

L'invasione dei centri commerciali

I «SUPERLUOGHI» E LA METROPOLI

di DIEGO LAMA

Outlet, distretti mercantili, centri terziari dell'interscambio, aeroporti, stazioni ferroviarie, fashion district sono i pochi veri spazi di successo nella nostra città. Mentre nel cuore di Napoli le attività commerciali sembrano spegnersi, in periferia, questi luoghi (chiamati superluoghi),

si innalzano scintillanti: grandi sistemi autonomi o piccole città indipendenti, dedite alla vendita, allo spettacolo e al movimento. D'improvviso ci appaiono nella campagna disadorna come entità estranee, come astronavi extraterrestri atterrate sul terreno nella notte. «La civiltà dei superluoghi » è il titolo di un'indagine promossa dalla Provincia e dal Comune di Bologna — presentata nella città emiliana fino al 7 novembre — sull'evoluzione dei grandi spazi (produttivi, logistici, commerciali, per lo spettacolo) che segnano la metropoli contemporanea, non solo italiana, non solo europea.

Nell'indagine di Bologna, per superluoghi vengono intesi i nuovi (e grandi) elementi del paesaggio metropolitano — apparentemente sorti in opposizione alla cultura urbana convenzionale — che si connotano principalmente per il loro isolamento dalla città storica, per la scarsa attenzione a tutto ciò che non è finalizzato all'obiettivo specifico del luogo (vendita, produzione, transito, scambio ecc.), per l'alienazione delle architetture, la negazione dello spazio pubblico. Si tratta, in ogni caso, di luoghi di successo, frequentati da migliaia di persone al mese, anche se in modo intermittente: al variare dei momenti della settimana e delle ore del giorno. A Napoli un esempio evidente è l'ipermercato dell'arredamento «Ikea», alle soglie di Afragola. Ma in Campania luoghi e superluoghi di questo tipo sono molto diffusi («Le Porte di Napoli» ad Afragola, il «Campania» a Marcianise, «Leroy Merlin » ad Afragola, il futuro «Vulcano Buono» a Nola, «Auchan» a Giugliano e a Pompei, l'«Happy» ad Afragola, il «Big» a Caserta, il «Med» a Fuorigrotta, i «Giardini del Sole» a Caserta, il «Carrefour» a Casoria), la maggior parte nella zona nord della metropoli, in una posizione strategica al servizio di tutti gli abitanti della regione, spesso in grado di attrarre anche utenti provenienti da regioni vicine.

I superluoghi, come sostiene lo studioso Giuseppe Dell'Aquila, disegnano la trama urbana con una vasta serie di elementi: lo svincolo di accesso da e per la grande arteria veicolare, l'illuminazione stradale e un sistema di parcheggi dalla grande capienza, marciapiedi, banchine, aiuole e verde urbano, info- point e dispenser di depliant, kindergarten, videocamere a circuito chiuso, ascensori e scale mobili, display digitali di ogni tipo e totem pubblicitari, segnaletiche di prossimità, insegne... insomma essi influiscono non solo economicamente o socialmente sulla città, ma ne modificano l'immagine, ne trasformano il margine periferico in modo sostanziale, più di qualsiasi parco urbano o museo.

La ricerca di Bologna tenta di rispondere ad alcuni quesiti: i superluoghi sono nuove città? il livello di complessità urbana è in conflitto con le funzioni specifiche di questi luoghi? come si possono progettare sinergie utili a evitare la «periferizzazione» di questi spazi? Il fenomeno è in forte crescita anche al Sud, ma la sensazione è che in Campania lo sviluppo del territorio sia delegato a questi grandi oggetti, come se essi, da soli, bastassero al recupero dell'intera periferia. Attorno a Ikea, a un passo dall'ingresso, vi è invece la più totale desolazione.

Dunque potrebbe essere utile, per politici e amministratori, andare a Bologna e capire cosa si pensa oggi in Italia di fenomeni come questi: magari per ideare politiche atte a gestire meglio i superluoghi partenopei.