

# Storia e Futuro

RIVISTA DI STORIA E STORIOGRAFIA ON LINE

n. 55 giugno 2022



## Introduzione

Elena Dellapiana, Roberto Parisini

DOI: 10.30682/sef5522n

Quelli che seguono sono gli atti del convegno tenutosi presso la Fondazione dell'Innovazione urbana di Bologna il 18 marzo 2021, il cui tema centrale è il ruolo che i luoghi della distribuzione al dettaglio esercitano nei processi di trasformazione degli spazi urbani contemporanei, contribuendo in modo sostanziale a definirne e ridefinirne nel tempo forme, identità e strutture.

Processi storicamente fondamentali su cui, nel corso dell'ultimo secolo, hanno marcatamente influito i modi incalzanti della più recente modernizzazione: diversificando rapidamente i modelli produttivi di riferimento e le scale di urbanizzazione; complicando le culture tecniche e politiche e la differenziazione dei gruppi sociali; trasformando radicalmente le aspettative e in qualche modo le forme assegnate alla risposta ai bisogni più diffusi.

Un importante paradigma esplicativo utilizzato per affrontare questi nodi è stato quello delle pratiche del consumo trasformatesi anche da noi, fin dagli anni Trenta del Novecento, sotto il segno della commercializzazione, dell'ibridazione del modello americano, sul filo dei riti di accesso al benessere consumistico (Jessen, Langer 2012). Per questa via i luoghi del commercio hanno conosciuto, abbastanza recentemente, una crescita di interesse anche fuori dagli ambiti disciplinari più strettamente economici. I consumi ed i grandi cambiamenti ad essi connessi hanno attirato attenzioni multidisciplinari coinvolgendo, con tempi ed intensità diversi, sociologi, architetti, geografi e antropologi. Tutte prospettive d'indagine che hanno comunque trovato un importante punto di sintesi proprio nelle trasformazioni conosciute dalle strutture al dettaglio, nel passaggio dalla bottega al negozio, dal grande magazzino al supermercato fino al centro commerciale, e via dicendo. Anche gli storici hanno sottolineato la necessità di definire la sicura interdipendenza che lega l'evoluzione di queste strutture a quella dei comportamenti del consumo, «per cui la storia del consumo è anche storia del commercio» (Scarpellini 2008, p. 76); e qualche passo è stato mosso verso una storia urbana dei consumi, disponibile a porsi come utile cornice di diverse delle suggestioni complessivamente maturate (Varni, Parisini 2010). Riconoscere questo rapporto di interdipendenza ha contribuito per alcune di queste discipline anche a collocare gli spazi fisici destinati al commercio da uno studio limitato alla progettazione di soluzioni sempre più funzionali ai diversi tipi di consumo e accattivanti per i clienti, a un'esplorazione che usa le dinamiche tipiche della storia per collocare le diverse soluzioni per la vendita – dall'*atelier* al negozio sulla strada, al *department store* allo *shopping mall* più o meno diffuso – non solo nel suo quadro fisico di appartenenza – lo spazio urbano e periurbano –, ma anche nel flusso della cultura progettuale “alta” (Scodeller 2007). Molte attenzioni però, proprio a cominciare da quelle degli storici (Cohen 2003), si sono a lungo concentrate prevalentemente sugli spazi “privati” (“spazi della città fuori dalla città”) della distribuzione al dettaglio: sulle funzioni simboliche e sulle distinzioni del gusto ad essi riconducibili; sulle manipolazioni e sulle reciproche influenze di cui erano teatro; sulla “spettacolarizzazione” degli oggetti che, nelle cornici architettoniche delle gallerie commerciali e dei grandi magazzini, o lungo le moderne corsie di super-

mercati e ipermercati, venivano messi in esposizione; oppure sulle attitudini di coloro che quei luoghi si trovavano a vario titolo a frequentare, più spesso esaminate secondo questioni di genere o di generazione. Meno frequenti sono stati invece – nonostante la fortuna di concetti come *gentrificazione* – i tentativi di allargare l'interesse alle connessioni che, attraverso i luoghi del commercio, i consumi stabiliscono col farsi dello spazio pubblico, con l'organizzazione e la percezione diffusa dei territori in cui le loro strutture vanno via via a collocarsi. Sono connessioni che guardano non solo alla dimensione delle mutazioni produttive e distributive, ma anche a quelle dell'ampliarsi e ridefinirsi delle culture politiche e burocratiche; dell'allargamento dei saperi disciplinari e delle competenze tecniche e tecnologiche; della costruzione di immaginari della modernità e dello sviluppo fattivamente declinati in percorsi d'identità urbana (o antiurbana). I luoghi del commercio, nelle loro diverse forme, radicano le dinamiche del consumo nella geografia fisica, nei flussi della mobilità, nelle forme di governo della città; nei modelli della progettazione architettonica e del marketing, nella pianificazione urbanistica; nelle pratiche immobiliari e infrastrutturali, nelle ambizioni egemoniche dei gruppi sociali. Intrecciano (e anche sovrappongono) le valenze di pubblico e privato degli spazi; accompagnano la progressiva accettazione di un livello di servizi da garantire alla società civile e di aspettative crescenti da soddisfare; intercettano tanto i processi di attiva interpretazione dal basso delle pratiche urbane (le "invenzioni del quotidiano"), quanto i percorsi di costruzione della cittadinanza con modalità riconoscibili (pur con tutte le inequivocabili differenze di senso e di contesto) almeno dagli anni Trenta del secolo scorso fino ad oggi, e intuibili anche da prima. Questo vale tanto per l'e-commerce quanto, in tempi di ritorno alla città e all'iniziativa pubblica, per i distretti urbani del commercio nelle grandi aree dismesse; per i parchi del cibo come per gli *shopping mall*, che siano *enclosed* o *en plein air* e connessi alle pratiche della pedonalizzazione, tutto sommato ancora tenacemente legati al modello impostato da Victor Gruen alla metà del Novecento. Così come per le vie dei negozi e per i mercati urbani (le strutture del *retail* più trascurate dagli studi perché considerate spesso le più residuali [Stobart, Van Damme 2016]), che pure mantengono o riallineano nel tempo relazioni complesse e multidimensionali, che includono anche forme del servizio di prossimità e nuove e meno nuove connotazioni etniche, turistiche, ecologistiche.

Adottare poi, come presupposto, il continuo intreccio dei fatti e delle loro interpretazioni con le discipline del progetto permette di indagare e restituire anche i fenomeni sfuggenti, quelli della sovrapposizione tra fisico e immateriale senza perdere di vista la visione del ruolo del progetto cristallizzata, fin dagli anni Sessanta del secolo scorso, dall'urbanista-sociologa americana Jane Jacobs, che ammoniva i pianificatori a tenere conto delle persone e della raccomandazione a «tenere d'occhio la strada» (Jacobs 1961).

A valle di tutte queste considerazioni, lo sforzo è stato quello di condurre un'osservazione che mantenesse, per quanto possibile, accostati temi e prospettive disciplinari, offrendo spunti per descrivere, lungo un campo abbastanza profondo e abbastanza compatto da poter essere storicizzato, le molteplici dimensioni che collegano, con una certa continuità, la relazione tra città contemporanea, pratiche del consumo e luoghi del commercio. Fino a giungere a una questione che a noi, forse con qualche forzatura, è comunque apparso fondamentale porre alla discussione sull'onda delle emergenze del momento attuale: quella delle forme che questa relazione potrebbe assumere in un futuro anche non molto distante da noi.

Naturalmente quanto si è tentato di fare con questo lavoro riscontra, inevitabilmente, molti limiti. Tanto contingenti, quanto legati alla relativa novità di alcuni di questi temi come campi di ricerca. Tuttavia un convegno ha sovente, ed è stato questo il caso, principalmente lo scopo di formalizzare una prima rassegna di orizzonti della discussione, di costituire un punto di orientamento e di confronto necessariamente aperto a nuovi approcci. Con l'intento complessivo, in questo caso, di restituire un'idea abbastanza articolata – e utile a ridimensionare il rischio di visioni, nel bene o nel male, un po' troppo lineari e uniformi – di una relazione complessa, fondamentale però per la comprensione e il governo di una parte certo non secondaria dei nostri territori.

## Bibliografia

**Cohen L.**

2003 *Is there an urban history of consumption?*, in "Journal of Urban History", vol. XXIX, n. 2, pp. 87-106.

**Jacobs J.**

1961 *The death and life of great American cities*, New York, Random House (trad. it. *Vita e Morte delle Grandi Città. Saggio sulle Metropoli Americane*, Torino, Edizioni di Comunità, 2000).

**Jessen R., Langer L. (eds.)**

2012 *Transformations of retailing in Europe after 1945*, Farnham, Ashgate.

**Scarpellini E.**

2008 *L'Italia dei consumi. Dalla Belle époque al nuovo millennio*, Roma-Bari, Laterza.

**Scodeller D.**

2007 *Negozi. L'architetto nello spazio della merce*, Milano, Electa.

**Stobart J., Van Damme I.**

2016 *Introduction: markets in modernization: transformations in urban markets space and practice c.1800-c.1970*, in "Urban History", vol. XLIII, n. 2, pp. 358-371.

**Varni A., Parisini R. (a cura di)**

2010 *Consumi e trasformazioni urbane tra anni Sessanta e Ottanta*, Bologna, Bononia University Press.

## Ringraziamenti

A questo punto, ci corre ancora il piacevole obbligo di ringraziare chi ha reso possibile portare a compimento questo progetto, a cominciare dal dott. Daniele Ara, assessore al Comune di Bologna ed ex-presidente del quartiere Navile, che non ci ha mai fatto mancare la sua disponibilità e il suo fattivo contributo. Il prof. Raffaele Laudani e l'arch. Giovanni Ginocchini hanno cordialmente ospitato il nostro convegno tra le iniziative della Fondazione dell'Innovazione urbana; la dott.ssa Marinella Degliesposti e il prof. Paolo Capuzzo ci hanno offerto il sostegno, in forme diverse ma ugualmente importanti, del Comitato Bolognina 2000 di Ascom Confcommercio Bologna, e del Dipartimento di Storia, Culture e Civiltà dell'Università di Bologna. La dott.ssa Milena Aguzzoli della Bup ne ha seguito, con professionalità e notevoli dosi di pazienza, la cura editoriale. A tutte queste persone, e a tutti coloro che in un modo o nell'altro ci hanno aiutato in questo lavoro, va la nostra gratitudine. Ed è al ricordo di Corinna Morandi, che con noi avrebbe voluto dividerlo, che tutto questo è dedicato.

Ferrara/Torino, giugno 2022