

1. ANALISI E MAPPATURA DEGLI STAKEHOLDER

La Strategia di Transizione Climatica del Comune di Brescia è stata costruita con il coinvolgimento degli stakeholder e dei cittadini ed è previsto che tali soggetti continuino ad avere un ruolo attivo nell'implementazione delle azioni, nella divulgazione e disseminazione dei risultati.

L'attivazione di sinergie tra il partenariato di progetto e i diversi portatori di interesse del territorio e rappresentanti della società civile rappresenta un imprescindibile elemento di forza della STC di Brescia.

L'informazione, l'ascolto e l'engagement dei portatori di interesse e della città tutta sarà altresì uno degli aspetti chiave della STC, e vedrà la sua attuazione ed implementazione nel corso del periodo di attuazione e di monitoraggio della stessa.

Con riferimento al percorso preliminare di coinvolgimento degli stakeholder e di rappresentanti della società civile bresciana durante lo sviluppo della STC, con support di Urban Center di Brescia si è proceduto ad una mappatura di soggetti da coinvolgere, verificata da parte dell'Amministrazione comunale bresciana, con riferimento a quelli da inviare prioritariamente. Sono stati individuate complessivamente circa 160 Enti e organizzazioni, classificati secondo le seguenti categorie:

1. Settore primario: Organizzazioni di Agricoltori; Organizzazioni di Categoria/Datoriali; Organizzazioni dei cittadini Settore Agricolo; Parchi
2. Settore Secondario: Amministrazione di Condomini; Associazioni e rete di Imprese; Edilizia-Energia; Imprese; Infrastrutture- Edifici
3. Settore Terziario: Commercio; Cooperative; Co-working/Start-up; Cultura; Finanza e Assicurazioni; Organizzazioni di Categoria;/Datoriali; Servizi e Impianti; Servizi Mobilità; Sindacati; Sport; Turismo
4. Settore quaternario: Accademie/Scuole di Specializzazione; Istituti/Centri di Ricerca/Associazioni Tecniche ; Stampa-Media; Università
5. Terzo settore: Associazioni; Associazioni e Comitati Ambientalisti
6. Società Civile: Consiglio di Quartiere
7. Istituzioni: Amministrazioni Locali; Istituzioni Religiose

e discutere divisi in tre gruppi tematici individuati per facilitare la discussione (Mitigazione – Adattamento – Processi partecipativi e di Co-progettazione), sono stati evidenziati gli elementi a favore ovvero le potenziali criticità con riferimento a azioni e raccolti stimoli e spunti propositivi.

Sulla base dei risultati del processo di finalizzazione della STC della città di Brescia, la mappatura degli stakeholder del progetto “Un Filo Naturale” è proseguita. L’obiettivo di questo documento è dare una descrizione complessiva di quali soggetti fanno parte della mappatura e indicare che direzione impostare per le strategie di coinvolgimento dei diversi soggetti.

Inoltre questo documento vuole fornire una descrizione del database degli stakeholder, che essendo un documento che contiene informazioni riservate, deve essere gestito con cura e non può essere condiviso.

2. ELENCO DELLE CATEGORIE DI SINTESI DIVISE PER AMBITI TEMATICI

Gli stakeholder del progetto “Un Filo Naturale” sono stati mappati e raggruppati partendo dai risultati del progetto “Mappiamo le Culture - luoghi e protagonisti per una città che sta cambiando” sviluppato tra il 2016 ed il 2018 da Urban Center Brescia promosso dal Comune di Brescia e in collaborazione con l’Università degli Studi di Brescia, nell’ambito di “Moving Culture - Brescia Culture in movimento”, finanziato da un bando Cariplo “Cultura e Aree urbane / Valorizzare le attività culturali come fattori di sviluppo delle aree urbane” del 2014. Con il progetto “Mappiamo le Culture” si è svolta un’indagine conoscitiva sul sistema culturale bresciano per ricercare luoghi e protagonisti rilevanti ai fini del rinnovamento e della rigenerazione urbana portando alla compilazione di un prezioso database ritenuto rilevante come punto di partenza anche per il progetto “Un Filo Naturale”.

Gli ambiti tematici secondo cui sono stati raggruppati gli Stakeholder del progetto “Un Filo Naturale” sono quindi definiti sulla base di quelli del progetto “Mappiamo le culture” e sono i seguenti:

BELLEZZA E DELLA MEMORIA

Stakeholders che si dedicano a valori, tangibili ed intangibili, che fanno riferimento al passato e che costituiscono una premessa insostituibile dell'agire sociale. In questo ambito rientrano coloro che si esprime grazie ad un background comune e ad un senso di appartenenza da parte dei cittadini, coloro che fanno riferimento ai valori della tradizione e del costume, alle radici letterarie e del pensiero filosofico, ma anche alle azioni di valorizzazione del territorio e del patrimonio storico, artistico e archeologico. Questi fattori conferiscono a Brescia una forte identità culturale e la rendono un importante punto di riferimento e di bellezza per altre città in ambito provinciale e regionale.

CREATIVITA' E ATTRATTIVITA'

Se una città vuole essere attrattiva all'interno di un sistema territoriale, deve avere peculiarità specifiche ed offrire opportunità uniche. Per giungere a ciò, l'ingrediente fondamentale è la creatività, ovvero quella capacità umana capace di affrontare e risolvere i problemi in maniera nuova. La creatività non è patrimonio di uno specifico campo di attività umane, ma per alcune (più di altre) ne costituisce l'elemento principale. In questo ambito si fa riferimento al fare artistico propriamente detto: le arti performative e visive, l'arte, la musica, il teatro la danza, il cinema, l'artigianato inventivo; in generale, tutte le attività generate da una non precisa esigenza funzionale. Appartengono a questa categoria anche la comunicazione e la promozione turistica.

CONOSCENZA

Coloro che si dedicano alla formazione, allo studio del passato e alla ricerca di nuovi saperi per garantire un futuro migliore alla comunità. Educazione, crescita e conoscenza sono le parole chiave per definire il campo di una città colta, aperta, consapevole e, soprattutto, attenta ai giovani.

FUTURO E INNOVAZIONE

Brescia si è sempre caratterizzata come una città industriosa, volenterosa, con una propensione al fare propositivo e non rinunciatario. È una città che lavora, produce economia e progredisce, e per la quale guardare avanti significa, nonostante tutto, pensare al futuro con ottimismo e progettualità. Questo ambito raggruppa quegli stakeholder che rendono Brescia una città attiva,

dinamica, smart, a grande scala, interconnessa, sprovincializzata, evoluta, innovativa.

TRASFORMAZIONE E RIGENERAZIONE

Le attività lavorative pesanti, il boom demografico, la speculazione edilizia dei decenni passati e una normativa spesso inadeguata, hanno determinato danni gravissimi al paesaggio del nostro territorio. Oggi, non si tratta più di espandere il tessuto urbano, ma di stimolare e sostenere politiche sobrie e virtuose di rigenerazione urbana, di tutelare il suolo e gli ambienti naturali e, come sostenuto dalle ultime tendenze della pianificazione urbanistica, di dare alle periferie una nuova centralità ovvero una pari dignità rispetto al centro storico. Qui troviamo le aree dismesse, le archeologie industriali da valorizzare, gli immobili ed i manufatti da riqualificare.

AMBIENTE E MOBILITA' SOSTENIBILE

Coloro che si occupano di ambiente e sostenibilità con uno sguardo anche alle generazioni future, al mondo animale e vegetale e soprattutto a chi non ha l'opportunità di far valere i propri diritti nelle sedi dove si prendono le decisioni. In questo ambito rientrano anche gli stakeholder che si occupano di mobilità urbana, affinché la città diventi sempre più vivibile, verde e naturale, meno inquinata e bonificata dai veleni e quindi adatta alla convivenza di tutti gli esseri viventi.

ESSERE E BENESSERE

In questo ambito rientrano gli stakeholder che hanno il benessere al centro del loro interesse. Con il termine benessere si intende quello fisico e mentale, dove la persona è considerata un'entità unica che si nutre di cibo e di pensiero. Il benessere è quell'ambito che raggruppa gli stakeholder che accoglie l'uomo e ne cura tutti gli aspetti, da quelli fisici a quelli psichici e spirituali. Welfare, salute, sport, ma anche enogastronomia e intrattenimento.

INCLUSIONE E PARTECIPAZIONE

Gli stakeholder che guardano ai diritti di tutti, soprattutto dei più deboli, dove i valori civici sono messi in primo piano. Ci si riferisce in particolare alle attività del terzo settore, ovvero delle associazioni, delle imprese sociali ed anche degli enti religiosi. Multiculturalità, solidarietà, partecipazione, attenzione ai quartieri sono alcune delle parole chiave di questo ambito.

3. ELENCO DI STAKEHOLDER DIVISI SECONDO CATEGORIE DI SINTESI

Il database degli stakeholder è compost da 624 contatti che sono stati catalogati e raggruppati secondo gli otto ambiti tematici descritti del capitolo precedente.

I contatti sono stati suddivisi secondo delle categorie di sintesi che riflettono la forma giuridica e l'ambito d'interesse.

Il grafico in figura numero 2, mostra la distribuzione delle categorie di sintesi degli stakeholder nei diversi ambiti tematici.

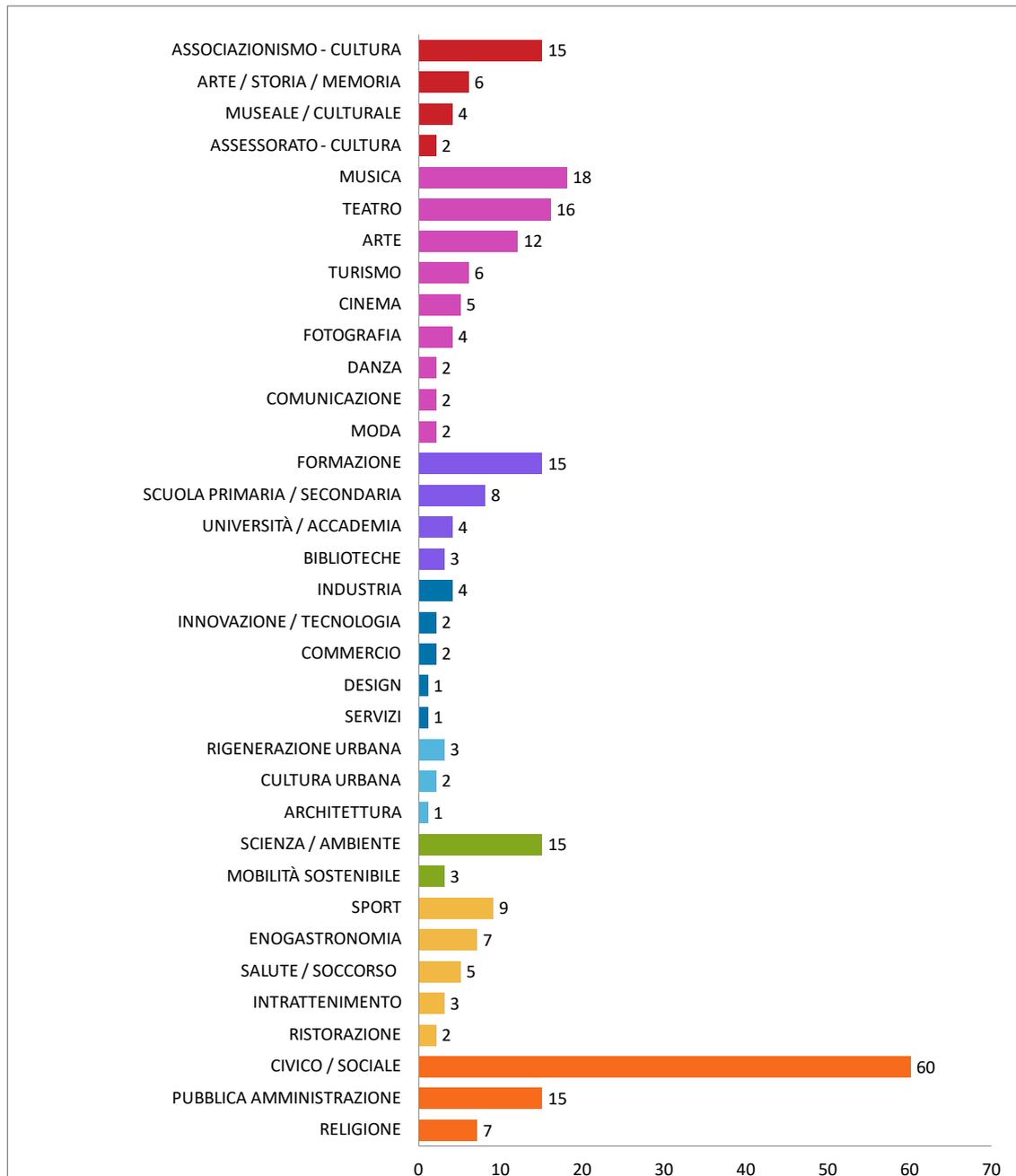


Figura 2: Mappiamo le Culture pag.64 I PROTAGONISTI DEL CAMBIAMENTO – AREE TEMATICHE
Le tipologie sono state categorizzate nelle aree tematiche riferite alle otto idee di città.

3.1 NUMER DI SOGGETTI PER AMBITO TEMATICO

L'infografica sotto riportata mette in evidenza il numero di soggetti per ogni ambito tematico. Come è possibile osservare, il maggior numero di soggetti presenti al momento della mappatura appartengono all'ambito tematico dell'inclusione sociale e della partecipazione. L'ambito della Creatività e attrattività è il secondo per numero di soggetti mappati e il terzo è quello legato all'ambito dell'ambiente e della mobilità sostenibile. Questa analisi è utile per capire quali soggetti includere maggiormente nel progetto, dare un quadro degli ambiti d'interesse già coinvolti e darsi degli obiettivi per quegli ambiti d'interesse ritenuti più importanti da includere. Essendo la mappatura e il conseguente coinvolgimento degli stakeholder in continuo sviluppo per tutto lo sviluppo del progetto "Un Filo Naturale", sarà interessante capire come questa rappresentazione si trasformerà nel corso del progetto.

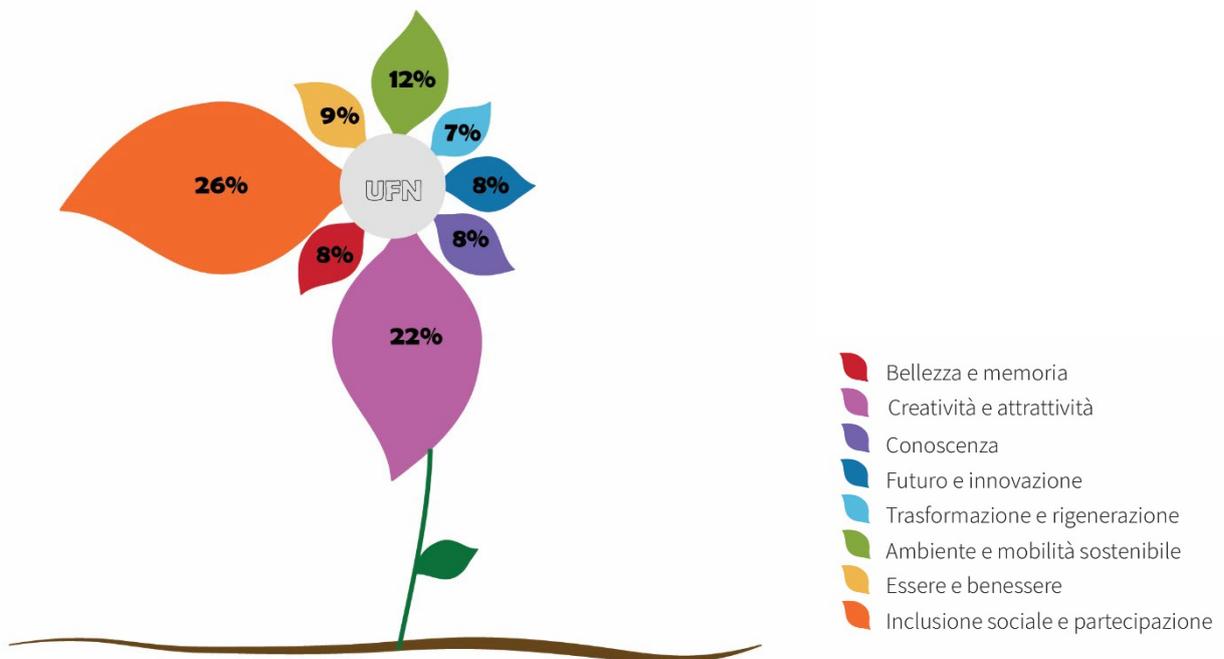


Figura 3: Infografica per rappresentare la distribuzione degli stakeholder secondo i diversi ambiti tematici

3.2 SOGGETTI DIVISI PER SETTORI: SETTORE ECONOMICO, TERZO SETTORE E SETTORE PUBBLICO/ISTITUZIONI

Per descrivere il database della mappatura degli stakeholder, i soggetti sono stati suddivisi secondo tre tipologie di appartenenza: Settore economico, Terzo settore e Settore pubblico / istituzioni.

La maggior parte dei soggetti presenti nella mappatura, il 62%, appartiene al Terzo settore.

Questa classificazione è stata necessaria per poter fare un'analisi per ogni tipologia secondo il livello di interesse e influenza al progetto.

Tipologie di soggetti SE= Settori economici TS= Terzo settore SP= Settore pubblico / Istituzioni	Numero soggetti per categoria	PERCENTUALE %
SE	96	15
SP	143	23
TS	382	62

Tabella 1: distribuzione dei soggetti per categoria di sintesi secondo: settore economico, terzo settore e settore pubblico

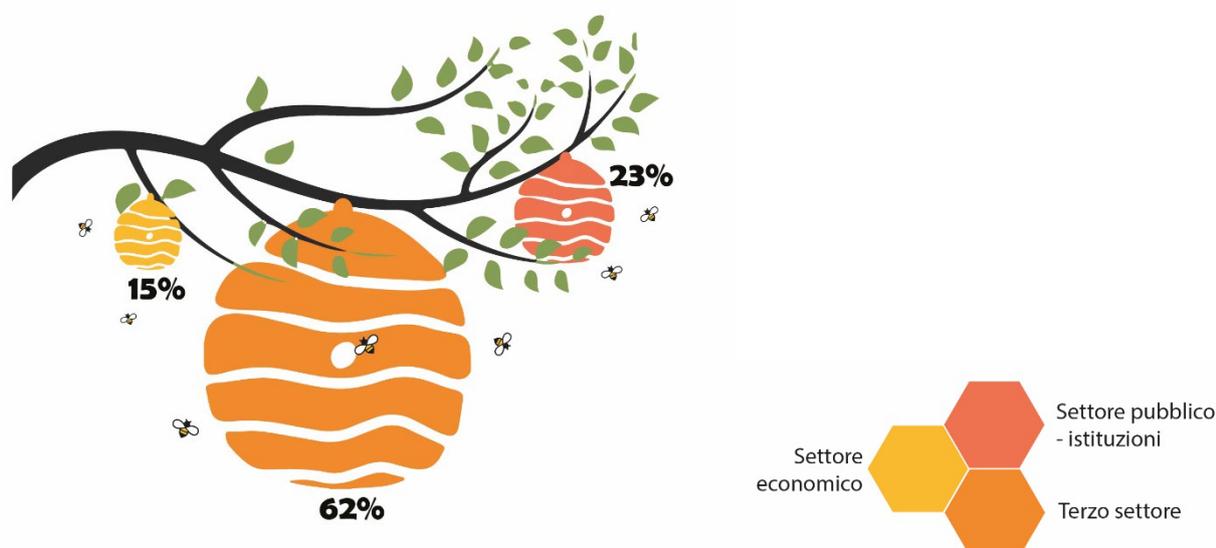


Figura 4: Infografica per rappresentare la distribuzione degli stakeholder secondo i diversi settori

4. ANALISI D'INFLUENZA E D'INTERESSE SECONDO AMBITI TEMATICI

Come già detto, la mappatura degli stakeholder è un punto di partenza per l'attuazione ed implementazione del coinvolgimento dei portatori d'interesse tramite l'informazione, l'ascolto e l'engagement. Una strategia di gestione degli stakeholder attentamente pianificata ed eseguita è in grado di determinare il successo di un progetto.

E' quindi importante capire le esigenze dei vari stakeholder e comunicare frequentemente e regolarmente con loro farà in modo che essi comprendano i progressi e le esigenze del progetto e contribuirà anche a farli sentire coinvolti nel progetto.

È possibile elaborare questa strategia per ciascun stakeholder oppure per gruppi di stakeholder.

4.1 NUMERO DI SOGGETTI PER LIVELLO DI INTERESSE DIVISI PER AMBITI TEMATICI

I soggetti della mappatura sono stati quindi valutati secondo il grado d'interesse ai temi e alle azioni del progetto "Un Filo Naturale". I gradi di interesse sono due, interesse maggiore (Livello 1 d'interesse) e minore (Livello 2 d'interesse), il grado di interesse al progetto di ogni stakeholder è stato valutato in base all'ambito di azione del soggetto stesso.

I soggetti, divisi per livello di interesse, sono stati raggruppati secondo ambiti tematici. Questa suddivisione permette di fare una sintesi di quali soggetti sono già interessati ai temi e alle azioni del progetto, e quali ambiti non hanno particolari interesse, portando quindi a capire che soggetti devono essere maggiormente stimolati.

Ambiti tematici	Livello di INTERESSE 1 = int. minore 2 = int. Maggiore	Numero soggetti per categoria	PERCENTUALE %
BELLEZZA E MEMORIA	1	55	8,9
CREATIVITA' E ATTRATTIVITA'	1	77	12,4
CONOSCENZA	1	25	4,0
FUTURO E INNOVAZIONE	1	29	4,7
TRASFORMAZIONE E RIGENERAZIONE	1	17	2,8
ESSERE E BENESSERE	1	60	9,7
INCLUSIONE SOCIALE E PARTECIPAZIONE	1	131	21,1
Ambiti tematici			
	Livello di INTERESSE 1 = int. minore 2 = int. Maggiore	Numero soggetti per categoria	PERCENTUALE %
BELLEZZA E MEMORIA	2	3	0,5
CREATIVITA' E ATTRATTIVITA'	2	22	3,5
CONOSCENZA	2	30	4,8
FUTURO E INNOVAZIONE	2	21	3,4
TRASFORMAZIONE E RIGENERAZIONE	2	20	3,2
AMBIENTE E MOBILITA' SOSTENIBILE	2	84	13,5
INCLUSIONE SOCIALE E PARTECIPAZIONE	2	47	7,5

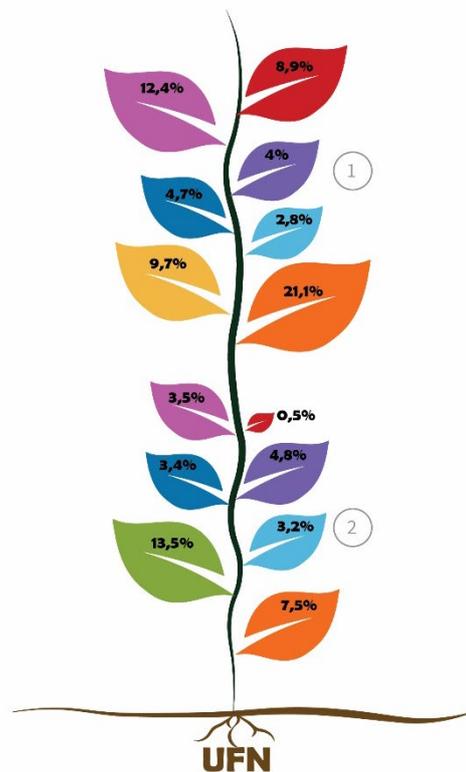


Figura 5: Tabella / infografica per la descrizione dei soggetti distribuiti secondo il livello d'interesse raggruppati per i diversi ambiti tematici

4.2 NUMERO SOGGETTI PER LIVELLO DI INFLUENZA DIVISI PER AMBITI TEMATICI

Il livello d'interesse al progetto è stato associato al livello d'influenza che i soggetti possono avere sul progetto stesso. Anche in questo caso il livello è stato valutato in base all'ambito di operato dei soggetti. I livelli di influenza sono stati valutati secondo due livelli: influenza minore (livello 1) e influenza maggiore (livello 2). Nell'infografica sottostante i soggetti nei diversi livelli di influenza sono stati raggruppati secondo diversi ambiti tematici. Questa analisi è interessante per capire quali sono gli stakeholder con influenza maggiore sul progetto e potenziali sinergie tra i soggetti stessi.

Ambiti tematici	Livello di INFLUENZA 1 = inf. minore 2 = inf. Maggiore	Numero soggetti per categoria	PERCENTUALE %
BELLEZZA E MEMORIA	1	3	0,5
CREATIVITA' E ATTRATTIVITA'	1	35	5,6
CONOSCENZA	1	2	0,3
FUTURO E INNOVAZIONE	1	30	4,8
TRASFORMAZIONE E RIGENERAZIONE	1	11	1,8
AMBIENTE E MOBILITA' SOSTENIBILE	1	4	0,6
ESSERE E BENESSERE	1	60	9,6
INCLUSIONE SOCIALE E PARTECIPAZIONE	1	124	20,0
Ambiti tematici	Livello di INFLUENZA 1 = inf. minore 2 = inf. Maggiore	Numero soggetti per categoria	PERCENTUALE %
BELLEZZA E MEMORIA	2	55	8,9
CREATIVITA' E ATTRATTIVITA'	2	64	10,3
CONOSCENZA	2	53	8,5
FUTURO E INNOVAZIONE	2	20	3,2
TRASFORMAZIONE E RIGENERAZIONE	2	26	4,2
AMBIENTE E MOBILITA' SOSTENIBILE	2	80	12,9
INCLUSIONE SOCIALE E PARTECIPAZIONE	2	54	8,6

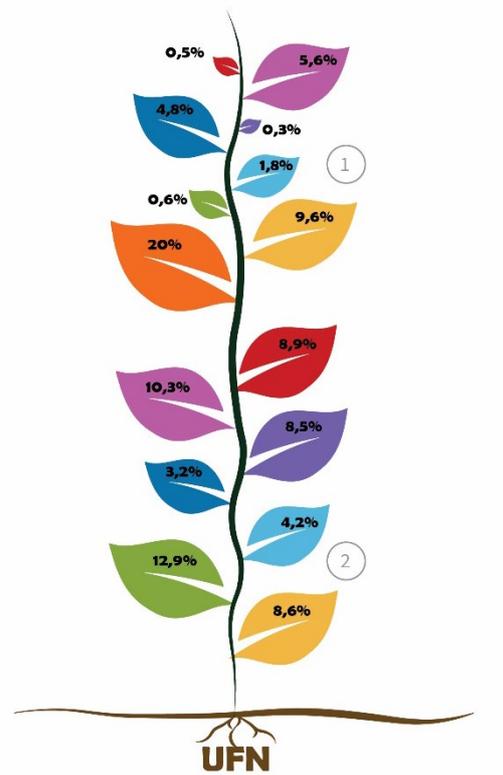


Figura 6: Tabella / infografica per la descrizione dei soggetti distribuiti secondo il livello d'influenza e raggruppati per i diversi ambiti tematici

5. ANALISI D'INFLUENZA E D'INTERESSE COMBINATA

Per indirizzare la strategie di coinvolgimento dei diversi stakeholder è stata fatta un analisi combinata del livello d'influenza e d'interesse dei soggetti, questa analisi è stata fatta sulle categorie di sintesi.

Per svolgere questa analisi occorre rispondere ai seguenti interrogativi:

Qual è il potere di ciascun stakeholder? Qual è la capacità di influenzare il progetto? Qual è il livello di interesse per il progetto? Quanto desidera essere coinvolto nel progetto?

La griglia utilizzata per la valutazione delle categorie di sintesi implica le seguenti modalità di gestione degli stakeholder:

- Gli stakeholder con elevata influenza ed elevato interesse dovrebbero essere gestiti con la massima cura
- Gli stakeholder con elevato potere e basso interesse devono essere semplicemente soddisfatti nelle loro aspettative.
- Gli stakeholder con basso potere ed elevato interesse devono essere tenuti informati sull'andamento del progetto.
- Gli stakeholder con basso potere e basso interesse devono essere semplicemente monitorati per vedere se il loro atteggiamento si modifica nel tempo.

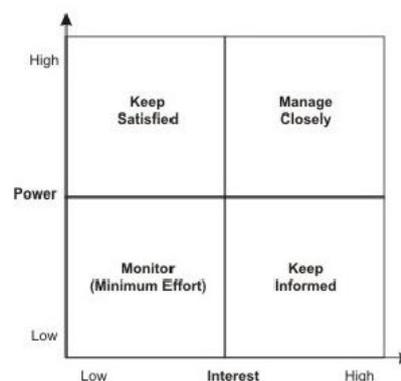


Figura 7: griglia di valutazione utilizzata come riferimento per l'analisi del livello d'interesse e d'influenza al progetto

Una volta predisposte le griglie è possibile definire una strategia di gestione con lo scopo di aumentare il consenso ed il sostegno al progetto.

Partendo quindi dalla classificazione dei soggetti secondo le tre tipologie indicate nel capitolo precedente (Settore economico, Terzo settore e Settore pubblico / Istituzioni), le categorie di sintesi dei rispettivi soggetti sono state suddivise secondo il grado di influenza e d'interesse al progetto.

5.1 LIVELLO DI INFLUENZA E INTERESSE: SETTORE ECONOMICO

Per quanto riguarda il Settore economico, il maggior numero di soggetti rientra nel quadrante con minor influenza e maggior interesse e quindi sono soggetti che devono essere mantenuti informati sulle diverse azioni d'interesse del progetto.

Numero categoria di sintesi	Tipologie di soggetti SE= Settori economici TS= Terzo settore SP= Settore pubblico / Istituzioni	Categorie sintesi	Quadranti Influenza / Interesse A (2-2): manage closely B (2-1): keep satisfied C (1-2): keep informed D (1-1): monitor
1	SE	Impresa / Verde e Giardinaggio	A
2	SE	Media / Giornali e Radio	B
3	SE	Azienda privata / Industria	B
4	SE	Azienda-Associazione / Edilizia	B
5	SE	Società / Sviluppo Immobiliare	B
6	SE	Impresa culturale / Museale-Culturale	C
7	SE	Circolo-Sala / Cinema	C
8	SE	Impresa creativa / Artigianato-Design-Comunicazione	C
9	SE	Associazione di categoria	C
10	SE	Organizzazione di categoria / Agricoltura	C
11	SE	Agenzia / Partecipazione	C
12	SE	Esercizio commerciale / Turismo	D

Tabella 2: suddivisione delle categorie di sintesi, dei soggetti appartenenti al Settore economico, secondo quattro livelli

A - (2-2): Alto livello d'influenza e d'interesse; B - (2-1): Alto livello d'influenza e basso livello d'interesse;
C - (1-2): Basso livello d'influenza e alto livello d'interesse; D - (1-1): Basso livello d'influenza e d'interesse

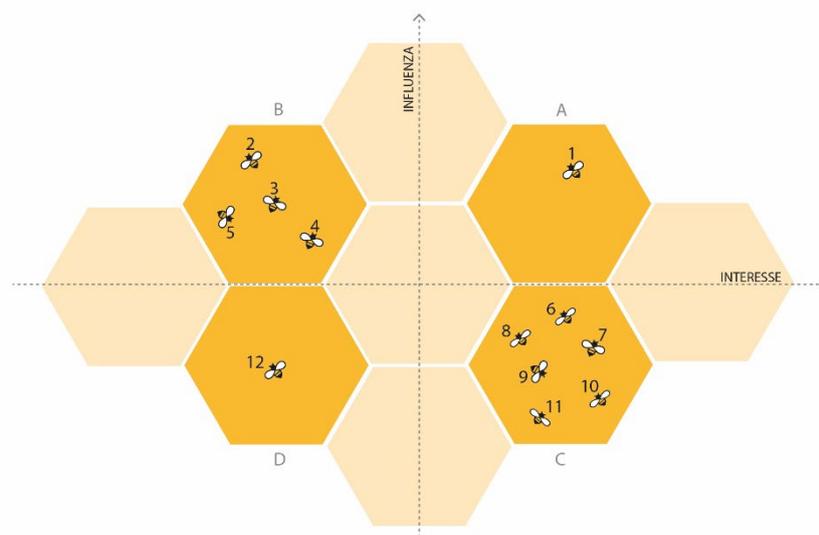


Figura 8: suddivisione delle categorie di sintesi, dei soggetti appartenenti al Settore economico, secondo quattro livelli

5.2 LIVELLO DI INFLUENZA E INTERESSE: TERZO SETTORE

Prendendo in considerazione i soggetti appartenenti al Terzo settore e valutando il livello d'influenza e d'interesse al progetto "Un Filo Naturale" è possibile osservare che la maggior parte dei soggetti rientrano nei quadranti B e D ossia con un livello d'influenza medio alto e interesse medio basso.

Questi soggetti devono quindi essere mantenuti costantemente monitorati ed è importante, visto il livello d'influenza, coinvolgerli nel progetto per poter quindi aumentare anche il livello d'interesse.

Numero categoria di sintesi	Tipologie di soggetti SE= Settori economici TS= Terzo settore SP= Settore pubblico / Istituzioni	Categorie sintesi	Quadranti Influenza / Interesse A (2-2): manage closely B (2-1): keep satisfied C (1-2): keep informed D (1-1): monitor
13	TS	Associazione - comitato / Scienza - Ambiente	A
14	TS	Fondazione - Associazione / Arte-Cultura-Storia	B
15	TS	Associazione / Teatro-Danza-Fotografia-Video-Musica	B
16	TS	Fondazione - Associazione / formazione	B
17	TS	Fondazione - Associazione / finanza	B
18	TS	Fondazione / Azienda servizi civico sociali	B
19	TS	Associazione / Consumatori	C
20	TS	Associazione-Fondazione / Architettura-Urbanistica	C
21	TS	Associazione / Amministratori Condominio	C
22	TS	Associazione / Politica	C
23	TS	Associazione-Ente-Fondazione / Turismo	D
24	TS	Associazione - Fondazione / Turismo	D
25	TS	Associazione-Circolo / Sport	D
26	TS	Associazione-Fondazione / Salute-Soccorso	D
27	TS	Ente ecclesastico / Parrocchia	D
28	TS	Fondazione - Associazione / Civico - Sociale	D
29	TS	Fondazione - Ente - Associazione / Diocesi	D

Tabella 3: suddivisione delle categorie di sintesi, dei soggetti appartenenti al Terzo settore, secondo quattro livelli

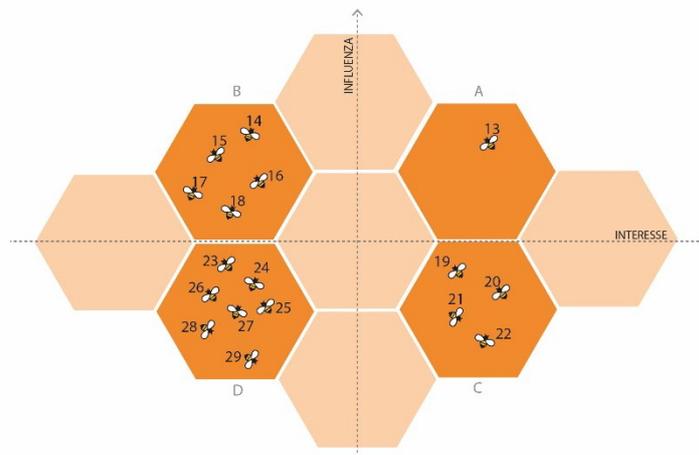


Figura 9: suddivisione delle categorie di sintesi, dei soggetti appartenenti al Terzo settore, secondo quattro quadranti

5.3 LIVELLO DI INFLUENZA E INTERESSE: SETTORE PUBBLICO / ISTITUZIONI

Il Settore pubblico e delle istituzioni è quello più rappresentato nel database degli stakeholder con ben il 62% dei soggetti mappati. Secondo la stessa classificazione vista in precedenza per gli altri due settori, i soggetti sono stati valutati secondo il grado d'influenza e d'interesse al progetto. Un numero importante di soggetti sono stati valutati ad alto livello d'influenza e d'interesse. Solo un paio di categorie di sintesi sono stati valutate a basso impatto per d'influenza e d'interesse.

Numero categoria di sintesi	Tipologie di soggetti SE= Settori economici TS= Terzo settore SP= Settore pubblico / Istituzioni	Categorie sintesi	Quadranti Influenza / Interesse A (2-2): manage closely B (2-1): keep satisfied C (1-2): keep informed D (1-1): monitor
30	SP	Istituto formazione	A
31	SP	Centro / Infopoint	A
32	SP	Ordini e collegi professionali / Architettura-Urbanistica	A
33	SP	Ordini e collegi professionali / Ingegneri	A
34	SP	Ordini e collegi professionali / Costruttori	A
35	SP	Ordini e collegi professionali / Geometri	A
36	SP	Urban Center-Associazione / Cultura urbana	A
37	SP	Ordini e collegi professionali / Agronomi	A
38	SP	Parco / Naturale	A
39	SP	Istituto / Scienza-Ambiente	A
40	SP	Consulta / Scienza - Ambiente	A
41	SP	Ente Pubblico / Scienza - Ambiente	A
42	SP	Azienda pubblica / Mobilità-Sostenibilità	A
43	SP	Ente Pubblico / Pubblica Amministrazione	A
44	SP	Ricerca - formazione	B
45	SP	Azienda pubblica / Servizi-impianti	B
46	SP	Punto comunità-centro / Civico Sociale	B
47	SP	Servizio comunale / Biblioteche	C
48	SP	Centro / orientamento giovani	C
49	SP	Ordini e collegi professionali / Commercialisti	D
50	SP	Confederazione Sindacale / Lavoro	D
51	SP	Ordini e collegi professionali / Avvocati	D
52	SP	Azienda pubblica / Salute-Soccorso	D
53	SP	Centro / Sport	D
54	SP	Ordini e collegi professionali / Farmacisti	D

Tabella 4: suddivisione delle categorie di sintesi, dei soggetti appartenenti al Settore pubblico / istituzioni, secondo quattro livelli

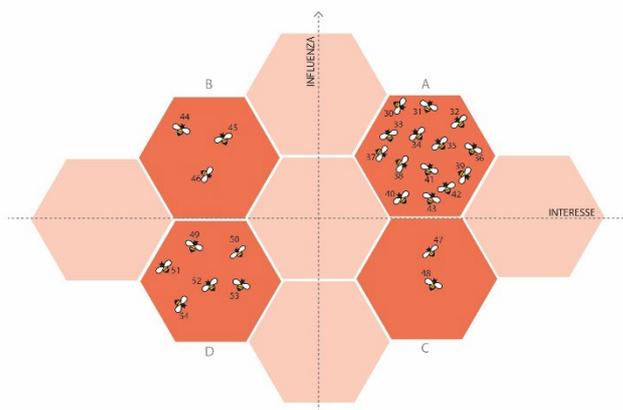


Figura 10: suddivisione delle categorie di sintesi, dei soggetti appartenenti al Settore pubblico / istituzioni, secondo quattro quadranti



5.4 LIVELLO DI INFLUENZA E INTERESSE: QUADRO D'UNIONE

Il quadro d'unione dei diversi livelli di influenza e interesse dei tre settori fornisce una visione d'insieme della mappatura degli stakeholder.

Numero categoria di sintesi	Tipologie di soggetti SE= Settori economici TS= Terzo settore SP= Settore pubblico / Istituzioni	Categorie sintesi	Quadranti influenza / Interesse A (2-2): manage closely B (2-1): keep satisfied C (1-2): keep informed D (1-1): monitor
1	SE	Impresa / Verde e Giardinaggio	A
13	TS	Associazione - comitato / Scienza - Ambiente	A
30	SP	Istituto formazione	A
31	SP	Centro / Infopoint	A
32	SP	Ordini e collegi professionali / Architettura-Urbanistica	A
33	SP	Ordini e collegi professionali / Ingegneri	A
34	SP	Ordini e collegi professionali / Costruttori	A
35	SP	Ordini e collegi professionali / Geometri	A
36	SP	Urban Center-Associazione / Cultura urbana	A
37	SP	Ordini e collegi professionali / Agronomi	A
38	SP	Parco / Naturale	A
39	SP	Istituto / Scienza-Ambiente	A
40	SP	Consulta / Scienza - Ambiente	A
41	SP	Ente Pubblico / Scienza - Ambiente	A
42	SP	Azienda pubblica / Mobilità-Sostenibilità	A
43	SP	Ente Pubblico / Pubblica Amministrazione	A
2	SE	Media / Giornali e Radio	B
3	SE	Azienda privata / Industria	B
4	SE	Azienda-Associazione / Edilizia	B
5	SE	Società / Sviluppo Immobiliare	B
14	TS	Fondazione - Associazione / Arte-Cultura-Storia	B
15	TS	Associazione / Teatro-Danza-Fotografia-Video-Musica	B
16	TS	Fondazione - Associazione / formazione	B
17	TS	Fondazione - Associazione / finanza	B
18	TS	Fondazione / Azienda servizi civico sociali	B
44	SP	Ricerca - formazione	B
45	SP	Azienda pubblica / Servizi-impianti	B
46	SP	Punto comunità-centro / Civico Sociale	B
6	SE	Impresa culturale / Museale-Culturale	C
7	SE	Circolo-Sala / Cinema	C
8	SE	Impresa creativa / Artigianato-Design-Comunicazione	C
9	SE	Associazione di categoria	C
10	SE	Organizzazione di categoria / Agricoltura	C
11	SE	Agenza / Partecipazione	C
19	TS	Associazione / Consumatori	C
20	TS	Associazione-Fondazione / Architettura-Urbanistica	C
21	TS	Associazione / Amministratori Condominio	C
22	TS	Associazione / Politica	C
47	SP	Servizio comunale / Biblioteche	C
48	SP	Centro / orientamento giovani	C
12	SE	Esercizio commerciale / Turismo	D
23	TS	Associazione-Ente-Fondazione / Turismo	D
24	TS	Associazione - Fondazione / Turismo	D
25	TS	Associazione-Circolo / Sport	D
26	TS	Associazione-Fondazione / Salute-Soccorso	D
27	TS	Ente ecclesastico / Parrocchia	D
28	TS	Fondazione - Associazione / Civico - Sociale	D
29	TS	Fondazione - Ente - Associazione / Diocesi	D
49	SP	Ordini e collegi professionali / Commercialisti	D
50	SP	Confederazione Sindacale / Lavoro	D
51	SP	Ordini e collegi professionali / Avvocati	D
52	SP	Azienda pubblica / Salute-Soccorso	D
53	SP	Centro / Sport	D
54	SP	Ordini e collegi professionali / Farmacisti	D

Tabella 5: quadro d'unione dei tre settori (Settore Economico, Terzo settore e Settore pubblico / istituzioni) secondo categorie di sintesi, in quattro livelli d'interesse e d'influenza al progetto, ordinate secondo il livello più alto sia d'influenza che d'interesse

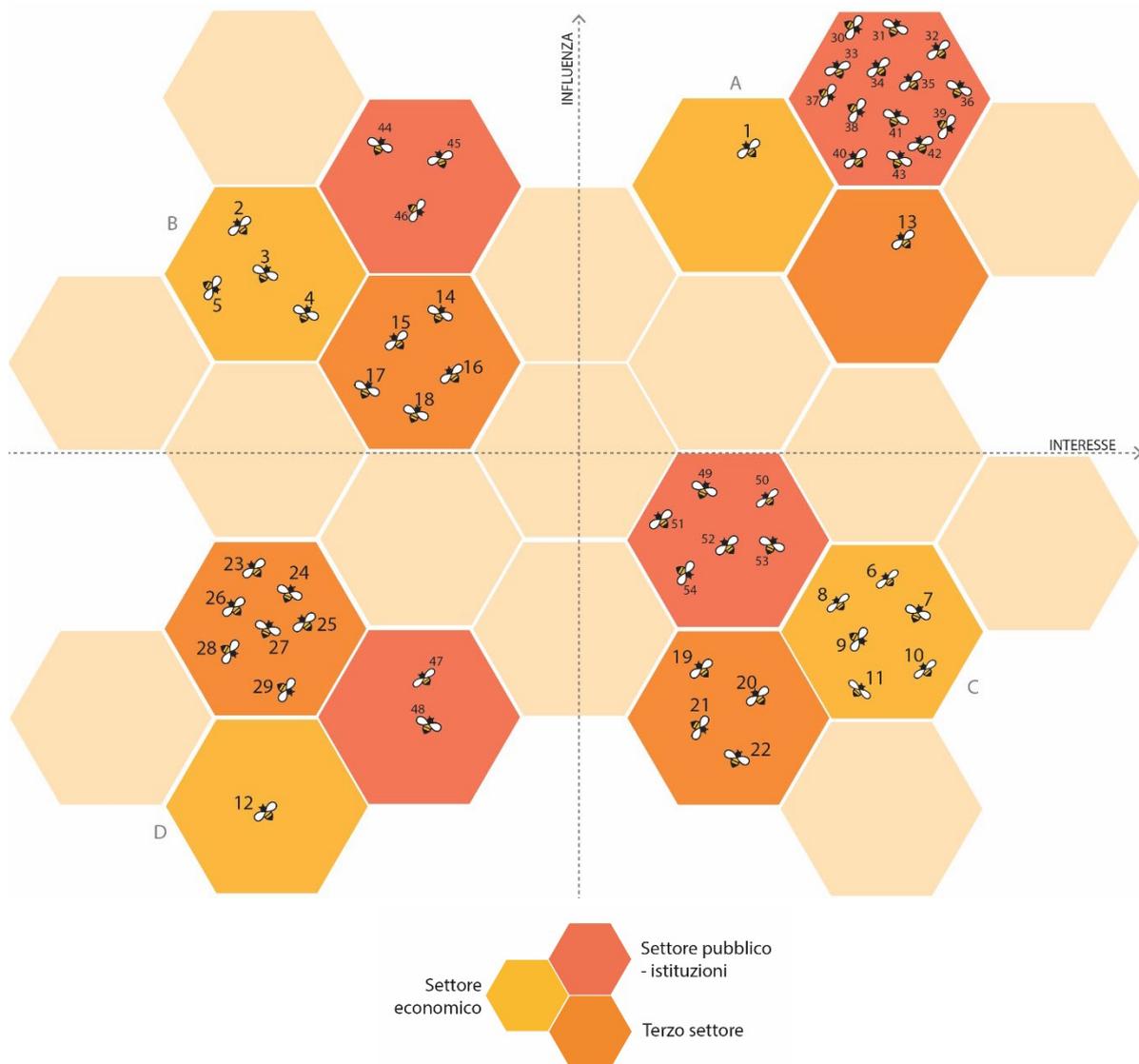


Figura 11: quadro d'unione dei tre settori (Settore Economico, Terzo settore e Settore pubblico / istituzioni) della suddivisione degli stakeholder, secondo categorie di sintesi, in quattro quadranti secondo gli assi d'interesse e d'influenza al progetto

6. OBIETTIVI DELLA STRATEGIA DELLA TRANSIZIONE CLIMATICA IN RELAZIONE ALLE CATEGORIE DI SINTESI

Per far fronte al cambiamento climatico la città di Brescia si è posta una vision, declinata all'interno della STC.

La città dovrà diventare:

- una CITTÀ OASI, che crea ombra e fresco per il benessere delle persone al fine di migliorare il microclima urbano e aumentare la biodiversità urbana;
- una CITTÀ SPUGNA, in grado di restituire spazio-tempo e qualità all'acqua e permeabilità per accogliere la vita;
- una CITTÀ PER LE PERSONE, fatta di spazi belli e vivibili per garantire il diritto alla salute, alla mobilità lenta, all'incontro e all'inclusione.

Gli obiettivi individuate per la STC hanno la funzione di conseguire prioritariamente i caratteri centrali della vision, tenendo conto al contempo della necessità di raggiungere i caratteri complementari. Attualmente è stato definito un primo insieme di obiettivi da conseguire entro il 2030. Una volta che questi obiettivi saranno stati approvati dal Comune di Brescia, potranno eventualmente essere individuati i relativi target, cioè le cifre dei parametri prestazionali che si intende conseguire, e quindi essere stabiliti i target intermedi da trapiandare nel 2025. M: una città a emissioni 0 (mitigazione)

A: una città oasi / una città spugna (adattamento)

P: una città per le persone (attivazione e comunicazione)

Obiettivi di mitigazione dei cambiamenti climatici (M)

M1: conseguimento della centralità delle politiche di mitigazione dei cambiamenti climatici in tutte le scelte di governo del Comune

M2: riduzione delle emissioni di gas climalteranti attraverso l'efficiamento energetico e la decarbonizzazione dei combustibili con fonti rinnovabili

M3: aumento della capacità di assorbimento e stoccaggio di gas climalteranti

Obiettivi di adattamento ai cambiamenti climatici (A)

A1: conseguimento della centralità delle politiche di adattamento ai cambiamenti climatici in tutte le scelte di governo del Comune

A2: riduzione dell'isola di calore urbana

A3: aumento del drenaggio urbano

A4: messa in sicurezza dai fenomeni atmosferici di elevata intensità

A5: mitigazione dell'inquinamento atmosferico

A6: aumento del capitale naturale e della biodiversità, quali anche fattori di resilienza della vegetazione, e gestione integrata delle connessioni tra l'urbanizzato e le aree verdi periurbane

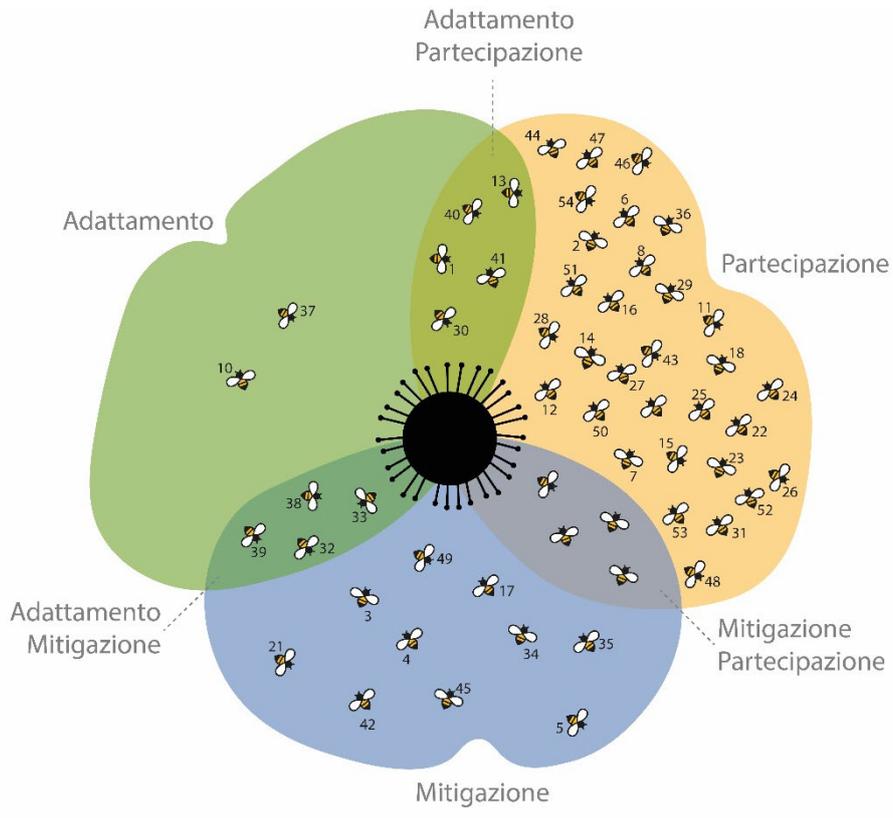
A7: aumento della disponibilità di spazi aperti urbani caratterizzati da elevata vivibilità e attrattività

Obiettivi per i processi partecipativi e di co-progettazione (P)

P1: attivazione dal basso della comunità per la elaborazione, discussione, programmazione, attuazione e gestione della STC

P2: aumento per partner, stakeholder e cittadinanza della conoscenza, della sensibilizzazione e quindi della consapevolezza sui cambiamenti climatici e i relativi impatti sul territorio di Brescia e sulla STC e i suoi effetti

P3: aumento della capacità di risposta agli impatti dei cambiamenti climatici del Comune di Brescia e di partner, stakeholder e cittadinanza





un Filo
Naturale



Strategia di transizione climatica

Categorie sintesi	Azioni UNF A: ADATTAMENTO M: MITIGAZIONE P: PARTECIPAZIONE E COMUNICAZIONE	Numero categoria di sintesi
Ordini e collegi professionali / Agronomi	A	37
Organizzazione di categoria / Agricoltura	A	10
Istituto / Scienza-Ambiente	A/M	39
Ordini e collegi professionali / Architettura-Urbanistica	A/M	32
Ordini e collegi professionali / Ingegneri	A/M	33
Parco / Naturale	A/M	38
Associazione - comitato / Scienza - Ambiente	A/P	13
Consulta / Scienza - Ambiente	A/P	40
Ente Pubblico / Scienza - Ambiente	A/P	41
Impresa / Verde e Giardinaggio	A/P	1
Istituto formazione	A/P	30
Associazione / Amministratori Condominio	M	21
Azienda privata / Industria	M	3
Azienda pubblica / Mobilità-Sostenibilità	M	42
Azienda pubblica / Servizi-impianti	M	45
Azienda-Associazione / Edilizia	M	4
Fondazione - Associazione / finanza	M	17
Ordini e collegi professionali / Commercialisti	M	49
Ordini e collegi professionali / Costruttori	M	34
Ordini e collegi professionali / Geometri	M	35
Società / Sviluppo Immobiliare	M	5
Associazione / Consumatori	MP	19
Associazione di categoria	MP	9
Associazione-Fondazione / Architettura-Urbanistica	MP	20
Fondazione / Azienda servizi civico sociali	MP	18
Agenzia / Partecipazione	P	11
Associazione - Fondazione / Turismo	P	24
Associazione / Politica	P	22
Associazione / Teatro-Danza-Fotografia-Video-Musica	P	15
Associazione-Circolo / Sport	P	25
Associazione-Ente-Fondazione / Turismo	P	23
Associazione-Fondazione / Salute-Soccorso	P	26
Azienda pubblica / Salute-Soccorso	P	52
Centro / Infopoint	P	31
Centro / orientamento giovani	P	48
Centro / Sport	P	53
Circolo-Sala / Cinema	P	7
Confederazione Sindacale / Lavoro	P	50
Ente ecclesiastico / Parrocchia	P	27
Ente Pubblico / Pubblica Amministrazione	P	43
Esercizio commerciale / Turismo	P	12
Fondazione - Associazione / Arte-Cultura-Storia	P	14
Fondazione - Associazione / Civico - Sociale	P	28
Fondazione - Associazione / formazione	P	16
Fondazione - Ente - Associazione / Diocesi	P	29
Impresa creativa / Artigianato-Design-Comunicazione	P	8
Impresa culturale / Museale-Culturale	P	6
Media / Giornali e Radio	P	2
Ordini e collegi professionali / Avvocati	P	51
Ordini e collegi professionali / Farmacisti	P	54
Punto comunità-centro / Civico Sociale	P	46
Ricerca - formazione	P	44
Servizio comunale / Biblioteche	P	47
Urban Center-Associazione / Cultura urbana	P	36