

Destinazione Italia 2020

30 e 31 gennaio, 2009

realizzato in collaborazione con la REGIONE PIEMONTE

INTERVENTI DEI RELATORI

Torino Incontra - Centro Congressi

CONFUTURISMO

Piazza G.G. Belli 2 - 00153 - Roma - tel. +39 (0)6 5866330 - fax +39 (0)6 5882550 - email: info@confiturismo.it
www.confiturismo.it

FONDAZIONE ROSSELLI

C.so Giulio Cesare 4bis/b - 10152 Torino - tel. +39 (0)11 19520111 - fax +39 (0)11 19520188 - e-mail: segreteria@fondazionerosSELLI.it
Palazzo Corsini, Via della Lungara, 10 - 00165 Roma - tel. +39 (0)6 6869502 - fax +39 (0)6 68131759 - e-mail:
istituti.roma@fondazionerosSELLI.it
www.fondazionerosSELLI.it

Temi d'intervento dei relatori

I SESSIONE - PROMUOVERE E COMUNICARE LO STILE ITALIANO NEL MONDO

1. Nuovi scenari competitivi

Fabrizio Guelpa – Senior Economist, Servizio Studi, IntesaSanPaolo

L'intervento si occuperà di delineare i nuovi scenari competitivi internazionali e le principali tendenze economiche a livello globale e nazionale. L'analisi delle nuove tendenze, infatti, configura scenari all'interno dei quali il nostro paese ha delle scelte obbligate da seguire per rimanere competitivo, soprattutto tenendo conto dei limiti strutturali che incidono anche sul comparto turistico, ovvero: troppe restrizioni alla proprietà straniera, carenze infrastrutturali di ferrovie e porti, basso livello professionale degli operatori del settore, assenza di specifiche politiche governative, incapacità di promuovere efficacemente la propria immagine all'estero (l'indice T&T Tourism Competitiveness Index classifica l'Italia al 28° posto su 131 Paesi per competitività, mentre la Germania è terza, la Spagna è quarta, l'Inghilterra sesta e la Francia decima).

2. Promozione della cultura, dei territori e dello stile italiano

Pier Giorgio Fossati – Vice Presidente Associazione delle Film Commission Italiane (IFC)

L'intervento approfondirà il tema della promozione dei territori attraverso lo strumento dell'audiovisivo e delle Film Commission Regionali e l'impatto che una produzione audiovisiva, integrata agli strumenti di comunicazione ad oggi maggiormente utilizzati per la promozione del Brand Italia, può avere sulla costruzione dell'immagine di una destinazione, data la sua capacità di caricare di significato le location oggetto delle riprese, creando in alcuni casi dei veri e propri brand locali, come è accaduto in Italia, ma anche in molte esperienze internazionali.

Umberto Donati - Direttore Istituto Italiano di Cultura di Tokyo e Kyoto

L'intervento approfondirà il tema della promozione della cultura italiana all'estero, intendendo per essa quella realmente prodotta dal nostro Paese, attraverso le esperienze raccolte grazie alle iniziative avviate nel 2001 dal MAE con l'Anno dell'Italia in Giappone e a seguire in Cina, Vietnam e Corea e con le rassegne Primavera Italiana 2007 e Italia in Giappone 2009. Nell'ambito dell'intervento saranno, inoltre, approfondite le dinamiche che intervengono nella realizzazione di eventi ed attività culturali, in grado di veicolare l'immagine del nostro Paese e di promuovere l'intero sistema economico nazionale, nonché quello specifico dei singoli territori. Alla luce dell'esperienza del Dott. Umberto Donati, verranno affrontati i temi della percezione dell'immagine dell'Italia all'estero, con particolare riferimento al Giappone, e dei mezzi atti a veicolare un'idea unitaria e forte del nostro Paese, che tenga conto delle sue differenti declinazioni: lingua e cultura, turismo, arte e letteratura, musica, cinema, design, architettura, Made in Italy, scienza e tecnologia, enogastronomia, prodotti tipici, con particolare attenzione al rapporto tra la promozione nazionale e quella delle singole Regioni.

3. Il ruolo delle imprese

Bob Cotton – Chief Executive Officer, British Hospitality Association

L'intervento delinea il ruolo delle imprese turistiche dell'ospitalità nella definizione di strategie promozionali della destinazione, soffermandosi sulle strategie usate dal privato e dal pubblico per la

penetrazione dei mercati emergenti e maturi e sugli strumenti tradizionali e più innovativi utilizzati per la promozione dell'offerta turistica legata all'ospitalità. Inoltre, sarà affrontato il tema del miglioramento della qualità dell'offerta alberghiera (e del rapporto qualità-prezzo), quale elemento strategico per la costruzione di un brand della destinazione vincente.

Grazia Bottiglieri - Presidente e Amministratore Delegato Rizzo-Bottiglieri-De Carlini Armatori SpA, Consigliere di Amministrazione Sangemini SpA

Le sinergie fra turismo e Made in Italy e le criticità del nostro sistema di promozione. L'intervento verterà, in particolare, sulle politiche promozionali messe in campo dalle realtà imprenditoriali che esportano e diffondono il nostro Made in Italy nel mondo (i cui prodotti sono oggetto del desiderio dei turisti internazionali) e sono state in grado di coniugare arte, design, materiali innovativi e tecnologie, al fine di costruire prodotti all'avanguardia. Inoltre, sarà approfondito il tema degli strumenti di comunicazione e delle strategie di promozione più innovative ed efficaci utilizzate, anche attraverso le possibili interazioni e collaborazioni pubblico-privato.

4. Sistemi di promozione internazionale

Gisele Danis -Executive Director, Global Brand Integration at Canada Tourism Commission (CTC)

Partendo dagli scenari che si prospettano per il settore turistico internazionale da oggi al 2020, l'intervento delineerà le modalità di evoluzione della promozione turistica di una destinazione per affrontare la mutata domanda turistica mondiale. In particolare, sarà analizzato l'utilizzo di nuove strategie di promozione legate al marketing esperienziale e di metodi e strumenti di comunicazione innovativi ed efficaci, che permettano l'instaurarsi di un diverso e più coinvolgente rapporto con il turista, nonché, favoriscano una maggiore capacità di governance dei processi di promozione della destinazione turistica, anche attraverso il confronto con le caratteristiche del sistema di promozione del Brand Canada (seconda nel top country brand ranking 2008). Nel corso dell'intervento, infatti, saranno approfondite le strategie che hanno portato il Canada a questo riconoscimento e sulle azioni che Canadian Tourism Commission intende mettere in campo in questo periodo di crisi globale, in cui sono molti gli stati a ridurre la quota di finanziamenti pubblici in promozione.

Infine, sarà esaminato il tema del ruolo dei grandi eventi (tenendo come esempio Vancouver 2010), quali straordinari mezzi per comunicare a livello internazionale l'identità e il valore di un luogo e per favorire lo sviluppo locale, perché catalizzano e accelerano le politiche territoriali di sviluppo, con un coinvolgimento il più ampio possibile di tutti gli attori presenti sul territorio: amministrazioni pubbliche, aziende e gruppi privati, cittadini singoli e/o organizzati in associazioni.

II SESSIONE - LE RETI MATERIALI E IMMATERIALI PER LO SVILUPPO TURISTICO DEI TERRITORI

1. Gli scenari nel mondo del trasporto

Neil Paulley - Director, Transport Research Laboratory (TRL) Academy - United Kingdom

Lo sviluppo del settore dei trasporti ha, negli ultimi decenni, giocato un ruolo determinante per lo sviluppo economico dei diversi paesi e per il processo di globalizzazione dell'economia. Uno dei settori che maggiormente è stato modificato dallo sviluppo della rete e dei servizi di trasporto è senza dubbio il turismo. E' noto, infatti, che l'attrattiva di un territorio si misura già dalla percezione della sua accessibilità nel momento della scelta della vacanza. Le dimensioni e l'efficienza dell'offerta dei mezzi di trasporto sono determinanti per la competitività turistica del paese, soprattutto alla luce della concorrenza sempre più agguerrita a livello internazionale. Le infrastrutture di trasporto al servizio del turismo dovrebbero permettere di: facilitare l'accesso di turisti stranieri; facilitare la mobilità all'interno delle regioni; facilitare l'accessibilità al centro delle città e favorire la mobilità urbana. E' fondamentale,

dunque, una riflessione sugli scenari futuri del trasporto aereo, ferroviario, nautico, su gomma, che, nei diversi momenti della fruizione turistica, influenzano la qualità della vacanza, nonché ripensare al sistema dei trasporti anche in un'ottica di sostenibilità.

L'intervento cercherà di delineare la situazione attuale del trasporto, in particolare in Europa, e gli scenari futuri: come si muoveranno nel prossimo decennio le persone, con quale intensità e con quali mezzi; se è prevedibile una flessione nel trasporto aereo e se il trasporto ferroviario può rappresentare, in particolare in Europa, una valida alternativa (ad esempio per quanto riguarda l'alta velocità) o un elemento complementare al trasporto aereo (per quanto riguarda i collegamenti interni e con le località minori). Infatti, è negli spostamenti all'interno del paese che la rete ferroviaria può giocare un ruolo determinante, nei prossimi anni, per migliorare l'accessibilità e, dunque, la fruizione turistica dei territori. In questa crescita, un ruolo strategico potrà essere occupato da una parte dall'alta velocità, che collega i principali centri urbani nazionali, e, dall'altra, dalla presenza di una rete capillare di trasporto su rotaia e l'offerta di collegamenti frequenti nel territorio. Inoltre, si accennerà al ruolo che la tecnologia avrà in un più efficiente utilizzo dei mezzi di trasporto.

Infine, l'intervento dovrà suggerire delle politiche e degli interventi che i governi devono mettere in atto, sia a livello di infrastrutture che di servizi, per migliorare la mobilità dei cittadini, e il ruolo che avranno i soggetti pubblici e quelli privati.

2. Trasporto intermodale

Peter White - Professor of Public Transport Systems, Transport Studies Group, School of Architecture and the Built Environment - University of Westminster

L'accessibilità delle destinazioni e la loro fruibilità dal punto di vista turistico è fortemente influenzata dalla presenza di una rete di trasporto che sia in grado di assicurare al viaggiatore un servizio flessibile e capillare a costi accessibili che permetta la massima personalizzazione degli spostamenti. E' per questo motivo che diventa fondamentale lo sviluppo di un sistema di trasporto intermodale che favorisca gli spostamenti all'interno della destinazione. Dal punto di vista turistico, è importante che il viaggiatore dai grandi centri d'arrivo (come gli aeroporti internazionali e i grandi porti) riesca a spostarsi facilmente verso le altre mete turistiche. In particolare le reti ferroviaria e stradale devono garantire un'offerta adeguata in termini sia di infrastrutture che di servizi, per permettere la penetrazione turistica in territori finora ancora sottoutilizzati per consentire una crescita della domanda nel territorio. L'intervento dovrà delineare gli scenari futuri del trasporto intermodale, le politiche che i governi dovranno mettere in atto e il ruolo dei soggetti pubblici e privati.

3. Trasporto aereo

Jaap de Wit - Professor of Transport Economics, University of Amsterdam Director, Amsterdam Aviation Economics (AAE) SEO Economic Research

L'evoluzione del settore aereo degli ultimi decenni ha modificato radicalmente le modalità di trasporto e la concezione stessa del viaggio, riducendo le distanze e favorendo gli spostamenti. Il proliferare delle compagnie aeree, il boom del mercato low cost, l'ampliamento dell'offerta permette, oggi, a un numero crescente di persone di viaggiare, aprendo opportunità del tutto nuove per il turismo. Dal punto di vista delle infrastrutture, la disponibilità, l'efficienza e l'accessibilità degli scali aerei rappresentano fattori fondamentali per lo sviluppo socioeconomico – dunque non meramente turistico – di un territorio.

Nel comparto turistico in particolare, il proliferare dell'offerta ha determinato la creazione di una nuova domanda, soprattutto grazie al boom del mercato dei voli low cost. Oggi, dunque, la competitività dei diversi sistemi turistici nazionali dipende in maniera determinante da un'adeguata offerta di trasporto aereo, sia per quanto riguarda la presenza, sul territorio, di hub internazionali e di scali interni, sia per

quanto riguarda la numerosità e varietà delle tratte servite. L'intervento cercherà di delineare l'evoluzione e gli scenari futuri del trasporto aereo, in particolare per quanto riguarda le ricadute sul turismo, suggerendo policies e strategie sia per i soggetti pubblici che per gli attori privati del comparto.

4. Le tecnologie aerospaziali

Giuseppe Viriglio – Presidente Consiglio di Amministrazione Telespazio S.p.A.

Lo sviluppo delle tecnologie satellitari e di georeferenziazione aprono nuovi scenari per la mobilità, offrendo la possibilità di offrire una varietà di servizi ai viaggiatori. Gli strumenti di georeferenziazione possono trovare applicazioni, ad esempio, per il monitoraggio e il miglioramento del sistema dei trasporti, attraverso l'applicazione di navigatori satellitari sui mezzi di trasporto pubblico, per informazioni sul traffico in tempo reale, per la sicurezza urbana, per l'offerta di sms informativi a seconda dell'area geografica di ubicazione dell'utente, e per il miglioramento dei sistemi di sicurezza. L'intervento illustrerà le principali e più importanti opportunità date dai sistemi di navigazione satellitari, come il programma europeo Galileo, al sistema dei trasporti e in particolare al settore del turismo.

5. Le tecnologie informatiche

Philippe Chérèque - Executive Vice President Commercial Strategy, Amadeus

Come le prenotazioni on line cambiano il turismo e le tendenze globali. L'industria dei viaggi e turismo è cambiata drasticamente negli ultimi anni, grazie all'influenza di Internet, che ha determinato il successo di alcune imprese e il declino di altre che non sono state capaci di adeguarsi ai nuovi tempi. Le aziende che hanno avuto maggiore successo sono state quelle che si sono impegnate nello sviluppo della vendita on line e, in particolare, quelle che hanno puntato sulla conversione dei loro clienti sul web, cambiando così il panorama della concorrenza, che ora si basa sull'esperienza dell'utente e l'impegno a lungo termine nei suoi confronti. Inoltre, nel corso dell'intervento verranno analizzati i trend del settore viaggi, compreso il web 2.0, il futuro dei servizi in mobilità, dei social network e la loro influenza nelle prenotazioni on line, della search technology e altro ancora.

Carlo Infante – Docente di Performing Media, Istituto Europeo di Design (IED)

Performing Media per l'Innovazione Territoriale: interaction design e geoblogging
Nella società dell'informazione in cui stiamo vivendo, l'utilizzo di internet sui dispositivi mobili farà la differenza. Accadrà quando si abatteranno i costi di connessione anche grazie allo sviluppo degli accessi wifi. Inscrivere l'uso delle reti nell'azione attraverso il territorio, di cui il turismo è una delle forme più precisate, è una delle prerogative dell'ambito di ricerca sul Performing Media: una parola nuova per cose nuove. Trattare d'innovazione comporta questo: iniziare a sperimentare pratiche neanche pensabili fino a poco tempo fa. Performing media è, infatti, ciò che concerne la nuova creatività sociale delle reti e in particolare la progettazione delle interazioni possibili tra web, multimedialità e territorio. In questo senso, il geoblogging (come glocalmap.to, realizzato per le Olimpiadi "Torino 2006", progettato quando googlemaps non c'era ancora) è una pratica emblematica per la proprietà di scrivere "storie sulle geografie", dando forma ai flussi della mobilità sociale, rilanciando l'idea di un turismo partecipativo al tempo del web 2.0. Una soluzione funzionale al geoblogging, in termini d'interaction design, sono i mobtag, particolari codici grafici che trasmettono testi o link attivi agli smartphone. L'utilizzo di queste "tag" nella segnaletica, sulle paline di bus, nei depliant, nei menù, ecc. può rimandare alle pagine web pertinenti di un geoblog, creando una stretta connessione tra reti ed esperienza diretta nel territorio.

Lorenzo Brufani - Portavoce TripAdvisor Italia

Per quanto riguarda la ricerca di informazioni, internet è diventato il principale strumento informativo per l'utente finale nel settore dei viaggi. La ricerca di informazioni on line è effettuata, oggi, in maniera sempre crescente, attraverso siti e blog dove i viaggiatori scambiano in formazioni, giudizi ed esperienze, ampliando le possibilità di acquisire informazioni puntuali sulle destinazioni e anche sui singoli operatori turistici e sulla qualità dei servizi erogati. Questo principio funge, peraltro, da controllo sulle performance degli operatori, che sono costantemente sottoposti al giudizio degli utenti. Le agenzie di viaggi e i siti istituzionali perdono, così, credibilità a vantaggio dei resoconti diretti degli utenti-consumatori. La recente esplosione del social networking ha avuto una notevole influenza nel modo di recepire e scambiare informazioni turistiche, con la nascita di vere e proprie travel communities. Oggi la possibilità di inserire con facilità anche materiale informativo di tipo audiovisivo ha aumentato le possibilità informative degli utenti sulla destinazione turistica. I travelogues, o travel blogs, così come le comunità di viaggiatori possono, dunque, decretare il successo o l'insuccesso di una impresa turistica, tanto che oggi molti alberghi si sono dotati di strumenti per monitorare le recensioni degli utenti sulla propria struttura, mentre grandi portali turistici che investono ingenti capitali in advertising su questi siti o in alcuni casi che ne hanno acquisito il controllo. L'intervento delineerà la situazione attuale e le possibili evoluzioni future della ricerca di informazioni turistiche on line, il ruolo degli strumenti del web 2.0. Si cercherà, inoltre, di sottolineare l'importanza del web per la promozione turistica di un paese e dell'opportunità strategica di un coordinamento centrale da parte dei governi nell'offerta di informazioni e servizi on line.

III SESSIONE – CONTESTI URBANI OSPITALI: VIVERE/VISITARE LE CITTÀ

1. Scenari e comportamenti urbani: dal residente all'escursionista

Tim Stonor - Managing Director, Space Syntax - London

L'intervento verterà sul tema del contesto urbano accogliente (*friendly urban environment*) sulla base dell'analisi della situazione di alcune città in tutto il mondo. Analisi che è stata sviluppata in base ad una potente tecnologia che dimostra il ruolo chiave del territorio nella definizione del layout di modelli di comportamento umano. Questi includono i modelli di circolazione a piedi, in bicicletta e altre tipologia di veicolo; modelli d'informazione e ricerca di punti vendita al dettaglio; la vulnerabilità e le attività criminali in edifici e ambienti urbani, ecc. L'approccio tecnologico è basato su principi di progettazione del territorio che hanno influenzato la politica di pianificazione e progettazione in tutto il mondo. L'approccio metodologico e la filosofia di questo gruppo di lavoro (laboratorio Space Syntax) mira ad agevolare le persone nel prendere decisioni sulla base di alti livelli d'informazione raccolta del territorio e dalle principali questioni che li riguardano.

2. Qualità urbana e accessibilità

Fred Kent - President, Project for Public Spaces - nonprofit organization - USA

L'intervento verterà sul ruolo dello spazio pubblico nella qualità urbana e sulle esigenze (di spazi, servizi, attrezzature) attuali sia da parte dei cittadini, che dai visitatori. Il centro storico riempie le città di vita. È possibile parlare una città sana, se ha un centro di attività pubblica vitale. Con la convinzione di fondo che la rivitalizzazione aiuta a trovare modi per questa vitalità l'intervento va al di là del tipico processo di pianificazione del centro della città, puntando su un processo che consente agli attori urbani e ai residenti di concentrarsi sul miglioramento dei luoghi che sono più importanti per loro costruendo un quadro di programmazione sulle azioni chiave. Il processo di ringiovanimento dei centri urbani favorisce

il meccanismo di catalizzazione dei miglioramenti sia dal settore pubblico che di quello privato. Un parco, per esempio, che delimitata su un lato con una strada commerciale e su un altro con una biblioteca pubblica si confinano in maniera tale da creare un unico luogo, ma in un tipico centro urbano quella situazione è molto probabilmente gestita da diversi enti pubblici. Quello su cui si deve lavorare per migliorare la qualità urbana è, invece, un approccio unificato per il luoghi. Nelle città diverse enti assumono un approccio frammentario, che permette di operano a ciascuno di loro entro i propri confini della sua disciplina professionale senza tener conto della realtà degli spazi e delle funzioni.

Richard Ingersol - Professore di Progettazione, Storia dell'Architettura e Storia Urbana, Syracuse University - Firenze

Nel corso dell'intervento si affronterà il tema della rappresentazione della città, "le cartoline urbane" e della sua controparte, i problemi di sicurezza, di degrado e di perdita d'identità. E' responsabilità delle autorità municipali dare senso al turismo prima che sradica completamente la vita civile della città, un lavoro che richiede la stessa attenzione e urgenza delle difese contro il terrorismo, o le catastrofi naturali. Dietro la "cartolina della città", l'immagine costruita che non rispecchio la realtà del luogo, si trovano evidenze del degrado ambientale e sociale, che non diminuirà se le decisioni politiche continuano ad essere formulati in funzione di criteri turistico. Conferire la città alla simulazione mette in pericolo la vita urbana quanto le minacce terroristiche. Turismo e terrorismo non sono interdipendenti, ma contemporaneamente fenomeni che richiedono una risposta strategica chiara. È solo attraverso il mantenimento delle funzioni produttive in una città che i cittadini possono sentire la loro partecipazione come responsabili del loro ambiente e offrire resistenza alla "cartolina città". Solo una città che incoraggia la continua miscela di programmi può generare nei cittadini la sensazione di responsabilità e di sicurezza del proprio contesto urbano. La partecipazione è un fattore essenziale sia per la vivacità che per la vigilanza. Come è stato illustrato negli affreschi di Ambrogio Lorenzetti, sui muri della città di Siena più di 600 anni fa, la base della libertà umana è la giustizia, che possono essere raggiunti solo attraverso la partecipazione civica.

3. Mobilità, Trasporti pubblici collettivi, Connettività.

Sandro Rambaldi - Coordinatore "Physics of the City Laboratory", Università degli Studi di Bologna

Mobilità urbana, Comprensione e Governance. La velocità con cui si modifica la rete delle relazioni umane e la mobilità conseguente nelle città è di molto superiore alla velocità con cui le infrastrutture accompagnano, sostengono e regolano la domanda di mobilità. La continua crescita delle moderne metropoli rende il problema della governance essenziale per la sostenibilità e la qualità della vita. Recenti osservazioni hanno evidenziato come la crescita delle città avviene in modo differente rispetto a quella dei sistemi biologici suggerendo che solo una continua innovazione può sostenerne la crescita. Da questo punto di vista la mobilità urbana è un elemento cruciale e un problema paradigmatico a causa della limitazione intrinseca nella offerta di reti di trasporto. Una governance della mobilità urbana basata sulla domanda individuale e sulla continua innovazione è necessaria, sia per ottimizzare l'uso delle reti di mobilità esistenti, sia per pianificare il futuro dei trasporti. Le tecnologie, in particolare quelle satellitari, contribuiscono alla comprensione dei mutamenti, permettendo di passare da una visione della mobilità locale e puntiforme (il numero di misure è necessariamente limitato) ad una visione dinamica e globale. In particolare, permettono la conoscenza globale dello stato presente in tempo reale e rendono possibile lo studio delle dinamiche sottiacenti e l'individuazione degli equilibri emergenti favorendo lo sviluppo dei modelli predittivi e di governance.

4. Trasformazione Urbana, Rigenerazione, Urbotica.

Vittorio Gregotti – Architetto, Gregotti Associati International S.p.A.

L'intervento si concentrerà sull'architettura come simbolo di rinnovamento, come brand italiano, le grandi trasformazioni urbane che seguono i grandi eventi. Nello specifico approfondire il ruolo dell'oggetto architettonico come attrattore, nella sua funzione di marchio e simbolo della città. Anche laddove la trasformazione e la rigenerazione urbana vadano oltre i singoli manufatti architettonici, inglobandoli in un contesto più ampio e vitale in grado di offrire, ai nuovi flussi di visitatori inevitabilmente destinati a crescere, territori in evoluzione, accessibili e capaci di sostenere, arricchendosi, la crescente pluralità del mondo moderno.

Franco La Cecla - Architetto e antropologo

Le città italiane e il nuovo turismo. Com'è cambiato il turismo e come sono cambiate le città. Il modello Barcellona. Relazione tra popolazione e turisti. Il ruolo della popolazione immigrata.

Cosa fare dal punto di vista urbanistico? Il tessuto urbano e gli spazi pubblici. tramonto della monumentalità. Cosa fare dal punto di vista architettonico. Il ruolo della fruibilità, la manutenzione ed il decoro urbano. Guerra alle automobili. Per una nuova concezione dei centri storici italiani. Il ruolo della valutazione di impatto sociale nel progettare il futuro delle città.

Pier Paolo Maggiora - Architetto

L'intervento si concentrerà sul senso profondo del "territorio antropizzato" e della "polis", della città assunta nella sua dimensione civile, come luogo di scambio, confronto, elaborazione di modelli comportamentali, che riassume in una concezione unitaria "progettata" le istanze della cultura del nostro tempo: la struttura territoriale-urbana-architettonica, nella quale si rispecchia con vivace fedeltà la condizione multiculturale (e globale) contemporanea, vi assume una carattere paradigmatico, destinato a orientare ogni possibile progettazione.

Il "Dialogo Progettuale" è la sostanza teorica e pratica "centrale" di un processo aperto, polifonico e corale, di un metodo di relazioni dinamiche che, nel loro sviluppo, definiscono via via livelli di convergenza e forme di diversità, che si definiscono compiutamente nel Progetto. Un metodo che esalta nel suo divenire la varietà delle discipline (ambientale, ecologica, antropologica, urbanistica, architettonica, ingegneristica, sociologica, economica, finanziaria, giuridico-amministrativa, gestionale, ecc.) in una sintesi che risponde alla necessità di governare la complessità e le contraddizioni della realtà.