

UN TERRITORIO E LA PROMOZIONE INTEGRATA DELLE SUE COMPONENTI: IL SISTEMA INFORMATIVO DI MARKETING TERRITORIALE DELLA PROVINCIA DI NAPOLI

Alessio D'AURIA¹, Paola RUSSO² e Paola SCALA³

¹ Dipartimento di Conservazione dei Beni Architettonici e Ambientali, Università di Napoli "Federico II", via Roma 402, 80132, Napoli.

² Unione Industriali della Provincia di Napoli, Servizio Marketing Territoriale, Piazza dei Martiri 58, 80121, Napoli.

³ Dipartimento di Progettazione Urbana, Università di Napoli "Federico II", via Forno Vecchio, 80132, Napoli.

SOMMARIO

Il paper intende illustrare un'esperienza di promozione industriale del territorio della provincia di Napoli, messa in atto dall'Unione Industriali della Provincia di Napoli fra il 2002 e il 2003, mediante la creazione di una database interattivo fondato sulla tecnologia GIS, denominato SIMT (Sistema Informativo di Marketing Territoriale) che aggiorna, cataloga, gestisce e diffonde i dati relativi alle aree industriali dei comuni della provincia. L'obiettivo principale del SIMT è agevolare l'attrazione di investimenti attraverso la creazione di uno strumento conoscitivo ed informativo, collegato a mappe digitali e accessibile via *web*.

Il Progetto SIMT è stato commissionato dalla Camera di Commercio di Napoli all'Unione Industriali della Provincia di Napoli, la quale si è avvalsa della consulenza dell'Università degli Studi di Napoli "Federico II", Dipartimento di Conservazione dei Beni Architettonici e Ambientali e Dipartimento di Progettazione Urbana.

Alessio D'Auria (aldauria@unina.it) ha curato i paragrafi 2.1, 3 e 5; Paola Russo (russo@unindustria.na.it) i paragrafi 1 e 2.2; Paola Scala (pscala@unina.it) i paragrafi 2.3 e 4.

1 PREMESSA: L'ESIGENZA DI UNO STRUMENTO DI MARKETING TERRITORIALE

La Campania, ed in particolare il territorio della provincia di Napoli, è da sempre caratterizzata dalla presenza massiccia, in alcune aree di concentrazione, di imprese di piccole e medie dimensioni, sulle quali però l'insieme delle informazioni sui siti industriali e sulle caratteristiche produttive appare disomogenea e di difficile consultazione. Allo stesso modo si parla sempre più frequentemente di marketing territoriale e di attrazione di investimenti produttivi senza avere ben chiaro i diversi attori che dovrebbero contribuire allo sviluppo di una efficace strategia di marketing territoriale.

Alla luce di queste due riflessioni e partendo dalla necessità del mondo produttivo, sia endogeno sia esogeno, di conoscere e approfondire le componenti che costituiscono il territorio della provincia di Napoli, l'Unione Industriali della Provincia di Napoli ha cercato di implementare un Sistema Informativo di Marketing Territoriale al fine di sistematizzare una serie di informazioni sul tessuto produttivo napoletano, sulle infrastrutture di collegamento, sulla struttura urbanistica, sulla dimensione e caratteristiche del sistema "organizzativo territoriale", per meglio contribuire alla crescita dello stesso sistema produttivo e nel tentativo di valorizzare il territorio nelle sue componenti essenziali e delle relazioni tra di esse. Il valore dell'offerta territoriale, infatti, non dipende tanto dal potenziale dei singoli elementi che costituiscono il prodotto territorio, quanto dalle sinergie esistenti tra le componenti tangibili e intangibili esistenti all'interno del sistema territoriale (Latusi, 2002). L'assunto principale alla base di tutto il lavoro è stato quello di costruire e mettere in rete un SIT finalizzato al marketing territoriale per le aree industriali ed il senso che questo può avere all'interno di una più generale azione politica e culturale che tende a presentare il rapporto tra industria e territorio nei termini di un processo dialettico produttivo e non distruttivo, fondato sull'accettazione del principio della sostenibilità ma anche della rivendicazione del ruolo strategico che le aree industriali possono assumere rispetto al tema dello sviluppo del territorio.

La realizzazione di un Sistema Informativo Territoriale, finalizzato alla conoscenza delle condizioni del tessuto industriale della provincia di Napoli e delle sue potenzialità di crescita, rappresenta uno degli elementi di partenza più significativi per lo sviluppo di una politica di promozione delle aree industriali del territorio napoletano.

La necessità di questa politica è chiaramente avvertita da più parti ma non ancora sufficientemente chiare appaiono le azioni che è necessario promuovere per favorirne l'avvio. Così come non è chiaro ai diversi "attori" che dovrebbero contribuire allo sviluppo di una efficace politica di marketing quali azioni *conoscitive e promozionali* potrebbero condurre e attraverso quali strumenti. È evidente infatti che anche la semplice richiesta da parte di un

imprenditore delle informazioni che gli consentano di individuare la localizzazione più opportuna richiede una risposta che non può più essere fornita solo in relazione a parametri statici e oggettivi, come le dimensioni del lotto, il livello di infrastrutturazione, etc. ma anche, e forse soprattutto, in relazione a parametri dinamici relativi al rapporto tra quell'area, il tessuto industriale cui appartiene, le caratteristiche del territorio in cui è localizzata, le strumentazioni urbanistiche e i provvedimenti amministrativi cui è sottoposta etc.

Considerate queste condizioni, la realizzazione del Sistema Informativo per il Marketing Territoriale, oggetto del lavoro di ricerca che ha visto l'integrazione di diversi aspetti disciplinari, quello economico-estimativo, quello architettonico-urbanistico e quello informatico, è importante per la sua valenza innovativa, non solo nel merito della qualità delle informazioni che implementano il sistema, ma anche nella identificazione delle modalità più efficaci attraverso cui renderle fruibili e consultabili nonché nel considerare il SIMT come un'opera aperta, suscettibile di trasformazioni, approfondimenti, implementazioni.

L'indagine sul campo e l'analisi dei dati sono stati estesi a tutti i Comuni del territorio della Provincia di Napoli, con esclusione del Comune di Napoli. Oggetto dell'indagine sono state le diverse aree industriali: ASI – Aree di Sviluppo Industriale nate con l'Intervento Straordinario nel Mezzogiorno, PIP – Piani di Insediamento Produttivo, aree D – aree industriali esistenti e di espansione - distribuite all'interno del territorio della Provincia di Napoli.

Il lavoro di indagine sul campo è stato considerato necessario nella fase di sviluppo del progetto perché si è ritenuto indispensabile prevedere una qualità omogenea dei dati di partenza (e quindi muovere dalla redazione di una scheda di rilevamento), perché si è ritenuto utile partire da dati quanto più possibile aggiornati e soprattutto perché si è voluta sostenere, fin dall'inizio, la necessità di un coinvolgimento diretto, nella fase di "informazione", degli enti gestori delle aree industriali, attori fondamentali di una seria politica di marketing territoriale.

Il prodotto di questo lavoro, quindi, è stato il S.I.T messo a punto come momento conclusivo di una serie di operazioni complesse ed articolate. Si tratta di uno strumento agile e flessibile che può già fornire un livello di conoscenza di tutto rilievo sul sistema industriale della provincia napoletana nel suo insieme, nelle sue parti, nei suoi elementi costitutivi anche "minimi", ma il cui valore principale sta in una serie di sue qualità strutturali: nel suo essere stato pensato, fin dall'inizio come uno strumento agile e flessibile, fatto per essere aggiornato, implementato, modificato, anche attraverso l'aggiunta di informazioni e di dati ulteriori.

2 GLI OBIETTIVI DEL SIMT

2.1 *Il SIMT come strumento di governance e di dialogo con le amministrazioni locali*

La sfida della competitività nell'era del post-fordismo riguarda non più le imprese, ma anche i territori, e dipende dalla loro capacità di differenziazione, attraverso la valorizzazione delle proprie specificità, rappresentate da risorse tangibili ed intangibili, e dalla definizione del corretto mix di caratteristiche strutturali e di servizi offerti (Kotler *et al.*, 2002). Il territorio diviene dunque esso stesso fattore di competitività per le imprese e, come tale, non può essere più percepito come uno spazio geografico indifferenziato, ma come un sistema relazionale che possiede un proprio “spessore”, una stratificazione storica, una complessità ambientale, in quanto esito di un processo di interazione fra ambiente fisico e ambiente antropicamente strutturato. A questa mutata concezione corrispondono anche nuovi strumenti di regolazione della territorialità, come la pianificazione strategica, i patti territoriali, i contratti d'area, e via discorrendo, e nuovi obiettivi, come quello dello sviluppo locale autosostenibile (Camagni, 1996).

Si è riconosciuto quindi che le specificità locali, culturali ed ambientali costituiscono uno straordinario fattore di competitività e di differenziazione regionale. Il recente sviluppo dei sistemi locali ha confermato che tali specificità, più che delle anomalie rispetto a modelli normativi astratti, costituiscono le varianti di una realtà sfaccettata e multiforme, che costituiscono la vera chiave di lettura dell'attuale fase di transizione del sistema territoriale, sia a scala locale che regionale rispondente alle esigenze di una società matura, dinamica ed innovativa (Becattini, 1989).

È in atto dunque un cambiamento culturale caratterizzato dal passaggio del territorio da mero “contenitore” dello sviluppo a vero e proprio “valore fondativo” dello sviluppo stesso, quindi da “incubatore” ad “accumulatore”.

In quest'ottica uno dei punti chiave su cui riflettere è la distinzione tra lo sviluppo inteso come processo e lo sviluppo inteso come obiettivo. In passato il problema della distinzione tra questi concetti non si era posto in quanto promuovere lo sviluppo in un'area arretrata (un paese, una regione, un territorio) significava sostanzialmente aiutare quest'ultima a seguire le tappe che prima di lei avevano percorso le aree sviluppate: era un classico esempio di sviluppo eterodiretto.

Oggi invece, l'esperienza storica e la riflessione teorica inducono a sostenere la tesi secondo cui sia le dinamiche dello sviluppo in termini di processo, sia gli obiettivi dello sviluppo, debbano essere diversi a seconda dei contesti storici, politici e territoriali di riferimento.

In tale ottica assumono una importanza particolare quelle che un tempo si chiamavano “vocazioni”, e che oggi si preferisce denominare “vantaggi comparativi” (Krugman, 1991).

Le prime erano concepite come proprietà stabili ed immutabili dei luoghi, e quindi individuabili come componenti oggettive del *milieu* locale, mentre oggi si dà a quelle caratteristiche una connotazione marcatamente soggettiva; con esse si vuole cioè indicare gli appigli, le leve di possibili azioni locali di sviluppo, i vantaggi che si possono trarre interagendo con le condizioni (economiche, sociali, fisiche e culturali) specifiche dei luoghi.

In questa ottica, le diverse specializzazioni produttive risultano essere esclusivamente le modalità contingenti, ed eventualmente reversibili, attraverso cui tale funzione -che si potrebbe definire autopoietica- si manifesta nella sfera dei rapporti economici. Si può dunque assumere che un sistema locale prima ancora di essere una entità territoriale, è una costruzione sociale, e come tale non è dato: esso è intrinsecamente caratterizzato e connotato dal suo *milieu* ed anzi si fonda su di esso.

Il ruolo delle istituzioni per lo sviluppo locale tende alla ricerca di modelli di sviluppo endogeno -e sostenibile - in cui le risorse e le identità locali, i modelli socio-economici, assumono un ruolo essenziale per una corretta valorizzazione delle risorse territoriali. Questa crescita di consapevolezza nelle istituzioni del valore delle risorse locali, anche nel produrre vantaggi competitivi, caratterizza tutti i percorsi che intendono rendere concreti obiettivi strategici di sviluppo. All'interno dell'evoluzione dello scenario di riferimento assumono maggiore importanza gli attori territoriali (enti, istituzioni, università, centri di ricerca) che pensano, promuovono e co-gestiscono "dal basso" lo sviluppo locale (Petruzzellis, 2002). In questo senso è possibile affermare che strategie vincenti di sviluppo territoriale devono essere basate su rinnovate forme di *governance*, intesa come sistema di governo socio-cibernetico, caratterizzato da una pluralità di attori tra loro interdipendenti, che mettono in pratica azioni e politiche la cui origine non può essere riconducibile ad un singolo attore (Rhodes, 1997).

Lo sviluppo delle società locali e delle reti di complementarità e sussidiarietà richiede evidentemente che si realizzino alcune condizioni fondamentali, ovvero che esistano i soggetti locali, portatori di obiettivi volti alla valorizzazione del patrimonio e delle reti locali e che sia possibile attivare iniziative che valorizzino questi attori elevandone la contrattualità politica, rendendoli visibili e inserendoli in reti più vaste di azione, nonché favorendone la crescita economica. La dimensione locale non può essere presupposta come un ambito geografico definibile a priori e un dato che preesiste all'azione dei soggetti, ma va intesa come l'esito della relazione dialettica tra le dotazioni proprie di un territorio, i suoi caratteri originari, e l'azione degli attori che a vario titolo concorrono al processo della sua continua riproduzione.

All'interno di tale prospettiva emerge una lettura del territorio attraverso *sistemi territoriali locali*, ossia modalità di espressione delle relazioni reticolari che si costituiscono attraverso l'azione di *soggetti collettivi locali* (Magnaghi, 2002). Occorre cioè che, anche a livello istituzionale, i legami orizzontali che assicurano la coesione interna al sistema territoriale derivino «dai rapporti che i soggetti che lo compongono hanno con un *milieu* locale specifico, intendendo con questa espressione un insieme stabile e localizzato di condizioni naturali e

storico-culturali, viste come possibili “prese” in progetti di sviluppo e riqualificazione territoriale locale» (Provincia di Venezia, 1999). La sfida sembra dunque consistere nel riconoscere le potenzialità latenti dei sistemi locali, nell’individuare ed eventualmente attivare le reti dei soggetti locali che li possano rendere attuali.

Il marketing del territorio comprende interventi strategici per il miglioramento della competitività di un contesto locale, ma non si riduce ad essi; non è esclusivamente un nuovo modo di denominare la politica di sviluppo locale, ma può essere uno dei mezzi per il perseguimento di tale obiettivo (Caroli, 1999). È evidente, pertanto, che le strategie di marketing, opportunamente utilizzate, possono essere funzionali all’attivazione di un processo di sviluppo endogeno. In tal senso, il ruolo del marketing territoriale non può essere quello di semplice strumento di gestione e di promozione del *prodotto* legato al territorio: occorre, infatti, che esso sia strumentale al processo decisionale che porta gli attori locali, pubblici e privati, a definire e scegliere un processo di sviluppo piuttosto che un altro (Asero, 2000).

In quest’ottica, lo sviluppo urbano e territoriale non può che configurarsi come un *processo*, che si nutre di apprendimento collettivo, di capacità di composizione dei conflitti e di capacità di disegno strategico.

Il marketing territoriale, nell’accezione declinata dall’Unione Industriali di Napoli, si prefigura dunque quale strumento prodromico e propedeutico alla strutturazione di un programma strategico provinciale o regionale, volto alla promozione della localizzazione industriale del territorio ed allo sviluppo di reti di cooperazione tra imprese, tra territori e tra gli uni e le altre. In effetti le azioni della Regione Campania in tal senso sono già state particolarmente positive ed evidenti: per i sette distretti industriali della Campania (Grumo, Nevano, Nocera, Sant’Agata dei Goti, San Giuseppe Vesuviano, San Marco dei Cavoti, Solofra e Calitri) sono stati stanziati a favore dei Pit oltre 241 milioni di euro. I Progetti Integrati rappresentano un complesso di azioni intersettoriali, strettamente coerenti e collegate tra di loro, per la crescita dell’economia e della “cultura dei distretti”. Inoltre la Campania sta portando avanti anche delle significative iniziative per rendere competitiva la regione sul fronte delle infrastrutture industriali. Sono stati infatti destinati 253 milioni di euro per i Pip per una superficie complessiva di 13 milioni di metri quadrati.

Anche la Provincia di Napoli, su iniziativa dell’Assessorato all’Industria, nel corso del 2002 ha provveduto alla redazione di un progetto volto all’individuazione di aree per le attività produttive, che intendeva favorire lo sviluppo di aree industriali omogenee per settori e/o filiere attraverso il sostegno alla creazione di nuovi distretti industriali.

Uno dei principali punti di debolezza riscontrati nella suddetta iniziativa a regia provinciale rispetto al progetto SIMT è stata, paradossalmente, proprio la scarsa cooperazione interistituzionale: i Comuni hanno mostrato diffidenza e disinteresse verso un’iniziativa eterodiretta ed auto-refenziale, caratterizzata da scarso coinvolgimento delle comunità locali e quasi nulla co-decisione delle linee di sviluppo e per giunta scarsamente pubblicizzata.

In tal senso il SIMT ha contribuito in maniera tangibile a rafforzare l'immagine dell'Unione Industriali della Provincia di Napoli quale *attore istituzionale*, con un ruolo proattivo e propositivo, secondo una logica cooperativa volta alla responsabilizzazione e attivazione degli enti locali, all'integrazione e raccordo tra attori territoriali, proprio mediante l'utilizzo di tecnologie di informazione interattive.

La pluralità relazionale tra diversi soggetti, i rinnovati rapporti fra i diversi attori territoriali, secondo tale logica, hanno condotto a forme co-evolutive di *partnership* di tipo istituzionale, ma anche a *partnership* di tipo organizzativo. Si tratta senza dubbio di un aspetto rilevante e innovativo (specie per il Mezzogiorno), che tende a modificare il modo di interagire tra operatore pubblico ed operatore privato e che porta a conseguenze significative dirette anche sulle politiche di intervento (Ciciotti, 1993).

2.2 Il SIMT come strumento per costruire un quadro complessivo delle potenzialità delle aree oggetto di indagine

Un secondo obiettivo, raggiunto nella realizzazione del SIMT, è quello di aver raccolto e sistematizzato una grande quantità di informazioni relative a tutti i Comuni del territorio provinciale (con l'eccezione del comune di Napoli).

Le informazioni raccolte sono relative a:

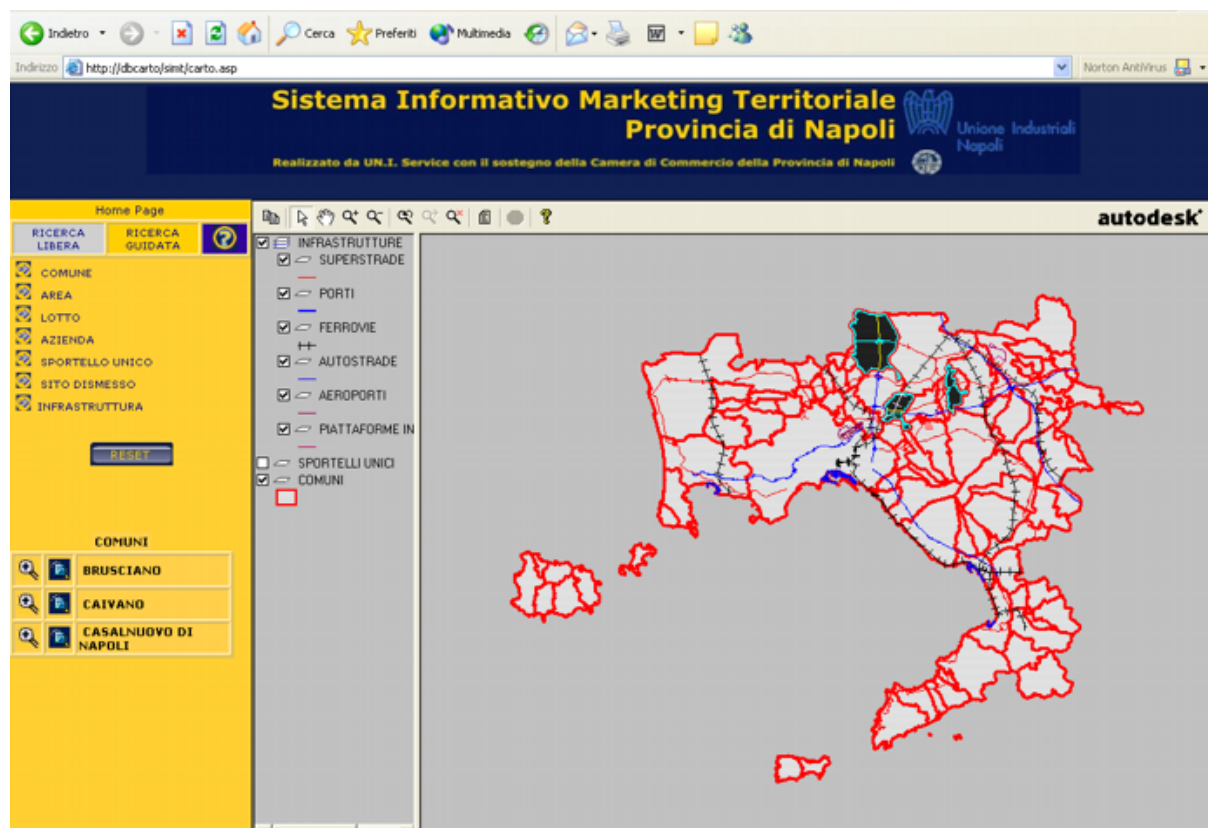
Comune, con l'indicazione dell'indirizzo, recapito telefonico, sito web ed e-mail, la specializzazione produttiva prevalente sul territorio comunale, gli strumenti di concertazione attivati ovvero in via di attivazione sul territorio –Patto Territoriale, Contratto d'Area, Distretto Industriale, Progetto Integrato Territoriale. La presenza di detti strumenti si è rivelata un importante indicatore del livello di vitalità territoriale nonché indicatore di particolari specializzazioni produttive e/o concentrazione di imprese. Sono presenti anche informazioni sullo strumento urbanistico in essere con relativa data di adozione e/o approvazione ed il numero delle aree industriali che insistono sul territorio di riferimento; il sistema prevede anche uno spazio per le news del comune relative a bandi, iniziative dell'Amministrazione e così via. Un'esemplificazione di una ricerca per comune è riportata nella Figura 1.

Per quanto concerne le aree D, la quantità di informazioni inserite è minore in quanto per le stesse non sono previsti piani particolareggiati e relativi lotti. Un esempio di visualizzazione di area industriale all'interno del comune indagato, è riportato in Figura 2.

Azienda: le informazioni fornite sono relative alla denominazione dell'azienda, il Comune su cui è insediata, il soggetto gestore dell'area –Consorzio ASI o Comune-, lo stato dello stabilimento –in esercizio, in costruzione, in programma, non attivo-, il tipo di produzione realizzata, il numero di addetti, nonché il collegamento diretto al sito istituzione dell'azienda quando presente. Le aziende inserite hanno una localizzazione in area ASI o in PIP comunali;

si è rivelato invece difficoltoso monitorare le aziende fuori da queste tipologie di aree industriali.

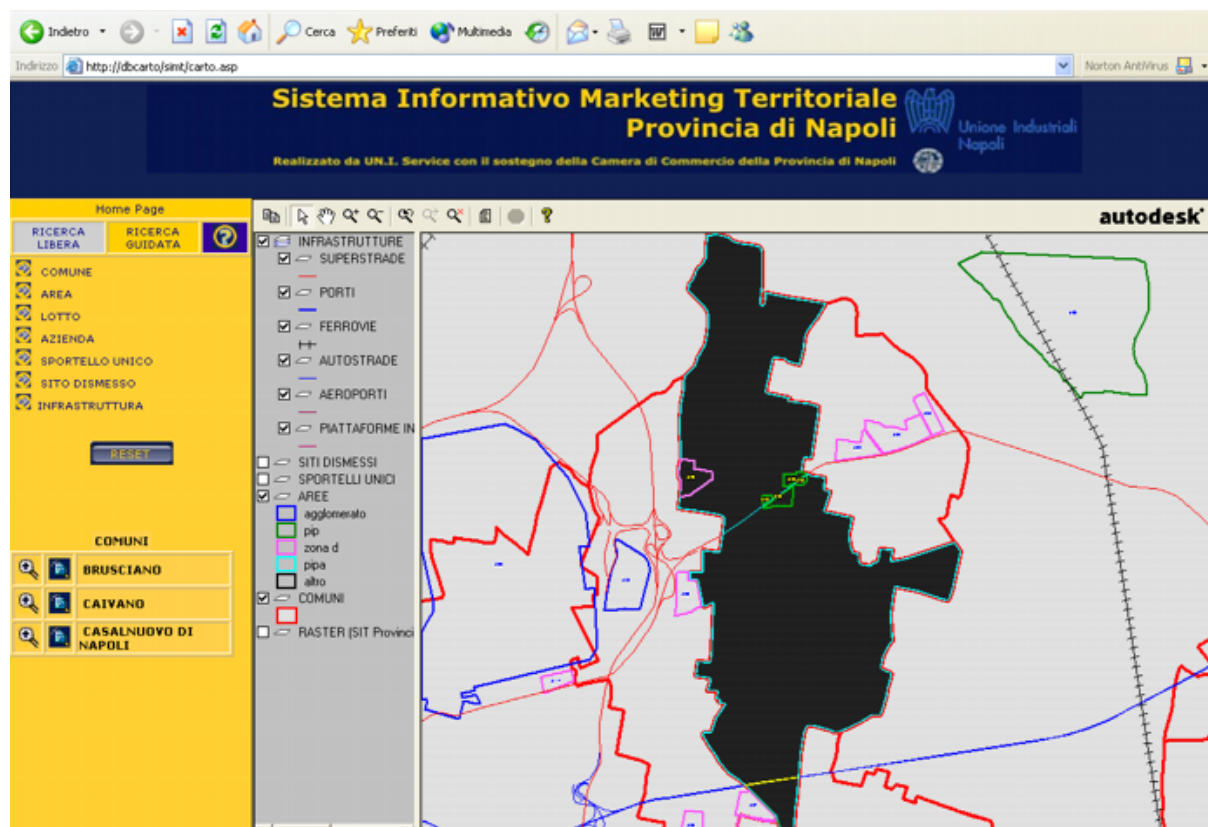
Figura 1 Visualizzazione della ricerca per Comune



Sportello Unico: è sempre più avvertita dalle imprese la necessità di un rapporto con le istituzioni che potrebbero/dovrebbero utilizzare questo strumento per le loro operazioni di marketing territoriale in relazione alle aree industriali. In virtù di questo, le informazioni inserite nel sistema sono anche relative alla tipologia dello sportello unico –comunale o associato-, lo stato di realizzazione dello stesso, l'indirizzo, telefono, e-mail ed il referente o i referenti in caso di sportello unico associato.

Sito Dismesso: i siti dimessi monitorati dal sistema sono quelli che hanno conservato una destinazione industriale dallo strumento urbanistico vigente del comune su cui insiste l'area stessa. Le informazioni presenti sono relative al posizionamento dell'area rispetto al tessuto urbano, l'accessibilità viaria, regolamentazione urbanistica, estensione complessiva del sito, descrizione qualitativa dello stabilimento, riferimenti sull'utilizzazione precedente. Oltre a poter vedere la localizzazione del sito che è stato anch'esso inserito sul sistema cartografico, così come le aree industriali, è possibile vedere lo stato reale del sito grazie alla possibilità data al sistema informativo di poter ospitare immagini fotografiche che consentono di prendere visione delle qualità materiali del sito e degli edifici in esso contenuti.

Figura 2 Visualizzazione delle aree industriali per comune



Infrastruttura: molto importanti sono anche e soprattutto le informazioni fornite sulle infrastrutture ed i collegamenti tra le infrastrutture e le aree industriali censite, la distanza delle aree dallo svincolo autostradale più vicino e dalla stazione ferroviaria più utile. La presenza o meno di una infrastruttura è una delle domande più frequenti da parte degli imprenditori che hanno il desiderio di insediarsi in una particolare area industriale. Per questo abbiamo riservato particolare attenzione alle informazioni nonché alla visualizzazione delle stesse rispetto alle aree industriali, con l'indicazione del tipo di area, nome della stessa, svincolo/stazione più vicina con relativa distanza.

Il lavoro prodotto dal gruppo di ricerca che ha messo a punto il Sistema Informativo per il Marketing Territoriale è considerato una *best-practice* sia dal punto di vista del metodo sia dal punto di vista del contenuto; il sistema consente a tutti gli utenti della “rete” di avere informazioni qualificate e aggiornate sulla condizione delle aree industriali della Provincia di Napoli vista la carenza di informazioni puntuali sulle reali opportunità insediative nei 91 Comuni del territorio provinciale napoletano.

La speranza è che il Sistema Informativo di Marketing Territoriale venga utilizzato dalle Amministrazioni comunali come momento di raccordo e di visibilità a favore del *potenziale investitore* e come stimolo alle Istituzioni per avviare un serio dialogo sullo sviluppo

industriale recuperando il ruolo strategico che le aree industriali possono assumere rispetto al tema più complesso dello sviluppo del territorio.

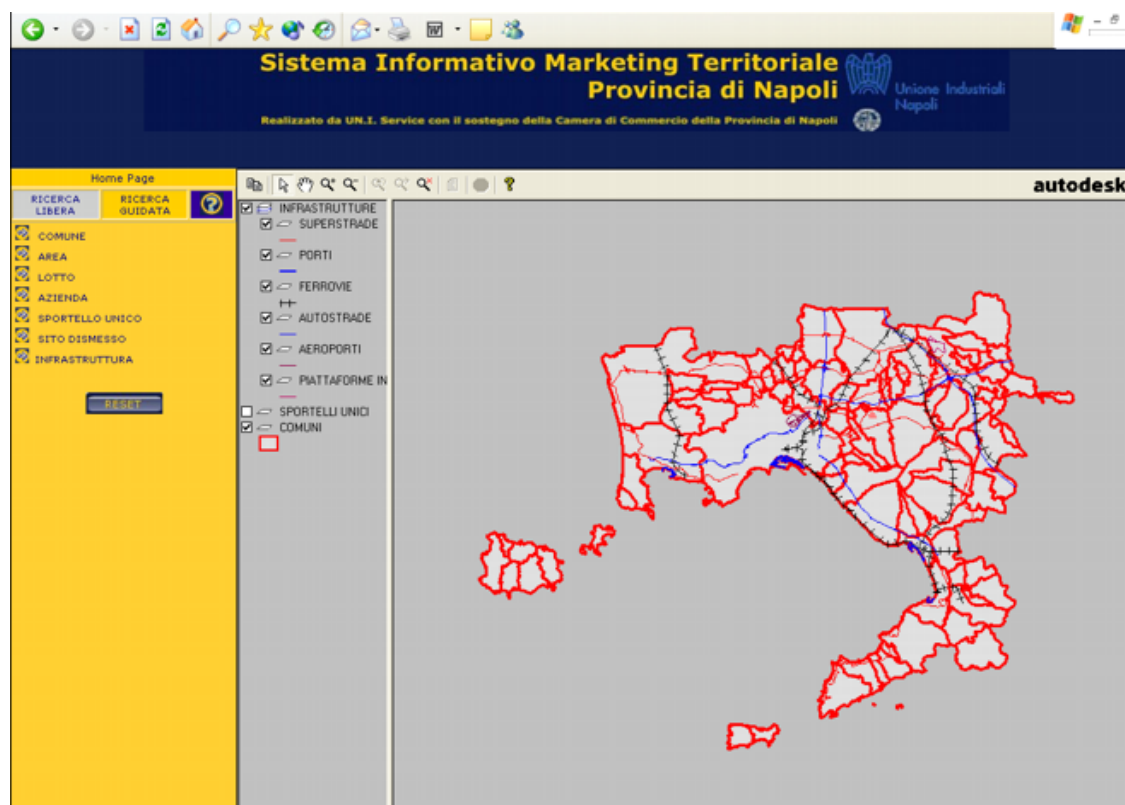
2.3 *Il SIMT come strumento (cartografico) per leggere la struttura fisica territorio*

Il fatto che all'interno del gruppo di lavoro che ha partecipato al progetto del SIMT, vi fosse una componente, quella rappresentata dal Dipartimento di Progettazione Urbana, che si occupa di studiare la città e il territorio dal punto di vista fisico e morfologico, ha fatto in modo che uno degli obiettivi del progetto di ricerca, fosse quello di relazionare le informazioni di tipo alfanumerico ad altre di tipo grafico che non avessero soltanto un valore prettamente simbolico, almeno nella accezione della cartografia contemporanea, ma invece individuassero in maniera puntuale, laddove possibile, gli elementi sia dal punto di vista della loro posizione, sia per quello che riguarda la loro forma. Questa operazione è avvenuta attraverso la costruzione di una “mappa geografica” che rende immediatamente e concretamente visibili alcune caratteristiche delle aree industriali, in termini di localizzazione, di dimensione, e di relazione con le altre entità. Ad eccezione fatta per gli sportelli unici, la cui localizzazione fisica appariva impossibile, tutti gli altri elementi, (aree, lotti, aziende, siti dimessi etc.) sono stati riconosciuti e ridisegnati, integrando i dati della cartografia della provincia, con quelli desunti dalle carte dei piani regolatori e dei piani particolareggiati forniti dai comuni. Il risultato è una “mappa tematica”, che ridisegna in maniera astratta il territorio della provincia, riproponendone però alcuni caratteri che lo rendono immediatamente riconoscibile (cfr. Figura 3).

Il SIMT si pone come strumento “interdisciplinare” di lettura del territorio, dal momento che appare evidente che la semplice richiesta da parte di un imprenditore delle informazioni che gli consentano di scegliere la localizzazione più opportuna per la propria attività, non può prescindere da “parametri dinamici” dell'area e cioè di quelli relativi al suo rapporto con il tessuto industriale cui appartiene, le caratteristiche del territorio in cui è localizzata, le strumentazioni urbanistiche e i provvedimenti amministrativi cui è sottoposta.

Il SIMT infatti partecipa ad una logica rispetto alla quale il dato cartografico non viene subordinato a quello alfa-numerico, ma al contrario rappresenta una sorta di strumento attraverso il quale è possibile relazionare tra loro le diverse informazioni rispetto all'unità costituita dal territorio provinciale. L'idea che ha guidato questa esperienza, almeno dal punto di vista degli architetti, era che un sistema territoriale informatico, potesse contribuire finalmente a superare *la straordinaria reticenza dei geografi [e degli architetti] ad interrogarsi sul reale significato delle parole che adoperano*, e che si traduce di fatto in una cartografia sulla quale *pesa il dominio di un usurpatore, arrivato a partire dall'illuminismo: un concetto di simbolo che non ha niente in comune, salvo il nome con quello autentico*. (Farinelli, 1992).

Figura 3 La mappa tematica di base del SIMT



Il concetto originario di simbolo, sempre secondo Farinelli, racchiude il proprio significato, ed il suo *elemento chiave*, non è il segno ma la sua *significazione*. In altre parole il simbolo non rimanda ad una rappresentazione grafica, ma indica un comportamento, *un'azione avente valori differenti dalla sua rappresentazione grafica*. La cartografia di un sistema territoriale informatico, consente ai simboli contenuti nella cartografia, di rimandare ad altre informazioni che sono contenute nel database, e che possono intervenire, attraverso le query, ad alterare la rappresentazione grafica dei simboli stessi, dando origine a carte tematiche che lavorano attraverso le relazioni associative che legano i vari elementi. Il concetto di sistema territoriale informatico, SIT, rappresenta dunque di per sé un superamento della “*empasse illuministica*” della cartografia tradizionale, consentendo l’integrazione dei diversi saperi disciplinari nel significato complesso del simbolo. Per questo motivo, alle informazioni di carattere economico- estimativo, sono state associate quelle di tipo architettonico- urbanistico, espresse non soltanto in formato alfanumerico ma anche attraverso l’utilizzo di altre forme di rappresentazione. Così ad esempio la localizzazione delle aree industriali in tessuto urbanizzato, intensivo o estensivo, viene rappresentata attraverso la cartografia raster visualizzata entro un “range” di scala appropriato. Un notevole sforzo è stato poi l’inserimento all’interno del sistema delle informazioni relative alle infrastrutture. Il tentativo, infatti, è stato quello di utilizzare la rete infrastrutturale come elemento di connessione delle aree all’interno della struttura del territorio provinciale. Per questo motivo nel sistema non

sono solo state inserite le informazioni relative alle principali linee ferroviarie, alle autostrade superstrade e strade provinciali, ma soprattutto sono state riportate i dati relativi alle stazioni, agli svincoli, e laddove possibile, le stesse strade sono state spezzate distinguendo tra elementi di connessione e gli elementi di accesso alle aree. In questo modo, è possibile per il fruitore, localizzare l'area non solo rispetto alla sua posizione nel territorio provinciale, ma soprattutto rispetto al modo in cui la stessa è servita dalle rete infrastrutturale. Infine vale la pena di sottolineare un ultimo punto, e cioè la possibilità, in fase di consultazione di accedere ad altre informazioni sulle aree ricercate, rappresentate da immagini fotografiche e da disegni di rilievo e di progetto. Questa modalità di descrizione, mira infatti a fornire una lettura del luogo fisica, rendendo esplicite alcune informazioni contenute nel database che possono essere oggetto di ricerca da parte del fruitore.

Possiamo dunque concludere sottolineando che uno degli obiettivi raggiunti dal SIMT, è quello di superare una lettura strettamente disciplinare di alcune informazioni, rendendole più accessibili cioè anche a un fruitore generico che non abbia specifiche competenze architettoniche e urbanistiche.

3 L'INDAGINE SUL CAMPO PER L'ANALISI DELL'OFFERTA DI AREE INDUSTRIALI IN PROVINCIA DI NAPOLI.

Se tra gli obiettivi strategici del marketing territoriale vi era quello di instaurare una forma di "dialogo" con le amministrazioni locali e costruire un quadro complessivo delle potenzialità delle aree oggetto di indagine, l'obiettivo operativo del progetto SIMT è essenzialmente quello di selezionare e attrarre il tipo di domanda più idonea per la dinamica evolutiva del territorio, stimolando gli interventi che consentono all'offerta territoriale di essere il più possibile coerente con le attese della domanda cui si rivolge esplicitamente.

Si è visto, infatti, come le strategie di marketing territoriale possano essere funzionali ad un processo di sviluppo economico endogeno e sostenibile, ma è altrettanto evidente che la possibilità di conseguire risultati positivi è strettamente correlata alle capacità dei soggetti locali di utilizzare queste tecniche come parti di un processo che parte dall'analisi del territorio, delle sue potenzialità, dei suoi punti di forza e di debolezza, dei bisogni che esso esprime, e, sulla base dei risultati ottenuti, individua percorsi di sviluppo in grado di valorizzare l'intero contesto urbano, sui quali, poi, innestare le azioni di promozione (Sforzi, 1994).

Per questo motivo, l'attività di indagine sulle aree oggi esistenti attrezzate ad ospitare opifici industriali ubicate nel territorio della provincia di Napoli, ha ricoperto un ruolo essenziale, per definire quelli che rappresentano i "fattori di potenzialità" del territorio (dalla localizzazione geografica alla composizione dell'apparato produttivo), e, eventualmente, per individuare in

seguito quali di questi fattori possono contribuire ad accrescerne la competitività (Latella, 1990).

Il lavoro di mappatura delle più significative aree industriali si è articolato in visite su campo per ogni singolo comune, avendo verificato che solo in questo modo è stato possibile comprendere la reale situazione urbanistica, chiarire, “situazioni” e aspetti peculiari e di fare approfondimenti che non sarebbero venuti alla luce con altre modalità di indagine.

Alcune informazioni non sono rilevate esclusivamente su campo, ma sono frutto dell’attività di desk che è stata effettuata prima di ogni incontro e successivamente verificata con l’interlocutore. Queste informazioni sono relative allo strumento di concertazione locale attivato o in corso di attivazione con l’indicazione del referente, la distanza da alcune infrastrutture esterne, la tipologia di dette infrastrutture e così via.

La fase preliminare è consistita essenzialmente nell’elaborazione e composizione del questionario da sottoporre al responsabile dell’ente gestore. Tale scheda di rilevazione ha subito delle fasi di aggiustamento in itinere, adeguandosi alle mutate esigenze riscontrate sul campo.

Per la rilevazione sono state considerate due macro-tipologie di caratteristiche:

- *le caratteristiche intrinseche*
- *le caratteristiche estrinseche*

Le *caratteristiche intrinseche* sono suddivise nelle seguenti categorie:

- *caratteristiche posizionali*, riferite alla localizzazione rispetto agli insediamenti abitati e rispetto alle principali infrastrutture;
- *caratteristiche geometriche*, riferite alla dimensione ed alla conformazione tipologica dei lotti o delle aree ed agli indici fondiari;
- *caratteristiche produttive*, riferite al costo di acquisto e/o di locazione dei suoli industriali ed ai tempi di acquisizione.

Le *caratteristiche estrinseche* rappresentano le variabili di contesto, a scala territoriale, che influiscono sulle caratteristiche dell’area/lotto e ne determinano una maggiore/minore attrattività. In questa fase sono state considerate solo caratteristiche estrinseche di tipo economico-produttivo: le specializzazioni.

In seguito sarà opportuno considerare anche le attività ad alto valore aggiunto ed ad elevato contenuto tecnologico a supporto delle attività produttive; nonché le condizioni per la creazione e la diffusione interna di conoscenza a beneficio degli operatori locali ma anche degli utenti potenziali.

Dunque, la versione definitiva della scheda di censimento è stata strutturata in tre parti:

a) Ente gestore

In questa sezione è stata curata l’anagrafica completa dell’ente gestore, mediante la rilevazione di: denominazione, indirizzo, recapiti telefonici, fax, e-mail, sito web, ecc.

Gli enti gestori individuati appartengono a due tipologie: Comune e Consorzio ASI.

Per la compilazione del questionario presso il Comune, sono state contattate fondamentalmente tre figure:

- Capo del settore area tecnica (Urbanistica e/o Lavori Pubblici); quasi sempre tale figura è anche referente per i strumenti di concertazione locale in essere sul territorio.
- Responsabile del procedimento PIP, laddove diverso dal precedente;
- Responsabile comunale SUAP; questa funzione era rivestita o da un componente l'area tecnica o da un funzionario del settore "attività produttive".

b) Area industriale

Questa sezione della scheda di rilevamento è stata dedicata al censimento delle aree attrezzate per le attività produttive, distinte in:

- Piano degli Insediamenti Produttivi (PIP)
- Agglomerato ASI
- Zona D in PRG

Per quanto riguarda i PIP e le aree D, l'ente gestore è ovviamente il Comune, mentre per l'agglomerato ASI è il consorzio. In merito ai PIP la fase di attuazione del progetto è strettamente collegata con la dotazione di strumenti urbanistici del Comune. Sono stati monitorati, in particolare, la fase di attuazione del progetto ed il posizionamento rispetto all'insediamento abitato.

Di essenziale importanza si è rivelata, dunque, l'esatta rilevazione degli strumenti urbanistici vigenti, con particolare riferimento a:

- Piano Regolatore Generale
- Piano Territoriale
- Piano Territoriale Paesistico
- Programma di Fabbricazione

Per ciascuno degli strumenti urbanistici vigenti sul territorio comunale, sono state specificate la data di adozione da parte del Consiglio Comunale, e la data approvazione, nonché un'eventuale variante in itinere che riguardasse le aree industriali. Sono state inoltre monitorati gli indici e i vincoli urbanistici relativamente ai PIP, come si può evincere dalla Figura 4.

In merito alle infrastrutture interne all'agglomerato è stato monitorato il livello di infrastrutturazione e servizi a supporto delle aree industriali (opere stradali, ferroviarie, energia elettrica, gas metano, rete fognaria e così via). In merito ad alcuni servizi, è necessario precisare che alcune informazioni non sono disponibili direttamente presso l'Amministrazione Comunale, quali: la potenza disponibile e costo di allaccio dell'energia elettrica; la pressione d'esercizio ed i costi di allaccio del gas metano; i costi di allaccio e di approvvigionamento dell'acqua potabile e dell'acqua industriale; questo dipende essenzialmente dalla tipologia di stabilimento che si andrà ad insediare all'interno dell'area/lotto. Per queste informazioni sarà necessario valutare la possibilità di reperimento

direttamente presso gli enti fornitore. Tuttavia tale dato dovrebbe essere omogeneo per l'intero territorio provinciale.

c) Informazioni territoriali

Nell'ambito dell'inquadramento territoriale, sono stati censiti i servizi presenti in ambito comunale, quali: sportelli bancari, uffici postali, ecc., nonché il collegamento delle stesse aree a grandi infrastrutture esterne (porto, autostrada, superstrada, aeroporto, interporto). Per alcune di esse è stata anche verificata la tipologia: i porti sono stati classificati in: multifunzionali, ro-ro, container e *refuse*; le piattaforme intermodali sono state suddivise in: gomma-gomma, gomma-ferro, nave-ferro.

Figura 4 Criteri di ricerca per area

The screenshot displays a web application titled "Ricerca Lotto". On the left, under the heading "SELEZIONARE I CRITERI DI RICERCA", there is a list of criteria with checkboxes:

- DENOMINAZIONE ENTE GESTORE
- TIPO ENTE GESTORE
- INDIRIZZO ENTE GESTORE (COMUNE)
- COMUNE
- STRUMENTO DI CONCERTAZIONE
- TIPO AREA
- PRODUZIONE
- SUPERFICIE
- DESTINAZIONE D'USO
- DISPONIBILITA'
- INDICE COPERTURA FONDIARIO
- INDICE CUBATURA FONDIARIO
- ALTEZZA MAX FABBRICATI
- DISTANZA DALLE STRADE
- DISTANZA DAI CONFINI
- MC DI COSTRUZIONE AMMISSIBILI
- COSTO TERRENO
- COSTO LOCAZIONE
- TIPO ACQUISIZIONE

At the bottom of this list are buttons for "ESERCU" and "RESET".

On the right, under the heading "LA RICERCA DARA' ACCESSO AI DATI RELATIVI AI LOTTI MONITORATI:", there is a sub-section "LOTTE INDIVIDUATI DAL PIANO DI LOTTIZZAZIONE" which is currently empty.

Per la determinazione delle infrastrutture esterne si è proceduto sia alla loro rilevazione diretta su campo, come ad esempio per la denominazione e la distanza delle strade; per l'individuazione dei porti commerciali, nonché delle direttrici ferroviarie, invece, si è fatto riferimento al PTCP della Provincia di Napoli del 1999, nonché al recente Piano Regionale dei Trasporti della regione Campania.

Per le autostrade sono state prese in considerazione le seguenti: A1, A16, A3, A30, Tangenziale di Napoli, raccordo autostradale. Per le superstrade sono state invece considerate: asse mediano dei comuni a nord di Napoli; SS 7 bis – Statale delle Puglie; asse di supporto Nola-Villa Literno; asse mediano Pomigliano-Acerra; SS 268 dei paesi vesuviani; SS 162; SS

7 quater Domitiana; Circumvallazione Esterna (ex strada degli americani); SS 145 - Penisola Sorrentina.

Per le stazioni ferroviarie sono state considerate quattro direttrici principali a carattere nazionale che interessano il nodo ferroviario di Napoli (Direttrice Napoli-Salerno-Reggio Calabria, Direttrice Napoli-Foggia, Direttrice Napoli-Roma via Aversa, Direttrice Napoli-Roma via Campi Flegrei); due tratte a carattere locale (Tratta Cannello-Codola, Tratta Cannello-Torre Annunziata);

Sono stati presi in considerazione i quattro maggiori porti commerciali del territorio della provincia di Napoli: Napoli, Castellammare di Stabia, Pozzuoli, Torre Annunziata; così come individuati e definiti dal PRT della Campania.

L'aeroporto considerato è stato quello di Capodichino; gli interporti presi in considerazione sono quelli di Nola e Marcianise.

Infine, sono stati individuati gli strumenti di concertazione locale attivati sul territorio, anche se non direttamente inerenti le attività produttive. La presenza di strumenti di concertazione presenti o in corso di attivazione, si è rivelata un importante indicatore del livello di vitalità territoriale, della capacità cooperativa-sistemica dei comuni, nonché indicatore di particolari specializzazioni produttive e/o concentrazioni di imprese. In particolare, sono stati censiti I seguenti strumenti di concertazione locale e i loro livelli di attuazione:

- Patto Territoriale
- Contratto d'Area
- Progetto Integrato
- Distretto Industriale.

4 IL SIMT, ESITI E PROMESSE

Un Sit rappresenta uno strumento dalle enormi potenzialità, dal momento che non solo riesce tradurre in una carta tutti gli attributi e le informazioni che in genere restano come “note a margine” di un progetto ma soprattutto per la possibilità di rendere la cartografia “intelligente”, in grado cioè di interagire con l'utente e di rispondere a diversi tipi di sollecitazioni.

Proprio per questo motivo, tale strumento sembra l'ideale per descrivere una realtà come quella delle aree industriali della provincia di Napoli, che si presenta particolarmente complessa sia per la quantità di dati da catalogare, sia per la vastità del territorio interessato e per il sistema di relazioni che si determinano.

Il progetto del SIMT per l'Unione degli Industriali di Napoli, si è rivelato dunque un'occasione per riflettere su numerose questioni data anche la sinergia dei gruppi disciplinari coinvolti. Il progetto si è costituito in “corso d'opera”, articolandosi per rispondere alle

richieste e gestire i problemi logici che di volta in volta si presentavano e strutturandosi per rispondere alle attuali esigenze degli utenti e in previsione delle sue possibili evoluzioni.

Già la struttura del database di archiviazione delle informazioni se da un lato risponde alla necessità di gestire e catalogare un numero complesso e non omogeneo di informazioni, dall'altro la stessa struttura è frutto di numerose modifiche effettuate in corso d'opera per riuscire a gestire situazioni messe in luce dalla ricerca sul campo e non previste nelle ipotesi di partenza. L'aspetto innovativo del progetto ha poi portato a ipotizzare una struttura del database flessibile e aperta ad accogliere eventuali ampliamenti del sistema. Così alcune tabelle sono state aggiunte in previsione della possibilità di arricchire la "mappa geografica" con altri elementi, in grado di descrivere il territorio in maniera più dettagliata, Per esempio in relazione alla tabella infrastrutture è stata contemplata la possibilità di conoscere ed elaborare i tempi di percorrenza per raggiungere in determinate fasce orarie l'area oggetto di ricerca , o in relazione alla tabella dei siti dimessi si è pensato alla possibilità di consultare progetti e piani di recupero già predisposti per l'area in questione. Particolare attenzione è stata poi posta a identificare le relazioni tra i diversi tipi di informazioni, per esempio la strumentazione urbanistica relativa a ciascun area è stata relazionata alla sua tipologia e non collegata genericamente al comune di appartenenza; così se in un comune si trovano un'area PIP e una zona D, alla prima si collegano i dati relativi al Piano Particolareggiato, e alla seconda quelli del PRG.

Alla fase di raccolta dati, attuata attraverso le schede si è accompagnata quella di rilievo dei dati cartografici, che sono stati successivamente elaborati per essere inseriti nel sistema. Come già sottolineato in precedenza, una delle caratteristiche del SIT è quella di permettere l'interazione tra i dati alfanumerici e quelli cartografici. Perché ciò sia possibile e perché il sistema possa esprimere al meglio le proprie potenzialità, è necessario che entrambi i dati siano quanto più precisi e aggiornabili possibili. Nonostante le difficoltà incontrate nel reperimento dei dati cartografici di partenza, pure il progetto ha portato alla definizione di una buona "mappa geografica", nella quale ciascun elemento è stato individuato con una certa precisione di localizzazione e soprattutto di forma. È certamente presente in questa ricostruzione cartografica un "punto di vista" che pone le aree industriali al centro della lettura del territorio, e che pertanto non le identifica come semplici poligoni, ma come delle porzioni di territorio, precisandone i bordi, gli accessi, le dimensioni etc.

Parlando degli esiti del SIMT, particolare attenzione va posta alle modalità attraverso le quali il sistema é fruibile dagli utenti. Innanzitutto va sottolineato che il SIMT propone il passaggio da una logica di fruizione del tipo "one-to-many", ad una di tipo "many-to-many", in cui le informazioni e i servizi devono essere forniti "on demand", cioè a partire dalle esigenze dell'utente che può decidere sia il momento in cui ne ha bisogno sia le modalità della richiesta. Il Web, infatti oggi si avvia chiaramente verso una logica che vede gli utenti non come fruitori passivi del sistema, ma al contrario come parte interagente con esso. Questa

logica è stata infatti alla base dell'impostazione sia dei criteri di ricerca attraverso i quali è possibile accedere alle informazioni, sia della struttura dei report. Sono infatti stati ipotizzati dei differenti profili utente, rispetto ai quali sono state definite inizialmente quattro tipi di "macrofunzionalità": per comune, per area, per lotto, e per azienda, successivamente è stata inserita la possibilità di interrogare il sistema a partire dalle infrastrutture. Ciascuna delle "query" apre una pagina di criteri di ricerca che possono essere combinati tra loro in maniera assolutamente libera in base alle esigenze del fruitore e alle sue conoscenze del territorio. Nelle pagine di ricerca, i criteri sono ordinati secondo una struttura a blocchi in maniera da orientare l'utente all'interno della pagina in relazione al "tematismo della sua ricerca". Lo stesso tipo di struttura ricorre all'interno dei report, cioè delle schede cui è possibile accedere una volta individuata sulla cartografia l'area o le aree oggetto di ricerca. I report sono infatti strutturati secondo uno schema a TAB, che raggruppa i dati omogenei, il che rende la consultazione di questi ultimi più semplice. Una volta effettuata la query, i risultati vengono visualizzati sia graficamente sia sotto forma di tabella. Inizialmente durante la fase di progetto del sistema si era pensato alla possibilità di definire delle ricerche esemplificate corrispondenti alle esigenze di un utente specifico, per esempio un imprenditore, provando a ragionare su quali potessero essere le domande più frequenti poste da questa categoria. Questa ipotesi apre verso una delle possibili evoluzioni del sistema. Si è infatti ipotizzato di rendere tale profilo dinamico, cioè tale da potersi comporre in maniera automatica in relazione al numero di volte rispetto al quale un criterio di ricerca è selezionato da uno specifico utente che viene identificato nel momento in cui accede al sistema. Tale tipo di approccio, che rientra in una logica del *web* in base alla quale l'utente non ha più un ruolo passivo nella fruizione del mezzo, sembra auspicare alla possibilità che il SIMT sia uno strumento utile a diverse categorie di fruitori e che pertanto anche il suo aggiornamento continuo non sia interesse di una sola struttura, ma veda attivamente coinvolti comuni, enti gestori, aziende e quanti altri traggano profitto dal suo corretto funzionamento.

5 CONCLUSIONI

L'obiettivo principale del progetto SIMT è stato essenzialmente quello di agevolare l'attrazione di investimenti attraverso la creazione di uno strumento conoscitivo ed informativo, collegato a mappe digitali e accessibile via *web*. Gli esiti finali (ma sempre in continuo aggiornamento) delle indagini sono difatti rese disponibili sul sito dell'Unione Industriali della Provincia di Napoli (<http://www.unindustria.na.it>) affinché i potenziali investitori possano avere la possibilità di accedere a dati dimensionali, economici e produttivi delle aree analizzate (dimensioni dei lotti, sportelli unici, siti dismessi e indicazioni generali su costi e tempi necessari per gli interventi di insediamento) e ad una serie di informazioni relative al territorio in cui sono inserite (presenza e caratteristiche di infrastrutture, strumenti

di concertazione attivati, indicazioni normative di natura urbanistica ed ambientali) disponendo di un quadro informativo esauriente e aggiornato volto a orientare scelte di localizzazione adeguate alle proprie esigenze.

Il progetto, dunque, intende caratterizzarsi per la sua valenza innovativa, non tanto in merito alle informazioni che analizza, quanto nella identificazione del sistema più efficace attraverso cui renderle fruibili e consultabili. In tale prospettiva, il SIMT si pone come strumento di valorizzazione delle risorse del territorio, aumentandone la capacità di attrazione.

Gli altri componenti il gruppo di lavoro, coordinato dalla Professoressa Roberta Amirante, sono stati: Giuseppe Candura, Maria Pia Chiarizia, Ida Palumbo. A tutti loro va il nostro ringraziamento. Un pensiero, in particolare, va a Maria Pia, alla sua partecipazione appassionata e competente a questo progetto, cui ha dedicato gli ultimi mesi della sua breve vita.

6 Bibliografia

- Asero V. (1999) *Sviluppo sostenibile e marketing territoriale*, relazione presentata alla XX Conferenza Italiana di Scienze Regionali, Piacenza, 5-7 ottobre 1999.
- Becattini G. (ed.) *Modelli locali di sviluppo*, il Mulino, Bologna, Italia.
- Camagni R. (1996) La città come impresa, l'impresa come piano, il piano come rete: tre metafore per intendere il significato del piano in condizioni di incertezza, in Curti F. e Gibelli M.C. (eds.) *Pianificazione strategica e gestione dello sviluppo urbano*, Alinea, Firenze
- Caroli M. G. (1999) *Il marketing territoriale*, Franco Angeli, Milano.
- Ciciotti E. (1993) *Competitività e territorio*, NIS, Roma.
- Farinelli F. (1992) *I segni del mondo, immagine cartografica e discorso geografico*, L Nuova Italia, Firenze.
- Kotler P, Haider D. H., Rein I. (2002) *Marketing Places. Attracting Investment, Industry, and Tourism to Cities, States, and Nations*, Free Press
- Krugman P. (1991) *Geography and Trade*, the MIT Press, Cambridge, Massachusetts.
- Latella F. (1990) *Regioni arretrate e qualità dello sviluppo*, Franco Angeli, Milano.
- Latusi S. (2002) *Marketing territoriale per gli investimenti*, Egea, Milano
- Magnaghi A. (2002) *Il progetto locale*, Bollati Boringhieri, Torino.
- Petruzzellis L. (2002) *Aspetti evolutivi del marketing. Dall'impresa al territorio*, Cacucci, Bari

Provincia di Venezia (1999) *Piano Territoriale Provinciale. Relazione programmatica e Norme di attuazione*, Venezia, Italia.

Sforzi F. (1994) City marketing and local development, in *Marketing Urbano in Europa*, atti della conferenza internazionale *Marketing Urbano*, Torino Incontra, 341-353.

ABSTRACT

The paper aims to illustrate an experience of industrial promotion of the territory of Naples Province, put into effect by Unione Industriali Napoli (the territorial industry association of Naples Province) between 2002 and 2003, through the creation of an interactive database founded upon GIS technology, denominated SIMT (Sistema Informativo di Marketing Territoriale) that adjourns, catalogs, manages and spreads the data related to the industrial areas of the province's cities. The principal objective of SIMT project is to facilitate the attraction of investments through the creation of a cognitive and informative tool, connected to digital maps and accessible by web.