

URBANISTICA

Gli architetti: megastore, scelta cruciale

BOLZANO — Megastore, scendono in campo gli architetti. L'Ordine, presieduto da Luigi Scolari, ha organizzato per martedì prossimo il convegno « Visioni commerciali » per individuare il tipo di struttura che ha in mente la giunta provinciale. La scelta del modello, infatti, è cruciale per evitare che si produca un rigetto.

Ora che sul centro commerciale sembrano tutti d'accordo, inizia a essere sollevata una domanda: qual è esattamente il tipo di struttura che ha in mente la giunta provinciale? La sensazione, al momento, è che al riguardo circolino idee molto diverse. Chi prova a far luce sul tema è la Fondazione dell'Ordine degli architetti, con un convegno in programma martedì pomeriggio alla Casa dell'artigianato.

La scelta del modello, secondo i rappresentanti degli architetti, è cruciale per evitare che si produca una sorta di reazione di rigetto. « Il vantaggio della nostra provincia — scrive il presidente della Fondazione Luigi Scolari — consiste nella possibilità di intervenire su un territorio " vergine". Ciò consente di valutare preventivamente esperienze già attuate altrove e, tenendo conto della specificità altoatesina, d'impostare una visione il più possibile mirata e aderente alle reali necessità » . Una scelta sbagliata, secondo l'Ordine degli architetti, può portare a effetti deleteri. « In Europa — prosegue Scolari — l'importazione del modello americano ha generato la crisi di fragili equilibri sia di natura economica che infrastrutturale su ampie porzioni di territorio. L'inserimento del centro commerciale deve tener conto della fitta rete di relazioni sociali ed economiche preesistenti, fondamento di quella " qualità di vita" che caratterizza la nostra provincia » . Per questo nell'incontro di martedì verranno illustrati alcuni esempi di centri commerciali realizzati o progettati in Europa, suddivisi dagli esperti in tre tipologie. La prima è quella dei grandi megastore all'esterno delle città. Alla seconda categoria appartengono le strutture di medie dimensioni, localizzate nelle immediate vicinanze del centro o nel centro stesso. Terza e ultima tipologia è quella del megastore « diffuso » nel cuore della città: nel caso di Bolzano, come già ha avuto modo di dire il vicesindaco Elmar Pichler Rolle, esisterebbe già un potenziale centro commerciale costituito dalla somma dei negozi affacciati su via Portici e dintorni. « Facciamo finta che sopra ci sia un enorme tetto trasparente — ama ripetere Pichler Rolle — e a Bolzano abbiamo già il centro commerciale più bello del mondo » . Il conflitto di fondo tra commercio di vicinato e megastore è al centro dell'analisi di Caterina Cirelli, docente di geografia economico politica all'Università di Catania, che interverrà al convegno di martedì. « La rivitalizzazione del commercio — sostiene l'esperta — non dev'essere posta in termini di scelta tra il centro e la periferia, tra il negozio o il centro commerciale, ma piuttosto occorre tenere in considerazione che la gente abbia il piacere di " usare" questi luoghi. L'obiettivo comune dev'essere una concreta pianificazione relativa agli insediamenti delle attività commerciali, in ambito sia urbano sia delle aree limitrofe, che porti ad un razionale ed equilibrato assetto della rete distributiva, in modo da poter sostenere la competitività dei negozi di quartiere, specialmente nelle zone meno favorite, ed ottenere un più diffuso soddisfacimento dell'utenza, costretta sia a spostamenti interni alla città che verso l'esterno. Si deve creare un forte grado di integrazione tra le varie forme, poiché ognuna ha un proprio potere di attrazione ben distinto » .

Manon è affatto semplice, secondo gli esperti, raggiungere il perfetto equilibrio. Secondo Luca Tamini, docente di urbanistica commerciale al politecnico di Milano, « la carica

dell'impatto sul territorio di questo processo di crescita e di mutazione non sembra essere ancora valutata appieno, soprattutto nella progettazione urbanistica: eppure la realizzazione di grandi strutture commerciali incide in profondità sulla riorganizzazione delle infrastrutture, sul paesaggio urbano ed extraurbano, sulla forma e sulla funzionalità degli spazi di vita collettiva » .

Ma perché il megastore appassiona tanto i consumatori? Il professore dell'Università di Trento Antonio Scaglia tenta una lettura sociologica: « il Megastore — osserva — è il monumento e il tempio di ciò che gli individui occidentali, convogliati dentro le multinazionali, sanno produrre e devono consumare. Sembra quasi una nemesi. Gli individui che trovando un'offerta inesauribile di beni, dovrebbero acquisire la libertà per dedicarsi all'arte e ai valori della vita, vengono risucchiati nel buco nero di un Totem che li divora iniettando loro il desiderio parossistico e ossessivo del consumo, poiché questo Totem ha il potere di creare bisogni virtuali e irreali senza fine » .

Francesco Clementi

Martedì il convegno

Le « visioni »

Si chiama « Visioni commerciali » il convegno organizzato dalla Fondazione dell'Ordine degli architetti (presieduta da Luigi Scolari) per martedì — dalle 14 alle 20.30 — alla Hypo Tirol presso la Casa dell'artigianato, in via di Mezzo ai Piani 7. Moderatore, Georg Schedereit

Le ipotesi

Nella discussione verranno descritti alcuni esempi di centri commerciali realizzati (o progettati) in Europa, suddivisi in tre categorie: centri di grandi dimensioni esterni alla città, strutture medie all'interno del tessuto urbano e centri storici intesi come cuore del commercio

I relatori

All'incontro parteciperanno docenti di varia estrazione come Antonio Scaglia (sociologia), Vateria Cirelli (geografia economica), Luca Tamini (urbanistica commerciale). Hermann Knoflacher (pianificazione urbana e viabilità). Attesi anche politici locali