

# Paper

**3/2008**

## **La fuoriuscita di attività dal cuore metropolitano.**

Tendenze e scenari degli emergenti attrattori funzionali.

Ilaria Scarso

---

*Comitato Scientifico:*

Pierciro Galeone, Amministratore Delegato Cittalia - Anci ricerche

Alessandro Gargani, Direttore Operativo Associazione Nazionale Comuni Italiani

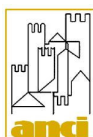
Silvia Scozzese, Direttore Scientifico Istituto per la Finanza e l'Economia Locale

**Ilaria Scarso**, ingegnere, dottore di ricerca in Tecnica Urbanistica presso il Dipartimento di Architettura e Urbanistica per l'Ingegneria dell'Università di Roma "La Sapienza". Ha preso parte a progetti di ricerca, convenzioni ed attività didattiche presso il DAU. È funzionario tecnico specialista in Pianificazione, Urbanistica e LLPP presso la Regione Lazio. Tra le sue ultime pubblicazioni: *Sabaudia in controluce (appunti di una tutor)*, in IFHP Sabaudia Summer School on Urban Design - Spazio pubblico e bellezza della città, Paolo Cavallari, Paolo Colarossi (a cura di), Aracne (2008); *Asteroidi nella periferia romana*, in AR n° 73/2007; *Retailtainment and beyond: "asteroids" in Roman suburbs*, in The Future of the City Newsletter, Issue 04 – March 2007; *Magneti urbani e centralità nella periferia romana*, in L'ingegnere n° 5/2006; *Funzioni morfogenetiche, centralità, nuovi attrattori nel periurbano di Roma: percorsi di ricerca* (coautore, con Antonio Cappuccitti) in "Densità e dispersione dell'insediamento nell'analisi e nella pianificazione urbana", P. Piazza (a cura di) Kappa (2006); *Una main street di asteroidi*, in Gomorra n. 9 – Grande Raccordo Anulare, Meltemi (2005).

## La fuoriuscita di attività dal cuore metropolitano.

Tendenze e scenari degli emergenti attrattori funzionali.

Ilaria Scarso  
Giugno 2008



Il presente Paper, è stato redatto nell'ambito del progetto **"Piano di accompagnamento alle regioni del Mezzogiorno per il rafforzamento della capacità amministrativa in preparazione della nuova politica per la competitività, lo sviluppo e la coesione (2007-2013). Linea di attività 4: Dimensione urbana"** realizzato da Anci su incarico del Dipartimento della Funzione Pubblica.

---

# Indice

|                                                                                                                                                                         |           |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>ABSTRACT</b>                                                                                                                                                         | <b>5</b>  |
| <b>1. LA DIFFUSIONE DI FUNZIONI DIRETTRICI NEL TERRITORIO EXTRAURBANO E METROPOLITANO</b>                                                                               | <b>10</b> |
| 1.1 Il decentramento funzionale e la specializzazione tematica degli spazi-funzione                                                                                     | 10        |
| 1.2 La privatizzazione del territorio suburbano                                                                                                                         | 11        |
| 1.3 Il trasporto individuale alla base del pendolarismo del tempo libero                                                                                                | 12        |
| 1.4 Omologazione delle relazioni urbane e degli stili di vita                                                                                                           | 13        |
| <b>2. MA QUANTO COSTA LA FUORIUSCITA DI ATTIVITÀ?</b>                                                                                                                   | <b>15</b> |
| 2.1 Gli effetti globali del fenomeno: costi economici, ambientali e sociali delle localizzazioni urbane                                                                 | 15        |
| 2.2 Grande distribuzione VS piccolo dettaglio: una battaglia che l'economia locale non può vincere                                                                      | 16        |
| 2.3 Perdita di identità ed affermazione delle città urbane                                                                                                              | 18        |
| <b>3. GLI "ASTEROIDI": CONDENSATORI DI ATTIVITÀ IN SPAZI OMOLOGATI</b>                                                                                                  | <b>20</b> |
| 3.1 Caratteri funzionali e morfologici: serialità, introversione, esclusività                                                                                           | 20        |
| 3.2 Matrice economica delle scelte localizzative                                                                                                                        | 23        |
| 3.3 Elementi di attrattività dei condensatori: la compressione spazio-temporale, l'incantamento dei luoghi esperenziali e la sicurezza delle <i>enclave</i> panottiches | 24        |
| <b>4. TENDENZE IN ATTO IN CONTESTI EVOLUTIVI PIÙ MATURI</b>                                                                                                             | <b>28</b> |
| 4.1 Attrattori extraurbani come catalizzatori di nuove centralità: dalle <i>edge cities</i> a Topolinia                                                                 | 28        |
| 4.2 Condensatori in declino: il caso dei greyfields statunitensi                                                                                                        | 33        |
| 4.3 Tentativi di mitigazione dell'impatto economico e riuso delle <i>boîtes à vendre</i> abbandonate                                                                    | 36        |
| 4.4 La ricetta del New Urbanism all'insegna del <i>demalling</i> e dell' <i>infilling</i>                                                                               | 38        |
| <b>5. SCENARI FUTURI E PROSPETTIVE DI BREVE E LUNGO TERMINE</b>                                                                                                         | <b>41</b> |
| 5.1 Contenimento e mitigazione immediata delle esternalità negative                                                                                                     | 44        |
| 5.2 Sviluppo, rallentamento o abbandono: alla ricerca di attrattori sostenibili                                                                                         | 47        |
| 5.3 La gestione della fuoriuscita: una questione di politiche                                                                                                           | 49        |
| <b>6. BIBLIOGRAFIA</b>                                                                                                                                                  | <b>55</b> |
| <b>7. FONTI DI INFORMAZIONE</b>                                                                                                                                         | <b>57</b> |

## Abstract

### **La fuoriuscita di attività dal cuore metropolitano: tendenze e scenari degli emergenti attrattori funzionali.**

*Parole chiave: : magneti/asteroidi – decentramento – specializzazione – concentrazioni funzionali – accessibilità veicolare – privatizzazione – effetto enclave – omologazione – luoghi esperenziali – insicurezza urbana – catalizzatori di forme urbane – greyfields – riuso di big box – mitigazione – sostenibilità – politiche transcalari e intersettoriali – concertazione negoziata – visione strategica*

Le aree periferiche appaiono oggi il risultato di un processo di “magnetizzazione” all’insegna del decentramento e della specializzazione funzionale, iniziato con il trasferimento delle funzioni direttrici out-of-town, sia per l’abbondanza di terreni disponibili a basso costo che per le più comode relazioni con la rete stradale e dei trasporti. Questo ha portato alla localizzazione periferica di attività, sulla base di logiche legate alla accessibilità veicolare e a meccanismi di valorizzazione fondiaria, generando gli spazi-funzione, dotati di forte effetto magnete su ambiti di scala territoriale, ma privi di nessi morfologici con il resto della città: sono le concentrazioni direzionali e terziarie, i grandi contenitori big box, gli shopping malls, i villages del tempo libero, i nuovi luoghi del retailtainment.

La geografia di queste nuove centralità periurbane ha una matrice prevalentemente economica, basandosi su valutazioni statistiche sulla segmentazione dei consumatori ed isocrone sui tempi di percorrenza, mentre il territorio suburbano appare sempre più conteso da forze privatistiche, attratte da regimi vincolistici meno pressanti e da un mercato fondiario più accessibile, rispetto alle corone urbane più interne. Segnale evidente della privatizzazione dilagante è la chiusura dei grandi attrattori in enclaves dagli accessi ben sorvegliati e regolati, che allontanano tutti gli elementi della città che creano paura ed insicurezza, prime tra tutti le marginalità sociali.

Sono “luoghi delle regole speciali” e, come tali, attrattori di grande successo: la compressione spazio-temporale, la vendita di esperienze legata alle strategie di marketing e la paura associata alla città portano i cittadini-turisti ad allontanarsi dal centro città, spostandosi anche in aree extraurbane, dove in un unico luogo possono svolgere molteplici attività in un tempo “compressso”, generando un “pendolarismo del tempo libero” che si affianca al tradizionale pendolarismo di matrice lavorativa.

Ma gli irresistibili magneti periferici costano, in termini di consumi territoriali ed energetici, così come di costi ambientali (frammentazione delle reti ecologiche, consumo idrico e bassa qualità del trattamento e drenaggio delle acque reflue, impermeabilizzazione dei suoli, inquinamento acustico ed atmosferico) e sociali (perdita di un “effetto città”, rischio di segregazione). Tendono a distruggere il tessuto del piccolo commercio, con gravi ricadute sulle economie locali, generando inoltre perdita del senso del luogo e della identità comunitaria; gli stessi layout standardizzati e decontestualizzati generano delle città clone, con evidenti rischi di omologazione.

Le città clone e la “magnetizzazione periferica” sono espressione di un fenomeno globale, che trae le sue origini negli Stati Uniti e che, diffondendosi in Europa, arriva prepotentemente anche in Italia in anni recenti. Ma laddove le condizioni sono più mature, iniziano a manifestarsi diverse tendenze evolutive: da una parte la tendenza dei magneti extraurbani a diventare catalizzatori di nuove forme urbane, dall'altra lo scenario del declino per saturazione. La prima trova un'effettiva trasposizione nelle edge cities di Garreau e nella analoga versione europea individuata dagli studi di MacLeod. Inoltre, secondo Michelle Lowe, è in atto una tendenza degli shopping centres regionali britannici a diventare i cuori delle nuove città del XXI secolo, mentre un esempio di privatizzazione della città in chiave “disneyfied” è rappresentato da Val d'Europe, Topolinia. Per quanto attiene lo scenario dell'abbandono, esso viene descritto dal Congress for the New Urbanism, che individua numerosi malls regionali statunitensi come greyfields. Per arginare tale tendenza all'abbandono, alcune amministrazioni statunitensi hanno intrapreso delle azioni ex post, in termini di tassazioni, e dei tentativi di riuso e di rifunzionalizzazione, mentre il New Urbanism ha proposto interventi di demalling e di riconversione di malls in decadenza in insediamenti infill ad uso misto.

Ma verso quali scenari futuri si stanno dirigendo le aree periferiche delle grandi città? Il più probabile, allo stato attuale, sembra essere quello dello sviluppo inarrestabile, davanti al quale non resta che cercare di mitigarne gli impatti e contenere le esternalità negative da esso generate. Ma questo scenario potrebbe anche condurre ad una prevalenza di significativi addensamenti funzionali, di cui i magneti costituirebbero i “nuovi annodamenti” urbani, elementi di strutturazione territoriale in grado di attrarre non solo attività economiche, ma anche residenze. D'altra parte non è neanche pensabile una crescita incondizionata all'infinito: nel momento in cui inizieranno a mancare le condizioni di profittabilità economica il fenomeno inevitabilmente subirà un rallentamento.

Risultano quindi necessari indirizzi strategici che possano rispondere a dei livelli prestazionali “a monte” e “a valle” del fenomeno, da una parte

affrontando la necessaria mitigazione della situazione attuale e del futuro prossimo, dall'altra facendosi carico degli scenari di lungo termine ipotizzati. Limiti dimensionali, autosufficienza energetica, flessibilità e capacità adattiva delle strutture edilizie sono alcuni ingredienti esemplificativi, ma non esaustivi di una possibile mitigazione, così come trasporto collettivo, mix funzionale ed impianti compatti del tipo demalled potrebbero rappresentare elementi essenziali nello scenario degli "annodamenti urbani".

Ma per poter realmente attuare delle strategie di gestione territoriale non basta la pianificazione urbanistica, né la volontà di una singola amministrazione. La complessità del fenomeno, sia per le ricadute territoriali, economiche ed ambientali che per i risvolti legati ai comportamenti sociali che esso innesca, richiede l'attenzione di politiche plurime che tengano insieme conoscenza, transcalarità, intersettorialità, partecipazione e concertazione nelle dinamiche innescate dal fenomeno della fuoriuscita di attività.

**Facilities leaving metropolitan cores:  
trends and scenarios for emerging functional magnets.**

*Key words: magnets/asteroids – decentralization – specialisation – functional nodes – car accessibility – privatisation – enclave effect – homologation – experiential places – urban insecurity – catalysts of urban forms – greyfields – big box reuse – mitigation – sustainability – transcale intersector politics – concerted negotiation – strategic vision*

Suburban areas currently appear as the result of a "magnetization" process based on decentralization and specialisation, which has begun with structural functions moving out-of-town because of the great amount of available low-cost land and of more functional connections with the road and transport networks. Such outer-directed movement has resulted in extraurban locations of facilities, strictly related to car accessibility logics and land valorisation processes, generating function-spaces with a strong magnet effect on large-scale areas, but no morphological relations with the rest of the city: they are business and retail parks, big boxes, shopping malls, leisure villages, new places of retailtainment.

The geography of such new suburban centralities is mostly economically-oriented, founded on statistical evaluations of the consumer segmentation and on reaching-time isochrones, while out-of-town areas are more and more contested by privatising forces attracted by less restricted planning constraints

and more affordable real estate markets than those of inner urban belts. The most evident sign of the spreading privatisation are the big attractors enclosing in enclaves provided with regulated entrances under surveillance, in order to keep out all the dreadful elements of city, especially the social marginalities.

They are “specially-ruled places” and, as such, very successful magnets: space-time compression, marketing-strategy experiential sales as well as urban fears lead the citizen-tourist far away from the downtown, towards extra-urban destinations where they can have multiple activities in a single “time-compressed” place, generating “commuting for leisure” trips in addition to the traditional work-related ones.

Still the irresistible suburban magnets cost, both in terms of land and energy consumption and in terms of impacts on the environment (fragmentation of ecological networks, water consumption, low quality drainage and wastewater management, impervious surfaces, air and noise pollution) and society (loss of the city effect, risks of segregation). They tend to destroy the small shop sector with serious effects on local economy as well as loss of sense of place and communal identity; their standardised out-of-context layouts create clone towns with serious risks of homologation.

Clown towns and “suburban magnetisation” are part of a global phenomenon which started in the United States and, spreading out across Europe, has recently reached Italy too. Where conditions are more developed, different kinds of evolution trends start to show up: on the one hand out-of-town magnets becoming catalysts of new urban forms, on the other the scenario of decline due to saturation. The first trend can be transposed in Garreau’s edge cities and in the analogous European version studied by MacLeod. Furthermore, according to Michelle Lowe, British regional shopping centres tend to become cores of the new cities of the 21st century., whilst Val d’Europe represents an example of privatisation in the disneyfied city. The decline scenario is described by the Congress for the New Urbanism which defines several American regional malls as greyfields. To prevent such abandonment trend, some American administrations have put into action ex-post taxation measures and interventions of reuse and refunctioning, while the New Urbanism has proposed the demalling and the conversion of decadent malls into mixed use infill developments.

What future scenarios are the suburbs of the great cities leading to? At the moment the most likely scenario seems to be the uncontainable growth, which can only be faced by mitigating its impacts and decreasing the negative externalities generated by it. But at the same time such scenario could lead to a prevalence of significant functional nodes, where the magnets could function as cores as well as structural elements attracting not only economical activities,

but also residential ones. On the opposite a never-ending unconditional growth appears distant from reality: when conditions of economic profitability begin to lack, the phenomenon unavoidably will slow down.

Consequently there is a strong need for strategical guidelines in order to respond to “a priori” and “a posteriori” requirements of the phenomenon, both facing the necessary mitigation of the current situation as well as that of the next future, and taking into consideration the scenarios outlined for the long term. Dimensional limits, energy self-sufficiency, flexibility and adaptability of building structures may be some sample requirements – though not complete – for a possible mitigation, as well as public transport, mixed use and demalled compact layouts could represent essential elements in the “urban node” scenario.

But in order to really put into action strategies of land management, neither town planning nor the will of a single administration can be enough. The complexity of the phenomenon - both in terms of impacts on the land, the economy and the environment and of effects on induced social behaviours – requires the intervention of multiple politics keeping together knowledge, transcalarity, intersectoriality, participation and concertation in the processes started by the phenomenon of the out-of-town facilities.

# 1. La diffusione di funzioni direttrici nel territorio extraurbano e metropolitano

## 1.1 Il decentramento funzionale e la specializzazione tematica degli spazi-funzione

A partire dalla seconda guerra mondiale, la città contemporanea assiste alla “fuoriscita dal cuore metropolitano di popolazione e di attività che si disseminano sul territorio” (Indovina, 2003). Come evidenzia Corboz, le funzioni direttrici esercitate nel centro delle città si sono trovate troppo alle strette e mal servite nel loro habitat tradizionale; si sono dunque dislocate in periferia, dove c'erano terreni disponibili, ma in relazione alla rete stradale e dei trasporti.

“Le funzioni tradizionalmente svolte dai centri urbani si allargano, si diffondono su di un territorio suburbano e periferico divenuto equipotenziale grazie alla rete delle nuove tecnologie, al disperdersi della città verso la periferia informatizzata” (Petrillo, 2000).

Tale tendenza evolutiva ha quindi portato alla localizzazione extraurbana di funzioni speciali sulla base di logiche legate alla mera accessibilità veicolare e a meccanismi di valorizzazione fondiaria, generando spazi-funzione dotati di forte effetto magnete su ambiti di scala territoriale, ma privi di nessi morfologici con il resto della città.

Inoltre le funzioni urbane, galleggianti in uno spazio dilatato, frammentato, disperso, grazie alla motorizzazione crescente, si sono specializzate e gerarchizzate, generando luoghi specialistici ed esclusivi, recinti autoreferenziali, all'interno dei quali si riscontra solamente una vaga simulazione dell'effetto città, senza però alcun dialogo con il contesto urbano. Alcuni di essi riproducono al loro interno pezzi di città con strade, piazze, *passages*, ma pur essendo ben accessibili dalle autostrade, rimangono distanti dalla città stessa.

Paradossalmente lo spazio urbano, un tempo protetto dalle mura, viene spalancato, la città esplode, si apre, si disperde, mentre i singoli contenitori di attività si isolano, tendono a chiudersi. La città estroversa si fa a pezzi, i pezzi introversi si recintano in *enclaves*. Già Astengo interpretava l'esplosione edilizia all'esterno della città compatta come uno stadio di disintegrazione e deformazione dello spazio urbano tradizionale, da cui nasce un nuovo spazio che si caratterizza per l'uso di “nuovi elementi tipologici consoni alle tendenze estreme di rarefazione e di concentrazione”, uno spazio casuale, incoerente,

instabile, privo di una configurazione formalmente definita. Se prima si assiste alla degenerazione, deformazione e alterazione degli elementi della città tradizionale, si verifica poi una disaggregazione per eccessiva dispersione o concentrazione dei nuovi elementi.

Ai centri si sono sostituiti poco a poco “luoghi centrali” in cui si esercitano attività corrispondenti a scale territoriali molteplici. In realtà i luoghi centrali si distinguono ormai per una doppia caratteristica: non sono più dei luoghi – essendo collocati in spazi residuali, non si fanno carico delle valenze affettive ed emblematiche proprie dei luoghi – e non sono più al centro (Corboz, 1998).

Pertanto la trasposizione contemporanea del paradigma tradizionale strada – piazza – attrezzature – luoghi centrali<sup>1</sup> diventa oggi quella dell’autostrada – nodo – concentrazioni funzionali – luoghi centrali, in cui le funzioni sono sempre più soggette alla selezione tematica, concentrandosi su contenuti omogenei e generando le città del commercio, del divertimento, della scienza, ...

La fuoriuscita di attività dal cuore metropolitano diventa quindi uno dei caratteri distintivi della condizione posturbana: il territorio extraurbano viene punteggiato da una serie variegata di tendenze, economiche in primo luogo, ma anche e conseguentemente sociopolitiche, che stanno radicalmente decentrando la città per trasformarla in una geografia urbana sempre più complessa.

## 1.2 La privatizzazione del territorio suburbano

Il territorio suburbano appare sempre più conteso da forze privatistiche, attratte da regimi vincolistici meno pressanti e da un mercato fondiario più accessibile, rispetto alle corone urbane più interne.

Se in termini residenziali la privatizzazione si manifesta nelle cosiddette *gated communities*, le forze motrici della fuoriuscita di attività tendono a soppiantare lo spazio pubblico con insediamenti funzionali o spazi-funzione recintati, sul modello “fortezza” o “cittadella”, riducendo il *public realm* al solo spazio delle reti di trasporto o semplicemente a terra di nessuno (Piroddi, 2005).

---

1 E. Piroddi (2002), *Uso sociale dello spazio pubblico nella società contemporanea*, in C. Mattogno (a cura di), “Idee di spazio, lo spazio nelle idee”, Franco Angeli, Milano

Sono spazi “di secessione” in cui si acquiscono ed intensificano l’esclusione economica e le iniquità sociali così come i rischi di segregazione ed in cui, nel migliore dei casi, regnano forme immature di *political governance*.

Le *enclaves* privatizzate non solo creano un nuovo modello di segregazione geografica, ma stanno inoltre trasformando la qualità della vita pubblica, sia in termini di caratteristiche dello spazio pubblico, sia in termini di partecipazione e di negoziazione da parte dei cittadini. La loro diffusione nel territorio suburbano contribuisce in modo rilevante alla perdita di identità, di senso comunitario, di storia, di street life e di diversità sociale che solitamente contraddistinguono la società civile urbana.

Le concentrazioni funzionali extraurbane, generatrici di ricchezza economica e di tempo libero, basano la loro proliferazione su interessi individualistici e privatistici: dei promotori e degli investitori verso il contesto in cui inseriscono i loro prodotti, dei fruitori verso gli spazi – privatizzati – che frequentano e verso le scelte di mobilità che compiono per raggiungerli.

L’uso del trasporto automobilistico privato diventa l’unica alternativa possibile laddove gli spazi-funzione extraurbani non vengono incorporati nelle principali reti di trasporto pubblico, segnale evidente della predominanza del mercato sulla gestione territoriale da parte di una regia pubblica inadeguata.

La debolezza di questa regia sta anche nel fatto che i contenitori funzionali di matrice privata risultano quasi indispensabili per le amministrazioni locali, per poter contare sui relativi oneri concessori e contributi straordinari per finanziare la sopravvivenza dei servizi pubblici.

### **1.3 Il trasporto individuale alla base del pendolarismo del tempo libero**

È il movimento, più che lo spazio, a caratterizzare la fuoriuscita di attività; è il movimento individuale del “*jumpcut urbanism*” (Ingersoll, 2004), un montaggio degli spazi fatto di primi piani, piani sequenza, carrellate, un montaggio reso rapido dalla presenza ineluttabile dell’automobile.

Non a caso i contenitori funzionali si distendono lungo o si addensano intorno alle vie di scorrimento, incorporando svincoli, assi stradali, estesi parcheggi. E la macchina in movimento diventa il più affidabile punto di riferimento.

La diffusione di massa dell'automobile e la crescente predominanza della “*car culture*” genera nuovi materiali urbani in continuo movimento, cosicché il territorio della dispersione urbana non viene vissuto, ma piuttosto solo attraversato, per la dilatazione dello spazio accessibile quotidianamente legata all'uso generalizzato dell'automobile.

Non si tratta soltanto di una mobilità casa-lavoro e casa-scuola. Tutta la mobilità quotidiana tende ad aumentare, da quella occasionale, per gli acquisti e per il tempo libero, a quella per le attività culturali.

A seguito della compressione spaziale dovuta ai minori costi dei trasporti, al tradizionale pendolarismo di matrice lavorativa, si affianca quindi un “pendolarismo del tempo libero” che rende i consumatori disposti ad allontanarsi dal centro città spostandosi anche in aree extraurbane<sup>2</sup>, dove in un unico luogo possono svolgere molteplici attività in un tempo “compresso”.

Si assiste pertanto all'esplosione dei bacini di mobilità pendolare su mezzo privato, sia relativi ai percorsi sistematici casa-lavoro che a quelli non sistematici; si tratta di un'esplosione che genera processi cumulativi di espansione territoriale della congestione ed una progressiva dilatazione temporale delle fasce orarie di punta.

Oltre ai cambiamenti motivazionali di destinazione, la mobilità quotidiana si trasforma anche geograficamente: accanto agli spostamenti radiocentri (città centrale-centri periferici), emergono nuovi schemi di spostamento da periferia a periferia e si moltiplicano le relazioni dei centri periferici tra di loro, con spostamenti prevalentemente tangenziali, generando un rovesciamento della rendita fondiaria urbana.

## **1.4 Omologazione delle relazioni urbane e degli stili di vita**

I processi di modificazione delle relazioni urbane e degli stili di vita scaturiscono da tre grandi correnti che investono lo spazio europeo:

1. l'emergere di un individualismo di massa negli atteggiamenti del consumo, dell'abitare, del tempo libero, del muoversi nel territorio;
2. il prevalere locale di sistemi di razionalità di settore, tendenzialmente chiusi e impermeabili;

---

2 F. Indovina, “È necessario “diramare” la città diffusa? Le conseguenze sul governo del territorio di un chiarimento terminologico”, in C. S. Bertuglia, A. Stanghellini, L. Staricco (2003), a cura di, *La diffusione urbana: tendenze attuali, scenari futuri*, Franco Angeli, Milano

3. il diffondersi di flussi transnazionali di uomini, merci e idee.

A questi Corboz suggerisce di aggiungere la diffusione dei mass media; più rapidamente della ferrovia nel secolo scorso, la radio e, ancor più la televisione sono riuscite a modificare i comportamenti, proponendo una sorta di omogeneizzazione dei modi di vita, attraverso il livellamento dei riflessi culturali.

Nell'asimmetria tra funzione e città, cambiano anche i rapporti di relazione: scompare il *lugareno*, il cittadino che appartiene al luogo, soppiantato dal cittadino – turista che partecipa al luogo essenzialmente con il consumo (Ingersoll, 2004).

L'omologazione dei comportamenti, delle scelte e dei tempi è ben descritta da Davico e Mela, che sottolineano il pendolarismo contemporaneo del cittadino – turista da un contenitore di attività all'altro:

*Avviene piuttosto che gli individui, ricercando percorsi personalizzati in un contesto tendenzialmente entropico, finiscano con l'adottare comportamenti adattivi che li portano a muoversi in spazi omologati. Gli schemi di vita (...) comportano un movimento quotidiano entro spazi di ampie dimensioni, nei quali sono presenti opportunità e centri attrattori di vario tipo, che, tuttavia, più che presentarsi come alternative, si offrono come repliche di un modello-tipo: quello del contenitore di attività (produttive, commerciali, di ricreazione, ecc.) completamente centrato sul suo spazio interno, dotato di un involucro poco significativo, localizzato in aree accessibili per via automobilistica e circondati di parcheggi. Il continuo "pendolarismo" tra questi contenitori finisce col dar luogo ad uno schema di uso del tempo ripetitivo, fatto di percorsi nei quali il momento del trasferimento sembra avere un'importanza maggiore rispetto a quello del raggiungimento di una destinazione<sup>3</sup>.*

---

3 L. Davico, A. Mela (2003), "Tra diffusione urbana e riurbanizzazione: le città dell'Italia settentrionale", in C. S. Bertuglia, A. Stanghellini, L. Staricco (2003), a cura di, *La diffusione urbana: tendenze attuali, scenari futuri*, Franco Angeli, Milano

## 2. Ma quanto costa la fuoriuscita di attività

### 2.1 Gli effetti globali del fenomeno: costi economici, ambientali e sociali delle localizzazioni suburbane

Le tendenze centrifughe che determinano la dispersione di attività in ambiti periferici e nelle corone metropolitane più esterne producono un modello insediativo dai costi collettivi e pubblici considerevoli, che, oltre ad esternalità negative, generano caratteri di irreversibilità e cumulatività.

*Si tratta di un modello che si è affermato recentemente anche nelle periferie estese di molte aree metropolitane europee, dove la città si diluisce nella campagna intaccandone le caratteristiche specifiche, interrompendo il continuo degli spazi agricoli o naturali con interventi di edilizia residenziale sparpagliata e a bassa densità, con l'inserimento di attività economiche – in particolare localizzazioni del grande dettaglio commerciale, depositi e magazzini, attività industriali di piccole dimensioni, attività terziarie di routine – e grandi contenitori destinati al tempo libero, spesso localizzati in aree poco o mal servite dal trasporto pubblico, e quindi prevalentemente dipendenti dal trasporto su gomma (Gibelli, 2002).*

Gli effetti di tali modelli insediativi coinvolgono una pluralità di componenti, in quanto si fondano su un basso costo della mobilità privata ed un basso costo del suolo non urbanizzato, e tendono di conseguenza ad aumentare l'intensità d'uso di risorse quali energia, rete di trasporto su gomma e suolo.

Un primo costo, di natura economica, riguarda proprio il consumo/spreco di risorse territoriali<sup>4</sup>, seguito dal costo per l'infrastrutturazione del territorio e per la gestione di servizi pubblici su di esso (servizi di trasporto, illuminazione pubblica, raccolta rifiuti, ecc.).

A questo si aggiungono i costi ambientali, comprensivi di esternalità negative quali la generazione e l'attrazione di mobilità che gli insediamenti funzionali scaricano nei territori limitrofi ed il consumo di risorse finite o scarse. La conseguente materializzazione di tali esternalità si manifesta in reti ecologiche frammentate, consumi energetici sempre più crescenti per effetto dell'aumento della mobilità privata e del riscaldamento, aumento del consumo idrico, bassa qualità del trattamento e drenaggio delle acque reflue, da cui derivano la

---

<sup>4</sup> Il consumo di suolo per le sole infrastrutture stradali raggiunge quote del 25% del totale del suolo urbanizzato in Europa e del 30% negli Stati Uniti.

crescente impermeabilizzazione dei suoli e gli effetti locali e globali sul clima e sulla qualità dell'aria, senza dimenticare le problematiche relative all'inquinamento acustico ed atmosferico<sup>5</sup>.

Vi sono poi costi sociali rappresentati da una parte dalla progressiva perdita di un "effetto città" dovuta alla specializzazione di porzioni delle aree metropolitane periurbane, dall'altra dal rischio di segregazione per fasce di reddito più basse o per gruppi sociali e etnici di recente immigrazione; in particolare Gibelli sottolinea le forme di esclusione del tipo "*Transport poverty*", in base alla quale chi non può accedere al mezzo di trasporto privato, per motivi economici o di handicap fisico, si ritrova ad avere delle forti limitazioni alle opportunità di istruzione, lavoro e interazione sociale.

La fuoriuscita di attività *out-of-town* provoca inoltre dei costi sociali legati alla maggiore difficoltà di garantire un intervento immediato in situazioni di emergenza sanitaria, di ordine pubblico o di incendio, a causa della dilatazione delle distanze di percorrenza.

A livello locale vi sono poi i sovraccosti "invisibili" derivanti dai nuovi attrattori funzionali: sia in situazioni di prossimità con le parti di città consolidate che in assenza di integrazione con i tessuti circostanti, essi riversano sul contesto, più o meno contiguo, gli impatti generati dalla loro presenza, primi tra tutti il sovraccarico indotto di congestione veicolare e l'inquinamento acustico ed atmosferico. Inoltre, se da una parte l'affermazione di questo modello di funzioni decentrate deriva proprio dalla compressione spazio-temporale possibile nel contenitore suburbano – dove si può parcheggiare senza problemi ed effettuare in un unico luogo una serie molteplice di acquisti ed attività –, dall'altra lo stesso modello induce un prolungamento dei tempi impiegati per lo spostamento ed il raggiungimento del centro, così come della permanenza nel centro stesso, per scelte motivazionali spesso ridotte al solo flâneurismo.

## **2.2 Grande distribuzione VS piccolo dettaglio: una battaglia che l'economia locale non può vincere**

Gli spostamenti e le commissioni quotidiane ruotano sempre più intorno a luoghi accessibili in automobile, gestiti da catene nazionali e internazionali che hanno pochi legami e nessun impegno di lungo termine verso le comunità locali presso cui si insediano.

---

<sup>5</sup> Nelle grandi città l'inquinamento atmosferico, responsabile di molte patologie dell'apparato respiratorio, è mediamente determinato per il 70% dal trasporto automobilistico.

A livello commerciale, uno dei primi effetti del decentramento e della specializzazione funzionale è rappresentato dalla sostituzione del piccolo dettaglio da parte della grande distribuzione. Commercianti indipendenti ed esercizi di vicinato iniziano a soccombere, schiacciati dal peso incontrastabile della concorrenza, che ammalia i consumatori con prezzi più bassi e più ampia varietà<sup>6</sup>. Ma nel lungo termine il consumatore è meglio servito quando sono in molti a competere sul mercato e non l'oligopolio di quelli che non a caso vengono definiti *category killers*.

La logica di inserimento delle grandi catene commerciali è la seguente: entrano nel mercato locale esibendo grossi sconti, spesso utilizzando prodotti in perdita per attirare i clienti ed intraprendendo una battaglia che i commercianti locali non possono vincere. Una volta eliminato il concorrente locale, la grande catena tende ad alzare i prezzi.

Inoltre le grandi compagnie contribuiscono molto meno degli esercizi indipendenti all'economia locale. I contenitori della grande distribuzione vengono spesso presentati dai promoters e dalle amministrazioni complici (o inconsapevoli) come grandi arricchimenti delle economie locali per la crescita nelle vendite e per le opportunità di acquisto, per le nuove opportunità di lavoro e per il nuovo gettito fiscale che i negozi porteranno con sé.

In realtà i condensatori commerciali semplicemente spostano la spesa dei consumatori da un'area all'altra della città. Uno studio condotto in Iowa, per esempio, ha rilevato che i nuovi punti vendita Wal-Mart traggono una media dell'84% del volume delle vendite da esercizi già esistenti in città.

Tutti gli studi mostrano che molto poco delle vendite generate da un nuovo negozio big box diventa nuova spesa o investimento nell'economia locale; il risultato finale non è sviluppo economico ma delocalizzazione economica.

Il passaggio dalle attività a gestione locale alle grandi catene distributive implica anche la perdita di significativi benefici economici secondari. I negozi locali inseriscono i propri profitti entro un circuito economico pure locale; le grandi catene invece centralizzano tutte le attività nei loro uffici direzionali, mantenendo al minimo spese e investimenti in loco. La gran parte del denaro speso in un negozio delle grandi catene esce immediatamente dal circuito economico locale.

Mentre i piccoli negozi creano differenziazione economica e stabilità, le grandi catene sono altamente mobili e pronte ad abbandonare una localizzazione, appena i margini di profitto scendono sotto le aspettative. Lo scenario peggiore si verifica quando un negozio big-box si insedia all'esterno della città,

---

6 Il centro studi ReatilForward calcola che per ogni supercenter della Wal-Mart inaugurato in futuro chiuderanno 2 punti vendita alimentari nelle vicinanze.

distrugge il tessuto commerciale centrale, e poi dopo pochi anni decide di chiudere.

La preoccupazione per il destino del piccolo commercio è ad esempio testimoniata dal documento “High Street Britain: 2015”, rapporto di un gruppo di parlamentari che sottolineano il rischio di declino delle high streets inglesi e auspicano che i piccoli negozi vengano tutelati contro i giganti dei supermarket, per contribuire a mantenere la vivacità delle strade locali e una possibilità di scelta per i consumatori.

Allo stato attuale l'unica possibilità di sopravvivenza per il piccolo commercio sembra essere il mercato di nicchia<sup>7</sup> e l'iper-specializzazione.

Nel caso del commercio cinematografico, il singolo esercente, che non può competere con un'offerta pari a quella dei multiplex, decide di indirizzarsi verso una programmazione di tipo autoriale – d'essai, cineforum, cinema in lingua, cortometraggi – lasciando spazio anche ad attività teatrali, dibattiti e convegni.

Cambia quindi la programmazione e di conseguenza il target, per cui se il multiplex punta sul pubblico di massa, grazie ad una programmazione rivolta ai giovani e alle famiglie, il cinema monosala tende ad assicurarsi la fascia degli anziani e di quel pubblico che ricerca prodotti più colti.

### **2.3 Perdita di identità ed affermazione delle città clone**

La progressiva scomparsa del commercio di vicinato, quale effetto dell'affermarsi di modelli di consumo globalizzanti, determina la perdita di benefici non solo economici, ma anche qualitativi per le comunità.

In primo luogo i negozi indipendenti tendono a localizzarsi in distretti commerciali a dimensione umana ed orientati alla mobilità pedonale, tutto l'opposto dell'esperienza di vuoto e d'isolamento del parcheggio di una grande catena di distribuzione.

Mentre il piccolo commercio contribuisce a creare un senso del luogo e della identità comunitaria, al contrario le grandi catene sfrondano la comunità delle sue caratteristiche individuali, seminando omologazione in ogni parte del globo.

Ogni città tende a diventare uguale all'altra, in quanto contraddistinta e punteggiata dai soliti e ripetuti/ripetibili segni. Le catene impongono ai propri

---

<sup>7</sup> Luca Pellegrini, presidente Tradelab, docente di marketing all'Università IULM di Milano: Il destino per il piccolo commercio – mi sembra - è segnato. Il piccolo commercio al dettaglio è destinato a diventare una nicchia di mercato. S. Crivello, L. Bernardi (2004), a cura di, “Conversazioni sul commercio” in Commercio e città (APT n°11), Celid, Torino.

punti vendita layout standardizzati e decontestualizzati, sia per gli esterni che per gli interni, in modo da rendere subito riconoscibile il marchio.

La città tradizionale – *home town* – con i suoi caratteri peculiari e unici, con le sue storie ed il suo portato identitario diventa allora una città clone – *clone town*.

Nel rapporto del 2004, pubblicato dalla NEF (New Economics Foundation), la *home town*<sup>8</sup> viene definita come un luogo, che detiene un carattere individuale e distintivo, immediatamente riconoscibile dai propri abitanti come pure dai visitatori.

La *clone town*<sup>9</sup> è invece un luogo in cui l'individualità delle strade commerciali viene soppiantata da fasce monocromatiche di catene globali o nazionali, per cui il suo cuore commerciale può facilmente essere confuso con dozzine di altri centri del paese.

Il rapporto Clone Town Britain, avvalendosi di statistiche provenienti da rilievi sul campo, ha dimostrato che il 41% delle città britanniche sono ormai *clone towns*, il 26% *border towns* e solo il 33% *home towns*, attribuendo la responsabilità di questo fenomeno alla straordinaria capacità di penetrazione delle catene commerciali nazionali ed internazionali.

Le città clone non solo mettono in pericolo la sopravvivenza locale, ma minacciano anche le possibilità di scelta e la diversità, sia in termini di tessuto edilizio che di tessuto sociale. I rischi di omologazione sono ancor più gravi quando coinvolgono attrattori funzionali localizzati in aree periferiche, contesti deboli, per definizione carenti di quelle peculiarità e del senso di identità propri della città tradizionale. Se i centri città fanno fatica a resistere alla pervasione globalizzante delle catene commerciali, nonostante il loro portato di storia, senso di appartenenza e vivacità, come possono reagire le anonime periferie contemporanee?

---

8 A home town is a place that retains its individual character and is instantly recognisable and distinctive to the people who live there, as well as those who visit.

9 A clone town is a place that has had the individuality of its high street shops replaced by a monochrome strip of global and national chains that means its retail heart could easily be mistaken for dozens of other bland town centres across the country.

### 3. Gli “asteroidi”: condensatori di attività in spazi omologati

#### 3.1 Caratteri funzionali e morfologici: serialità, introversione, esclusività

La fuoriscita di attività dal cuore metropolitano è caratterizzata in particolar modo dall’emergere di contenitori di funzioni non residenziali, settori di concentrazione (Corboz, 1987), annodamenti (Detragiache, 2003), condensatori introversi e tracotanti (Boeri, 2002), che tendono a condizionare la natura e il significato di estese aree del territorio disperso, imponendosi per massa, consumo di suolo, impatti, tanto da sembrare asteroidi precipitati dall’alto con un gran tonfo, di cui non si comprende appieno l’origine ed il senso.

*Sono “nuovi annodamenti” di funzioni rare, polarità rappresentate da spazi destinati al commercio, al loisir, ad attività di svago e di valenza culturale, situate in punti ad elevata accessibilità del sistema dei trasporti. Parchi tematici, outlet, centri commerciali specializzati, multiplex cinematografici extraurbani, centri fieristici e, in qualche misura, parchi tecnologici, sono alcuni tra i fondamentali componenti di questi nodi esterni (Davico, Mela, 2003).*

*In quanto contenitori di funzioni ed attività diversificate – dal commercio, al direzionale, al tempo libero, al ricettivo – essi declinano classi tipologiche di fatti urbani dispersi nel territorio (il centro commerciale, la città del divertimento, il distretto direzionale, l’outlet, per citarne alcuni).*

Tra essi spiccano sicuramente i condensatori di attività commerciali, gli asteroidi *retail-oriented*, i cui format sono andati complessificandosi nel tempo per rispondere alle mutanti esigenze dei consumatori, per adeguarsi all’accresciuta concorrenza nel comparto distributivo tra formule differenti e tra diverse interpretazioni della stessa formula, determinando un’articolazione tipologica variegata. Accanto agli shopping malls tradizionali, compaiono oggi ulteriori forme di vendita di “esperienze” quali big boxes, category-killers, factory outlets, power centres, retail parks, con denominazioni mutate dal mondo statunitense ed anglosassone<sup>10</sup>.

---

<sup>10</sup> Big box describes a gigantic, windowless structure, usually of cheap, concrete block construction, typically sited next to an arterial or near a freeway interchange with high traffic volume.

Pur differenziandosi per caratteri tipologici e destinazioni funzionali, i nuovi condensatori sono accomunati dall'essere grandi attrattori di flussi e pertanto presentano logiche localizzative e relazionali del tutto simili.

Vengono ubicati prevalentemente in aree periurbane o extraurbane, in quanto tale strategia localizzativa garantisce la disponibilità di vaste aree a basso costo, una posizione baricentrica tra molti aggregati urbani e di conseguenza bacini d'utenza di livello territoriale. E tale scelta localizzativa può ricadere su ambiti marginali della metropoli, proprio perché la fuoriuscita di attività nella città dispersa fonda il suo funzionamento su una mobilità privata sempre più crescente.

Ma le strategie localizzative a scala locale possono anche seguire criteri dettati dall'occasionalità o influenzati dalle amministrazioni pubbliche: laddove l'obiettivo dei promoters è quello di costruire il più rapidamente possibile, cercando di assicurarsi una buona accessibilità all'area, si cerca di evitare i tempi lunghi dell'iter urbanistico, scegliendo contesti periferici dove poter procedere per varianti non sostanziali.

Al fine di assicurare ai cittadini car-oriented la tanto desiderata accessibilità veicolare, un ulteriore ed irrinunciabile ingrediente localizzativo è costituito dalla prossimità ad arterie stradali ad alto scorrimento, tanto che l'ineluttabile presenza dell'autostrada o dello svincolo diventa spesso principio insediativo.

Ma l'accessibilità veicolare da sola non rende l'asteroide totalmente accessibile, in quanto lo riserva a soggetti a reddito medio-alto e ad elevata mobilità, precludendolo invece a figure deboli come anziani privi di mezzo di trasporto individuale.

La presenza di recinzioni poi costituisce un ulteriore limite all'accessibilità: molti grandi attrattori infatti si chiudono in *enclaves*, hanno accessi ben sorvegliati e regolati, allontanano tutti gli elementi della città che creano paura ed insicurezza, prime tra tutti le marginalità sociali. Così alla selezione tematica della funzioni si aggiunge anche la selezione socio-economica dei fruitori.

---

Several unconnected big box outlets combine to use the drawing power of multiple discount stores in a power center.

A category-killer dominates one part of the retail market, such as building materials, garden plants, drugs or books. It may stand alone or form part of a group of big boxes called a power center.

D. Hayden (2004), A field guide to sprawl, W.W. Norton & Company, New York

L'effetto *enclave* è particolarmente visibile nelle cittadelle direzionali, complessi monofunzionali con recinti molto netti tra il loro mondo interno ed il contesto esterno; possono essere composti da un unico oggetto architettonico, di solito massivo, o da un'articolazione di più edifici sottoforma di office park o business park, andandosi a configurare come una vera e propria cittadella dagli spazi privatizzati, in cui la dimensione pubblica è annientata.

La tendenza alla dissociazione del nesso attrattore funzionale-centro città porta quindi a nuove forme ed ambienti sociali, costruiti attorno a complessi fortemente autoreferenziali, che raramente dialogano con i contesti insediativi all'intorno e tanto meno con i luoghi simbolo della città storica. *È come se il territorio venisse ritagliato come un foglio di carta e al centro del vuoto si ergesse una funzione, senza stabilire alcun contatto con l'intorno. È così che i territori semanticamente poveri delle periferie vengono disseminati di oggetti, recinti, "luoghi delle regole speciali" che escludono raccordi e dialoghi con la realtà preesistente* (Colarossi, Fratini, 1997).

Sono annodamenti autosufficienti ed introversi, centri attrattori di bacini di traffico senza uno stretto rapporto con il territorio circostante; a volte generano poli integrati (centro commerciale, multiplex, servizi, attività ricreative) che, in alcuni casi, favoriscono la conformazione degli spazi circostanti, creando interesse per nuove attività residenziali o produttive ed incidendo sui valori immobiliari e sul sistema dell'accessibilità.

I caratteri morfologici sono dominati dalla asettica serialità delle architetture, spesso banali e standardizzate nelle forme e nei colori, per l'immediato riconoscimento della catena internazionale cui appartengono; diventano centri locali di un fenomeno globale, caratterizzati da una tranquillizzante uniformità sovracontestuale che consente di riconoscerli anche senza conoscerli (Desideri, 1997), sconfinando in una extraterritorialità che annulla ogni forma di identità e di auto-riconoscimento.

A livello di impianto si configurano, nella maggior parte dei casi, come contenitori singoli in un mare d'asfalto (le distese di parcheggi) in cui lo spazio pubblico è completamente negato, oppure si articolano attorno ad un spazio centrale quando si compongono di più oggetti. Diverso è invece l'impianto dei factory outlet che simulano l'ambiente urbano attraverso una "ricostruzione" di centri storici, con strade pedonali, piazze e portici, cercando di ricreare una vaga idea di spazio pseudo-pubblico, tutto dipendente dal consumo individuale.

### 3.2 Matrice economica delle scelte localizzative

La geografia di queste nuove centralità periurbane ha una matrice prevalentemente economica, capace di superare i vincoli pianificatori ed

imporre alla città le proprie logiche insediative, basate su valutazioni statistiche sulla segmentazione dei consumatori ed isocrone sui tempi di percorrenza<sup>11</sup>. “Nel suo caos apparente la città contemporanea mostra chiaramente i segni dell’aziendalizzazione e dell’intervento massiccio delle grandi società. Sono queste più che la mano invisibile di un anonimo mercato a segnare lo sviluppo e la forma della metropoli contemporanea” (Amendola, 2003).

La descrizione di Margaret Crawford sullo sviluppo dei centri commerciali nordamericani tra gli anni Sessanta ed Ottanta ben si adatta alla fenomenologia attualmente in essere:

*“In modo metodico i promotori indagavano, dividevano e si appropriavano di campi di grano e di coltivazioni di arance suburbani per creare il nuovo paesaggio del consumo. Se si dovesse disegnare una mappa dei loro sforzi, essa mostrerebbe un continente ricoperto da pattern disordinati ed irregolari di circonferenze sovrapposte rappresentanti i bacini d’utenza dei malls, la cui dimensione ed ubicazione era dettata da inchieste demografiche su livelli di reddito e potere d’acquisto”<sup>12</sup>.*

La città ed il territorio sono trasformati in *un immenso magazzino di merci fungibili, in immagine fisica del mercato* (Secchi, 2000), le cui leggi, insieme a quelle delle grandi società, disegnano la struttura della città e dei suoi cittadini, per cui i suoi prodotti fisici, quali shopping malls o multiplex, devono rivolgersi solo al target che può permettersi di comperare le esperienze che questi luoghi producono: il “cittadino-turista”.

---

11 “Come nella fase dominante del fordismo la grande industria è in grado di piegare ogni resistenza da parte delle pubbliche amministrazioni e scegliere per sé le localizzazioni più convenienti (in base alla propria logica), così oggi la localizzazione commerciale è quasi sempre in grado di vincere – specie nel nostro paese - tutti i possibili vincoli pianificatori (ammesso che esistano) ed imporre i propri schemi alla città senza incontrare ostacoli”. A. Mela, G. Preto, Il commercio e la città: una storia di destini incrociati, in AA.VV. (2004), Commercio e città (APT n°11), Celid, Torino

12 Developers methodically surveyed, divided, and appropriated suburban cornfields and orange groves to create a new landscape of consumption. If a map of their efforts were to be drawn, it would reveal a continent covered by a wildly even pattern of overlapping circles representing mall-catchment areas, each circle’s size and location dictated by demographic surveys measuring income levels and purchasing power. M. Crawford, “The world in a shopping mall”, in M. Sorkin (1992) a cura di, Variations on a theme park, Hill and Wang, New York

### 3.3 Elementi di attrattività dei condensatori: la compressione spazio-temporale, l'incantamento dei luoghi esperenziali e la sicurezza delle *enclaves* panottiche

Il successo dei condensatori è innanzi tutto legato a quella che Harvey ha definito la compressione spazio-temporale: lo spazio si comprime fino a diventare “villaggio globale” grazie alle telecomunicazioni ed ai minori costi dei trasporti, mentre gli orizzonti temporali si accorciano in una accelerazione del ritmo della vita fino al punto in cui il presente è tutto ciò che c'è.

*La realtà viene frantumata e spezzettata in immagini, il tempo viene anch'esso ridotto in frammenti, in momenti di un presente sempre attuale* (Amendola, 2003).

Il progressivo e radicale mutamento delle abitudini dei cittadini-consumatori, che attribuiscono sempre maggiore rilevanza al fattore tempo, anche nell'effettuazione dell'acquisto, ha portato alla concentrazione dei diversi profili di offerta commerciale all'interno della stessa struttura edilizia, il centro commerciale integrato<sup>13</sup>.

Questo ha introdotto nelle modalità di acquisto due variazioni determinanti:

- una riduzione della frequenza degli acquisti, con una conseguente diminuzione degli spostamenti e del tempo complessivamente dedicato agli acquisti stessi;
- una concentrazione della spesa con un aumento dell'importo degli acquisti per singola visita.

A ciò si aggiunge la dilatazione degli orari di apertura dei centri che consente l'acquisto e la frequentazione anche oltre i tradizionali orari di lavoro (ore serali e giorni festivi), incontrando favorevolmente le esigenze dei consumatori “temporal-compresi”<sup>14</sup>.

---

13 “In Francia (...) la visita di un centro commerciale dura almeno 1 ora e mezza; all'interno vi sono il minilab in cui le foto vengono sviluppate in 35 minuti, mentre si fa la spesa, c'è il servizio di lavaggio di cani e gatti, si fanno le analisi del sangue ed esistono servizi aggiunti possibili” . S. Crivello, L. Debernardi (a cura di), *Conversazioni sul commercio* (intervista del 12/05/2004 di L. Varbella, ricercatore IRES Piemonte, a Federico Boario, amministratore Mercati S.r.l.), in AA.VV., *Commercio e città* (APT n°11), Celid, Torino, 2004

14 “Ai confini del centro (di Torino) vi sono quartieri residenziali da cui persone escono al mattino ed a cui tornano la sera, lavorano in centro tutto il giorno e in centro potrebbero fare la spesa nell'orario di pranzo ma trovano i negozi chiusi; in periferia potrebbero fare la spesa prima o dopo essere andati a lavorare ma in entrambi i casi trovano i negozi chiusi...e

Un'ulteriore chiave di lettura del successo degli asteroidi è insita nel concetto di esperienza, che ben si applica alle strategie di marketing delle attività commerciali e del *loisir*.

L'attrazione di un luogo, di uno spazio, di un contenitore è oggi data dall'esperienza attiva che in esso può essere promossa, desiderata, venduta e/o acquistata attraverso l'incantamento. Pertanto uno spazio-funzione è tanto più attrattivo quanto più rende "diversi" i frequentatori nell'attraversarlo e quanto più produce in loro un'esperienza.

*"Poiché ciò che si vende non è il luogo ma l'esperienza che esso produce, ogni luogo della città nuova contemporanea può essere progettato e presentato per creare esperienza"* (Amendola, 2003).

In quest'ottica è emblematica la definizione che Jon Jerde - *top architect* dei centri commerciali di ultima generazione ed autore del Mall of America - dà della sua attività: partendo dalla "reinvenzione dell'esperienza comune" (*reinvention of communal experience*<sup>15</sup>) dello shopping e passando attraverso una forte contaminazione con l'intrattenimento e la "sospensione dell'incredulità" (*suspension of disbelief*)<sup>16</sup>, arriva ad una progettazione che diventa *experiential place making*, creazione di luoghi esperienziali.

E nel luogo esperienziale, *experiential place*, si mescolano l'acquisto, l'incontro ed il divertimento. *"Tutto diventa appetibile e vendibile in nome della capacità di diventare esperienza. Il divertimento si coniuga con l'esperienza in misure sempre nuove rendendo questa attraente, desiderabile e, pertanto, vendibile"* (Amendola, 2003).

I luoghi esperienziali costituiscono allora la trasposizione fisica della condizione metropolitana postmoderna del vivere "come se" e vengono rappresentati dai condensatori periurbani, in cui si coniugano esperienza e gioco, esprimendo al tempo stesso la contraddizione tra il coinvolgimento profondo che l'esperienza evoca e la superficialità e l'indifferenza insite nel gioco.

Sono luoghi del sogno esperibile e dell'incantamento, frammenti di una città parallela fatta di immagine ed immaginario, in cui prevale la

---

cosa trovano aperti? I centri commerciali e gli ipermercati". S. Crivello, L. Debernardi (a cura di), *Conversazioni sul commercio* (intervista del 12/05/2004 di L. Varbella, ricercatore IRES Piemonte, a Federico Boario, amministratore Mercati S.r.l.), in AA.VV., *Commercio e città* (APT n°11), Celid, Torino, 2004

15 D. Herman, Jerde Transfer, in C. J. Chung, J. Inaba, R. Koolhaas, S. T. Leong (2001), a cura di, *Harvard design school guide to shopping*, Taschen, Koln

16 D. Herman, Separated at birth, in C. J. Chung, J. Inaba, R. Koolhaas, S. T. Leong (2001), a cura di, *Harvard design school guide to shopping*, Taschen, Koln

spettacularizzazione di pezzi di città resa *disneyfied*; e Disneyland è spesso il modello insuperato per questi brani di città, per la sua logica totalizzante fondata sulla prevedibilità, sulla coerenza e sulla comprensibilità con cui la massa vive l'esperienza del parco a tema<sup>17</sup>.

Essi diventano simulacri attraverso cui avere un surrogato di esperienze: esperienze di città con la ricostruzione scenografica delle sue parti – piazze, *passages*, viali –, esperienze delle geografie mondiali o di epoche passate<sup>18</sup>, in ambienti che, per essere un sogno, non devono riprodurre la realtà ma l'idea che la gente ha della realtà (Amendola, 2003).

Alla compressione spazio-temporale ed all'incantamento dei luoghi esperienziali, si aggiunge poi il tema dell'insicurezza urbana, quale ingrediente del successo degli attrattori periferici.

Al pari delle città americane in cui uno dei sentimenti oggi dominanti è costituito dall'insicurezza, *“a partire dai primi anni '90 anche in Europa le città fanno paura, hanno paura, o almeno alla paura vengono stabilmente associate”* (Petrillo, 2000). L'insicurezza urbana diventa una delle questioni più dibattute degli ultimi anni, quanto più alla frammentazione spaziale delle città si sovrappone una tendenza ad una sempre più crescente frammentazione sociale.

Il timore e l'insicurezza nascono soprattutto dalla possibilità dell'infiltrazione, dell'ingresso di estranei all'interno di un territorio reso sicuro dall'omogeneità e dal controllo sociale. Se da una parte ciò sfocia nell'allontanamento fisico dalla città, nella fuga suburbana, dall'altra contribuisce all'affermazione di quei luoghi – spesso suburbani – in cui l'insicurezza dello spazio pubblico viene bandita in nome di una privatizzazione pulita, sorvegliata e, come tale, rassicurante.

Come sottolinea Petrillo, nell'ultimo mezzo secolo la tendenza ad una sempre maggiore frammentazione ha determinato lo sviluppo di “geografie della sicurezza” di cui ogni singola componente costituisce un ghetto. Se in termini di quartieri residenziali le “geografie della sicurezza” generano le *walled cities*,

---

17 The themes of the spectacle owe much to Disneyland and television (...). Theme-park attractions are now commonplace in shopping malls; indeed, the two forms converge – malls routinely entertain, while theme parks function as disguised marketplaces. M. Crawford, “The world in a shopping mall”, in M. Sorkin (1992) a cura di, *Variations on a theme park*, Hill and Wang, New York

18 È possibile, come dice uno spot Americano, “conoscere il Vecchio Mondo per un giorno senza doverci andare”, D. Harvey (1993), *La crisi della modernità*, Il Saggiatore, Milano

le *gated communities* e le *privatopias*<sup>19</sup>, in termini di frammenti urbani non residenziali esse contribuiscono all'ascesa delle cittadelle del commercio, del tempo libero o del business.

In queste *enclaves* si riflette la città *panottica*, una città con sistemi di sorveglianza, telecamere e controlli di identità ad ogni angolo, dalla visibilità illimitata resa possibile dalle nuove tecnologie, ma dalla quale devono essere escluse le marginalità della città reale che generano paura e timore – mendicanti, senzatetto, tossici ed immigrati. La stessa città degli shopping *malls* contemporanea mira ad occultare gli altri, marginali ed esclusi, per consentire a chi può permetterselo di vivere senza vederli.

Lo spazio pubblico, in quanto spazio polivalente destinato ad una pluralità di utenti, è svuotato della sua identità tradizionale: l'unico ospite ammesso è il consumatore. Non a caso una quota consistente del canone di affitto dei negozi di uno shopping mall ricade nelle spese relative alla sicurezza, ritenute direttamente influenti sulla capacità del mall di attrarre visitatori, mantenerli e motivarli all'acquisto.

La paura, altra faccia della cultura del desiderio della città contemporanea, deve essere allontanata dai luoghi stessi del desiderio e dell'immaginario perchè proprio in questo sta la loro attrattività. *“Il segreto del successo è la creazione di uno spazio vario, stimolante ed affollato di persone, come uno spazio pubblico ma sicuro come uno spazio privato”* (Amendola, 2003).

Il risultato è un'area protetta dove viene ricreata una simulazione di città, in cui la sicurezza costituisce la *conditio sine qua non* di ogni contenitore metropolitano; è il luogo sognato e del sogno esperibile, privo delle negatività urbane, primo tra tutte il pericolo.

---

19 “A community-of interest development (CID) where residents are legally bound to obey the covenants conditions and restrictions (CC&Rs) of a homeowner association may be called a privatopia” (Hayden, 2004)

## 4. Tendenze in atto in contesti evolutivi più maturi

### 4.1 Attrattori extraurbani come catalizzatori di nuove centralità: dalle *edge cities* a Topolinia

Le città clone e la “magnetizzazione periferica” sono espressione di un fenomeno globale, che trae le sue origini negli Stati Uniti e che, diffondendosi in Europa, arriva prepotentemente anche in Italia in anni recenti. Ma mentre il mercato italiano del retailtainment è in perenne rincorsa rispetto a quelli stranieri, negli Stati Uniti e in Gran Bretagna, dove le condizioni sono più mature, iniziano a manifestarsi diverse tendenze evolutive del fenomeno: da una parte si registra la tendenza dei magneti extraurbani a diventare catalizzatori di nuove forme urbane, dall'altra lo scenario del declino per saturazione.

La prima tendenza trova un'effettiva trasposizione nelle *edge cities* di Garreau, eco contemporanea delle teorie di Gruen, secondo il quale gli shopping malls degli anni Cinquanta avrebbero dovuto fornire molti dei servizi solitamente garantiti dalla municipalità, integrandosi con insediamenti residenziali e terziari e con attrezzature per rispondere alle esigenze civiche, culturali e sociali delle comunità suburbane.

In molti casi il mall è diventato la nuova “Main Street” e come tale rappresenta il community centre della città, tanto che negli USA i malls suburbani vengono spesso indicati come i nuovi downtowns; lo stesso può dirsi per i megamalls degli ultimi decenni, come il West Edmonton (WEM) in Canada o il Mall of America nel Minnesota. WEM viene definito “un mega centro sociale” che ha ereditato il ruolo del foro pubblico per gran parte della comunità di Edmonton: ospita uffici postali e municipali, biblioteche, il suo spazio è utilizzato per eventi non solo finalizzati al consumo, ma anche alla promozione culturale come mostre, recitals, insegnamento per adulti e corsi universitari.

In modo analogo le *edge cities* di Garreau sono spesso trainate da shopping malls, anzi i malls di solito fungono da piazza del villaggio in queste nuove conurbazioni<sup>20</sup>.

Il processo di diffusione delle *edge cities* (più di duecento attualmente negli USA) è legato alla costruzione di un intero sistema infrastrutturale che va dalle autostrade alle stazioni di servizio, ai fast food del tipo drive-through, ai malls

---

20“malls usually function as the village square of these new urbs” (Garreau, 1991)

extraurbani ed ai complessi commerciali e ricreativi con accesso esclusivamente veicolare, senza connessioni con le principali arterie del trasporto pubblico.

Garreau stabilisce i seguenti criteri per individuarle:

1. superficie direzionale di almeno 5 milioni sq ft (464.500 mq);
2. superficie commerciale di almeno 600.000 sq ft (55.740 mq);
3. più posti di lavoro che stanze da letto;
4. riconoscibilità come un luogo distinto;
5. insediamenti recenti di non più di trenta anni.

Rappresentano quindi dei nodi autosufficienti dedicati all'occupazione, allo shopping e al tempo libero. Ma lo stesso Garreau ammette che queste nuove città mancano di identità, di senso della comunità e di storia, ed afferma che "la cosa più vicina ad uno spazio pubblico che si può trovare - dove chiunque può accedere - sono le aree di parcheggio".

Nonostante il fenomeno non abbia assunto in Europa le dimensioni prospettate da Garreau, la crescita di centri direzionali, commerciali e ricreativi nelle periferie delle aree metropolitane europee, rimane comunque manifestazione di un generale decentramento e di un'urbanizzazione "strisciante" (MacLeod, 2003).

Un esempio è rappresentato dalla North Fringe di Bristol, area triangolare nella periferia settentrionale, costeggiata a est dalla M4 per Londra e ad ovest dalla M5 che la collega al Sud Ovest e alle Midlands, cui si aggiungono collegamenti di metropolitana veloce verso Londra. Il processo di pianificazione, contrariamente alle *edge cities* americane, è stato diretto centralmente verso la fine degli anni Settanta ed ha avuto il suo maggior sviluppo nel decennio successivo, includendo l'ampliamento dell'Aztec West business park (5.000 dipendenti in 86 aziende), la creazione di un secondo business park, l'Almondsbury Park, la realizzazione di un insediamento misto - Parkway North - con supermarket, commercio e outlet e lo sviluppo dell'area Abbey Wood occupata da una divisione del Ministero della Difesa.

I costi di tali tendenze insediative risiedono da una parte nella sempre più crescente congestione veicolare e nell'inquinamento ambientale, dall'altra nella "privatizzazione del *public realm*" (MacLeod, 2003): molti di questi insediamenti (centri direzionali sullo stile campus, i business park o i quartieri residenziali) tendono a chiudersi e a voltare le spalle ai passanti, creando spazi privatizzati e lasciando alla sfera pubblica solo le strade.

Le distanze vengono eliminate grazie alle reti telematiche o compresse per mezzo dei trasporti tradizionali ad alta velocità<sup>21</sup>. Esse sono collegate non attraverso reti ferroviarie o metropolitane, ma tramite autostrade, linee aeree e percorsi non più semplicemente pedonali, ma per lo jogging<sup>22</sup>.

Sorte per impulso degli speculatori come appendici urbane in aree dove il costo dei suoli era minore e maggiori i fattori naturali di attrazione, le *edge cities* si stanno affermando grazie all'offerta alternativa rispetto alla metropoli: offrono verde ed aria pulita, vicinanza ai luoghi di lavoro ed alle attrezzature ed un vicinato in genere omogeneo e fatto ad immagine e somiglianza del residente.

Sono città "su misura", in cui tutto si può scegliere secondo gusti e possibilità economiche: dallo stile delle abitazioni unifamiliari al tipo di vicini.

Oltre al decentramento delle *edge cities*, in Gran Bretagna diversi tentativi sono stati fatti per rappresentare gli shopping centres regionali come cuori di nuove città: il Metrocentre di Gateshead viene interpretato da John Abel di Capital Shopping Centres, società proprietaria del centro, come un centro città in quanto ha la maggior parte delle infrastrutture che ti aspetteresti in una città: *"ha una stazione ferroviaria, una stazione degli autobus, una chiesa, un centro medico, banche, uffici postali, etc., ha inoltre un hotel ed un insediamento residenziale intorno....Ha pure attività ricreative quali cinema e Metroland, per cui è piuttosto completo"*. Situazione analoga si verifica con il Thurrock Lakeside che costituisce di fatto il centro città dell'adiacente insediamento residenziale Chafford Hundred ed importante catalizzatore per ulteriori sviluppi nella regione.

Anche Cribbs Causeway, un insediamento di circa 65.000 mq per il commercio ed il tempo libero, localizzato in prossimità dell'intersezione tra la M4 e la M5 e di un vasto comprensorio residenziale privato, è considerato potenzialmente un nuovo centro città a nord di Bristol, tanto da entrare in competizione con l'egemonia sociale ed economica del centro città tradizionale.

Questa tendenza appare ancor più evidente nel caso di Merry Hill per il quale, sostiene Lowe, è in corso un processo di trasformazione in una nuova città del XXI secolo. Esso comprende infatti lo shopping centre regionale Chelsfield,

---

21 Ad esempio, la zona di Dartford nel Kent è diventata in breve tempo una delle più importanti *edge cities* britanniche grazie alla rete di arterie autostradali (M2, M20 e M25). La maggiore attrattiva è costituita dal mega shopping centre Bluewater – 330 negozi, 40 bar e ristoranti ed un multisala da 13 schermi - con un parcheggio per 13.000 auto. Nelle intenzioni dei promotori la vicina stazione dell'Eurostar di Ebbsfleet consentirà agli abitanti di Colonia in Germania di raggiungere in sole due ore lo shopping mall di Bluewater.

22 "Our new Edge Cities are tied together not by locomotives and subways, but by freeways, jetways and jogging paths" (Garreau, 1991).

attività direzionali e ricreative dell'adiacente Waterfront ed il District Centre di Brierley Hill; questi tre elementi e le loro reciproche interrelazioni contribuiscono alla formazione di una *new town*.

Lo shopping centre regionale, sorto a metà degli anni Novanta, presenta una superficie commerciale pari a circa 140.000 mq; è inoltre dotato di multiplex (10 sale), banche, società di costruzioni, uffici postali, centro informazioni turistiche e di una serie di attività sociali quali il club del bridge e degli scacchi, centro di orientamento al lavoro, centro anziani, servizi di orientamento per il cittadino, assistenza ai disabili, etc.

Il Waterfront comprende 65.000 mq di uffici, attività ricreative e commerciali ed ha inglobato uffici governativi centrali, imprese locali, così come industrie, compagnie di elettronica e un hotel. Anche nelle ore non lavorative gode di una vitalità data dalla presenza di bar e ristoranti con visitatori di età compresa tra i 20 e i 39 anni.

Il District Centre include una serie di attrezzature collettive come la biblioteca pubblica, uffici dell'amministrazione locale, la stazione di polizia, il centro civico, chiese, centri per il benessere e per il tempo libero. Nonostante i timori iniziali di potenziali impatti negativi prodotti dall'adiacente centro commerciale, Brierley Hill ha successivamente sperimentato ricadute positive dovute alla contiguità con il centro, sviluppando con esso una relazione di complementarità. Gli stessi utenti/visitatori/abitanti hanno iniziato a utilizzare le tre componenti insieme e a percepirle come un centro città: vanno a fare shopping a Merry Hill, in biblioteca a Brierley Hill ed escono la sera nel Waterfront.

Le stesse modalità di trasporto non sono più solo quelle veicolari private tipiche del semplice attrattore commerciale, ma comprendono anche 13.000 visite settimanali a piedi – con 25.000 persone che abitano nel raggio di 1 miglio – ed ulteriori 36.000 visitatori che raggiungono il centro in autobus.

Un'ulteriore forma di magnete catalizzatore di nuove forme urbane è rappresentato da Val d'Europe, Topolinia, ovvero la privatizzazione della città in chiave *disneyfied*.

Val d'Europe è situata a 32 km da Parigi nella regione di Marne-la-Vallée, 20.000 abitanti (quasi tutti con meno di quarant'anni). Nasce 5 anni fa intorno al primo parco Disney europeo del 1992 e ad un immenso centro commerciale con una superficie di vendita di poco inferiore ai 10 ettari. Comprende un distretto direzionale, uffici nel centro città, l'Arlington Business Park, ricettività (7 hotels) e centro congressi (10.500 mq di cui 3.000 mq per esposizioni), un centro commerciale internazionale, l'Eurodisney con gli studios, e diverse tipologie di quartieri residenziali.

Sulla scia di Celebration, costituisce un significativo esempio di privatizzazione del territorio suburbano, per cui un'azienda privata riceve carta bianca dal governo francese per costruire una nuova città. Viene creato "un mall socialdemocratico sponsorizzato dallo stato, che unisce attrezzature amministrative e civiche con lo spazio commerciale al fine di creare un nuovo centro città" (Crawford, 1992)<sup>23</sup>.

Nel 1989 la Disney Corporation accettava di costruire il proprio parco di attrazioni nella regione di Marne-la-Vallée, creando ricchezza e migliaia di posti di lavoro in un'area semideserta e in difficoltà. In cambio, la Francia vendeva i terreni a un prezzo simbolico, si faceva carico di tutte le principali infrastrutture (autostrade, ferrovie, servizi), garantiva prestiti bancari a tassi bassissimi e si impegnavano a mantenere importanti vantaggi fiscali. Il contratto prevedeva inoltre la possibilità, per la Disney Corporation, di sviluppare un vasto progetto immobiliare sui terreni acquisiti.

La Disneyville francese si sviluppa sul modello del New Urbanism con file interminabili di casette, rigorosamente simili, disposte ordinatamente lungo le arterie principali che collegano i Comuni e che convergono verso le principali attrazioni della zona: i due parchi Disneyland e il centro commerciale. Ogni giorno questo shopping center - 98 mila metri quadrati che si sviluppano ai due lati di un unico corridoio centrale, lungo quasi un chilometro - attira in media 40 mila clienti, con punte di centomila il sabato.

I vantaggi che attirano giovani coppie a trasferirsi a Disneyville sono costituiti dai modernissimi collegamenti nazionali e internazionali, tasso di criminalità e disoccupazione pari a zero, imposte locali tra le più basse del Paese, una struttura scolastica efficientissima. Una comunità in divenire, che pratica una forma di selezione e di segregazione attraverso l'accesso limitato alla proprietà e allo stile di vita, una comunità per la quale la vita è scandita dal paradigma lavoro – shopping - divertimento.

---

23 Planners of new towns such as Milton Keynes, England, and Marne-la-Vallée, outside Paris, followed the example of Columbia, Maryland, to create state-sponsored social-democratic malls, combining government and community facilities with retail space to create new town centers. M. Crawford, "The world in a shopping mall", in M. Sorkin (1992) a cura di, *Variations on a theme park*, Hill and Wang, New York

## 4.2 Condensatori in declino: il caso dei greyfields statunitensi

Se gli attrattori funzionali vengono interpretati da alcuni come catalizzatori di nuove forme urbane, non si può sottovalutare il rischio di una tendenza opposta, che già si sta verificando in molti casi negli Stati Uniti.

Una volta raggiunta la saturazione, si prospetta lo scenario del declino, preannunciato da diverse fonti già da una decina di anni:

- 1990: *"the average time shoppers spent in malls dropped by half from 1980 to 1990"*. G. Hassel, "Malls Slipping as Shopping Meccas", Houston Chronicle, 9 Oct 1996, 1
- 1994: *"Aggressive builders like Wal-Mart chief executive officer David Glass, along with old retail pros such as Stanley Marcus, are predicting that 50 to 75% of present retail will be extinct within a decade"*. D. M. Lewison, Retailing (New York: Macmillan, 1994), 3
- 1995: *"Vacant big box space in the Chicago area now totals more than 12 million square feet."* J. Handley, "Big boxes not always the best gift", Chicago Tribune, 24 Dec 1995, C1
- 1996: *"Only a very few giant retailers – in some markets, perhaps only one or two – will survive and prosper in each segment of retailing and in each geographic market"*. W. J. Salmon, "Retailing at the Millennium: how changes in consumer buying behavior are driving concentration", International Trends in Retailing (June 1996)
- 1997: *"If retail is bad now when the economy is rolling, what happens when a recession hits? It's the same old story: too many stores, outdated retailing concepts, obsolescent malls, changing consumer and demographic patterns, faltering suburban districts, and encroachment by new electronic formats. "There's lots of trash out there". Many cavernous old malls are dinosaurs that can't compete with the convenience of drive-up value retailers in power centers or strips"*. Emerging trends in real estate 1998 (Chicago: Real estate research corporation, 1997)

Le previsioni di abbandono del decennio precedente vengono oggi confermate da uno studio del Congress for the New Urbanism realizzato in collaborazione con la PriceWaterhouseCooper, Global Strategic Real Estate Research Group.

Lo studio individua 140 malls regionali come *greyfields*, mentre altri 250 sarebbero in procinto di aggiungersi ad essi. Il CNU definisce *greyfields* quelle aree commerciali che necessitano di un significativo intervento pubblico e

privato per arrestarne il declino, aree edificate fisicamente ed economicamente mature per importanti ristrutturazioni.

La PWC ha calcolato che i *greyfields* hanno una dimensione media di poco più di 20 ettari; in particolare, questi siti sono sia più piccoli che meno collegati ai sistemi di trasporto regionali, di quelli che ospitano i centri commerciali di maggior successo della nazione, che hanno dimensione media di oltre 35 ettari, visibilità dall'autostrada e accesso diretto dalla rampa d'uscita. Sono insediamenti di circa 32 anni che hanno subito l'ultima grande espansione o rinnovamento circa 13 anni fa.

La loro obsolescenza è connessa al formidabile livello di concorrenza. In media, i centri in crisi hanno 230.000 metri quadrati di spazio commerciale in competizione con 22 altri centri (compresi quelli di quartiere e urbani, oltre ad altri *malls* regionali) nel raggio di otto chilometri. Molti si trovano all'interno di bacini commerciali dominati da formati più recenti e operatori di maggiori dimensioni.

Le cause individuate dallo studio per il possibile declino di un centro commerciale sono le seguenti:

- cambiamenti nell'accessibilità, nelle infrastrutture, nei corridoi di mobilità, che rendono obsoleti i centri commerciali più vecchi all'interno delle città e nella prima fascia suburbana;
- cambiamenti nell'economia urbana (spostamenti di popolazione, di capitali, maggiore attrazione verso sobborghi sempre più lontani);
- introduzione di nuovi formats commerciali come power centres e category killer;
- concorrenza da parte di nuovi centri commerciali realizzati nel raggio di 5-8 chilometri;
- trasformazioni nella demografia dei nuclei familiari dell'area circostante (età della popolazione, composizione etnica, reddito familiare);
- trasformazioni nel livello di impegno degli affittuari degli spazi commerciali: scarsa propensione a sottoscrivere contratti di lungo termine, creazione di ostacoli che rendono difficili le ristrutturazioni degli immobili;
- carente gestione immobiliare, mancanza di risorse a sostenere le necessarie manutenzioni;
- fallimento di affittuari/acquisizioni, problemi ambientali esterni;
- un alto grado di proprietà privata che può significare carenze di capitali da investire in rinnovamenti e/o ampliamenti.

Troppi centri, idee commerciali fuori moda, malls obsoleti, modifiche demografiche, ma anche modifiche nei consumatori. I big *boxes* decadono quindi perché sopraffatti dalla concorrenza di format più accattivanti, ma anche modifiche nella domanda del modello di consumo. Come rileva Michael Beyard dell'Urban Land Institute, c'è un'intera generazione che è cresciuta nella *mall-center culture* e che ora cerca qualcos'altro<sup>24</sup>: il successo di interventi del tipo open air sottende proprio la ricerca di modelli diversi, alternativi all'anonimo scatolone extraurbano.

Su un campione di 698 malls lo studio della PWC elabora una classificazione dei centri commerciali in zone grigie, centri a rischio, centri vitali e centri in salute, con i seguenti risultati quantitativi:

| Variabile            | Classificazione |           |        |           |
|----------------------|-----------------|-----------|--------|-----------|
|                      | ZONA GRIGIA     | A RISCHIO | VITALE | IN SALUTE |
| Ettari               | 18,6            | 22,00     | 24,5   | 28,5      |
| Sup. commerciale     | 46.000          | 50.000    | 60.000 | 84.000    |
| % di occupazione     | 84,56           | 82,85     | 90,14  | 93,68     |
| Vendite              | 114,3           | 174,4     | 219,2  | 321,3     |
| Anno di apertura     | 1968            | 1971      | 1976   | 1973      |
| Anno di ampliamento  | 1988            | 1990      | 1990   | 1999      |
| Anno di rinnovamento | 1991            | 1992      | 1993   | 1999      |
| Negozi               | 62,7            | 71,1      | 84,2   | 123,7     |

Ne deriva quindi che il 7% dei centri commerciali regionali sono greyfields, con un'aggiunta del 12% che rischiano di diventarlo nel futuro.

Inoltre tali contenitori, invece di scomparire, rimangono come spettacolo materiale del deterioramento. "Spesso questi edifici stanno lì senza essere riutilizzati per dieci anni. (...) le coperture piatte hanno iniziato a fare infiltrazioni, e gli edifici finiscono per essere degradati. Oppure qualche volta sono occupati da attività marginali, come i mercatini delle pulci in sede fissa" (Kunstler, 1999). È facile individuarli: un parcheggio recintato ne tradisce la

24 Richard Feinberg segnala tra le cause del declino degli shopping malls tradizionali l'affermazione dell'e-commerce e l'aumento del costo della benzina. A. Zampaglione, La vita è al centro, in D La Repubblica delle Donne n°479 del 10 dicembre 2005

presenza, le vendite di auto usate nel fine settimana sono un forte indizio, le vetrine dei negozi trasformate in centri di attivismo politico comunitario e ambulatori sono chiari segnali.

La domanda da porsi diventa allora: quanto può essere spendibile una scatola big box vuota con il suo parcheggio intorno quando il punto vendita chiude?

Dal punto di vista economico, in mancanza di positivi interventi di rivitalizzazione, il valore dei centri commerciali greyfield si riduce a quello del suolo meno il costo di demolizione degli edifici. La presenza di siti greyfield comporta inoltre gravi ripercussioni sull'economia e sulle comunità locali, per le quali essi rappresentano perdita di base fiscale, perdita di opportunità di lavoro, aree di valore inutilizzate.

I proprietari di *malls* hanno tentato molte tecniche di rivitalizzazione della vivacità economica dei loro immobili. La maggior parte dei centri, semplicemente, si espande, si ridecora, attira un nuovo negozio *anchor*; alcuni centri commerciali si sono trasformati in uffici secondari o in centri di elaborazione dati.

Mark Eppli, un ricercatore in campo commerciale alla George Washington University di Washington, D.C., afferma che le forme di rinnovamento convenzionali non sono sufficienti: "Una plastica facciale non aiuta gran che. Anche un nuovo negozio *anchor*, a seconda della posizione di mercato del centro, può non servire". C'è bisogno di nuovi modelli di riuso: modelli che vadano oltre la plastica facciale e il tradizionale commercio regionale.

### **4.3 Tentativi di mitigazione dell'impatto economico e riuso delle *boites à vendre* abbandonate**

Per arginare il fenomeno dei big boxes abbandonati, alcune amministrazioni statunitensi hanno intrapreso delle azioni ex post finalizzate a regolamentare gli insediamenti, in termini di tassazioni, in caso di futuro abbandono. Spesso collaborano con le catene entranti per incentivare l'acquisizione di ghostboxes e facilitarne la demolizione e ricostruzione.

In altri casi sono stati definiti degli accordi e degli obblighi per la rifunzionalizzazione del big box una volta abbandonato: ad esempio a Peachtree in Georgia è stata emanata un'ordinanza per fare sì che i proprietari che abbandonano uno spazio commerciale con superficie superiore ai 1000 mq si adoperino per reinvestire immediatamente nella struttura o per riaffittarla.

A Buckingham in Pennsylvania un imprenditore che lascia una struttura inutilizzata per più di dodici mesi consecutivi deve riportare il terreno al suo stato originale, mentre nel Vermont i nuovi supermercati possono essere costruiti solo sui siti di quelli preesistenti.

Un'ulteriore azione di mitigazione preventiva è costituita dall'istituzione del *demolition bond*, un fondo "di abbandono" che l'imprenditore deve versare come cauzione per coprire economicamente il periodo di eventuale mancato utilizzo della struttura e permettere l'acquisizione dell'edificio, la sua rifunzionalizzazione o la sua demolizione, nel caso esso venga abbandonato. Il *demolition bond* viene ad esempio richiesto a Buckingham in Pennsylvania per ottenere il permesso di costruire piastre commerciali oltre i 4500 mq.

Al fondo "di abbandono" vanno aggiunti gli incentivi per il riuso dei big box, come nel caso di Fort Worth nel Texas, dove sono state concesse detrazioni fiscali per la trasformazione di uno shopping center in mercato fieristico, con arena esterna per i rodeo.

Nonostante le difficoltà di rifunzionalizzazione dei big box abbandonati – riadattare una piastra commerciale infatti può quasi costare quanto costruirne una nuova - il 60% di essi ha trovato nuova destinazione, anche con usi diversi da quelli commerciali.

In alcuni casi le stesse catene commerciali provvedono alla riconversione delle proprie strutture in disuso. La Wal-Mart nel 2005 ha convertito 75 dei suoi edifici vacanti a nuove funzioni (il 61% di questi è ancora legato da contratti di subaffitto con la stessa Wal-Mart, che ha mantenuto i contratti di affitto originari). La Wal Mart Realty predispone delle schede per i propri immobili in vendita e in affitto con studi di area (urbanistici, di marketing e merchandising) e termini dei contratti.

Diverse recenti iniziative testimoniano come la questione del riuso dei big box sia un tema estremamente attuale negli Stati Uniti. Una di queste è rappresentata dal concorso di architettura "Dead malls" del 2003 sponsorizzato dal Los Angeles Forum for Architecture and Urban Design, avente come oggetto la conversione dei malls abbandonati <sup>25</sup>.

Sempre nel 2003 si è tenuta nel Los Angeles Exhibit Hall la mostra fotografica "The best dead mall in America", sponsorizzata dal Center for Land Use Interpretation.

Le esperienze di riuso dei big box sono state raccolte dall'artista Julia Christensen nella sua ricerca "*How communities are Re-Using the Big Box*", svolta a partire da gennaio 2004 attraverso testimonianze, documentazione fotografica, interviste.

---

<sup>25</sup> Tra le proposte più originali si segnalano quelle di un gruppo di architetti newyorkesi che hanno avuto l'idea di convertire il vecchio mall di Fishkill in un carcere femminile e quella dell'architetto An Te Liu che ha proposto di convertire il Cloverdale Mall di Toronto in un ARTMall, complesso volto ad ospitare istituti d'arte, gallerie e servizi legati all'arte. Da [www.laforum.org/deadmalls/](http://www.laforum.org/deadmalls/)

Il processo di riconversione ha trasformato big boxes in chiese, ospedali, centri medici, laboratori farmaceutici, sale bingo, uffici, mercatini etnici, centri benessere e perfino piste di go-kart<sup>26</sup>.

Da segnalare il K-Mart di Charlotte trasformato in scuola elementare (500 studenti e 56 insegnanti) che occupa solo la metà dello spazio disponibile. Tale riconversione pone però alcuni problemi:

- l'adattamento, soprattutto impiantistico, per rispondere alle diverse esigenze di riscaldamento, di circolazione d'aria, di servizi igienico-sanitari e di illuminazione naturale;
- i valori immobiliari dell'intorno che rischiano di precipitare, in quanto una scuola, nonostante possa sostenere alcune attività vicine, non genera però lo stesso reddito o traffico pedonale del grande insediamento commerciale.

Ma la riconversione più diffusa – e curiosa – è a sala religiosa, in quanto per le *megachurches* – prevalentemente evangeliche – fondamentale è la localizzazione dei propri siti di culto, che devono essere dotati di buona accessibilità. Un esempio è rappresentato dal Grand Union di Latham, trasformato in chiesa con santuario da 1500 posti, 15 aule, 2 caffè, centro giovanile, uffici, punti di incontro.

#### 4.4 La ricetta del New Urbanism all'insegna del *demalling* e dell'*infilling*

Un'ulteriore soluzione al problema dei greyfields viene suggerita dallo stesso Congress for the New Urbanism e dalla PWC, che propongono la ristrutturazione delle aree che ospitano *vacant big boxes* con insediamenti a usi misti, orientati ad una mobilità servita dal trasporto pubblico, insediamenti *new urbanist* integrati, comprensivi di abitazioni, commercio, uffici, servizi e spazi pubblici.

Il New Urbanism rileva che *“queste strutture che hanno aiutato la diffusione della cultura automobilistica stanno raggiungendo la fine di un ciclo e offrono un'opportunità unica per invertire la tendenza allo sprawl urbano, creando veri quartieri fra sobborghi sparpagliati e città sdentate”*. Rappresentano

---

<sup>26</sup> Il K-Mart di Austin, Minnesota (3000 mq) è stato trasformato in museo ed uffici, il Wal-Mart di Laramie, WY in un collegio, il Grand Union di Princeton in un centro fitness e benessere, il K-Mart di Fayetteville in mercato delle pulci, l'Ames Department store di Norfolk in blocco per appartamenti, il Wal-Mart di Bardstown in un tribunale, il Wal-Mart di Round Rock in un centro per go-kart, il K-Mart di Hastings in centro per l'infanzia e il supporto familiare, il Wal-Mart di Mt. Sterling in un centro medico, l'Home Depot di New Orleans in centro per la vendita di chitarre e strumenti musicali.

quindi delle opportunità per realizzare insediamenti *infill* orientati al trasporto pubblico con dimensioni sufficienti per contenere abitazioni per residenti a redditi differenziati, posti di lavoro, commercio, spazi pubblici, e altre attività essenziali per un'alta qualità di vita.

Dal 1989 al 1996 i new urbanists hanno contribuito alla riconversione di malls in decadenza in insediamenti a uso misto finanziariamente riusciti: ne sono esempi il Minzer Park di Boca Raton<sup>27</sup>, Florida, il piano per lo Eastgate Mall di Chattanooga<sup>28</sup>, Tennessee, Cinderella City a Englewood, Colorado, Plaza Pasadena a Pasadena<sup>29</sup>, California, Santana Row in San Jose<sup>30</sup>, California.

Altri esempi di greyfield malls in corso di riconversione sono costituiti da Villa Italia, Lakewood, Colorado, Park Forest vicino Chicago ed il Bayshore Mall di Glandole, Wisconsin.

Villa Italia, quando fu costruito negli anni Sessanta, era il più grande centro ad ovest di Chicago; trenta anni più tardi non è altro che un dinosauro di 100 acri (circa 40,5 ettari) che non può competere con i più nuovi centri della zona, in parte perché non ha vicino uno svincolo autostradale, in parte perché intorno non vi è spazio sufficiente per collocare commercio big box. Nel 2001 la maggior parte del centro è stato demolito per far posto a Belmar, un insediamento misto con meno superficie commerciale ma con il doppio della cubatura. Una volta completato, esso costituirà un'estensione del downtown di Lakewood, collegato ad esso con strade e percorsi ciclopeditoni.

Park Forest, cittadina vicino Chicago, ha acquisito un mall fatiscente nel 1995, destinandone solo la metà ad uso commerciale ed inserendovi uffici, residenze, il nuovo municipio, un centro culturale e aree verdi. Attraverso un piano di medio termine (10 anni), si è attuata una operazione di **demalling**, per cui la massa gigantesca del mall è stata articolata in diversi edifici singoli, facendo passare in mezzo strade e creando un nuovo centro del tipo down town.

---

27 Uno shopping mall in declino è stato trasformato in un insediamento misto comprensivo di residenze, uffici, negozi intorno ad una esplanade centrale. Mizner Park è oggi uno degli shopping districts più di successo del paese.

28 Nel 1997, prima del rinnovo, il centro commerciale era quasi vuoto ed introverso, circondato da parcheggi. Dopo 5 anni di rivitalizzazione, una piazza prende il posto di un'area per il parcheggio, il mall viene aperto verso la strada ed una crescita graduale porterà al completamento degli spazi vuoti con tessuti edilizi e spazi pubblici.

29 Plaza Pasadena era un grosso shopping centre che interrompeva la maglia stradale tradizionale di Pasadena, California. Ormai in declino, il mall ha costituito un'occasione di demolizione e sostituzione con il Paseo Colorado, un paesaggio urbano tradizionale comprensivo di commercio e residenze.

30 Town & Country mall in San Jose, CA, era in stato di abbandono prima che la Federal Realty lo ricostruisse; oggi è un centro urbano multifunzionale.

Anche nel caso del Bayshore Mall il mall viene riconfigurato come una main street tradizionale del tipo “open air”, con zone pedonali, vetrine dei negozi verso il fronte strada e nuove funzioni di intrattenimento ma anche residenziali e terziarie<sup>31</sup>.

Di particolare interesse risulta il concetto di *demalling*, operazione sia di tipo strutturale, in quanto i negozi del mall di tipo “enclosed” vengono letteralmente ribaltati verso l’esterno, sia di tipo commerciale, individuando un target di consumatore diverso da quello che si serve di un centro commerciale.

Il mall tradizionalmente introverso diviene “estroverso” poiché nella sua massa vengono “scavate” strade e percorsi pedonali su cui affacciano i negozi, che lo avvicinano sempre più ai nuovi format “open air”<sup>32</sup>, del tipo *lifestyle centre* o *hybrid*.

---

31 [www.bayshoremilwaukee.com](http://www.bayshoremilwaukee.com)

32 Secondo l’ICSC (International Council for Shopping Centre) sono oltre 47.000 i centri commerciali oggi negli Stati Uniti; di questi il 95% di questi appartiene alla tipologia “open air”.

## 5. Scenari futuri e prospettive di breve e lungo termine

Alla luce delle tendenze e degli scenari evolutivi esteri, è necessario interrogarsi sul futuro verso il quale si stanno dirigendo le aree periferiche delle grandi città e su quale tipo di città conduce la fuoriuscita di attività dal cuore metropolitano.

Poiché gli spazi di mercato delle funzioni insediative analizzate non appaiono ancora assestati, non si possono fare delle previsioni certe sull'evoluzione del fenomeno, ma solo ipotizzare degli scenari<sup>33</sup> potenziali, sulla base dell'analisi delle tendenze in atto e di segnali, più o meno latenti, che iniziano a manifestarsi.

Il più probabile scenario sembra essere al momento quello dello sviluppo inarrestabile del fenomeno, davanti al quale non resta che cercare di mitigarne gli impatti e contenere le esternalità negative da esso generate.

In tale scenario il futuro sarà probabilmente segnato da un'accresciuta mobilità lungo i grandi canali di comunicazione tra pochi grandi poli urbano-metropolitani, in cui gli asteroidi potrebbero farla da padroni, o potrebbe essere segnato anche da una nuova, più dispersa, articolata e instabile geografia dei luoghi centrali, esito e causa delle nuove tecniche della comunicazione, della nuova struttura della temporalità e della mobilità e di una nuova geografia di valori posizionali (Secchi, 2000).

In questo scenario, accanto agli effetti ed ai costi già esaminati, potrebbe accentuarsi la privatizzazione dello spazio, contro la quale poco o niente possono le politiche fiscali e di spesa delle amministrazioni locali, che non riescono a sostenere i costi della sistemazione e gestione degli spazi pubblici.

Tenderanno quindi ad essere sempre più estese le aree destinate a pratiche collettive connesse agli acquisti ed al *loisir*, di proprietà e gestione privata, che continueranno ad organizzare il territorio secondo le proprie logiche e le proprie convenienze, diventando gli unici punti di riferimento della città contemporanea.

Lo scenario della prevalenza di significativi addensamenti funzionali, in alternanza a significative rarefazioni, potrebbe d'altronde trasformare la

---

33 Le ipotesi scenariali racchiudono sì dei limiti, poiché, come sottolinea Secchi, costruire scenari vuol dire accettare l'ignoranza e costruire uno o più ordini ipotetici tra i diversi fenomeni che investono la città, l'economia e la società per chiarirne le conseguenze, ma sono gli unici strumenti che consentono di proiettare i magneti nella città del futuro prossimo.

metropoli contemporanea nella città “diramata”<sup>34</sup>, in cui gli addensamenti sono costituiti dai magneti, che Detriagiache definisce “nuovi annodamenti” urbani, oggi contenitori isolati e privi di relazioni con l’esterno, ma che potrebbero diventare elementi di strutturazione territoriale, in grado di attrarre non solo attività economiche, ma anche residenze (Bertuglia, Stanghelli, Staricco, 2003). È il “decentramento concentrato” (Piroddi, 2005) della città policentrica in opposizione allo scenario della dispersione indiscriminata, che non ha futuro per la sua insostenibilità sotto il profilo dei costi (di infrastrutturazione, energetici, ambientali, ecc.).

E proprio sui nuovi annodamenti Detriagiache suggerisce di puntare, per una città del futuro prossimo flessibile e facilmente adattabile alle trasformazioni che la società incontrerà. *La loro evoluzione lascia sussistere i gradini precedenti, e cioè i supermercati, gli ipermercati ecc., ma l’attenzione va posta al gradino evolutivo più avanzato, gradino in cui si presentano quali luoghi di intrattenimento, quali luoghi di spettacolarizzazione, quali luoghi di grande “infollamento”, oltreché ovviamente quali luoghi di acquisto* (Detriagiache, 2003). Nel loro stadio evolutivo più avanzato essi tenderanno a diventare non solo punti di riferimento, ma anche luoghi di espressione alta, monumenti, punti di identificazione, simboli, dunque. Pertanto, secondo Detriagiache, potranno essere da una parte nodi di organizzazione di ampie parti del territorio nella città diramata, e dall’altra potranno svolgere il ruolo delle nuove “agorà”, delle nuove piazze della città.

Ma in tale scenario le nuove piazze devono essere tali in termini di urbanità e convenienza del *public realm* e non lasciate alla privatizzazione dilagante del mercato; la regia pubblica dovrebbe considerarle in quest’ottica e indirizzarle al dispiegamento di tali potenzialità in una visione strategica a lungo termine. *La sfida per i planners, per gli amministratori locali sta qui: non lasciarsi sopraffare, guardare agli effetti di lungo periodo, contrattare con gli investitori i livelli di urbanità dei loro progetti, le convenienze a beneficio della città* (Piroddi, 2005).

Ma cosa succederebbe se l’ascesa della magnetizzazione extraurbana a lungo termine subisse una battuta d’arresto o un’inversione di tendenza? Se ci fossero lasciati in eredità asteroidi dimessi o in declino, come potremmo rimediare ad un territorio martoriato da cadaveri edilizi isolati in un mare di asfalto? E soprattutto, è plausibile immaginare per gli asteroidi uno scenario diverso da

---

34 Una città “giudiziosamente diffusa” è la “città diramata” (...) La città diramata può essere intesa, in estrema sintesi, come “una situazione territoriale in cui sono riconoscibili alcuni principi d’ordine (... controllo del consumo di spazio e salvaguardia della qualità dell’ambiente) ed alcune linee di forza della forma urbana, indotte sia da un’appropriata azione normativa sia dalla coerenza con le peculiarità morfologiche del territorio”. C. S. Bertuglia, A. Stanghellini, L. Staricco (2003), a cura di, *La diffusione urbana: tendenze attuali, scenari futuri*, Franco Angeli, Milano

quello di successo previsto per i prossimi anni? Alcuni segnali lasciano presagire una risposta positiva a tale ipotesi.

Alla luce di una prospettiva storica sui consumi, per cui non è pensabile una crescita incondizionata all'infinito, un primo segnale non può che venire dalle stesse leggi del mercato: nel momento in cui inizieranno a mancare le condizioni di profittabilità economica, il fenomeno inevitabilmente subirà un rallentamento.

Lo stesso fenomeno dei *greyfields* statunitensi mostra come l'introduzione di nuovi formats commerciali e soprattutto la concorrenza possano determinare il declino dei contenitori tradizionali, con tutte le conseguenze del caso. E poiché il mercato *retail* statunitense si configura come un mercato molto più evoluto cui tende in rincorsa quello italiano, si può ipotizzare che, *mutatis mutandi*, esso potrebbe prefigurare uno scenario da non escludere nelle aree extraurbane italiane.

Un ulteriore segnale di una possibile inversione di tendenza è costituito dall'evoluzione dei centri commerciali in ambienti *lifestyle retail* e dalla conseguente affermazione del format "*lifestyle centre*", che sottende un "bisogno di città" alternativo al modello magnete-scatolone periurbano o extraurbano decontestualizzato, alienante e privo di urbanità.

Se il bisogno di città espresso dall'affermazione degli ambienti *lifestyle* costituisce un potenziale segnale di fumo, non bisogna dimenticare che lo scenario del declino potrebbe avere una matrice ancora diversa: sebbene alquanto utopica allo stato attuale, non escluderei sul lungo periodo un'opposizione al fenomeno da parte di una popolazione più consapevole, che, all'insegna del coinvolgimento e dell'autodeterminazione, riesca ad influenzare le politiche guidandole verso un'inversione di tendenza.

Certo sono forze più deboli, reazioni di tipo *bottom-up*, che, opponendosi alle forze top-down, potrebbero spingere verso processi più adattivi, verso progetti incrementali, che tendono alla costruzione di un futuro che metabolizzi le novità attraverso il filtro dei "luoghi" (Piroddi, 2005).

Alcuni movimenti *bottom-up* sono già presenti ed attivi in paesi come gli Stati Uniti o la Gran Bretagna: alcuni esempi sono rappresentati da movimenti di tipo smart growth<sup>35</sup> o da associazioni come la britannica Tescopoly, che hanno lo scopo di fornire informazioni, creare delle reti e promuovere campagne che possano evidenziare gli impatti del fenomeno sull'economia e sulle comunità

---

35 I movimenti smart growth si basano sui seguenti principi: mix funzionale, tessuti compatti, varietà nell'opportunità e nelle scelte di abitazioni, quartieri pedonali, comunità distintive con un forte senso del luogo, preservazione degli spazi aperti e delle bellezze naturali, varietà di scelta nei trasporti, collaborazione di comunità e stakeholders nelle decisioni sullo sviluppo. Da The Smart Growth Network (2006) "This is smart growth", [www.smartgrowth.org](http://www.smartgrowth.org)

locali. A questi si aggiungono gruppi di quartiere con l'obiettivo di proteggere le attività a radicamento locale, come i Residents for Responsible Growth di Lake Placid, New York, i Friends of Fastaff's Future in Arizona o i Citizens for Responsible Development di Northfield, Minnesota.

In alcuni casi le campagne oppositive di Tescopoly hanno portato ad un ampio coinvolgimento delle comunità locali, influenzando in modo determinante le scelte delle amministrazioni coinvolte. Ad esempio la campagna contro il progetto Tesco per un supermercato da 8.000 mq su dei campi da gioco a Trafford, nell'area metropolitana di Manchester, ha portato alla partecipazione delle comunità locali nell'inchiesta pubblica tenutasi a settembre 2006, a seguito della quale il Planning Inspectorate ha rigettato il progetto<sup>36</sup>.

## 5.1 Contenimento e mitigazione immediata delle esternalità negative

In ambito estero alcune amministrazioni, prevalentemente statunitensi, hanno iniziato a mettere in atto delle strategie di contenimento e mitigazione degli impatti, basate su limiti dimensionali, regole di progettazione architettonica, studi di impatto ambientale ed economico, prevalenza pedonale, trasporto collettivo, integrazione ed ecosostenibilità.

Tali strategie devono poter rispondere a dei livelli prestazionali "a monte" e "a valle" del fenomeno, da una parte facendo fronte ad una necessaria mitigazione della situazione attuale e del futuro prossimo, dall'altra facendosi carico degli scenari di lungo termine ipotizzati – magneti come nuovi annodamenti urbani e magneti in declino – favorendo le potenzialità di rigenerazione e/o strutturazione territoriale e prevenendo gli impatti negativi della dismissione attraverso la flessibilità.

Per quanto attiene i tentativi di mitigazione attraverso requisiti di composizione architettonica e di scelta dei materiali<sup>37</sup>, è doveroso riconoscere che, pur contribuendo ad un migliore risultato estetico rispetto al semplice modello alienante della *boite a vendre*, essi risultano però semplicemente dei palliativi,

---

36 Dal sito web [www.tescopoly.org](http://www.tescopoly.org)

37 Fort Collins nel Colorado è stato tra i primi ad adottare linee guida e regolamenti da applicare a nuovi insediamenti commerciali relative alle caratteristiche architettoniche dell'edificio; ai colori ed ai materiali della struttura base; alle connessioni con l'ambiente circostante e gli abitanti; ai flussi di traffico pedonale; ai parcheggi. Sul suo esempio, altre amministrazioni hanno adottato regole del tutto simili; tra queste si possono annoverare le città di Sequim (Washington), Tucson (Arizona), Easton (Maryland), Somerset County (New Jersey), Lexington e Georgetown (Kentucky), Bennington (Vermont), Madison (Wisconsin).

meri *embellissements*, che ben poco contribuiscono alla gestione del fenomeno e dei suoi effetti ed alla risoluzione delle problematiche da essi innescate.

Molto più interessanti risultano invece gli indirizzi sulla circolazione pedonale e sulla presenza dello spazio collettivo, che racchiudono *in nuce*, una potenziale risposta al “bisogno di città” da più parti espresso ed un tentativo di ribaltamento della introversione degli asteroidi verso l'esterno e di una maggiore interrelazione con il contesto.

Altri interventi di mitigazione possono comprendere la definizione di limiti dimensionali<sup>38</sup>, soprattutto in situazioni di asteroide non isolato in modo da riproporzionare il relativo bacino d'utenza e dimensionare l'attrezzatura al livello di omologia adeguato.

La definizione di limiti dimensionali può inoltre determinare un frazionamento delle strutture che, se opportunamente gestito, può condurre ad impianti di grana più fine e più vicini ad una forma di tessuto che più facilmente possa rapportarsi al contesto ed in cui trovino spazio anche aree pedonali, piazze, passage, luoghi per l'incontro e la socialità. Questa logica si trova in linea con le tendenze ad impianti di tipo *lifestyle* e *open air* che grande successo iniziano a riscuotere presso i consumatori e con il ritorno degli insediamenti commerciali all'interno di aree urbane consolidate, in cui il frazionamento consente la riproposizione di *main street* gestite come centri commerciali, ma formate da più edifici di dimensioni ridotte, alternati a spazi aperti al pubblico.

Al fine di contenere il consumo e l'impermeabilizzazione del suolo, sembrano invece indispensabili dei limiti all'estensione dei parcheggi in superficie, da compensare attraverso l'introduzione di piani interrati sotto le stesse attrezzature e/o la realizzazione di silos multipiano; una riduzione dei parcheggi superficiali, oltre a generare benefici in termini ambientali, consentirebbe un dialogo con il contesto, superando la logica separatista della buffer zone

---

38 Già nel 1973 la Francia con la legge Royer aveva fissato il limite di 1.000 mq (o 1.500 mq in città con più di 40.000 abitanti) oltre il quale l'apertura di grandi strutture di vendita era sottoposta alla preventiva autorizzazione delle Commissions Départementales d'Urbanisme Commercial.

Negli Stati Uniti i limiti dimensionali si innalzano proporzionalmente al carattere extra large del fenomeno, per cui troviamo superfici massime di 4830 mq a Walpole nel New Hampshire o limiti che si innalzano a 6500 mq a Coconino County in Arizona. Un ulteriore approccio è rappresentato dai limiti imposti alla superficie coperta (footprint) dei nuovi centri. A Gaithersburg nel Maryland, un'ordinanza consente anche punti vendita più grandi ma limita la superficie coperta a 7430 mq. A Madison nel Wisconsin lo standard massimo è fissato in 10.000 mq, ma vengono comunque concesse deroghe nei casi di: insediamento multipiano, multifunzionale o con parcheggi interrati; gestione delle acque di scarico con proprio impianto di depurazione e vasca di contenimento; progettazione finalizzata al risparmio energetico; progettazione edilizia ecologica; coperture a verde.

d'asfalto quale unico spazio di mediazione con l'intorno. Le rimanenti aree di parcheggio in superficie dovrebbero comunque essere alberate o ombreggiate per ridurre la temperatura dell'asfalto e realizzate con pavimentazioni permeabili (porose, cellulari, a giunti aperti) e di sperimentazione innovativa come quelle fotocatalitiche ad assorbimento delle particelle inquinanti od elastiche per la riduzione dell'inquinamento acustico.

L'aumento della permeabilità delle superfici è strettamente legato alla tutela delle acque superficiali e sotterranee da perseguire anche attraverso la riduzione del deflusso delle acque piovane con l'immagazzinamento ed il riciclaggio a scopo irriguo e l'installazione di sistemi di raccolta e filtraggio degli oli provenienti dai piazzali di parcheggio; la fitodepurazione rappresenta un campo applicativo di grande interesse per una sperimentazione ecocompatibile della riduzione del fabbisogno idrico per l'irrigazione<sup>39</sup>.

Il consumo di risorse territoriali potrebbe inoltre essere ridotto attraverso dei limiti alla massima superficie coperta degli edifici, in modo da evitare un'estensione orizzontale su un unico piano e favorire invece uno sviluppo verticale su più piani.

L'autosufficienza energetica costituisce un ulteriore ingrediente necessario a rendere l'asteroide più sostenibile. L'applicazione di fonti energetiche alternative rinnovabili può contribuire in modo significativo alla riduzione dei costi relativi ai consumi energetici e ben si presta all'integrazione edilizia nei magneti periurbani: questi ultimi, presentando spesso uno sviluppo orizzontale tale da determinare un'elevata estensione superficiale delle coperture, potrebbero incorporare numerosi moduli fotovoltaici per la conversione di energia solare in energia elettrica, con uno sgravio considerevole sui costi di gestione di servizi pubblici quali l'illuminazione.

Inoltre l'introduzione di lucernari e di sistemi di regolazione dell'illuminazione artificiale consentirebbe un risparmio sull'illuminazione interna degli edifici, sfruttando prevalentemente quella naturale. Il controllo climatico finalizzato alla riduzione del fabbisogno di riscaldamento e di condizionamento costituisce un ulteriore sistema di risparmio energetico che può trovare applicazione negli insediamenti terziari.

---

<sup>39</sup> Esempi significativi sono rappresentati dai Wal Mart sperimentali a McKinney (Texas) e Aurora (Colorado), per tutela delle acque superficiali e sotterranee grazie alla presenza, tra l'altro, di un canale piantumato – bioswale – ed alla fitodepurazione, per l'applicazione di energie rinnovabili (turbina eolica, pannelli fotovoltaici), per i sistemi di riciclaggio, il controllo climatico degli ambienti interni ed il trattamento dei rifiuti. [www.walmartfacts.com](http://www.walmartfacts.com). Per rimanere in Italia, il centro servizi Vulcano Buono di Nola, progettato da Renzo Piano, riserva grande attenzione alla sostenibilità ambientale: attorno alla struttura nascerà un enorme parco verde, con oltre 2000 alberi. Inoltre propone per l'attrattore funzionale un'idea morfologica alternativa a quella della *boite à vendre*.

Infime misure di mitigazione dovrebbero comprendere un'attenzione particolare al trattamento dei rifiuti, puntando ad una riduzione a monte degli stessi, a partire dall'imballaggio fino allo smaltimento o all'eventuale riciclaggio<sup>40</sup>. I sistemi di riciclaggio dovrebbero poi comprendere anche i materiali di risulta derivanti dalla costruzione ed i rifiuti solidi da trasformare eventualmente in compost.

## 5.2 Sviluppo, rallentamento o abbandono: alla ricerca di attrattori sostenibili

Nello scenario dell'ipotetico arresto del fenomeno, la periferia delle metropoli contemporanee rischia di ritrovarsi con un patrimonio costruito in crisi, che, dopo aver sparso un po' ovunque i propri impatti, deve essere rottamato, sostituito o, nel migliore dei casi rifunzionalizzato, con ulteriori aggravii economici ed ambientali.

Azioni di mitigazione preventiva, del tipo *demolition bond*, possono contribuire alla creazione di un fondo per sostenere i costi derivanti da un mancato utilizzo della struttura e permettere l'acquisizione dell'edificio, la sua rifunzionalizzazione o la sua demolizione.

Ma ancor più conveniente sarebbe tagliare "a monte" tali costi, evitando di dovere ricorrere alla demolizione.

In questo caso il requisito indispensabile è rappresentato dalla flessibilità e dalla capacità adattiva delle strutture edilizie di mutare a seconda delle trasformazioni – comportamentali, sociali, economiche, politiche - che potrebbero intervenire intorno ad esse.

Un requisito per rendere questi pezzi di periferia più flessibili e riciclabili potrebbe essere la smontabilità dei loro componenti, sulla scia di quanto è stato realizzato all'ultima esposizione mondiale di Aichi, in Giappone. In questo caso i padiglioni sono costituiti da moduli standardizzati aggregabili, facilmente smontabili e riutilizzabili per altre funzioni (ad esempio come magazzini o depositi di materiali, ecc.) al termine dell'esposizione.

Il sistema modulare aggregabile e smontabile potrebbe trovare una proficua applicazione nel caso degli asteroidi, per consentirne un riuso flessibile in caso

---

40 Il sistema di stoccaggio della plastica di risulta utilizzato nei Wal Mart sperimentali costituisce un esempio di come la questione possa essere affrontata con benefici in termini di mitigazione ambientale (riduzione del legno impiegato per i container e dei volumi necessari per il trasporto).

di declino o uno smantellamento parziale o totale, senza gravosi costi di demolizione.

Nello scenario degli “annodamenti urbani”, altri requisiti si rendono invece necessari per una sostenibilità di lungo termine: per diventare nodi di strutturazione territoriale e nuove piazze della città diramata, i magneti periferici dovrebbero comprendere gli elementi essenziali delle centralità: trasporto collettivo, mix funzionale ed impianti compatti del tipo *demalled*.

Il decentramento “concentrato” delle centralità non può prescindere dalla presenza di modalità di trasporto alternative al mezzo privato, primo tra tutte il trasporto pubblico su ferro, in modo da ridurre drasticamente gli effetti negativi della mobilità privata e determinare una riagglomerazione della città attorno ai nodi di interscambio.

Un modello policentrico, che privilegi l’addensamento e il raggruppamento funzionale in corrispondenza dei nodi e dei principali corridoi di trasporto pubblico e che realizzi una migliore connessione trasportistica tra centri del suburbio così da valorizzare le relazioni intra-periferiche e ridurre la dipendenza dalla città centrale, sembra poter favorire processi di autocontenimento casa-lavoro e spostamenti extra-lavorativi più brevi, con positive ricadute globali e locali: minor consumo di energia, minori emissioni inquinanti, migliore qualità della vita (Gibelli, 2002).

La presenza dei nodi di trasporto collettivo sortirebbe quindi risultati molteplici:

- consentirebbe la riduzione dei costi ambientali delle esternalità negative derivanti dalla mobilità privata verso una più sostenibile “fuoriuscita dal ciclo dell’automobile” (Piroddi, 2005);
- costituirebbe il prerequisito per la costituzione dei poli di strutturazione territoriale, in grado di attrarre non solo attività economiche, ma anche residenze;
- permetterebbe un’accessibilità democraticamente allargata ai nuovi annodamenti urbani da parte di fasce più ampie di popolazione;
- riavvicinerebbe i magneti periferici ed extraurbani alla città, creando delle forti relazioni strutturanti con essa, anche se non di prossimità, in alternativa al semplice legame automobilistico della situazione attuale.

Il trasporto collettivo deve poi essere accompagnato da una *mixité* di funzioni, che superi la specializzazione concentrata in favore di una più ampia gamma di alternative per creare attrattiva, vivacità, “effetto città”, per prevenire i rischi dell’obsolescenza dei format commerciali monofunzionali e per generare un’alternanza proprietaria e gestionale, anche attraverso partnership tra settore

pubblico e privato, che superi l'attuale predominanza della privatizzazione. La *mixité* funzionale può riguardare sia l'integrazione all'interno del magnete, sull'esempio degli *shopping and leisure centre* stranieri<sup>41</sup>, sia la combinazione del magnete con direzionalità e/o attrezzature pubbliche (biblioteche, centri civici, attrezzature sanitari, ecc.) nell'intorno.

Ciò consentirebbe al settore pubblico di riappropriarsi del ruolo di regista delle trasformazioni territoriali all'interno di una concertazione e negoziazione vera con gli operatori economici ed i soggetti coinvolti nel processo.

Infine una sostenibilità a medio e lungo termine non potrebbe prescindere da impianti compatti del tipo *demalled* all'insegna della pedonalità, in cui l'attrezzatura non si stagli nel territorio chiusa ed introversa, ma si proietta all'esterno attraverso un dialogo con gli elementi dell'urbanità: piazze, percorsi, giardini.

La presenza di spazio pubblico e di relazione, così come di connessioni pedonali, diventa fondamentale per il superamento della logica dell'enclave che costringe il fruitore a prendere la macchina anche per percorrere brevi e brevissime distanze<sup>42</sup>.

Il successo dei *lifestyle centres* conferma che impianti più vicini al tessuto urbano rispondono meglio al bisogno di città ed alla ricerca di un luogo attraente per le relazioni sociali; inoltre consentono una migliore relazione con parti di città preesistenti o di potenziale sviluppo futuro.

Il *demalling* non dovrebbe dunque essere un rimedio ex post al recupero di attrezzature ormai prive di attrattiva, ma un *concept* da applicare a monte della progettazione.

### 5.3 La gestione della fuoriuscita: una questione di politiche

La fuoriuscita di attività dal cuore metropolitano e la conseguente "magnetizzazione" periferica costituiscono un fenomeno *in fieri* di grande complessità, sia per le ricadute territoriali, economiche ed ambientali che per i risvolti legati ai comportamenti sociali che esso innesca. Inoltre inserendosi in

---

41 Il West Edmonton canadese ospita uffici postali e municipali, biblioteche, eventi culturali e viene considerato un "mega centro sociale". Il Metrocentre britannico comprende una stazione ferroviaria, una stazione degli autobus, una chiesa, un centro medico, banche, un hotel ed un insediamento residenziale intorno.

42 Nel Regno Unito il 57% degli spostamenti in automobile si effettua per meno di 8 km, in Francia il 50% per meno di 3 km, in Spagna il 25% per meno di 2 km.

un quadro fenomenologico evolutivo di tipo globale consente di riflettere non solo su caratteri propriamente locali, ma anche su questioni generali di futuribilità e sostenibilità urbana.

Proprio per la rilevanza e la complessità del fenomeno nello sviluppo e nella trasformazione territoriale, non si può pensare di affrontare la questione solamente attraverso interventi puntuali di carattere urbanistico o addirittura architettonico. Certe tendenze, *che hanno a che fare col modello di produzione, di consumo e di controllo si combattono a monte, nell'arena della politica. L'urbanistica e l'architettura devono fare i conti con le tendenze già in atto, già entrate nel grande cantiere della città* (Piroddi, 2005).

Eppure il rapporto degli “asteroidi” con il territorio non è stato ancora preso in considerazione con la dovuta cura ed appropriatezza soprattutto da coloro i quali sono deputati alla gestione dei fenomeni urbani; mancano argomentazioni e riflessioni sulle strategie di sviluppo, contenimento o indirizzo delle funzioni terziarie nel territorio, sugli effetti prodotti dalla grande distribuzione, sulle valenze sociali, relazionali ed economiche che un insediamento di questo tipo può determinare e sulle esternalità negative da esso generate.

Elementi spesso prevedibili vengono invece trascurati o sottovalutati, per una sostanziale carenza di strumenti di conoscenza del fenomeno, che investe sia le sfere decisionali della politica della città sia le collettività locali.

Tale inconsapevolezza, unita al timore per la fuga di capitali, porta i soggetti pubblici ad essere perdenti o succubi nel confronto negoziale con le potenze economiche, dotate di molte più informazioni sulla domanda potenziale, sulla redditività delle aree, sulla accessibilità. L'eccessiva subalternità culturale del pubblico rispetto al privato impedisce una visione strategica di lungo termine che travalichi la vita “breve” degli investimenti di mercato, limitata alla durata del rendimento dell'investimento stesso.

Gli stessi interventi normativi, come sottolinea Indovina, per esercitare tutta la loro efficacia hanno bisogno di piena consapevolezza dei processi in atto; politiche generiche rischiano, infatti, il fallimento<sup>43</sup>.

Occorre quindi rafforzare gli strumenti di conoscenza del fenomeno per migliorare il ruolo di indirizzo, valutazione e programmazione che i soggetti pubblici possono e devono giocare nel settore delle politiche terziarie e del loro rapporto con il territorio.

---

43 I. Indovina, “È necessario “diramare” la città diffusa? Le conseguenze sul governo del territorio di un chiarimento terminologico”, in C. S. Bertuglia, A. Stanghellini, L. Staricco, a cura di, *La diffusione urbana: tendenze attuali, scenari futuri*, Franco Angeli, Milano 2003

L'attuazione di un processo preventivo di valutazione integrata delle politiche e delle azioni di programmazioni consentirebbe, ad esempio, di implementare le informazioni a disposizione dell'amministrazione pubblica per una maggiore consapevolezza decisionale, in una visione strategica all'insegna della sostenibilità di lungo periodo. In quest'ottica la Valutazione Ambientale Strategica, in quanto processo interattivo da condurre parallelamente alla pianificazione per individuare preventivamente limiti e opportunità e la conseguente precisazione di opzioni possibili di trasformazione territoriale, potrebbe costituire un utile strumento di conoscenza.

*“La frammentazione amministrativa e, in particolare, la spesso debole o inesistente interazione tra pianificazione urbanistica e pianificazione di settore; la predominanza dell'azione comunale in materia di pianificazione spaziale, e la simmetrica debolezza della pianificazione strategica di area vasta; una fiscalità locale che spesso contribuisce ad esacerbare cumulativamente processi di specializzazione e segregazione spaziale, di doppia velocità, di declino di porzioni della città centrale, grazie all'imponente voce di entrata costituita dagli oneri urbanizzativi, dalle imposte sugli immobili e dal gettito fiscale proveniente dalle attività economiche di nuovo insediamento: tutti elementi che hanno incoraggiato politiche urbanistiche egoistiche e competitive, e scoraggiato la concertazione intercomunale”* (Gibelli, 2002).

Il livello strategico delle politiche dovrebbe invece estendersi alla effettiva scala territoriale su cui si propagano gli effetti del fenomeno e, allo stesso tempo, dovrebbe garantire forte sinergia e interazione tra piani e progetti di settore. Pertanto non può limitarsi al solo livello comunale, ma investire un quadro di riferimento territoriale transcalare ed una regia strategica sopralocale.

La transcalarità deve inoltre essere accompagnata dall'intersectorialità delle politiche, da quelle della mobilità a quelle degli usi del suolo, a quelle della distribuzione spaziale dei servizi; in particolare essa risulta fondamentale per una migliore integrazione tra le scelte di localizzazione di grandi funzioni e le reti del trasporto pubblico.

Ad oggi la scelta di mobilità su mezzo privato è spesso resa quasi obbligatoria dalla bassa qualità prestazionale del servizio pubblico. Ma il problema non può essere risolto unicamente attraverso un'offerta trasportistica pubblica più efficiente; *in assenza di indirizzi cogenti di pianificazione fondati su un principio di ottimizzazione delle risorse territoriali e delle opportunità insediative generate dalla rete di trasporti pubblici, la propensione per localizzazioni diffuse rende irreversibile la scelta di mobilità su mezzo privato* (Gibelli, 2002).

In quanto processo che travalica i confini amministrativi dei singoli comuni, la transcalarità e l'intersectorialità delle politiche comporta un coordinamento sia

verticale – tra i diversi livelli di governo del territorio - che orizzontale – tra i diversi settori d'intervento -, finalizzato a:

- garantire efficienza, coerenza e compatibilità delle scelte insediative di microscala;
- costruire consenso attraverso forme adeguate di mitigazione e compensazione economica per le collettività locali penalizzate dall'insediamento di funzioni indesiderabili;
- garantire che, su questioni non negoziabili per la loro rilevanza etica, le scelte locali si conformino all'interesse generale (Gibelli, 2002).

La necessità di affrontare il tema del governo delle risorse generate e delle esternalità indotte ad un scala territoriale adeguata, che non è mai quella comunale, non deve far pensare a nuovi livelli di governo specifici per questa funzione, ma piuttosto promuovere, sostenere, premiare l'associazionismo tra comuni e la formazione di partenariati con altri soggetti.

Le intese di questo tipo si potrebbero rivelare utili per limitare la competizione tra comuni, che puntano ad attrarre sul proprio territorio nuovi insediamenti commerciali per acquisire vantaggi diretti di natura fiscale e occupazionale, ma che spesso scaricano all'esterno del loro territorio gran parte degli impatti territoriali di questi insediamenti.

Un esempio interessante è costituito in Francia dalla legge Chevenement che ha introdotto, a livello comunale, la *taxe professionnelle unique*, un prelievo fiscale unificato sulle attività economiche di nuovo insediamento al fine di scoraggiare la competizione atomistica tra comuni per l'attrazione di attività economiche e consentire una maggiore coerenza fra scelte localizzative e offerta di accessibilità.

La partecipazione a relazioni interscalari e multisettoriali deve essere inoltre estesa simultaneamente ad operatori economici, attori urbani e comunità locali. Occorre infatti attuare politiche che coinvolgono gli abitanti e le imprese nella gestione del territorio, per *costruire, governare, legittimare dal basso per renderlo "sostenibile" un modello di città voluto e non casualmente generato* (Peano, Spaziente, 2003).

Le politiche dovrebbero puntare alla costruzione di una "visione condivisa", attraverso un processo di identificazione e selezione degli obiettivi strategici di lungo periodo, in cui coinvolgere la collettività locale che, se adeguatamente informata e sensibilizzata, *potrebbe modificare anche sensibilmente le proprie preferenze insediative e i propri stili di vita abitativi e di mobilità, sulla base della percezione di vantaggi collettivi e di lungo periodo che possono sfuggire alle singole decisioni individuali* (Gibelli, 2002).

Soprattutto se si verificherà lo scenario prospettato da Secchi per cui “il futuro sarà probabilmente segnato da una sempre maggiore consapevolezza delle nostre responsabilità nei confronti dell’ambiente, sia nei suoi aspetti più generali e pervasivi indicati solitamente con i termini di global change, sia nei suoi aspetti più specifici e locali, come la tutela dal rischio idrogeologico o la difesa da ogni forma di inquinamento”.

Accanto al coinvolgimento della collettività, “la visione condivisa” va inoltre negoziata e concertata con la forza trainante degli attuali processi di deterritorializzazione: il mercato.

Oggi il mercato riesce a funzionare meglio a scala globale, se riesce ad escludere l’intervento di entità territoriali intermedie. Perciò esso rompe le barriere protettive di queste ultime, le frammenta e riterritorializza questi frammenti come nodi di reti globali (Dematteis, 2003). Pertanto occorrono politiche che riescano a scardinare la logica della deterritorializzazione in favore di una contestualizzazione responsabile.

La partita con il mercato non va elusa, ma affrontata con gli strumenti adatti; innanzi tutto evitando una opposizione frontale, destinata all’insuccesso, ma puntando su una concertazione negoziata – processo che Peter Hall definisce “*planning with the market, not against the market*” –, attraverso cui ottenere scambi più vantaggiosi e benefici a costo zero per le comunità locali.

Se le politiche devono fare riferimento a una visione della città e del territorio di lungo periodo, di scala sovracomunale ed integrata per raccordare la dimensione economica con quella sociale e con quella ambientale, gli strumenti urbanistici tradizionali appaiono inadeguati.

Lo strumento più indicato per far convivere conoscenza, transcalarità, intersettorialità, partecipazione e concertazione sembra essere allora la pianificazione strategica.

Caratterizzata dal fatto di collocare le scelte di breve periodo in un quadro decisionale di medio-lungo periodo, di considerare sistemi territoriali di scala vasta, e di aspirare ad integrare le politiche di settore in politiche globali, la pianificazione strategica si pone come obiettivo principale la costruzione di visioni condivise, attraverso un processo di partecipazione; pertanto appare come lo strumento più adatto per dare espressione a quelle politiche capaci di influenzare le sorti del fenomeno “asteroidi”.

La pianificazione strategica, attraverso la costruzione di una visione condivisa, può svolgere un duplice ruolo: da una parte favorire l’integrazione intersettoriale tra le politiche e tra i diversi livelli di governo del territorio, dall’altra innescare un processo di apprendimento collettivo in cui gli attori urbani possano acquisire consapevolezza dei costi economici, ambientali e

sociali ed individuare le strategie e le azioni che ogni attore può attuare per la costruzione degli annodamenti urbani in una città flessibile e facilmente adattabile alle trasformazioni.

Una cosa è certa: per trasformare i nuovi magneti periferici in annodamenti urbani flessibili e facilmente adattabili, la gestione della sostenibilità a medio e lungo termine non può che essere una questione di politiche.

## **Bibliografia**

- G. Amendola, *La città postmoderna. Magie e paure della metropoli contemporanea*, Laterza, Bari 1997
- C. S. Bertuglia, A. Stanghellini, L. Staricco, a cura di, *La diffusione urbana: tendenze attuali, scenari futuri*, Franco Angeli, Milano 2003
- S. Boeri, "USE (Uncertain States of Europe). Note per un programma di ricerca", in *La città europea del XXI secolo*, Skira, Milano 2002
- R. Camagni, M. C. Gibelli, P. Rigamonti, *I costi collettivi della città dispersa*, Alinea 2002
- A. Cappuccitti, E. Piroddi, "Morfogenesi dello spazio urbano: profilo di una ricerca", in *Urbanistica* n. 123 del 2004, pp.42-53
- A. Cappuccitti, I. Scarso, "Funzioni morfogenetiche, centralità, nuovi attrattori nel periurbano di Roma: percorsi di ricerca" in P. Piazza (a cura di), *Densità e dispersione dell'insediamento nell'analisi e nella pianificazione urbana*, Ed. Kappa, Roma 2006
- C. J. Chung, J. Inaba, R. Koolhaas, S. T. Leong (a cura di), *Harvard design school guide to shopping*, Taschen, Koln 2001
- G. Codato, E. Franco (a cura di), *Un futuro per le aree commerciali dimesse: il riuso dei bigbox statunitensi*, 2005 [infocommercio.it](http://infocommercio.it)
- Congress for the New Urbanism, *Greyfield Regional Mall study*, gennaio 2001
- Congress for the New Urbanism, *Greyfields into Goldfields: from falling shopping centers to Great Neighborhoods*, 6 luglio 2004
- A. Corboz, *Ordine sparso*, Franco Angeli, Milano 1998
- P. Desideri e M. Ilardi (a cura di), *Attraversamenti*, Costa & Nolan, Genova 1997
- A. Detragiache, *Dalla città diffusa alla città diramata*, Franco Angeli, Milano 2003
- F. Fratini, *Idee di città. Riflettendo sul futuro*, Franco Angeli, Milano 2000
- J. Garreau, *Edge city. Life on the new frontier*, Anchor books, New York, 1991
- D. Harvey, *La crisi della modernità*, Il Saggiatore, Milano 1993

- D. Hayden, A field guide to sprawl, Norton, New York 2004
- R. Ingersoll, Sprawltown, Meltemi, Roma 2004
- M. Lowe, Britain's Regional Shopping Centres: New Urban Forms?, in Urban Studies, Vol. 37, No. 2, 2000
- G. MacLeod, ICRRDS, University of Durham, Privatizing the city? The tentative push towards edge urban developments and gated communities in the United Kingdom, August 2003
- C. Mattogno (a cura di), Idee di spazio, lo spazio nelle idee. Metropoli contemporanee e spazi pubblici, Franco Angeli, Milano 2002
- A. Petrillo, La città perduta. L'eclissi della dimensione urbana nel mondo contemporaneo, Dedalo, Bari 2000
- E. Piroddi, Dinamiche Urbane e Valori Storici, 49° Congresso Mondiale IFHP - Roma, 2-5 ottobre 2005
- G. Ritzer, La religione dei consumi, Il Mulino, Bologna 2000
- I. Scarso, "Magnetismi urbani e centralità nella periferia romana", in L'ingegnere n° 5, Ed. Mancosu Roma 2006
- I. Scarso, "Una main street di asteroidi", in Gomorra n. 9 – Grande Raccordo Anulare, Meltemi, Roma 2005
- I. Scarso, "Asteroidi nella periferia romana", in AR n° 73/2007
- B. Secchi, Prima lezione di urbanistica, Laterza, Bari 2000
- M. Sorkin (a cura di), Variations on a theme park. The new American city and the end of public space, Hill and Wang, New York 1992
- P. Underhill, Antropologia dello shopping. Il fascino irresistibile dei centri commerciali, Sperling & Kupfer, Torino 2004
- AA.VV., Commercio e città (APT n°11), Celid, Torino, 2004

## Fonti di informazione

Atlanta Regional Commission, ARC toolkit: Greyfield redevelopment, 16 ottobre 2002, [www.atlantaregional.com](http://www.atlantaregional.com)

C. E. Beaumont, L. Tucker, Big-Box Sprawl (and How to Control It), in *Municipal Lawyer*, vol 43, No. 2, Marzo/Aprile 2002

K. M. Chilton, Greyfields: the new horizon for infill and higher density regeneration, Southeast Regional Environmental Finance Center, EPA Region 4, University of Louisville, 2005

J. Christensen, How Communities re-using the big box, [www.bigboxreuse.com](http://www.bigboxreuse.com), 2004

P. Hochstein, The ART of Demalling, in *Retail Traffic* 1 maggio 2003

A. Hurley, Empty boxes. As Kmart's signature blue lights fade, what will happen to vacant big-box stores?, *Preservation Online*, 15 marzo 2002

S. Max, Malls: Death of an American icon, *CNN/Money* del 24 luglio 2003

M. G. Meda, Topolino urbanista, in *La Repubblica delle Donne/supplemento de La Repubblica*, 11 dicembre 2004

S. Mitchell, The impact of Chain Stores on Community, Conferenza annuale della America Planner's Association, 2000

S. Mitchell, J. Milchen, Littering America with Dead Malls and Vacant Superstores, *Reclaim Democracy*, 2002

P. Moran, Filling Vacant Big Box Space May Take More Than Change of Perspective, [www.specialtyrealestate.com](http://www.specialtyrealestate.com), ottobre 2001

M. Morford, One Happy Big-Box Wasteland, in *San Francisco Gate*, 17 agosto 2005

NEF New Economics Foundation, Clone Town Britain, 2004, [www.neweconomics.org](http://www.neweconomics.org)

M. Weaver, High Street Blues, in *The Guardian*, 16 febbraio 2006

A. Zampaglione, La vita è al centro, in *D La Repubblica delle Donne* n°479 del 10 dicembre 2005

City of Fort Collins, Design standards & guidelines for large retail establishments, 1995

CITTALIA

00185 Roma  
Via dei Prefetti 46  
[www.cittalia.it](http://www.cittalia.it)

ISBN 978-88-6306-002-7