



POLITECNICO
DI TORINO

Tesi meritoria

Corso di Laurea Magistrale in Architettura per il Progetto
Sostenibile

e

Corso di Laurea Magistrale in Architettura Costruzione e
Città

Abstract

"SMALL IS MORE: La fine della suburbanizzazione - Un
nuovo formato di vendita per l'industria del retail."

Relatrice/Relatore

Correlatrice/Correlatore

Prof. Matteo Robiglio

Prof.ssa Roberta Ingaramo

Prof. Donald K. Carter

Candidata/Candidato

Giada Gatti

Luca Gianella

Dicembre 2020

Negli ultimi vent'anni stiamo assistendo all'evoluzione di uno scenario alquanto preoccupante che sta interessando principalmente il Nord America e, ad oggi, sembra non esser giunto ad alcun risvolto positivo. Centinaia di luoghi, un tempo fulcro di attività commerciali e non solo, giacciono abbandonati e in rovina nell'attesa di un'imminente distruzione. Certamente le cause andrebbero ricercate nello specifico, valutando le peculiarità di ogni caso, ma l'obiettivo del presente lavoro è quello di rilevare la comparsa di due fenomeni: il primo, un regolare aumento dei così detti *dead-mall* presenti nei *suburbs* delle città, il secondo, un cambiamento di tendenza che sta interessando gli store moderni i quali vengono ridimensionati *ad hoc* per poter prender parte al vivace tessuto moderno. Per testare con concretezza quest'ultima tendenza, che sembra aver convinto molti partner nell'industria del retail, si è scelto di lavorare sulla città di Pittsburgh in Pennsylvania poiché essa non mostra ad oggi evidenti sviluppi di quei *mini-stores* che stanno dando inizio ad un nuovo *trend* nel settore del *retail*. Il presente elaborato, quindi, sarà diviso in due parti principali: nella prima si analizzeranno le tendenze citate poc'anzi, attraverso un confronto continuo con i modelli progettati nel passato, mentre la seconda parte affronterà la progettazione di uno o più scenari che saranno inseriti nelle *vacant lands* a destinazione commerciale presenti nel tessuto urbano. L'obiettivo finale sarà, pertanto, quello di dimostrare come negli ultimi vent'anni, lo sviluppo dei centri commerciali sia cambiato notevolmente e come gli stessi partner commerciali, che fino a poco tempo prima ricoprivano il territorio americano con distese di parcheggi a raso, stiano ritornando a ripopolare la città, avvicinandosi nuovamente ai loro consumatori con un formato totalmente innovativo, ripensato come un *corner shop*.