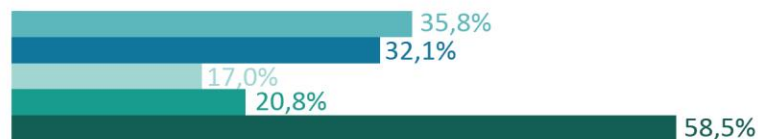


10,8%

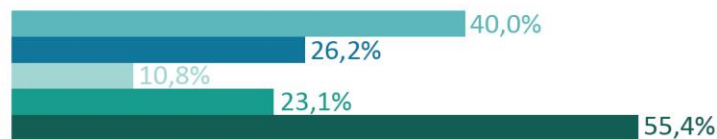
Car Sharing



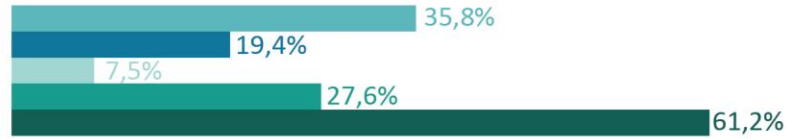
18-25 anni



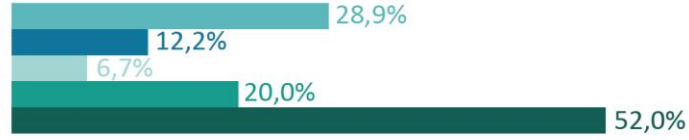
26-35 anni



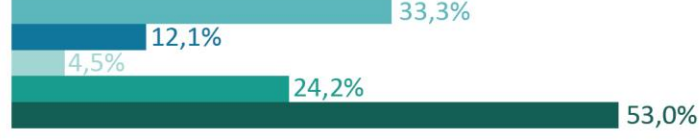
36-45 anni



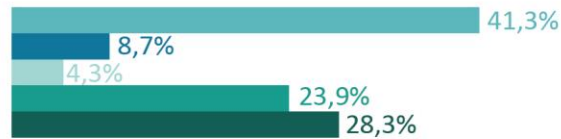
46-55 anni



56-65 anni



65+ anni



## GLI INDIRIZZI STRATEGICI – Qualità, innovazione, inclusione e abitare

In questa sezione è stata sollecitata la popolazione in merito a una delle principali tematiche che ha ricadute sul fenomeno dell'abbandono dell'alta valle del Savio: la qualità dell'abitare, in riferimento specificamente all'**offerta dei servizi, e alla loro accessibilità, e alla qualità dell'abitazione.**

La possibilità di mantenere una popolazione stabile e incentivare i giovani a rimanere in questi territori passa necessariamente dalla risposta alle attuali **criticità legate ai servizi** e ai **beni di prima necessità**. La diffusione degli insediamenti e la maggiore complessità negli spostamenti rispetto agli ambiti di pianura richiede una strategia che **sviluppi il concetto di prossimità**.

Le domande rivolte ai cittadini hanno in particolare riguardato **qualità e accessibilità dei servizi** in relazione alle loro abitudini e, secondariamente, **caratteristiche della propria abitazione**:

- Come ti muovi all'interno del tuo comune o nei comuni limitrofi per accedere ai principali servizi?
- Relativamente alla mobilità e agli spostamenti, quali sono le maggiori problematiche che riscontri nell'accesso ai servizi?
- Quali azioni ti sembrano più importanti per migliorare l'offerta di servizi e il tempo libero?
- Se hai riscontrato una carenza di servizi in prossimità della tua abitazione, puoi specificare di quale si tratta?
- Dove ti rechi a fare la spesa?
- Descrivi quali caratteristiche ha la tua abitazione e di quali servizi è dotata.

Dal punto di vista degli spostamenti gli abitanti sembrano essere ancora molto legati al **mezzo privato**, anche se emerge una certa sensibilità rispetto all'**ottimizzazione dei viaggi**, in termini di numero e condivisione con altri. Il trasporto pubblico non rientra nelle abitudini dichiarate mentre più **frequenti** sono gli **spostamenti a piedi o in bicicletta**.

Le criticità riscontrate sembrano concentrarsi soprattutto nel territorio di Verghereto, dove i servizi e la loro fruibilità non sono ottimali. Ricorrente è la richiesta di un **potenziamento delle piste ciclabili**, mentre a Bagno di Romagna e Mercato Saraceno si rileva la richiesta di **ulteriori parcheggi**. Il trasporto pubblico non è sentito come una vera esigenza.

La richiesta di ulteriori **servizi di prossimità** sembra concentrarsi sullo **spazio aperto** con particolare interesse, soprattutto nelle **fasce più giovani**, per **sport e attività comunitarie**. Nel caso della popolazione più **matura e isolata**, come nel caso di Verghereto, anche l'ambito **socio-sanitario** andrebbe implementato.

Nel caso della **spesa**, e dell'acquisto dei beni di prima necessità, il **supermercato** appare nettamente la **scelta privilegiata** in tutti i comuni, fatta eccezione per i residenti di **Verghereto** che si orientano sulle **botteghe vicino a casa**, mentre pochissimi si recano dai produttori locali.

Le **abitazioni** appaiono piuttosto **confortevoli** per dimensioni, sicurezza sismica (più fragile il comune di Mercato Saraceno), spazi accessori e vicinanza a parchi e scuole, mentre la **dimensione energetica è critica** sotto tutti gli aspetti (isolamento e fonti rinnovabili).

# GLI INDIRIZZI STRATEGICI



mai      raramente      spesso      sempre

## QUALITA' E INNOVAZIONE + INCLUSIONE E ABITARE

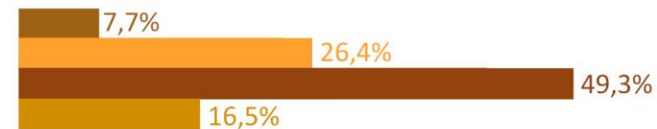
Come ti muovi all'interno del tuo comune o nei comuni limitrofi per accedere ai principali servizi?



in auto



in autobus



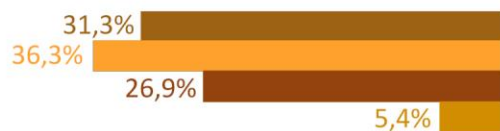
a piedi



in moto/scooter



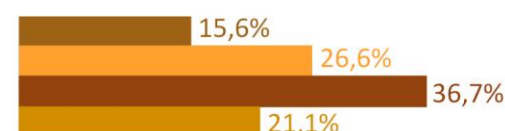
unisco gli spostamenti in un unico viaggio



in bicicletta



condivido i viaggi con famigliari e amici



## GLI INDIRIZZI STRATEGICI



### QUALITA' E INNOVAZIONE + INCLUSIONE E ABITARE

Relativamente alla **mobilità** e agli **spostamenti**, quali sono le maggiori **problematiche** che riscontri nell'**accesso ai servizi**?

DATI GENERALI

	SI	NO		BAGNO DI ROMAGNA	MERCATO SARACENO	VERGHERETO	NON RESIDENTI				
	53,6%	46,4%	orari di apertura dei servizi troppo limitati o poco flessibili	49,7%	50,3%	50%	50%	63,9%	36,1%	63,9%	36,1%
	47,6%	52,4%	carenza di servizi in prossimità della mia abitazione	37,1%	62,9%	52,8%	47,2%	73,7%	26,3%	45,1%	54,9%
	48,9%	51,1%	carenza di parcheggi in prossimità dei servizi	50,9%	49,1%	58,7%	41,3%	37,3%	62,7%	31%	69%
	53,5%	46,5%	assenza/carenza di piste ciclabili	33,8%	66,2%	78,4%	21,6%	64,3%	35,7%	65,7%	34,3%
	25,8%	74,2%	mancanza di fermate di autobus in prossimità della mia abitazione	21,5%	78,5%	28,9%	71,1%	26,9%	73,1%	32,9%	67,1%
	46,8%	53,2%	mancanza di un sistema di trasporto pubblico collettivo	44,2%	55,8%	50,6%	49,4%	53,3%	46,7%	42,9%	57,1%

# GLI INDIRIZZI STRATEGICI



## I BENI COMUNI E IL WELFARE DI COMUNITÀ

Se hai riscontrato una **carenza di servizi** in prossimità della tua abitazione, puoi specificare di quali si tratta?



52,9%



48,5%



39%



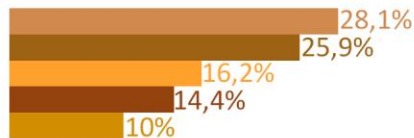
29,3%



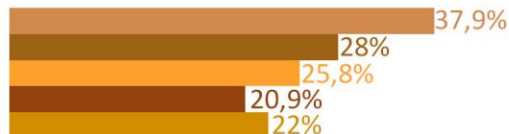
28,8%

Spazi per ragazzi e giovani   Spazi per lo sport   Spazi di comunità   Parchi e aree verdi   Servizi socio-sanitari

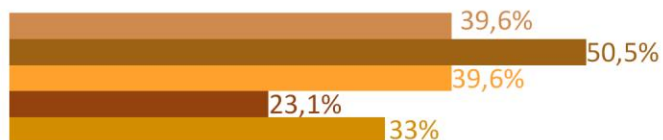
### BAGNO DI ROMAGNA



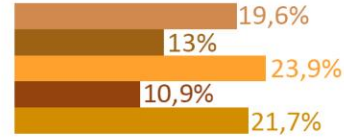
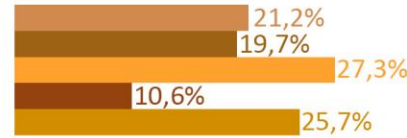
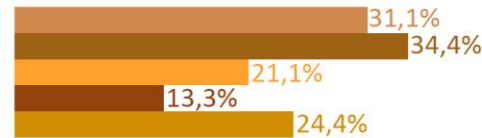
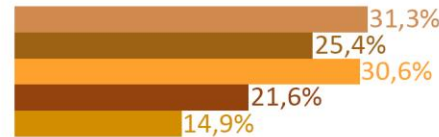
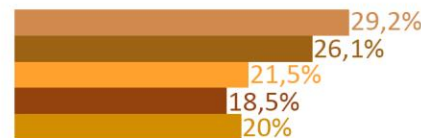
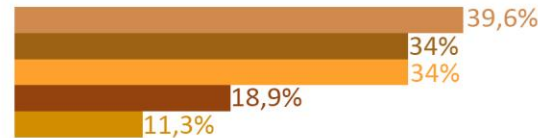
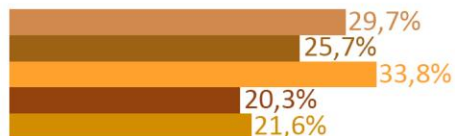
### MERCATO SARACENO



### VERGHERETO



### NON RESIDENTI





# GLI INDIRIZZI STRATEGICI



## QUALITÀ E INNOVAZIONE + INCLUSIONE

Dove ti rechi per fare la spesa?



72,9%



40,6%



32,6%



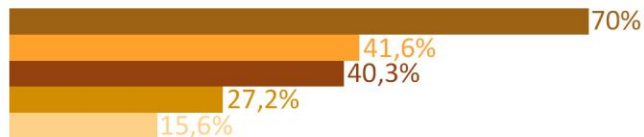
28%



16,7%

Supermercato più vicino  
 Botteghe più vicine  
 Mercato settimanale  
 Centro commerciale  
 Produttori locali

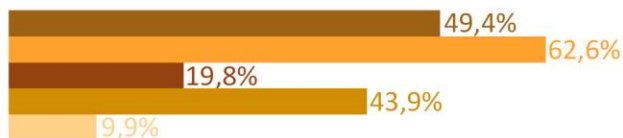
BAGNO DI ROMAGNA



MERCATO SARACENO



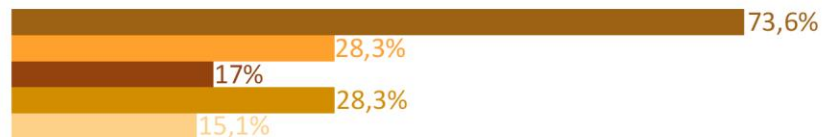
VERGHERETO



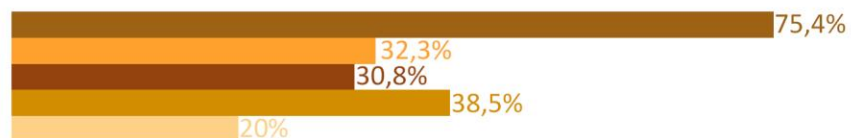
NON RESIDENTI



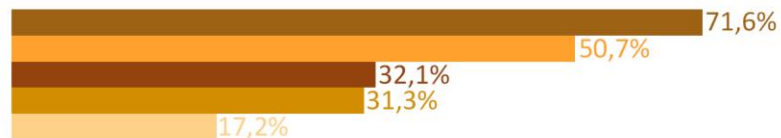
18-25 anni



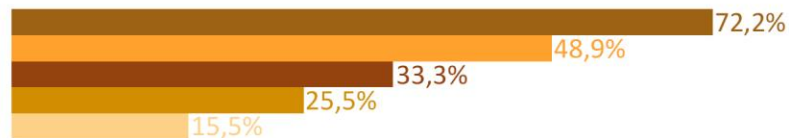
26-35 anni



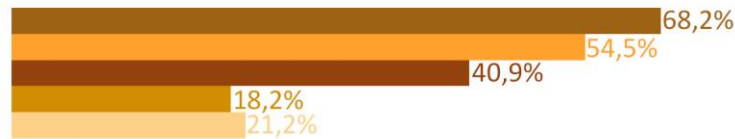
36-45 anni



46-55 anni



56-65 anni



65+ anni



# GLI INDIRIZZI STRATEGICI



## QUALITA' E INNOVAZIONE + INCLUSIONE E ABITARE

Descrivici quali caratteristiche ha la tua abitazione e di quali servizi è dotata

## SI NO



infissi taglio termico



connessione veloce



raccolta acque



vicinanza parchi



vicinanza rurale



vicinanza scuole

DATI GENERALI

BAGNO DI ROMAGNA

MERCATO SARACENO

VERGHERETO

NON RESIDENTI

DATI GENERALI

BAGNO DI ROMAGNA

MERCATO SARACENO

VERGHERETO

NON RESIDENTI



giardino privato

78,7% 21,3% 79,9% 20,1% 79,6% 20,4% 85,2% 14,8% 63,6% 36,4%



garage/posto auto

83,5% 16,5% 81,5% 18,5% 87,5% 12,5% 79% 21% 90,9% 9,1%



antisismico

67,3% 32,7% 72,2% 27,8% 58,5% 41,5% 71,8% 28,2% 62,5% 37,5%



fonti rinnovabili

22,4% 77,6% 21,1% 78,9% 24,3% 75,7% 27,3% 72,7% 19,4% 80,6%



cappotto edilizio

34,9% 65,1% 40,6% 59,4% 27,2% 72,8% 33,3% 66,7% 35,4% 64,6%

53,6% 46,4%

52% 48%

54,4% 45,6%

59,5% 40,5%

50,8% 49,2%

57,7% 42,3%

59,3% 40,7%

54,4% 45,6%

54,9% 45,1%

64,2% 35,8%

17,9% 82,1%

16,3% 83,7%

17,1% 82,9%

29,3% 70,7%

14,1% 85,9%

75,7% 24,3%

78,7% 21,3%

62,9% 37,1%

84,8% 15,2%

86,6% 13,4%

78,6% 21,4%

76,6% 23,4%

78,9% 21,1%

88,6% 11,4%

74,6% 25,4%

66% 34%

65% 35%

64,8% 35,2%

76,8% 23,2%

66,2% 33,8%

## GLI INDIRIZZI STRATEGICI – Salute, benessere e attrattività

In questa sezione sono stati introdotti ai cittadini due importanti macro-tematiche di interesse pubblico: lo sviluppo di un **territorio che promuove la salute e il benessere** e pone attenzione alla persona attraverso un'ampia **offerta di servizi**; e l'**attrattività dei centri urbani e dei territori**, con particolare riferimento al turismo e alla qualità abitativa.

Queste due macro-tematiche sono state affrontate in maniera congiunta in quanto **il tema della salute e della qualità della vita è un punto di forza che caratterizza questi ambiti territoriali**, caratterizzati dalla presenza di un vasto patrimonio naturalistico, di centri termali, di sentieri e cammini anche di interesse nazionale, e dunque un elemento di valore non solo per gli attuali abitanti, ma anche per turisti, visitatori e possibili nuovi cittadini.

Le domande sottoposte ai cittadini hanno in particolare riguardato due ambiti ovvero il **tempo libero** e la **qualità abitativa**:

- Come ti piace trascorrere il tempo libero nell'Alto Savio?
- Quali sono le carenze più significative nell'offerta di servizi per il tempo libero e il turismo?
- Quali azioni ti sembrano più importanti per migliorare l'offerta di servizi e il tempo libero?
- Quali carenze/criticità evidenzi maggiormente per il raggiungimento di una migliore qualità abitativa?
- Che tipo di offerta abitativa pensi possa essere attrattiva per un territorio come il tuo?

**Riguardo al tempo libero**, è emerso che gli abitanti e i frequentatori dei tre Comuni preferiscono fare attività all'aria aperta, nei parchi e giardini pubblici,

nei fiumi e laghi presenti sul territorio, nella natura o nei centri abitati e borghi storici, anche per partecipare a eventi e sagre, negli agriturismi. Risultano meno frequenti: uscite per fare shopping, escursioni in bicicletta, per recarsi alle terme o in piscina, o per assistere a spettacoli, concerto o opere teatrali.

Sempre riguardo al tempo libero, le carenze che vengono evidenziate in questo caso cambiano sensibilmente in relazione al Comune di appartenenza: se a Bagno di Romagna emerge la necessità di avere più iniziative culturali, più spazi per attività all'aria aperta e sentieri meglio segnalati, a Verghereto e soprattutto Mercato Saraceno emerge anche la necessità di avere più piste ciclabili.

**Per rendere il territorio più attrattivo dal punto di vista turistico**, dai più giovani viene data priorità alla promozione di un'offerta di turismo esperienziale, mentre gli abitanti più maturi individuano come prioritario la valorizzazione di prodotti locali e la rigenerazione degli immobili rurali.

Anche **rispetto all'attrattività dell'offerta abitativa**, le risposte subiscono alcune sensibili variazioni nei diversi Comuni di residenza: se in tutti e tre emerge la necessità di implementare la connessione internet, a Mercato Saraceno si aggiunge l'esigenza di attrarre giovani coppie e a Verghereto quella di creare nuove opportunità di lavoro. Emerge infine con forza in tutti i Comuni come un'offerta abitativa di qualità sia subordinata ad avere alloggi con elevate prestazioni energetiche e sale e spazi per attività collettive in prossimità dell'abitazione.

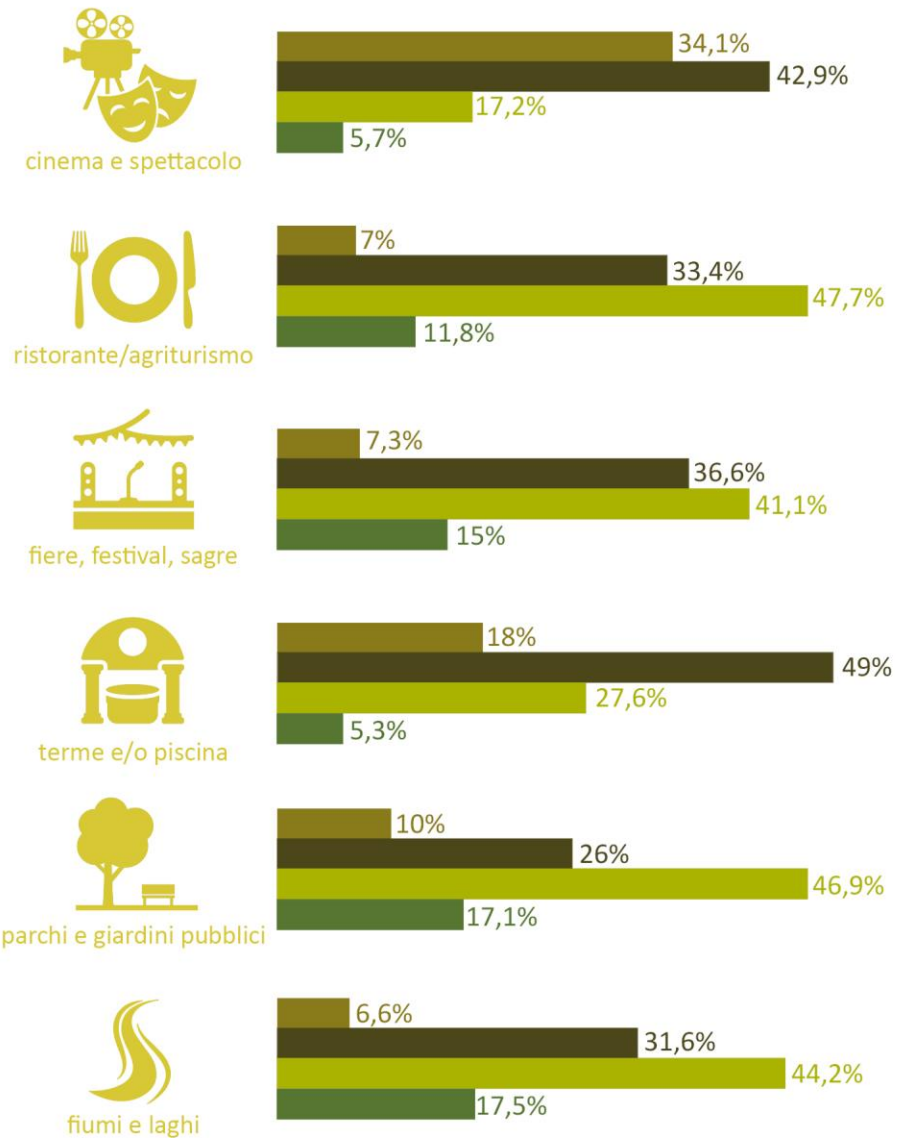
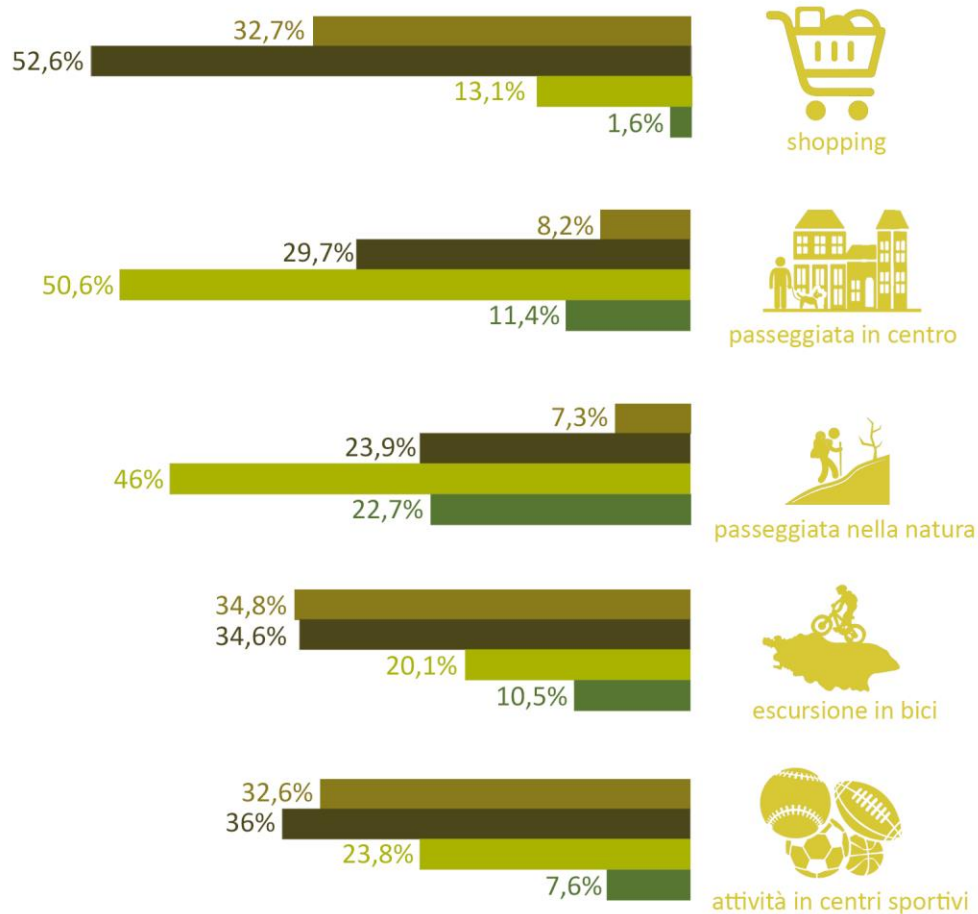
# GLI INDIRIZZI STRATEGICI



mai      raramente      **spesso**      sempre

## SALUTE E BENESSERE + ATTRATTIVA

Come ti piace trascorrere il **tempo libero** nell'Alto Savio?



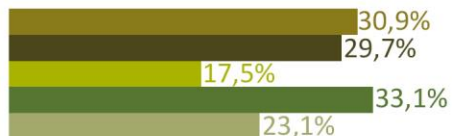
# GLI INDIRIZZI STRATEGICI



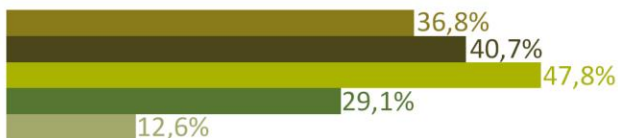
## SALUTE E BENESSERE + ATTRATTIVA

Quali sono le carenze più significative nell'offerta di servizi per il tempo libero e il turismo?

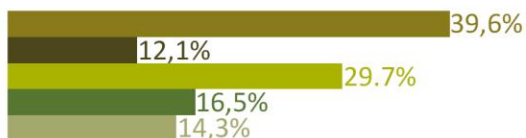
### BAGNO DI ROMAGNA



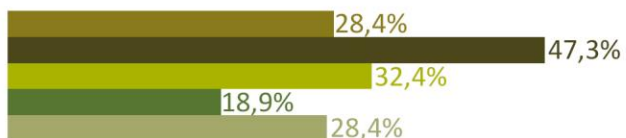
### MERCATO SARACENO



### VERGHERETO



### NON RESIDENTI



34,1%

Spazi per attività all'aria aperta



32,9%

Sentieri poco segnalati e/o curati



29,7%

Piste ciclabili



28,7%

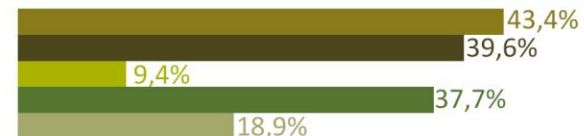
Eventi e/o iniziative culturali



20%

Negozi chiusi nel fine settimana

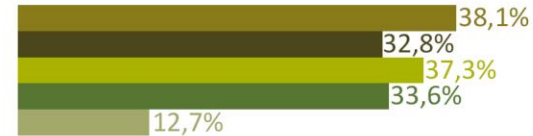
18-25 anni



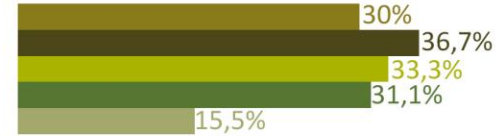
26-35 anni



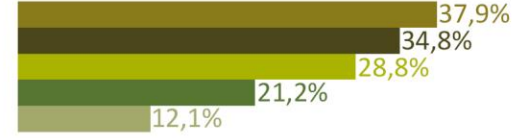
36-45 anni



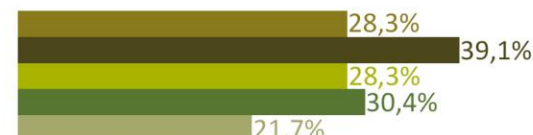
46-55 anni



56-65 anni



65+ anni



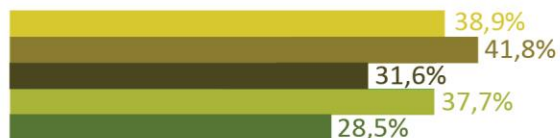
# GLI INDIRIZZI STRATEGICI



## SALUTE E BENESSERE + ATTRATTIVA

Quali azioni ti sembrano più importanti per migliorare l'offerta di servizi per il **tempo libero** e il **turismo**?

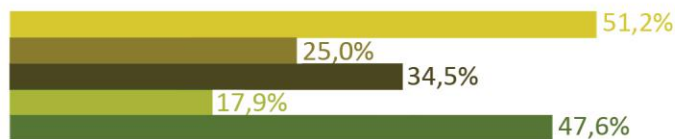
BAGNO DI ROMAGNA



MERCATO SARACENO



VERGHERETO



NON RESIDENTI



39,9%

Valorizzare prodotti locali



39,6%

Valorizzare i corsi d'acqua



36,9%

Turismo Esperienziale



35,7%

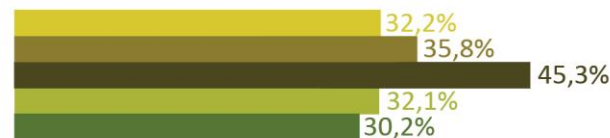
Implementazione rete sentieristica



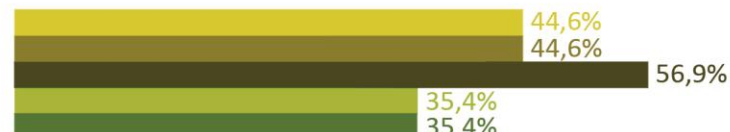
34,3%

Rigenerazione immobili rurali

18-25 anni



26-35 anni



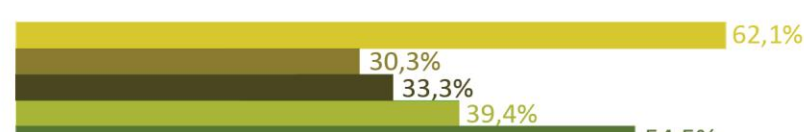
36-45 anni



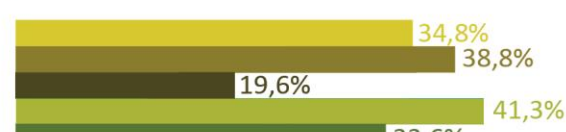
46-55 anni



56-65 anni



65+ anni



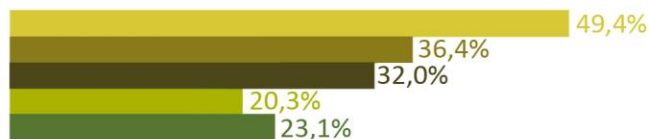
# GLI INDIRIZZI STRATEGICI



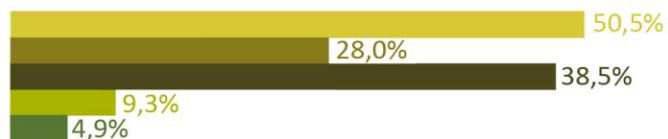
## SALUTE E BENESSERE + ATTRATTIVA

Quali carenze/criticità evidenzi maggiormente per il raggiungimento di una maggiore **qualità abitativa**?

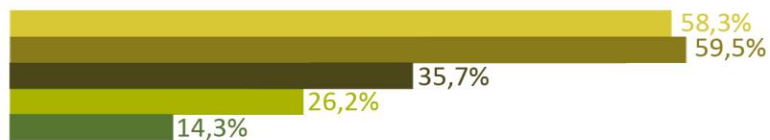
BAGNO DI ROMAGNA



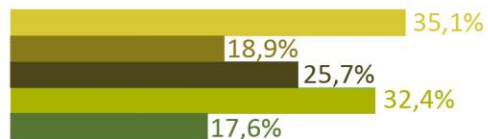
MERCATO SARACENO



VERGHERETO



NON RESIDENTI



49,2%

Connessione internet lenta



35,1%

Poche opportunità di lavoro



33,5%

Poca attrattività per famiglie e coppie



24,8%

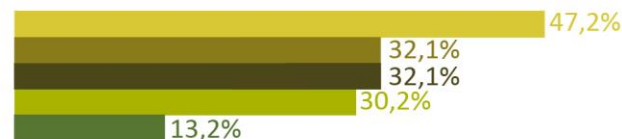
Carenza di locali e attività serali



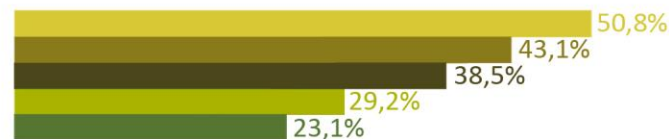
16,3%

Costo elevato dei beni di prima necessità

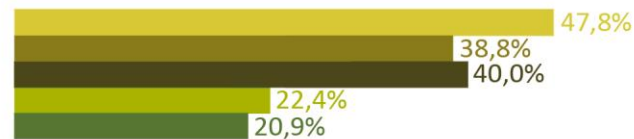
18-25 anni



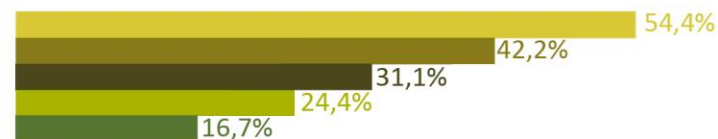
26-35 anni



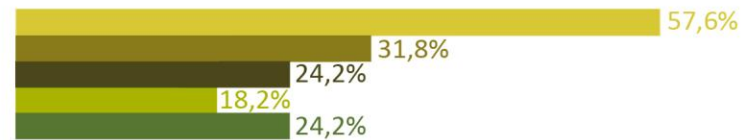
36-45 anni



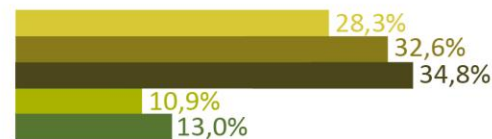
46-55 anni



56-65 anni



65+ anni



## GLI INDIRIZZI STRATEGICI



### BENESSERE E SALUTE + ATTRATTIVA

Che tipo di **offerta abitativa** pensi possa essere attrattiva per un territorio come il tuo?



49,7%

Abitazioni con elevate prestazioni energetiche



32,8%

Sale e spazi per attività collettive



17,7%

Orti condivisi



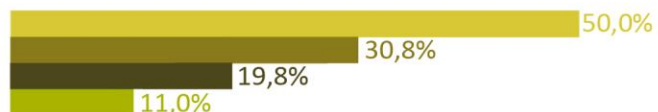
11,7%

Social Housing/ Silver Housing

BAGNO DI ROMAGNA



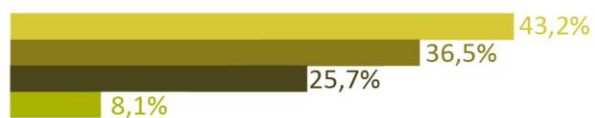
MERCATO SARACENO



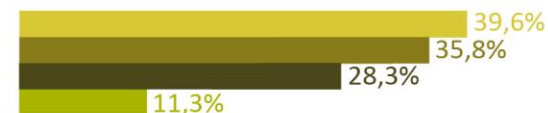
VERGHERETO



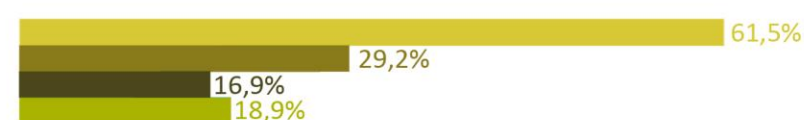
NON RESIDENTI



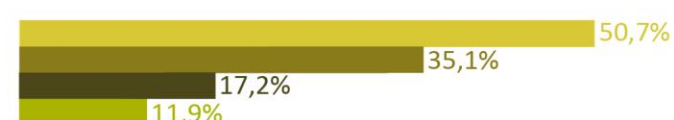
18-25 anni



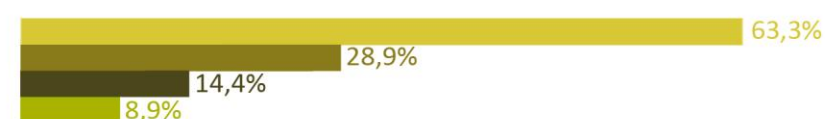
26-35 anni



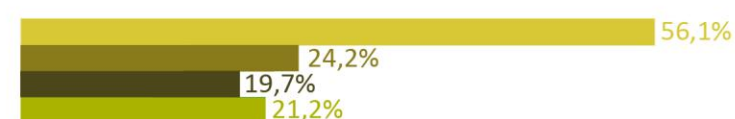
36-45 anni



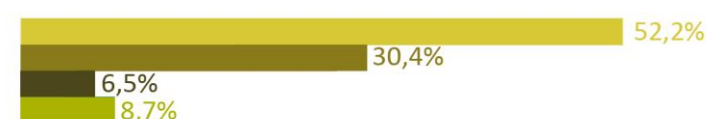
46-55 anni



56-65 anni



65+ anni





## LA "LEZIONE DELLA PANDEMIA"

Il nuovo Piano Urbanistico Generale nasce in una fase fortemente segnata dall'emergenza pandemica, un periodo di crisi che ha generato forti impatti sul territorio, sotto più punti di vista (sanitario, economico, sociale...), generando cambiamenti anche radicali nei nostri stili di vita. Il questionario, inoltre, è stato sottoposto ai cittadini al termine del secondo lockdown che, seppur in forma "più leggera" rispetto a quello del 2020, ha notevolmente limitato le attività e gli spostamenti.

Per tutte queste ragioni è stato deciso di cogliere l'opportunità generata dal percorso partecipativo del nuovo PUG per raccogliere dagli abitanti impressioni, pensieri, riflessioni, emozioni legate all'esperienza di distanziamento e isolamento vissuta a causa della pandemia. In particolare si è voluto capire come la pandemia abbia influenzato il modo di percepire il territorio, come siano cambiate esigenze, valori e bisogni e quali opportunità si siano generate.

Il quesito somministrato ai cittadini è stato il seguente: "Condividi tre cose che hai apprezzato/hai imparato ad apprezzare di più durante la pandemia". La richiesta è stata volutamente formulata in modo propositivo, con l'obiettivo di raccogliere dai cittadini "lezioni" che potessero fungere da input per possibili azioni e progetti sul territorio. Più che le "paure" e le esperienze negative si è voluto quindi porre l'attenzione sulle **opportunità che il Covid-19 può innescare per meglio rispondere alle sfide del futuro**.

Le parole-chiave che sono state estrapolate dai commenti lasciati dai cittadini hanno fatto trasparire come la pandemia, pur nella sua atrocità, sia stata

un'occasione per riscoprire il proprio territorio, i suoi valori e le sue specificità.

In particolare sono emerse alcune importanti macro-tematiche: **natura e vita all'aria aperta, comunità e relazioni di prossimità, sostenibilità e nuovi stili di vita**.

**NATURA E VITA ALL'ARIA APERTA.** I periodi di isolamento che hanno seguito la crescita della crisi pandemica hanno inevitabilmente fatto riscoprire l'importanza di poter godere di spazi all'aperto. Da questo punto di vista i tre Comuni di riferimento presentano delle caratteristiche che hanno permesso di rimanere a contatto con la natura e svolgere attività *en plein air*. È stato infatti sottolineata l'importanza di avere nelle vicinanze elementi d'acqua (laghi, fiumi) o di poter usufruire della campagna circostante per passeggiare o semplicemente per assaporare la quiete e il silenzio.

**COMUNITÀ E RELAZIONI DI PROSSIMITÀ.** È stato inoltre sottolineato da molti come la presenza della famiglia e/o di una comunità di riferimento abbia costituito un importante conforto e supporto per affrontare il periodo di emergenza pandemica: l'abitare in piccoli borghi o in complessi abitativi pluri-familiari, tipici di questi territori, è quindi riconosciuto come un valore.

**SOSTENIBILITÀ E NUOVI STILI DI VITA.** Infine è emersa l'opportunità di abitare territori che stimolano la lentezza, il cibo sano, la vicinanza ai boschi, i rapporti diretti, ovvero tutti elementi ritenuti come decisivi per portare avanti uno stile di vita sano e più sostenibile nel tempo.



## IL CONTRIBUTO DEI GIOVANI

Nell'ambito del percorso di ascolto, consultazione e partecipazione del nuovo Piano Urbanistico Generale si è colta l'opportunità del questionario per aprire un dialogo con i ragazzi delle scuole secondarie dei tre Comuni.

Il coinvolgimento dei ragazzi ha portato uno sguardo fresco e inedito sui temi affrontati dal questionario e ha costituito un'occasione per ascoltare il punto di vista dei più giovani sul proprio territorio di appartenenza.

Gli incontri, inoltre, in sinergia con gli Istituti scolastici, sono stati pensati per contribuire alla **formazione di una coscienza civica sui alcuni grandi temi legati alla cittadinanza globale**, con particolare riferimento ai cambiamenti climatici e lo sviluppo sostenibile.

Il percorso partecipativo con gli Istituti secondari di secondo grado ha coinvolto **3 plessi scolastici**:

- Liceo scientifico "A. Righi", sede di Bagno di Romagna
- IC Bagno di Romagna
- IC Valle Savio

La **classi coinvolte sono state 21**, per un **totale di circa 213 studenti**.

Gli incontri, che si sono svolti nelle prime due settimane di maggio, sono stati così organizzati:

- Breve presentazione del PUG, dei suoi contenuti e obiettivi
- La pianificazione urbanistica e le sue principali sfide
- Riconoscimento di alcune di queste tematiche sul proprio territorio e attività collettiva partecipata
- Presentazione del questionario e delle diverse sezioni tematiche
- Compilazione del questionario

Prima di lasciare ai ragazzi la compilazione del questionari, è stato ritenuto opportuno introdurre in maniera partecipata e dialogica alcune delle principali tematiche affrontate. In particolare, sono state presentate alcune questioni generali relative al tema dei cambiamenti climatici, della mobilità sostenibile e della cura condivisa dei beni comuni, attraverso alcuni esempi concreti.

Quindi i ragazzi sono stati chiamati a rispondere a una prima domanda:

### - Cosa ti piace di più del tuo territorio?

La domanda è stata posta con l'obiettivo di guardare il proprio ambiente di vita con uno sguardo propositivo, a partire dal riconoscimento delle proprie peculiarità (fisiche, ambientali, ma anche sociali, storico-culturali...) per definire insieme "gli elementi di forza" e unicità. In questa fase, da parte dei ragazzi di tutte le classi, è stata riconosciuta **la ricchezza del patrimonio naturalistico-ambientale** (montagna, colline, fiumi, laghi, sentieri, boschi) che caratterizza in maniera trasversale tutti e tre i Comuni.

In secondo luogo è stata posta una ulteriore domanda:

### - Cosa manca nel tuo territorio?

Questo secondo quesito ha voluto porre l'attenzione invece su eventuali luoghi, servizi, temi percepiti come poco presenti o deboli nel proprio territorio. In generale è emersa l'**esigenza di avere più luoghi per ritrovarsi all'aperto con gli amici o per trascorrere il tempo libero**, anche nei fine settimana. È nei weekend infatti che viene percepita dai ragazzi la necessità di avere una scelta di attività più ampia, come avviene ad esempio nei centri abitati di maggiore dimensione.

## PAROLA AGLI ABITANTI!

### IL CONTRIBUTO DEI GIOVANI

213 risposte

11-17  
anni



45%



50%

Quali azioni ritieni più efficaci per affrontare la sfida dello sviluppo sostenibile?



4,19

cambiamenti climatici



3,85

riqualificazione patrimonio



3,80

mobilità sostenibile



3,35

rigenerazione urbana

Quali azioni ritieni più efficaci rispetto al tema dei beni comuni e dello spazio pubblico?



3,97

fruibilità degli spazi



3,90

accessibilità degli spazi



3,46

gestione collaborativa



3,25

investimenti sull'abitare

Quali azioni ritieni più efficaci per aumentare l'attrattività economica e sociale del tuo paese e in grado di attrarre investimenti sul territorio?



3,93

valorizzare territorio rurale



3,81

valorizzare luoghi storici



3,80

offerta turistica



3,62

luoghi di produzione



Quali azioni ti sembrano più importanti per promuovere nel tuo territorio una mobilità più ecologica e sostenibile?



44,6%

bike sharing



42,2%

percorsi ciclopedonali



25,8%

autobus più frequenti



18,3%

minibus condivisi



17,3%

Come ti piace trascorrere il tempo libero nell'Alto Savio?



parchi e giardini



passeggiata nel centro abitato



fiumi e laghi



trekking nella natura

mai  
raramente  
spesso  
sempre

Quali sono le carenze più significative nell'offerta di servizi per il tempo libero e il turismo?



30,5%

negozi chiusi nel fine settimana



28,6%

spazi/attrezzature per attività all'aria aperta



25,8%

sentieri poco segnalati e/o curati



25,4%

piste ciclabili



22,1%

strutture chiuse in inverno

Quali azioni ti sembrano più importanti per migliorare l'offerta di servizi per il tempo libero e il turismo?



43,7%

valorizzazione dei corsi d'acqua



43,7%

attrezzature e spazi per sport estremi



32,9%

valorizzazione di prodotti locali



31,0%

valorizzazione cammini con app



29,6%

valorizzazione di prodotti locali

