




BRAND
FOR THE
CITY

An aerial photograph of a city skyline, likely New York City, featuring a large green park (Central Park) and a body of water (the Hudson River) in the foreground. The sky is blue with scattered white clouds. The text is overlaid on a dark blue rectangular background in the center of the image.

Le città sono, da sempre, culla e simbolo delle civiltà che hanno incarnato.

Dunque, **ripensare** (migliorare, valorizza) **le città equivale a ripensare i fondamenti della società in cui vivremo.**

Se riusciremo a immaginare e a realizzare una **nuova idea di città** (più sostenibile, più equa, più integra, più vitale, migliore da vivere) riusciremo anche a riprogettare un futuro migliore per tutti.

DALLO STORYTELLING ALLO STORYDOING

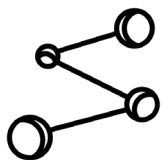
Uno **step** in direzione della **concretezza**



È nelle **città** che si concentrano tante delle **grandi sfide contemporanee**. Sfide che possono essere affrontate solo grazie al **supporto di una molteplicità di attori**, inclusi quelli del mondo del business.



È un inedito modello di **sinergia pubblico-privato**, di **collaborazione tra Brand e comunità** che contribuisce allo **sviluppo urbano** e al miglioramento della **qualità della vita** dei cittadini.



È agendo nelle **città** che i brand possono fare la differenza e generare **impatto positivo**, rafforzando il **legame con le comunità** in cui operano e sviluppando **relazioni con i consumatori**.



In questo **nuovo paradigma**, l'**azienda** si assume un vero ruolo di **attore sociale**.

«Una città a misura di anziano incoraggia l'invecchiamento attivo ottimizzando le opportunità a favore della salute, della partecipazione e della sicurezza, allo scopo di rafforzare la qualità della vita mentre la gente invecchia.»

“Global age friendly cities” (OMS).



«La città non dice il suo passato, lo
contiene come le linee d'una
mano»

Italo Calvino, Le città invisibili

Le città sono **luoghi stratificati** in cui avvengono dei **cambiamenti** nel corso del tempo.

Resta una memoria dei luoghi interni agli assetti urbani che rimanda a una vita precedente, a un rapporto con lo spazio urbano completamente diverso.

Il dibattito culturale non può limitarsi allo studio del futuro delle città da un punto di vista tecnico, ma deve riflettere sul recupero e sulla valorizzazione del **capitale sociale** che le abita.

La **città del futuro** deve essere progettata a partire dai suoi abitanti e deve essere dotata degli strumenti capaci di dar valore al suo passato attraverso la **risignificazione** dei suoi spazi.

Parchi Agos Green&Smart

Il progetto

Interventi di **rigenerazione urbana** nelle **aree verdi** delle città, innovativi e intelligenti, per il benessere delle comunità.

Nel contesto del piano di Sostenibilità di Agos e in linea con l'obiettivo di creare progresso e valore condiviso di «**Agos for Good**».

I parchi urbani già esistenti si arricchiscono così di dotazioni, strumenti e iniziative in quattro ambiti di intervento:

- **Green** (diffusione del verde in città e l'educazione alla sua cura),
- **Smart** (l'innovazione attraverso la tecnologia e il digitale),
- **Sport** (la diffusione della pratica sportiva come fattore di salute, benessere e socialità)
- **Art** (l'abbellimento e la rigenerazione di spazi spesso degradati o inutilizzati).



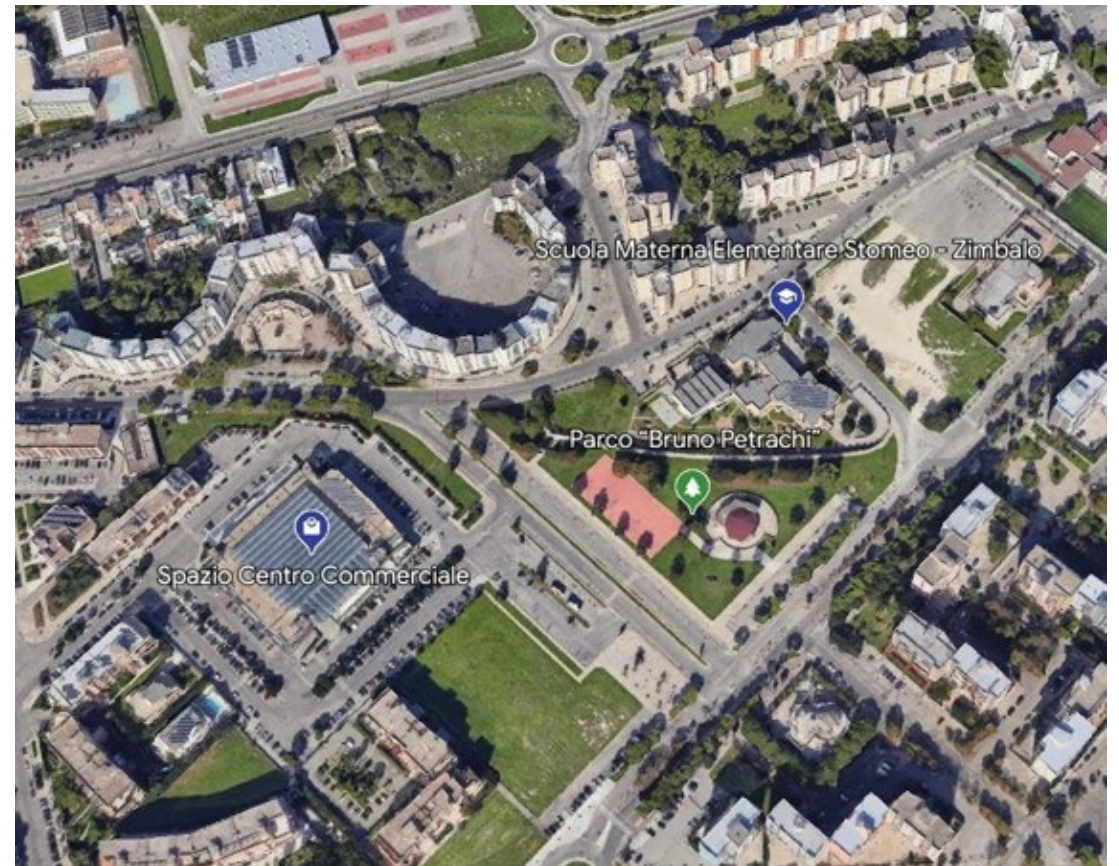
Parco B. Petrachi

Lecce

Lo spazio è stato individuato in collaborazione con l'**amministrazione locale**.

Tra gli spazi proposti è stato selezionato il Parco B. Petrachi data la presenza di gruppi di **cittadini attivi** che già frequentavano l'area.

Il Parco ben si predispondeva alla creazione di uno **spazio intergenerazionale**, grazie alla presenza della Scuola Materna-Elementare Stomeo-Zimbalo, di un centro aggregativo per anziani e di un centro commerciale frequentato da famiglie con bambini.



L'ascolto del territorio

Assemblea pubblica

Nel mese di marzo 2023 è stato organizzato un'**assemblea pubblica** in collaborazione con l'amministrazione locale e il centro anziani.

L'idea è stata quella di promuovere l'**ascolto dal basso** delle esigenze territoriali per garantire la massima efficacia nella fase di progettazione.

A seguito di questo evento, a cui hanno partecipato giovani, anziani e amministratori, è emerso il desiderio di creare **uno spazio di socialità aperto a tutti**:

- Area aggregativa
- Area per le attività del centro anziani
- Spazio eventi
- Aula didattica all'aperto
- Area sportiva inclusiva
- Alberature ombreggianti



L'inaugurazione

Un evento aperto a tutti

Il **24 giugno 2023** è stato inaugurato il nuovo Parco Petrachi con la presenza dell'amministrazione locale, di Agos, delle realtà del territorio (Scuola Stomeo-Zimbalo e Centro Anziani) e delle realtà sportive e sociali locali.

Le **13 realtà territoriali** che hanno animato lo spazio per tutto il corso della giornata hanno fatto sì che la comunità potesse essere coinvolta in una giornata di festa aperta a tutta la città.



10 realtà sportive



1 realtà green



2 realtà art



1 evento musicale





Prendersi cura dei nostri luoghi è prendersi cura di noi stessi perché dal loro benessere dipende la qualità della nostra vita, presente e futura.



The Brand Urbanism Company