

IL CASO DELLA VALPOLCEVERA, NEL PONENTE LIGURE, MOSTRA UN ESEMPIO POSITIVO DI RIQUALIFICAZIONE URBANA. LA NUOVA SFIDA È IL MARKETING URBANO

Sulle macerie di capannoni deserti e fatiscanti il verde dei parchi e le nuove imprese dell'innovazione. Dove si produceva ferro e acciaio, ora si sviluppano centri culturali e silicio. Al posto di silos decrepiti, lungo le banchine abbandonate, moderni «waterfront». Da Nord a Sud le città italiane cercano di riscattarsi dalle ferite lasciate dalla crisi industriale e riempiono aree dismesse, periferie degradate, vecchie banchine portuali, centri storici cadenti, di nuove funzioni, produttive, culturali ed estetiche. A sottolineare con una insolita enfasi i cambiamenti che stanno attraversando i nostri centri urbani è il Censis, (Centro Studi di Investimenti Sociali) che nei giorni scorsi ha presentato un'ampia ricerca sui progetti di riqualificazione urbana in corso lungo la penisola.

Le cifre mettono in luce una grande officina al lavoro in almeno una trentina di città. In tutto ammontano a circa 10 mila miliardi, per lo più pubblici ma anche privati, gli interventi di riqualificazione previsti in Italia: 5690 in otto metropoli, 2900 in 21 città medie e 595 in sette centri minori. Finora la città che ha messo di più in cantiere e ha già effettivamente investito la quota maggiore di capitali è Genova, (1507 miliardi investiti), seguita da Torino, Roma, Firenze, Venezia e Bologna. Non a caso nella ricerca del Censis l'attenzione è puntata proprio su Genova e soprattutto sul modello dei nuovi insediamenti in Valpolcevera, la «piccola Ruhr» come l'ha definita il direttore del Censis Giuseppe Roma per l'analogia con il processo di trasformazione che ha interessato la «grande Ruhr» dopo la crisi della siderurgia. «Se qualcuno mi chiede esempi di ripresa in Italia, lo indirizzo subito a Genova, lì si capisce subito che le città stanno muovendo».

Tra gli otto interventi in corso nel capoluogo ligure, quello della Valpolcevera si riferisce ad un'area di crisi di 700 ettari lungo il ponente genovese, dove fino alla fine degli anni Ottanta dominava la grande industria, l'Italsider,



Due immagini dell'ex area industriale di Bagnoli, trattate dal volume «Bagnoli, una fabbrica», di Raffaella Mariniello. In basso: Genova

la quale ha lasciato il centro, contrariamente a quelle che è avvenuto per esempio a Milano, con il raddoppiamento della Statale e del Politecnico rispettivamente nelle aree dismesse della Bicocca e della Bovisio.

Se Genova è un esempio di punta, Giuseppe Roma sottolinea come la metamorfosi sia visibile su tutto il territorio nazionale: «Se uno è stato a Salerno tre anni fa e ci ritorna oggi, il lungomare non lo riconosce più, grazie ad un lavoro di radicale riqualificazione». Lo stesso si può dire di Sesto San Giovanni, che sulle ceneri della grande industria sta risorgendo come polo di imprese innovative, o Porto Marghera, dove accanto al risanamento ambientale si sta realizzando un parco Scientifico e Tecnologico: «Tutta una serie di progetti partiti dalla crisi industriale del Centro Nord negli anni Ottanta dopo

una lunga gestazione negli ultimi due anni si sono rimessi in moto e direi che il fattore più importante è che ingenerale le città scelgono di partire dalle loro periferie per rilanciare la loro funzione».

Come mai tanto inconsueto attivismo? Le ragioni, secondo Roma, sono tre. La prima, banale, è il tempo che passa, e che porta finalmente a conclusione iter burocratici lentissimi, risolve conflitti, chiude trattative. «Le altre ragioni sono più importanti, e riguardano un cambiamento culturale diffuso, che ha interessato sindacati e amministratori. All'origine del cambiamento c'è la crisi occupazionale degli anni Ottanta: si è capito che per farvi fronte era necessario non conservare l'esistente, ma riattivare le città attraverso forme diversificate di attività, che è poi ciò che accomuna molti degli interventi di riqualificazione urbana».

È la nuova frontiera del marketing urbano, che spinge gli amministratori, galvanizzati e responsabilizzati dalla nuove legge di elezione diretta, ad impegnarsi con un piglio decisionistico inedito per rilanciare il marchio delle proprie città. «Siamo ancora agli inizi - sottolinea Roma - però ormai è abbastanza chiaro a tutti qual è la sfida: riqualificare non può essere fatto solo con soldi pubblici, ma attraendo capitali privati, cosa possibile solo se c'è un progetto di sviluppo della città capace di affermarsi sul mercato europeo. E bisogna essere capaci di guardare avanti. Milano può continuare a vivere solo sull'immagine di capitale della moda, ma non credo che alla lunga basterà, così come Venezia non può immaginarsi nel futuro solo e sempre come bene culturale immutabile».

La sfida da raccogliere è quella

lanciata, con almeno un decennio di anticipo, dalle città europee. Come Londra, con il suo imponente progetto di recupero dei Docks, 88 chilometri di banchine lungo il Tamigi, entrate in crisi negli anni Sessanta e lasciate ad un progressivo abbandono economico e sociale fino alla trasformazione, dagli anni Ottanta in poi, in un luogo di progettazione architettonica e urbanistica avanzata, tanto da trasformarlo in nuovo polo culturale e imprenditoriale e in definitiva anche quartiere alla moda. O ancora il progetto Tecnopoli che ha promosso Lione ad vera e propria «città-impresa», capace di favorire e attrarre «l'incubazione» di imprese innovative, tanto da invertire la tendenza naturale degli abitanti ad abbandonare la città. Per citare l'ultimo forse più clamoroso caso, quello di Bilbao, vittima di un inesorabile declino industriale connesso alla crisi della grande impresa siderurgica e estrattiva, fino al rilancio sulla scena mondiale grazie ad imponenti interventi urbanistici e architettonici, come il celeberrimo museo Guggenheim, dell'architetto americano Gehry.

Le metropoli italiane, un po' in ritardo, proiettano nel terzo millennio le loro aspirazioni. Il Censis fotografa una realtà diversificata: sono 63 i programmi, già avviati o comunque sottoscritti, che rappresentano «le esperienze più avanzate di riqualificazione urbana in corso». Spiccano, ovviamente le città del triangolo industriale, Genova, Milano, Torino, che da sole hanno avviato 20 programmi per un importo pari al 59 per cento del totale; la superficie media degli interventi è di 22 ettari, gli ambiti urbani interessati sono il centro storico (17 programmi), aree adiacenti e semi-centrali (22 programmi), periferie urbane (22 programmi). Il recupero dei centri storici interessa di più le città medie e piccole, soprattutto nel Sud, mentre il recupero dei grandi quartieri di edilizia residenziale pubblica realizzati negli anni Sessanta, Settanta e ormai incompatibili con criteri aggiornati di sostenibilità ambientale è una priorità per molte grandi città, a partire da Roma.

A rovinare un quadro altrimenti roseo, il direttore del Censis invita però a non dimenticare quella che dopo il superamento della crisi occupazionale degli anni Ottanta resta secondo lui, e naturalmente non solo, come dimostrano i periodici sondaggi tra i cittadini, la vera nuova ineguagliabile emergenza dei nostri centri urbani, il traffico: «Qualunque piano di rilancio, qualunque politica di marketing rischia di rimanere ingolfata in un gigantesco ingorgo se non si metterà rapidamente mano alla mobilità urbana».

In diecimila miliardi il volto nuovo dell'Italia futura postindustriale

PAOLA RIZZI

Il Censis sottolinea il nuovo attivismo di una trentina di centri urbani impegnati nei piani di riqualificazione

INFO

Tre casi

Il progetto Valpolcevera riguarda un'area dismessa di 700 ettari con un investimento di 1550 miliardi. A Porto Marghera, si tratta di 1600 ettari, un investimento di 350 miliardi. A Sesto San Giovanni l'area è di 260 ettari con un investimento di 5000 miliardi.

Genova

Addio ai naviganti, arriva lo shopping center

DALL'INVIATO MARCO FERRARI

Addio vecchia city genovese, antico cuore finanziario e bancario della Lanterna. Da qui sembrava di dominare il mondo: si diramavano le rotte che portavano i transatlantici nei punti più lontani del pianeta, si inviavano telegrammi ovunque, si spedivano merci su tutti i continenti e si imbarcavano tremila persone ogni anno per le Americhe. Adesso non restano che i palazzi a raccontare quella stagione, ma tra poco non sarà più così: insegne, neon e scale mobili toglieranno quella patina di malinconia che appartiene al tempo che scorre e non torna più. Piazza De Ferrari cambia un'altra volta, fa una sterzata commerciale e diventa un immenso shopping center.

Ecco la nuova mappa degli edifici storici. Il palazzo della Società Italia Navigazione che domina lo slargo, ribattezzato palazzo delle Assicurazioni, diventerà sede della Rinascente che abbandonerà l'attuale collocazione in via Vernazza; il palazzo della Borsa con la sua facciata a curva sarà trasformato in un centro commerciale polivalente e culturale con la biblioteca della Camera di Commercio, proprietaria dello stabile; il palazzo del cinema-teatro Verdi, all'angolo con Via XX Settembre, ospiterà il megastore Benetton. Ma non finirà lì

poiché altre trasformazioni potrebbero interessare gli edifici storici che stanno sul lato opposto della piazza, verso Via XXV Aprile e Fontane Marose. La rivoluzione di De Ferrari segue quella di Via XX Settembre dove sono sbarcati Feltrinelli, Mondadori e Coin (al posto del Teatro Margherita) e dove si appresta ad aprire i battenti anche la francese Fnac, uno dei colossi dell'editoria mondiale che promette il più vasto assortimento di musica rintracciabile in Italia oltre a libri, editoria varia, foto-ottica, supporti informatici, agenzia viaggi e biglietti per spettacoli.

Con ritardo sulle altre metropoli italiane, Genova viene invasa dalle grandi catene di distribuzione. Un ritardo giustificato da diversi fattori del passato: la mancanza di spazi urbani, un orientamento prevalentemente industriale ed un centro poco votato al tempo libero, al consumo, al superfluo e all'effimero. Concetti che di colpo sembrano capovolti se è vero che anche le periferie sono interessanti allo sviluppo della grande distribuzione: l'Ipercoop si è insediata a Bolzaneto, l'Ikea e Aquilone in Valpolcevera. Ora scatteranno altre operazioni: 10.000 metri quadrati alla Finmarea per una galleria di articoli sportivi; 5.500 a Campi dove Castorama allestirà il suo tempio italiano del bricolage; 4.500 a Multedo per un centro di prodotti idraulici. E persino nell'entroterra, tra Genova e il Piemonte, si aprirà presto un megastore destinato alle firme dell'abbigliamento. Aree che erano occupate

dall'industria dopo la crisi degli anni Novanta trovano dunque un riciclaggio concreto nel grande commercio. Un mutamento che ha fatto già delle vittime tra i negozi storici con la chiusura in centro di Zina, Arbaco, Via Roma 33 e altri che un tempo vestivano gli avvocati del foro genovese, i dirigenti delle industrie di Stato e i colletti bianchi delle compagnie di spedizione. In tre anni la grande distribuzione aumenterà i suoi volumi del 6% nel territorio comunale e lunedì scorso il consiglio comunale ha dato il via al trasferimento della Rinascente con un voto sofferto e tra le polemiche della minoranza che ha abbandonato l'aula. Se l'Ascom è sul piede di guerra, se la Confindustria propone un'alleanza strategica tra grande distribuzione e piccoli negozi, la gente pare soddisfatta di questa moltiplicazione dell'offerta. E la città, che aveva perso la sua anima commerciale, torna ad essere centro gravitazionale per le due riviere e per il basso Piemonte. «Ma lo sbarco delle grandi catene spiega il vicesindaco Claudio Montaldo - non deve significare la fine della rete di vendita tradizionale alla quale offriamo l'opportunità di creare dei centri integrati di via».

Il maquillage di De Ferrari, da tempo in atto, sarà dunque completato dalle modifiche interne ai palazzi storici. All'esterno penserà invece il piano Winkler. Il nuovo look disegnato dal mago del traffico prevede la risistemazione della piazza, aiuole attorno alla fontana, pavimentazione nuova e modifiche alla circolazione. Tutta l'aria che gravita attorno al Palaz-

zo Ducale sarà dunque pedonalizzata. Un beneficio che interesserà anche la Rinascente, dirimpettaia del contenitore culturale. «De Ferrari - spiega l'assessore al turismo Carlo Repetti - smetterà di essere solo una rotonda spartitraffico e diventerà il salotto buono del centro, un tassello della nuova città ed una tappa del percorso turistico che, partendo dal Porto Antico, dall'Acquario e dal nuovo Terminal Traghetto sale per il centro storico, per San Lorenzo e via Garibaldi e arriva appunto nella piazza principale di Genova». Un tocco commerciale che non dispiace agli inventori della Genova del Duemila e che goderà di riflessi importanti con il Giubileo, il G8 del 2001 e Genova Capitale Europea della cultura nel 2004. «Ma fin d'ora - spiega il presidente della Camera di Commercio Paolo Odone - puntiamo ad un allineamento agli standard, alla qualità e alle offerte delle metropoli europee». C'è in linea con le trasformazioni urbane che tendono a recuperare una funzione del centro cittadino ed una vivibilità dell'area storica. Se sinora Genova è rimasta esclusa da certi circuiti, ora pare in grado di recuperare, come testimonia la funzione che assolve il Palazzo Ducale che proprio in questi giorni ospita la mostra «El siglo de los Genoveses». Piazza De Ferrari si era trasformata in una scialba e immensa stazione di autobus perdendo anche quella funzione di luogo di grandi eventi e grandi raduni a cui ci aveva abituato. Negli ultimi anni ha però goduto di un'attenzione nuova, subendo una vasta trasformazione: do-

po la riapertura del Palazzo Ducale (a luogo impropriamente destinato a funzioni giudiziarie) e il restauro del Teatro Carlo Felice (rimasto sino alle Colombe del '92 un rudere della guerra in pieno centro) si andrà avanti - tempio dello shopping a parte - con la riorganizzazione del palazzo che ospita l'Accademia Ligustica e quindi con l'uscita della metropolitana, ora in costruzione, nella zona dell'attuale sottopasso. «Pavimentando e chiudendo al traffico via Boetto - afferma Repetti - abbiamo reso più evidente il rapporto di piazza De Ferrari con piazza Matteotti valorizzando un gioiello come la chiesa del Gesù, che contiene opere di Rubens, Reni e Fiasella, e che prima era completamente schiacciata nel traffico». Ora toccherà agli immensi edifici della piazza a subire il restyling: il palazzo della Nuova Borsa disegnato da Coppè e Carbone nel 1912; il palazzo dell'ex Società Italia Navigazione dove resiste un solo armatore, Cosulich; quello del Credito Italiano, fondato a Genova nel 1885; quello del cinema-teatro Verdi. Grandi contenitori svuotati da tempo delle loro funzioni originarie, privati delle voci degli uffici, dei rumori del lavoro. Per una coincidenza il via al progetto riguardante il palazzo che ospitava la compagnia di bandiera italiana coincide con la vendita ai privati di ciò che restava della flotta pubblica, ultimo tassello di un dominio marittimo durato un secolo. Così, di colpo, sparisce l'epoca dei transatlantici, del Rex e dell'Andrea Doria e si chiude per sempre l'epopea dei genovesi sugli oceani.

