Eat (in)

The

City

Federica Carrero

Politecnico di Torino
Dipartimenti di Architettura e Design
A.A. 2020/2021

Tesi di laurea magistrale in Architettura Costruzione e Città

EAT (in) THE CITY

La relazione tra l'architettura e le forme di consumo alimentare, processi di socializzazione che influenzano la trasformazione dello spazio urbano.

RELATRICE
Roberta Ingaramo
Politecnico di Torino

CANDIDATA
Federica Carrero
Matricola 262880

Abstract

“A determinate ore del giorno, i marciapiedi sono luoghi dove mangiare, portano l’atmosfera domestica fino alla strada e, con questo contrasto, non possiamo fare a meno di pensare a qualcosa di simile del vedere la casa spostata sulla strada.” (Xavier Monteys, 2018)

Discipline affini all’architettura hanno da sempre indagato sulla relazione tra il cibo e la vita dell’uomo, da poco invece la progettazione urbana ha iniziato la ricerca su ciò che lega l’organizzazione spaziale delle città e le attività alimentari. Artisti e fotografi hanno narrato le modifiche strutturali apportate ai luoghi e alla casa, la sfida oggi è capire i meccanismi che innescano questi cambiamenti per andare a programmare l’uso dello spazio attraverso la progettazione di attività sociali legate al cibo.

Lo spazio urbano non è un qualcosa di preesistente, ma emerge, si produce in maniera “performativa”, proprio grazie alle attività (anche effimere, e talvolta informali e spontanee) che hanno luogo in esso. Moltissimi studi recenti si sono occupati di come l’agricoltura si è evoluta e adattata alle nuove esigenze del mondo globalizzato o di come una città viene alimentata secondo processi a noi sconosciuti, ma ci siamo mai chiesti perché il cibo ha da sempre plasmato le nostre città e il nostro modo di vivere? Quali sono i processi che innescano una trasformazione fisica legata ad un rituale sociale ed alimentare?

Nelle città moderne le forme di consumo, tradizionali o innovative, e la cultura del cibo influenzano l’uso e la progettazione dello spazio? Se guardiamo all’architettura da un altro punto di vista, il cibo, è possibile progettare una “ricetta” per rifunzionalizzare un luogo? Da queste riflessioni parte questa ricerca che tenta di comprendere come momenti di aggregazione sociale, legata al cibo, influenzano la progettazione dello spazio e la configurazione degli elementi architettonici che definiscono un luogo. **Le città, come le persone, sono quello che mangiano.** Le città non sono solo fatte di mattoni e cemento, sono abitate da persone, e funzionano secondo un sistema complesso di relazioni spesso nascoste ai nostri occhi.

L’alimentazione delle persone è un fenomeno complesso e sfaccettato che influenza la città in modo strutturale, non solo condizionandone il ritmo, ma modellando anche la forma urbana stessa. **Il cibo, visto in questi termini, diventa uno strumento per dare forma e importanza ad uno spazio, assume le caratteristiche di un luogo di attrazione per la città e di incontro in una comunità.** Ogni giorno il cibo arriva sui nostri piatti come per magia, e raramente ci fermiamo a chiederci come ci sia arrivato, considerando che ogni giorno una città come Londra produce cibo sufficiente per 30 milioni di abitanti, i processi che lo permettono sono per noi inimmaginabili, nutrire le città richiede uno sforzo gigantesco che probabilmente ha il maggiore impatto sociale e fisico sul pianeta di qualsiasi altra cosa che facciamo.

L’architettura si deve occupare di ogni aspetto della vita umana, bisogna perciò distogliere lo sguardo dalla architettura intesa in senso classico, l’architetto deve progettare in funzione di come le persone abitano lo spazio, senza quindi escluderle dal progetto. Il cibo è la ragion d’essere di molte nostre azioni e per un architetto deve essere evidente la dimensione spaziale che ne sussegue, perciò cercherò di analizzare la progettazione architettonica dei luoghi con questa chiave di lettura.

Can we think of architecture in a different way?

Abstract 6
Introduzione 10

01.
IL CIBO 14

1.1. Il cibo come comunicazione e convivialità, un fatto sociale 16
1.1.1. La cultura del mangiare 20
1.1.2. La globalizzazione dei consumi 26

1.2. Il legame tra l'architettura e il cibo 32

1.3. Le dimensioni spaziali del cibo 36
1.3.1. Corpo 40
1.3.2. Casa 44
1.3.3. Città 52
1.3.4. Mondo 60

1.4. L'urbanistica del mangiare 66

02.
LA CITTÀ 80

2.1. L'impatto delle pratiche sociali sulla progettazione dei luoghi 82

2.2. Tactical Urbanism e cibo 84

2.3. Spazio privato, comune e pubblico 94

2.4. Forme di consumo 102
2.4.1. Ristoranti e fast food 108
2.4.2. Supermercati e Centri commerciali 116
2.4.3. Mercati e Street food 126
2.4.4. Take away e food delivery 134

2.5. Casi studio 142
2.5.1. Barcellona 144
2.5.2. Rotterdam 152
2.5.3. Torino 156

03.
IL PROGETTO 164

3.1. Progetto di una "ricetta urbana" 164
3.1.1. La metafora della tavola 172
3.1.2. Una sala da pranzo urbana 174
3.1.3. I dispositivi e le loro relazioni 176
3.1.3.1. Gli ingredienti 177

3.2. Applicazione: scenari urbani 180

3.3. I rituali 186
3.3.1. Scheda A: Street Food 190
3.3.2. Scheda B: La cena 196
3.3.3. Scheda C: L'aperitivo 214
3.3.4. Scheda D: Il pic nic 230
3.3.5. Scheda E: La colazione 246

3.4. Il valore aggiunto del progetto 260
3.4.1. Gli orari 262
3.4.2. Gradiente di intensità, densificazione 270
3.4.3. Nuovi scenari in tempi di pandemia 278
3.4.4. Chi potrebbe interessarsi al progetto? 284

Conclusioni 288
Bibliografia completa 296
Ringraziamenti 306

Intro

L'ORIGINE DELLA RICERCA

Questo lavoro nasce dall'esperienza di un workshop che ho svolto durante il mio periodo di Erasmus a Barcellona. Questo corso intensivo mi ha aperto la strada allo studio della relazione tra il cibo e la città, uno sguardo all'architettura che non mi era fin ora capitato di avere e che ho subito percepito come valore aggiunto alla progettazione dello spazio urbano. Perciò ho voluto proseguire questa ricerca per capire come il cibo modella e trasforma le strade in cui viviamo, e attraverso di esse anche il nostro modo di vivere la città, creando occasioni di condivisione e socializzazione.

Fondamentale durante questo periodo è stato per me l'incontro con il gruppo di ricerca **HABITAR** della Escuela Técnica Superior de Arquitectura de Barcelona (UPC), guidato dal docente di progettazione Xavier Monteys Roig, il cui campo di ricerca spazia dalla sfera domestica al contesto urbano e rurale, con l'interesse esplicito di studiare la casa e la città come se fossero una cosa sola, come qualcosa di continuo; con particolare riferimento alla tesi di dottorato di David Steegmann "**Ciudad Casa Comida**" (2017). Altro importante caposaldo è il libro di Carolyn Steel "**The Hungry City**", che mi ha permesso di avere una solida base per investigare sul tema del rapporto tra città e cibo. Steel esamina il complesso fenomeno, spesso nascosto, del nutrire una città, mostrando come le antiche rotte del cibo hanno plasmato il mondo moderno e gli stili di vita delle persone. Suggestivi, tra gli svariati riferimenti analizzati, sono stati "**Food and Urbanism: The Convivial City and a Sustainable Future**" libro di Parham Susan (2018) e il catalogo della mostra al MAXXI "**FOOD, dal cucchiaio al mondo**" (2015) curata da Pippo Ciorra. Infine, illuminante è stato per me lo studio delle ricerche e delle sperimentazioni di **Ugo La Pietra**, raccolte nei suoi scritti "Interno / Esterno" del 2014 e "Abitare la città" del 2011.

LA METODOLOGIA

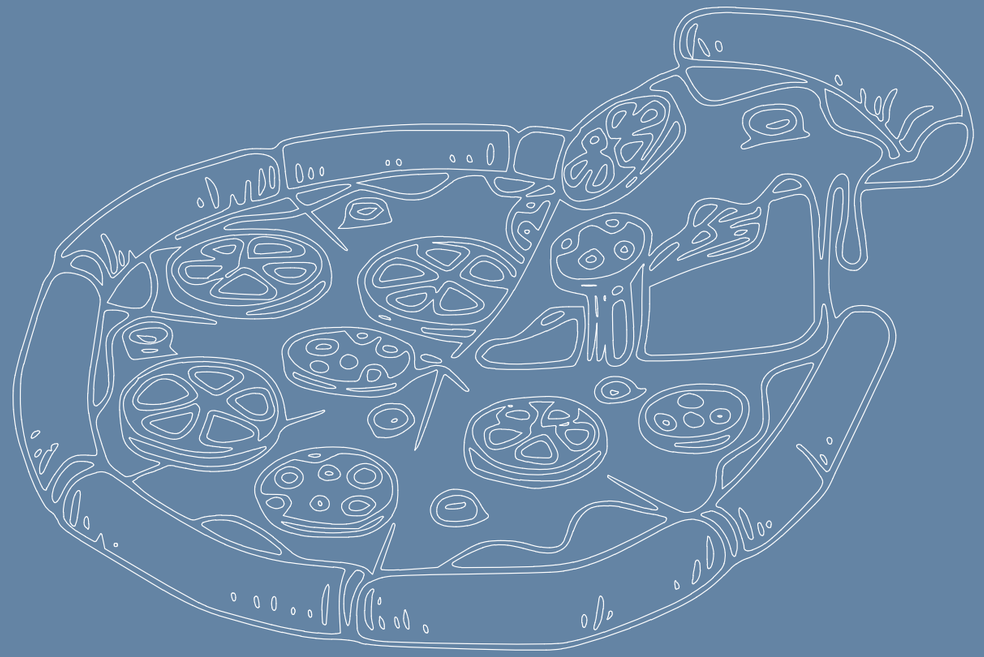
Durante la raccolta del materiale di studio sono incorsa in fonti molto diverse, vista la natura inevitabilmente eclettica del tema, mi sono trovata a confrontare sullo stesso tavolo informazioni ottenute da articoli, documentari, film, mostre, romanzi, performance artistiche, tesi di dottorato e studi di ogni genere. Allo stesso tempo, trattandosi di un fenomeno urbano e in continuo sviluppo, la ricerca si è spesso trasformata in una forma di riflessione attiva e sistematica, sia sulle notizie che appaiono quotidianamente sui giornali, sia sulle nozioni teoriche. **Ho quindi cercato di focalizzare il mio sguardo sull'aspetto fisico e architettonico con cui questi rituali, talvolta innovativi rispetto alla tradizione, influenzano il nostro modo di modellare l'uso quotidiano della casa e della città.**

L'obiettivo è progettare un processo che parte "dal basso", utilizzando strumenti alternativi per interpretare ed agire sul paesaggio urbano. Non si intende solo la dimensione fisica delle nostre città, ma la percezione che abbiamo di esse nelle com-

ponenti estetiche, funzionali, sociali, economiche e storiche. **La struttura di questo lavoro parte dalle dimensioni più strette del cibo per capire perché esso è così influente e sempre presente in ogni ambito della vita umana, per arrivare poi a ciò che interessa maggiormente l'architettura, ovvero come questi riti e queste abitudini vanno a trasformare o generale lo spazio privato, pubblico e condiviso.**

Questo elaborato si articola in tre grandi capitoli, uno sguardo iniziale alla cultura del **cibo** e come questa sia percepita e variata nel tempo, per capire il profondo legame tra il cibo e il fenomeno di aggregazione che ne scaturisce. Nel secondo capitolo mi focalizzerò sulla **città**, analizzerò le diverse forme di consumo che sono presenti nel tessuto urbano e come queste abbiamo influenzato la conformazione dello spazio interno ed esterno, cercando di definire delle regole comuni. Infine, illustrerò un'idea progettuale che sarà conformata in modo tale da poter essere applicata a qualsiasi realtà degradata o sottoutilizzata, grazie alle sue caratteristiche di sostenibilità e riproducibilità. Utilizzando le linee guida estratte dalle riflessioni precedenti sarà possibile innescare un processo che porti alla creazione di un luogo attrattivo, legato alle pratiche condivise di alimentazione, generando un impatto positivo sull'immagine e sulla vita della comunità, come già successo in alcuni quartieri di Torino e non solo. Il percorso si concluderà quindi con un **progetto**, argomento dell'ultimo capitolo, che non vuole essere studiato a misura per un luogo, ma piuttosto vuole essere un modo di progettare itinerante, applicabile a qualsiasi realtà, il cibo è un fatto che accomuna qualsiasi cultura in qualsiasi punto del mondo, nonostante le mille sfaccettature e i diversi risvolti che possono scaturirne.

Le applicazioni di questa teoria possono tuttavia essere infinite, perciò il mio lavoro si apre con una base teorica per capire le profonde connessioni che vi sono tra il cibo e l'architettura, focalizzandosi poi sui processi sociali del consumo alimentare che vanno più direttamente a trasformare lo spazio. **Questo campo di ricerca è così dinamico che i cambiamenti sono rapidi ed inaspettati, frutto di interazioni sociali nuove e fortemente legate ai nuovi stili di vita che inevitabilmente si susseguono nella storia dell'umanità.**



capitolo 01

Il cibo

1.1. Il cibo come comunicazione e convivialità, un fatto sociale

Compagnia: dal latino "Cum" = con (insieme) e "Panis" = pane (spezzare il pane insieme a ...)

Secondo uno studio condotto dall'Unione Italiana Food, gli italiani dedicano circa il 28% del loro tempo in attività che hanno a che fare con il cibo: cucinare, fare la spesa, frequentare ristoranti, ecc. L'interesse per il cibo era stato reso evidente alla fine dell'800, quando l'antropologia culturale associa ad esso una dimensione strettamente simbolica. Fino ad allora non era stato oggetto di riflessione perché si associava ad un ambito strettamente domestico e non pubblico. Ogni società ha un proprio bagaglio di riti ed usi legati all'alimentazione che lo rendono un **complesso fatto sociale.** Georg Simmel nel suo scritto "*Sociologia del pasto*" del 1910, intuisce che nel carattere dell'alimentazione vi si può ritrovare la dicotomia tra individuo e società: mangiare e bere sono le attività più naturali che l'individuo compie ogni giorno. Nell'analisi fatta da Durkheim nella sua opera "*Le forme elementari della vita religiosa*" (1912), il cibo rientra nella componente rituale della società, attraverso cui gli individui rivendicano la loro appartenenza alla collettività.

Nelle teorie di sociologi come James e Parsons, il cibo si lega all'identità, alla base della costruzione identitaria vi sono due processi fondamentali: **l'appartenenza e la differenziazione**. Se l'identità si esprime anche nella condivisione di usi e di valori, anche l'alimentazione costituisce un elemento identitario di appartenenza. Ogni paese ha le sue abitudini alimentari e il cibo diviene simbolo identitario non solo di un territorio, ma anche di una nazione, di un'etnia. Moltissimi antropologi come Levi Strauss e Douglas confrontano usanze e comportamenti culinari di differenti culture e mettono alla luce come il cibo etnico diviene un elemento di confine simbolico di demarcazione tra noi e gli altri. Il cibo ha assunto un ruolo significante anche nella strutturazione del linguaggio come primordiale forma di comunicazione umana. Le pratiche di condivisione del pasto sono state fondamentali nello sviluppo della convivialità, permettendo di superare tensioni istintive naturali e accompagnando la specie umana nello sviluppo culturale e sociale.

I principali esponenti della Scuola di Francoforte, Adorno, Horkeimer e Marcuse, inseriscono il tema dell'alimentazione come bene di consumo: è attorno al cibo che si creano quasi tutte le relazioni sociali. La diffusione di massa dei beni di consumo era la causa dello stato di alienazione degli individui nel periodo capitalista; le merci, e quindi anche il cibo, rappresentano valori in grado di influire sulle relazioni sociali. Su questo filo di pensiero si riallaccerà anni dopo anche Bauman, secondo il quale la società attuale plasma le persone in modo tale che esse svolgano la funzione di consumatori passivi. Si può affermare che da sempre il cibo ha una **valenza cerimoniale**, che si realizza quando un pasto diviene occasione di incontro non solo tra i membri della famiglia, una **valenza socializzante** che permette di rinforzare i legami sociali, una **valenza identitaria** quando diviene trasmissione di valori ed usanze culturali ed infine una **valenza economica** poiché riflette le condizioni di benessere economico di una data realtà (Elena Salvini, Sociologicamente, 23/01/2018).

Andy Warhol, "32 Campbell's Soup Cans", polimero sintetico su tela, 1962.

Fonte: https://www.moma.org

> ***Riunirsi, preparare, cucinare e mangiare sono attività talmente antiche che è difficile stabilire se precedono o se siano il prodotto della cooperazione sociale e del comportamento empatico tra gli esseri umani.***
>
> (Georg Simmel, 1910)

1.1.1. La cultura del mangiare

Il consumo alimentare genera nuovi trend che cambiano nel tempo e definiscono pratiche sociali del modo di vivere la città, il cibo è diventato non più solo la soddisfazione di una necessità fisiologica ma anche la ricerca di un determinato stile di vita.

Il cibo è sempre stato il campo di sperimentazione di molti artisti e tutte le comunità hanno delle tradizioni profondamente legate alla tavola. Come assicura Valentin Roma in Comunicación + Intercambio + Percepción = Miralda: "*In questo senso, il cibo è forse il primo e più essenziale elemento di coesione comunitaria, poiché riflette i condizionamenti sociali, economici e ideologici collettivi, ma, allo stesso tempo, li rassegna, collocandoli in uno scenario privo di inflazioni politiche o di ingrossamenti mediatici*".

Dalle grandi metropoli ai piccoli centri rurali, sono sempre più presenti luoghi in cui le persone si recano per attività legate al cibo, pensiamo all'angolo dell'aperitivo, alla via dei ristoranti rinomati, alla piazzola dello street food, alla piazza del mercato. Queste realtà nascono da processi spontanei o da precisi piani di progettazione urbana che mirano alla definizione di uno spazio attraverso dispositivi che rappresentano un'attività che di conseguenza diventa attrattore di pratiche sociali (Spary Emma, 2012).

L'atto socializzante del mangiare obbliga alla definizione di una serie di meccanismi di controllo che regolano il comportamento dei commensali e che si evolvono contemporaneamente agli utensili con cui il cibo viene manipolato e consumato. Le norme a tavola includono la costruzione di limiti rispetto alle questioni comportamentali, che Lévi-Strauss definisce come una "*civiltà nel mangiare*" (Lévi-Strauss, 1968), specifici per ogni cultura. Un codice che non si riflette solo nell'ordine e nelle modalità di fruizione degli oggetti sul tavolo e nella limitazione o addirittura nel divieto di determinati movimenti, ma diventa anche una sorta di teatro che regola i contenuti della conversazione.

Seguendo un approccio storico allo **sviluppo dello spazio della sala da pranzo** nell'era moderna, osserviamo che essa non è stata definita come una stanza open space fino al XVIII secolo, quando la funzione alimentare iniziò ad essere incorporata con attività di svago e convivialità nei palazzi e nelle grandi case dell'aristocrazia francese solo dopo la morte di Luigi XIV. Come ci ricorda Witold Rybczynski, in precedenza, questo accorpamento era dovuto in parte a un precario isolamento termico delle murature che implicava la difficoltà a riscaldare un ampio ambiente, ma anche ad una consapevolezza molto diversa dell'intimità e del comfort che oggi associamo all'idea di domesticità, nella maggior parte delle case medievali si mangiava nello stesso spazio dove si aveva lavorato, ricevuto ospiti e dormito, senza renderlo un atto esplicitamente sociale. Solo le classi sociali più abbienti potevano permettersi più aree per dividere le funzioni in casa (Carolyn Steel, 2008).

Spesso non ce ne rendiamo conto ma il modello alimentare americano ora ha un'influenza molto più globale di quella di qualsiasi altro paese. L'americanizzazione del cibo è qualcosa che va ben oltre la proliferazione dei fast food o dei caratteristici drive-through, tipici delle città suburbane nordamericane e che oggi si possono trovare alla periferia di ogni tipo di città della maggior parte dei paesi europei. Si riflette anche nella crescente **"individualizzazione" del cibo**, ad esempio, attraverso la divulgazione del tupperware, il take-away nei suoi molteplici formati o la proliferazione del servizio di delivery. Nelle singole porzioni di cibo preparate per il riscaldamento al microonde costituite da un primo e un secondo, ispirati alla cena televisiva americana, un vassoio contenente piccole scatole di cibo, inventato nel 1952 negli Stati Uniti dall'imprenditore Jerry Thomas, che oggi occupano invariabilmente una sezione degli scaffali di tutte le catene di supermercati europee (David Steegmann, 2017).

"*Il cibo è sempre stato associato a feste e celebrazioni, e anche, per secoli, soprattutto a regole di cortesia regale e buone maniere borghesi. L'atto di sedersi a un tavolo è diventato un'esigenza di comportamento e padronanza dei gesti. Questa esigenza - fattore di segregazione sociale in sé - riflette l'importanza del cibo come atto pubblico di convivenza e ostentazione, ma anche come atto sociale di amicizia, complicità e collusione*" (Solà-Morales, 2006, p. 77).

Ogni volta che ci sediamo insieme a mangiare ripetiamo - quasi inconsciamente - le azioni dei nostri antenati, le cui credenze e costumi hanno strutturato le tradizioni della nostra civiltà, così come gli spazi che abitiamo, dove ci incontriamo

e comunichiamo con gli altri. Mangiare in compagnia di altre persone ha reso necessario configurare convenzioni condivise, i cui contenuti sono stati tramandati in un **lento processo di civilizzazione** (Rybczynski, 1986, pp. 35-36).

Claude Lévi-Strauss ha parlato del raggiungimento di una "*urbanistica del mangiare*", evidenziando la trasversalità di molti dei concetti che circondano la **tavola**. Mangiando insieme ad altre persone ci immergiamo in un complesso ecosistema di convenzioni che concentrano gli aspetti più caratteristici e differenziati di ogni comunità umana. Ogni cultura compie l'atto del mangiare in un modo spesso straordinariamente diverso e unico, manipolando oggetti e compiendo azioni che portano significati molto diversi. Persone di culture diverse potrebbero sicuramente condividere del tempo in un soggiorno senza notare troppe differenze di comportamento tra loro, ma invece queste sarebbero probabilmente diventate presto evidenti quando si sedessero insieme a tavola. **Gli oggetti e le azioni che circondano il cibo sono un segno di identità culturale.** . Le azioni che definiscono modelli di incontro hanno **implicazioni architettoniche** a volte diametralmente opposte - come dimostrerebbe il confronto tra i valori antagonistici di individualizzazione e scambio - solitamente associati al luogo in cui si mangia. Lo studio meticoloso della storia mostra che lo spazio del pranzo è il luogo da cui provengono molte delle caratteristiche culturali che definiscono ogni civiltà (Lévi-Strauss, 1968).

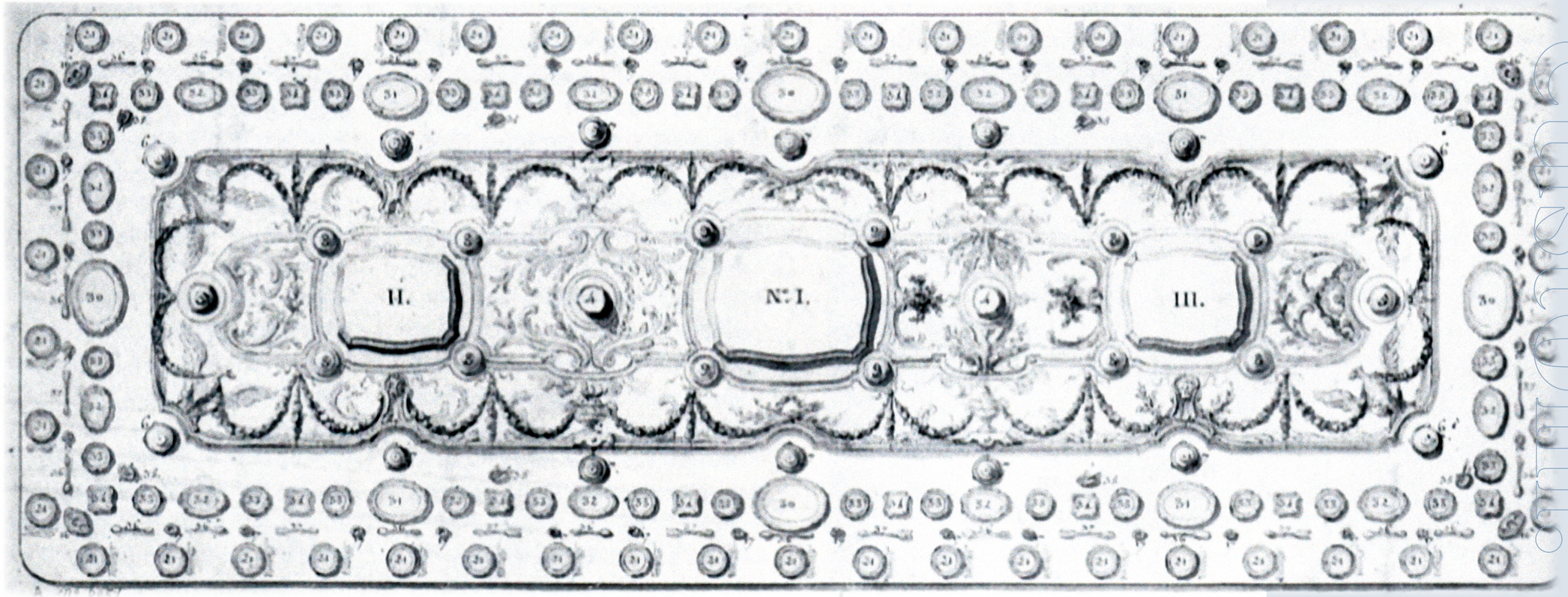
L'età dell'Illuminismo è sicuramente il momento storico che meglio rappresenta i valori - sia civili che sociali, culturali, scientifici, politici, economici e anche morali - che ancora oggi sostengono la civiltà occidentale – come per la cultura del cibo, che ha subito un'evoluzione importante e determinante in quegli stessi anni. La città di Parigi ha dato vita a una serie di invenzioni, scoperte e cambiamenti di pensiero che hanno mutato per sempre il modo di mangiare e di relazionarsi al cibo nelle città.

Non è possibile individuare un momento esatto in cui si è iniziato a preoccuparsi della definizione di buone maniere, ma è possibile delineare attraverso una serie di documenti una certa linea dal Medioevo fino ai giorni nostri. Il trattato "*De civilitate morum puerilium*" di Erasmo da Rotterdam, pubblicato nel 1530, ottenne immediatamente un'enorme popolarità. Da quel momento in poi, il concetto di *civilitas* si sarebbe fissato nella coscienza del popolo attraverso il significato speciale che aveva ricevuto nel suo trattato. La scrittura si concentra su qualcosa di molto semplice: il comportamento delle persone nella società, prendendo **il tavolo da pranzo come centro della discussione.** Le principali preoccupazioni di Erasmo furono la percezione del corpo, i gesti, l'abbigliamento, le espressioni facciali; cioè il comportamento esteriore.

Molte sono le cose che attestano l'estrema lentezza con cui si è sviluppato il "*processo di civiltà*". Come afferma lo storico Juan Cruz, la forchetta è stata inventata circa mille anni fa - concepita come un utensile più grande di quello attuale progettato per prendere e distribuire il cibo dal piatto comune, non per metterlo in bocca. Ma fu solo nel XVI secolo che, provenendo dall'Italia, iniziò ad affermarsi in modo generale come strumento individualizzato. Prima in Francia e un po' più tardi in Inghilterra e Germania, a metà del XVII secolo è ancora considerata un oggetto di lusso. Come sottolinea Erasmo, *"ciò che diamo del tutto per scontato, poiché ci siamo adattati e siamo stati condizionati sin dalla prima infanzia da questo standard sociale, doveva prima essere lentamente acquisito e sviluppato dalla società nel suo insieme*" (Juan Cruz, 2011).

La sala da pranzo diventa così un piccolo laboratorio sociologico

Isidor Stanislas Helman, "Le Souper fin". Monument du Costume Physique et Moral de la fin du Dix-huitième siècle, 1781, British Museum, Londra.



Erasmo de Rotterdam, Schema per un tavolo da 50 coperti. Fonte: Erasmo de Rotterdam, "De civilitate morum puerilium", 1530.

1.1.2. La globalizzazione dei consumi

Oggi la crescente mobilità tra i paesi è strettamente legata al desiderio di conoscenza delle altre culture, alcune realtà multinazionali stanno cambiando i tratti peculiari di alcune tradizioni culinarie locali, in contrapposizione al passato quando il mutamento era dovuto esclusivamente a fenomeni migratori. **La globalizzazione dei consumi sta assottigliando la differenza tra preferenza alimentare e le tradizioni alimentari.** L'avvicinamento ai modelli stranieri avviene tramite la ristorazione commerciale e le principali piattaforme di comunicazione, il processo è differente a seconda della permeabilità della tradizione alimentare del paese. Ad esempio, in Italia i ristoranti etnici hanno tardato ad insediarsi vista la forte cultura alimentare mediterranea, mentre in paesi come la Cina il modello McDonald's si è diffuso in fretta, alimentato dal desiderio di sperimentare il modello di vita americano.

IL CASO MCDONALD'S & L'IDENTITÀ ALIMENTARE

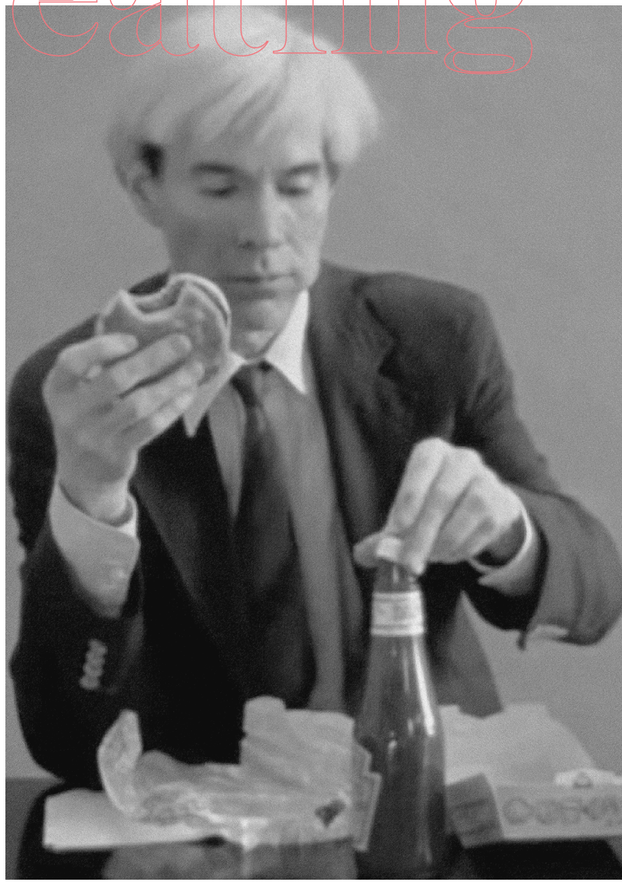
All'inizio degli anni '50, gli hamburger in America venivano venduti principalmente nei luoghi del centro città a uomini che uscivano da lavoro, Ray Kroc, un imprenditore statunitense, credeva che se fossero stati lanciati nel modo giusto, potevano essere venduti praticamente a chiunque. Avendo scoperto che il 75% dei pasti in famiglia veniva consumato secondo le esigenze dei bambini, la prima mossa di Kroc nel 1954 fu quella di acquistare i diritti di franchising per un innovativo sistema di grigliatura in cui si imbatté - mentre lavorava come venditore di distributori automatici di bevande - nella tavola calda californiana di due fratelli scozzesi, i McDonald's. Dopo essersi assicurato il

eating

McDonald's franchise, Kroc iniziò immediatamente a costruire ristoranti per famiglie in quartieri benestanti, gestiti con efficienza da squadre di ragazzi altamente qualificati. I ristoranti erano molto più accoglienti dei loro predecessori, ma conservavano una caratteristica essenziale: cucine piastrellate a pianta aperta, in cui l'intero processo di assemblaggio degli hamburger (ora automatizzato) avveniva in piena vista dei commensali. Ha soddisfatto il target dei suoi clienti con pasti speciali per bambini, regali da portare a casa e un personaggio ad intrattenerli, Ronald McDonald, la cui immagine nel 1970 è stata riconosciuta dal 96% dei bambini americani in un sondaggio ad immagini, secondo solo a Babbo Natale. Fu un successo sbalorditivo, ma la vera innovazione doveva ancora arrivare: la flessibilità. Quando la composizione tipica di nucleo famigliare iniziò a mutare negli anni '70, la **strategia di localizzazione dei suoi negozi** tornò nei centri urbani, individuando i siti migliori in elicottero - di solito in corrispondenza di incroci stradali - per attirare i suoi nuovi clienti sicuri (David Steegmann, 2017).

Edgar Ingram ha inventato la formula per il fast food moderno, ma è stato Ray Kroc a vederne il **potenziale globale**. La sua arma segreta era la demografia spaziale.

Una delle grandi ironie del fast food americano è che è il prodotto di una delle più grandi e ricche eredità gastronomiche della terra: il mix etnico creato dalla migrazione europea negli Stati Uniti. Allora come mai un mix culturale così ricco ha prodotto uno dei cibi più anonimi della storia? La



Andy Warhol performing eating a hamburger, 1982. Fonte https://www.youtube.com

McDonald's nel mondo. Dati aggiornati al 2019.
Fonte: *https://www.mcdonalds.com/us/en-us.html*

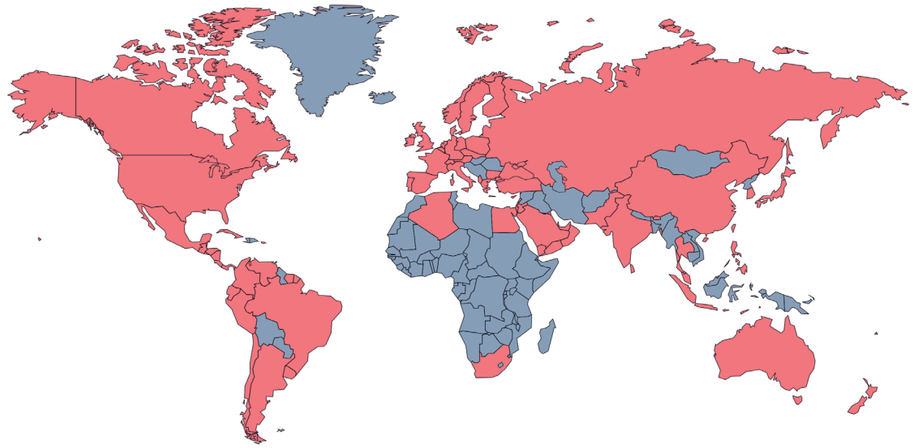
paesi con McDonald's

paesi senza McDonald's

Punti vendita
36889

Paesi
120

Clienti al giorno
68 milioni



Paesi con il maggior numero di ristoranti McDonald's

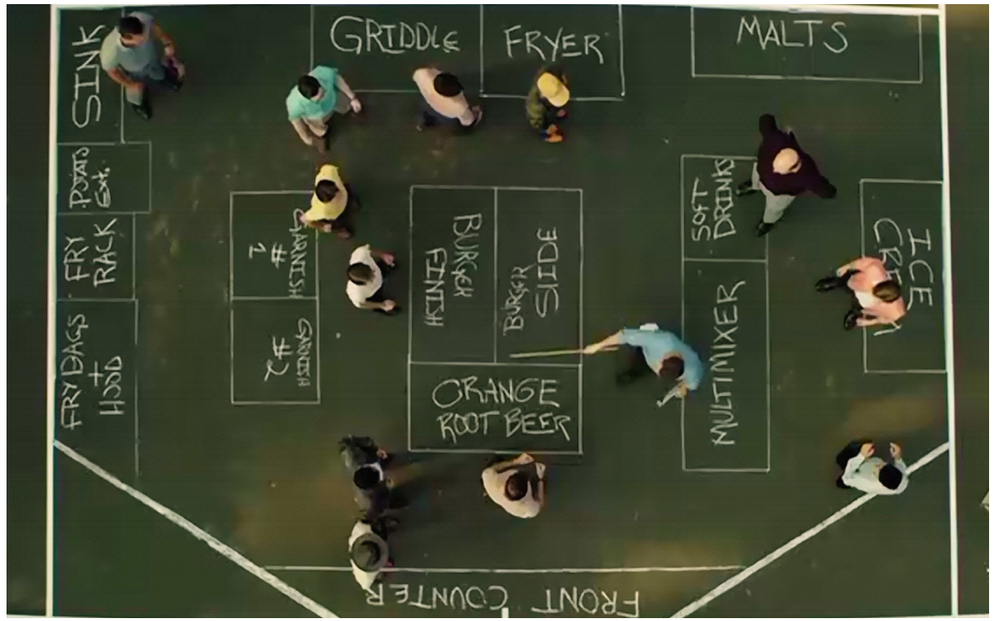
USA	Giappone	Cina	Germania	Canada
14146	**2975**	**2391**	**1470**	**1450**

Francia	UK	Australia	Brasile	Italia
1419	**1274**	**920**	**812**	**609**

risposta, come sosteneva Harvey Levenstein nel suo libro "Paradox of Plenty", era che la ricchezza stessa del mix portò a una crisi nazionale dell'identità alimentare (Levenstein Harvey, 1993). Quando ondate successive di irlandesi, italiani, tedeschi, ungheresi e polacchi sbarcarono sulle coste americane dal 1880 in poi iniziò una disperata ricerca di un cibo comune accettabile da tutti. Molti si sono sentiti obbligati ad "americanizzare" la loro cucina nativa eliminando tutti gli elementi caratterizzanti. La formula dovrebbe suonare familiare, perché ha dato origine al cibo più blando, ma anche il più popolare del pianeta. Per una società mista che cerca disperatamente di abbandonare ogni traccia di identità alimentare individuale, il suo approccio unico si adatta perfettamente.

Per avere successo al di fuori dell'America, le aziende di fast food dovevano **trovare mercati dove la cultura del cibo era già debole**, dove era già industrializzata. In Francia e in Italia, il fast food americano era visto come un "imperialismo gastronomico". Il primo McDonald's in Francia è stato aggredito fisicamente e l'arrivo a Roma ha provocato un tale oltraggio da innescare la nascita del Movimento Slow Food. Oggi invece questa tipologia di ristoranti ha avuto la meglio sul tessuto urbano. La nuova frontiera del fast food americano è l'Asia, dove la rapida urbanizzazione sta avendo un effetto dirompente sulle culture alimentari locali. Sebbene le cucine asiatiche rimangano alcune delle più caratteristiche al mondo, il fatto che il fast food americano abbia un posto in Asia è sintomo del potere del cibo industriale di attrarre coloro che sono stati sradicati dai loro stili di vita rurali. Come hanno dimostrato Gran Bretagna e America, la diversità etnica e la migrazione di massa possono creare una sorta di cultura alimentare. Eppure, molte di queste fusioni hanno un costo. Quando si trova un compromesso nel mix gastronomico, il cibo perde uno dei suoi più importanti connotati: la sua identità culturale.

Le catene di fast food funzionano perché offrono sicurezza: ci servono cibo a basso costo e in tempi rapidi. Nell'anonimato della città postindustriale, fanno appello al più antico istinto umano di tutti: il senso di appartenenza e di sicurezza che deriva dalla condivisione del cibo con gli altri. Quando mangiamo fast food, il nostro rapporto principale è con il cibo stesso, non con qualcuno con cui potremmo condividerlo. Il fast food è il primo cibo al mondo che può essere consumato in solitudine al di fuori di casa. Nonostante il crescente allarme per l'epidemia di obesità che sta travolgendo l'America, ci sono pochi segni che l'attrazione per il cibo industrializzato sia in declino, quando siamo in una città straniera andare a mangiare in un fast food ci fa sentire come a casa. Se vogliamo combattere l'obesità, dovremo considerare ogni aspetto della nostra cultura alimentare, con tutto ciò che implica. Dovremo chiederci come viviamo nelle città: come le progettiamo e le costruiamo, come le nutriamo (Carolyn Steel, 2008).



L'organizzazione spaziale dei macchinari nelle cucine di Ray Kroc e una famiglia americana che mangia gli hamburger fuori da un McDonald's, rappresentazione del radicale cambiamento che il McDonald's stava portando nella società americana.

status
status
status
status

Dal film di John Lee Hancock, "The Founder", 2016.

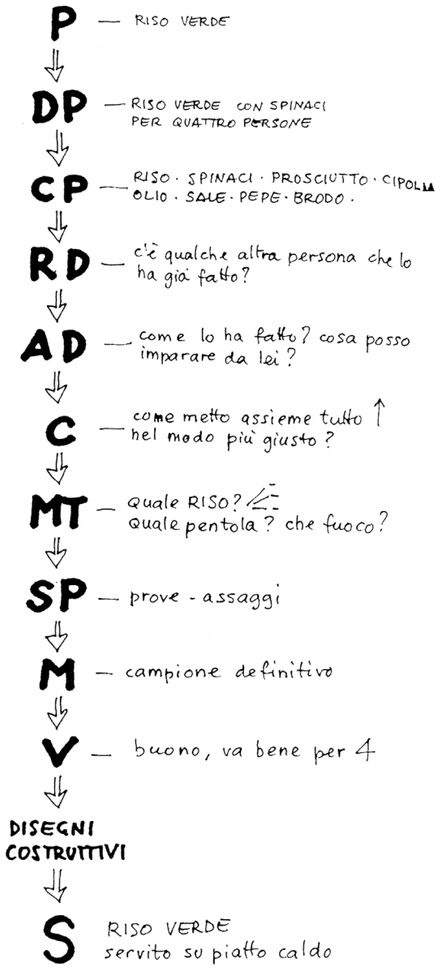
1.2. Il legame tra l'architettura e il cibo

Questo capitolo vuole evidenziare le motivazioni che legano in maniera così profonda la città al cibo e a tutti i processi che lo coinvolgono, e che abbiamo in parte già esposto. Fin dall'antichità la questione di come alimentare le città era centrale nell'organizzazione dei trasporti e delle coltivazioni, susseguirsi di innovazioni tecnologiche e di logistiche di trasporto hanno mutato il paesaggio urbano e il suo intorno. Le strutture che oggi regolano le nostre città, si sono complessificate nel corso dei secoli e qui cercheremo di capire da dove tutto è nato attraversando i momenti salienti di questa storia. Il cibo ha anche dimostrato di essere uno dei punti attraverso cui gli studiosi possono districare e analizzare le interconnessioni tra discipline e in questo senso riflette la natura integrativa e olistica dell'urbanistica e del cibo.

Nella storia dell'architettura molti nomi noti hanno utilizzato **un linguaggio con riferimenti metaforici tra alimento e progetto**, infatti. **Adolf Loos** nelle sue riflessioni, ad esempio, disse: "*io mangio solo roast beef*" riferendosi alla preferenza processuale per la semplice carne scottata contrapposta alle pietanze ricoperte di salse, chiaro rimando alla sua battaglia all'ornamento superfluo, al delittuoso uso della decorazione per mistificare la quintessenza delle cose. Nel 1940, poi, **Achille Castiglioni**, in risposta a un'esercitazione universitaria sul tema di un centro rionale culturale in pieno stile fascista, propose un modello realizzato con due fette di formaggio coi buchi per rimandare al rapporto tra pieni e vuoti. Forse il contributo più memorabile all'idea di metafora gastronomica è quello del metodo di progettazione di **Bruno Munari** nel quale il grande autore esemplifica il processo del fare design con la ricetta del risotto al verde. Lì ogni singolo passaggio è parte della liturgia del cucinare, dalla scelta degli spinaci a quella degli utensili, esattamente come lo sono quelle di materiali, tecniche e componenti nel design. Anche oggi le similitudini tra design e cibo insistono su questi due principali fattori: **materia e processo** (Domitilla Dardi, 2015).

"Gli usi sociali dello spazio", scrive **Manuel De Solà-Morales** in *Comiendo en la metrópolis. Quaderns d'arquitectura i urbanisme 251* (2006), *"sono quelli che caratterizzano la modernità e il cambiamento. Sono queste le forme latenti che contano, per quelli che si occupano di infrastrutture, strutture e cose. (...) è nell'organizzazione interna delle città, nei cambiamenti della fisiologia endocrina dei suoi meccanismi autonomi. (...) Le attività quotidiane di cucinare, mangiare, vendere e l'acquisto di cibo, sono eminentemente sociali, domestiche e allo stesso tempo urbane, danno origine in questo senso, a una catena di azioni, cicliche e in costante trasformazione, che a poco a poco hanno plasmato le metropoli, fornendo nuovi contenuti agli spazi che usiamo e abitiamo, oltre a dare loro nuovi ruoli e significati."*

A destra: Ricetta del risotto agli spinaci di Bruno Munari come metafora del processo creativo del progetto. Fonte: Munari, Bruno. "Da Cosa Nasce Cosa. Appunti per Una Metodologia Progettuale", 7.th ed. Roma Bari Laterza, 2004, p.61.



Anche nell'intervista riportata in "*About Buildings and Food*" di *Quaderns 271* di Monteys Xavier, la ricerca sul cibo, come criterio progettuale, si basa sull'idea che **l'orario delle nostre attività e della nostra vita, è scandito dalla colazione, il pranzo e la cena. La città assume connotati differenti a seconda di questi orari e anche a seconda del giorno della settimana, a questi orari la città modifica la sua immagine e anche le sue attrezzature.** Nelle strade variano i suoni e i colori, siamo abituati a pensare alla città in termini di funzionalità, progettiamo la viabilità più che il momento della permanenza in un luogo, il cibo diventa vincolo di attenzione sulla vita di quel momento, è il luogo in cui ci si ferma.

Non si tratta di ricorrere agli elementi fisici, come quelli che abitualmente chiamiamo arredo urbano, nemmeno ai riconoscibili modelli di progettazione dello spazio pubblico e dei suoi innumerevoli miglioramenti e riforme, ma di guardare ai movimenti, ai gesti e alle abitudini delle persone che vengono convocate in questi spazi dal cibo, nei diversi momenti della giornata. La fisionomia che acquistano i vari luoghi della città grazie al cibo, messi in evidenza attraverso i movimenti di approvvigionamento e raccolta, e quelli di coloro che mangiano in piedi in banchi provvisori, seduti su sgabelli, scale, parchi o sulle terrazze, e i suoni che accompagnano queste azioni, ci porta ad invocarli come parte integrante della città, che senza di loro sarebbe ridotta ad uno sterile modello. Nei luoghi pubblici si sono moltiplicate le forme del consumo, questo fenomeno non passa più inosservato perché è diventato un aspetto profondamente urbano. Il cibo che arriva in città si distribuisce a tutte le scale, dai grandi mercati alla tavola domestica, "*vediamo il cibo nelle insegne dello spazio pubblico, gli annunci, le offerte, i menu scritti in lavagne messe su strada e in innumerevoli parole che riempiono la striscia commerciale delle strade che percorriamo con i nostri occhi, (…) è impossibile non associarle agli scenari urbani delle nostre città*" (Monteys Xavier, 2018).

Quasi sempre, le riflessioni sono state limitate al campo del disegno razionale, ora l'attenzione si sposta sugli alimenti, sulla loro categoria, freschi o trasformati, secondo i tempi di cottura o la prevalenza di un tipo o di un altro di cottura, le porzioni e le razioni, le abitudini alimentari di chi vive da solo, in coppia o in famiglia, il peso che la logica del supermercato ha nell'organizzazione della cucina e del suo stoccaggio. Nelle nostre cucine, oggi si prepara per portare a tavola, si elabora o si riscalda, o si segue un mix di entrambi. Nelle cucine convivono prodotti molto diversi e si cucina sia con le ricette che con le istruzioni delle confezioni dei prodotti lavorati che acquistiamo nei supermercati. Questa miscela di elementi e di alimenti prefigura una cucina in cui il design delle forniture delle nostre case non sembra più ancorato al razionalismo funzionale, modulare ed ergonomico, in cui la parola cibo appariva appena (Carolyn Steel, 2008).

Alcuni eventi hanno introdotto, soprattutto dall'epoca moderna, importanti cambiamenti negli spazi pubblici e privati della casa e della città, correlati in un modo o nell'altro al cibo. Le attività urbane generate dal cibo sono

Alla base di ogni progetto è necessaria un'analisi delle ragioni umane. Ragioni fisiologiche e psicologiche a cui far corrispondere dimensioni metriche e ideologiche dello spazio e quindi le dimensioni sociali del cibo.

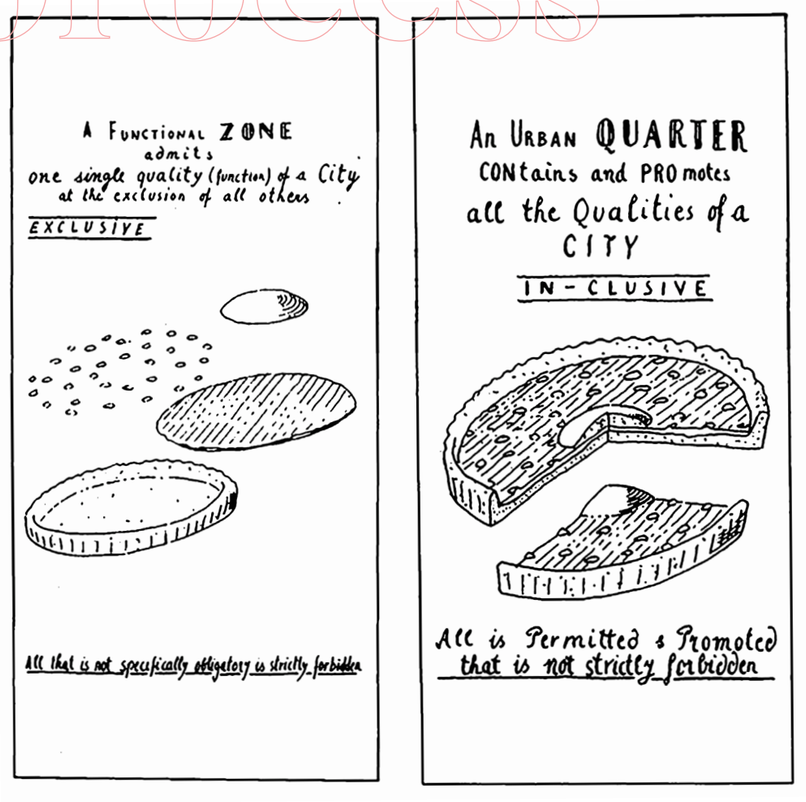
(Cini Boeri, 1985)

sempre state collocate tra ciò che separa il pubblico e il privato, per questo i mutamenti delle nostre abitudini alimentari hanno costretto a ridefinire i limiti - oltre che i legami - tra questi due grandi ambiti di la città.

In alcune città, il cibo sta diventando una delle principali componenti programmatiche, che influenza notevolmente la forma e il funzionamento dello spazio pubblico e collettivo. Il cibo è anche - forse più di ogni altra cosa - un programma di recupero efficiente e altamente redditizio, grazie al quale molti spazi della città cambiando completamente la propria immagine. È il caso, tra gli altri, di Granary Square a Londra, Oranien Strasse a Berlino o Carrer del Parlament a Barcellona. Gli orari di lavoro prevalentemente in città, la progressiva riduzione della superficie media delle abitazioni, i modelli di occupazione delle stesse - come appartamenti per studenti o condivisi da giovani lavoratori -, le dimensioni e la composizione dell'unità familiare o la crescita del tessuto urbano sono fattori che hanno portato gli abitanti delle città a cambiare le proprie abitudini alimentari. Numerosi studi, come quelli riportati da François Ascher o Michael Pollan, dimostrano che oggi si mangia di più fuori casa, si cucina di meno e si porta a casa sempre più cibo preparato. Una serie di trasformazioni relativamente recenti che hanno lasciato il segno nella città, plasmando la forma dei suoi spazi privati, pubblici e collettivi. La strada è il principale e più esteso dispositivo per l'acquisto e la vendita di cibo in città. In alcune città si è trasformato in uno spazio dedicato al consumo di cibo.

Oggi mangiamo sempre di più fuori casa, spinti dai ritmi frenetici del lavoro e delle metropoli. Allo stesso tempo stiamo progressivamente dimenticando molte delle tecniche culinarie delegandole all'industria alimentare, vediamo più programmi alimentari, siamo interessati all'argomento e parliamo di cibo più che mai. Una serie di eventi hanno inevitabilmente stabilito collegamenti tra la casa e la città, avvicinandoli e mettendoli in relazione, facendoli condividere ruoli, funzioni e significati un tempo completamente diversi e autonomi. Abbiamo trasformato il cibo in uno dei principali catalizzatori dal privato al collettivo, offuscando il confine tra domesticità e urbanità. La casa è arrivata a cedere molte delle sue funzioni originarie alla città e una di queste, probabilmente quella con l'influenza più estesa oggi, è l'atto del mangiare. Oggi mangiamo e socializziamo sia per strada che a casa nostra, così da poter **intendere la città attuale come una vera estensione dello spazio domestico.** Gli spazi urbani dedicati al cibo sfumano i ruoli della città: le strade sono occupate da terrazze e ristoranti, ospitano spazi privati ad uso pubblico che si estendono nei locali, diventando, soprattutto all'ora di mangiare, un elemento urbano ambiguo e complesso, in cui si evidenzia la progressiva "addomesticazione" della città (Monteys Xavier, 2018).

process



Léon Krier, "Carta per la ricostruzione della città europea", 1977. Fonte: Krier, Léon, and James Howard Kustler. Drawing for Architecture. Cambridge (Massachusetts) London: MIT, 2009.

1.3. Le dimensioni del cibo

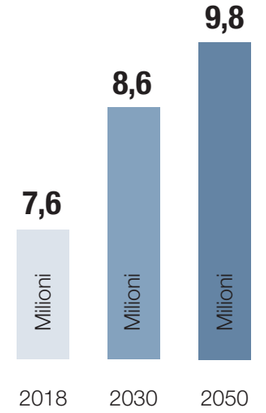
Il 2015 è stato un anno fondamentale per la ricerca sul tema del food, difatti ne corso di questo anno in Italia si sono svolti due grandi eventi: l'**Expo universale a Milano** sul tema del cibo e la **mostra al MAXXI dal titolo "FOOD, dal cucchiaio al mondo"** curata da Pippo Ciorra. Si stima che nel 2050 la popolazione mondiale raggiungerà quota 9,8 miliardi e oltre i due terzi dei cittadini del mondo vivrà in aggregati urbani e nelle metropoli. Questa situazione obbliga tutti ad immaginare soluzioni visionarie, la ricerca sulle dimensioni del cibo è volta a comprendere la relazione tra cibo e spazio, è possibile difatti individuare tale rapporto dalla sfera più fisica e corporea a quella più spirituale, da quella economica e sociale fino a quella ambientale.
Il lavoro del MAXXI, in collaborazione con **FAO** e **World Food Programme,** ha ambito a raccogliere interviste e testimonianze di esperti di tutti i settori, in dialogo con il mondo delle aziende, per capire ogni sfaccettatura del tema del cibo e della città. Da questa prospettiva il museo d'arte architettura contemporaneo si vuole porre non più come sterile luogo di esposizione di immagini, ma come spazio per produrre sapere, sperimentazione, raccolta, affacciandosi alla sfera pubblica al fine di aprire discussioni su problematiche comuni del nostro mondo, partendo da spunti di ricerca per stimolare azioni concrete.

Il cibo e l'atto del mangiare generano azioni sociali e culturali, il cibo e tutte le attività che vi ruotano attorno (produzione, circolazione, consumo, riciclo, ecc …) hanno prodotto diversi tipi di strutture spaziali, nello specifico forme architettoniche e urbane, generando al contempo diverse strutture e rapporti sociali. Hanno prodotto nuove comunità e istituzioni, trasformando al contempo l'ambiente. Le nuove tendenze che ne sono nate, propongono sperimentazioni alternative, dal Movimento Slow Food agli Orti Urbani, a metodi biologicamente sostenibili per rifondare l'agricoltura con nuove tecnologie. Accanto ai ricercatori e agli attivisti, gli artisti e gli architetti si stanno muovendo in prima linea con diverse proposte di azioni artistiche con nuove visioni di strutture spaziali e urbane.
La mostra "FOOD, dal cucchiaio al mondo", a cura di Pippo Ciorra insieme a Giulia Ferracci, Alessio Rosati, Alessandra Spagnoli, offre un'ampia lettura a diverse scale e dimensioni del ruolo del cibo nel progetto e nel pensiero visionario degli architetti punto a capo la ricerca del Maxxi si è concentrata per due anni su diversi aspetti, dal corpo alla casa, dalla strada alla città e dal paesaggio al mondo. La mostra propone una lettura critica secondo una sequenza narrativa dell'architettura del ventesimo e ventunesimo secolo, in un incessante **processo dinamico che coinvolge direttamente la società e lo spazio fisico** del mondo.

Deve essere chiaro che questa ricerca non vuole essere una mostra dei diversi tipi di alimenti ma una rassegna su come il cibo abbia ispirato gli architetti, cerca di indagare quella relazione che c'è tra cibo e il progetto (a livello architettonico, urbanistico ed artistico) e come queste scale si incontrano per contribuire a definire lo spazio fisico e concettuale in cui viviamo.

La mostra tenutasi a Roma, voleva proprio far comprendere come ogni aspetto della riflessione ecologica e sociale sullo spazio del cibo abbia un risvolto spaziale e quindi estetico e progettuale, che non deve essere trascurato. Basta pensare a come nell'islam persiano il giardino di frutta sia il paradiso che dà misura e forma allo spazio ideale. Oppure le prime cucine componibili, come la *Frankfurter Cook* di Margaret Shooter che diventa unità di misura sociale per una larga fase del 900.

PROIEZIONE DELLA CRESCITA DELLA POPOLAZIONE MONDIALE. (Scenario di base)



Fonte: REF Ricerche su United Nations Department of Economic and Social Affairs, 2018

1.3.1. Corpo

Casa

Città

Mondo

La sezione intitolata corpo della mostra al Maxxi, Indaga sugli aspetti rituali religiosi ed intimi dello spazio, relazionati al cibo. Dal nomade all'astronauta, dal viaggiatore al cittadino, ogni persona porta con sé il minimo indispensabile e questa quantità definisce la misura dello spazio strettamente necessario intorno al corpo. Alessio Rosati, responsabile del centro di ricerca del Maxxi, racconta come si è evoluto il rapporto tra alimenti e corpo, dall'epoca dei Sumeri ai giorni nostri. Il passaggio dal rituale del mangiare, come una semplice soddisfazione di un bisogno primario, al significato rituale simbolico, avviene con l'avvento della cosiddetta Food Security, ovvero, l'uomo inizia a modificare i processi di preparazione degli elementi quando la disponibilità di cibo e la conservazione non sono più incerti e non c'è più bisogno di procacciarsi ogni giorno il proprio sostentamento. Claude Lévi-Strauss nel suo saggio "Il crudo e il cotto" (2008) esprime come la cultura sia il complesso di quelle pratiche che distinguono gli uomini tra di loro, proprio le diverse forme culturali hanno dettato tempi, modi e quantità nel rapporto tra cibo e corpo.

Pensiamo anche alle tradizioni della Chiesa Cattolica che celebra l'Eucaristia sull'altare, si richiama proprio l'immagine di una tavola apparecchiata. Oppure tutte i richiami alla cosiddetta "gola", uno dei sette vizi capitali, e la salvezza che si può raggiungere solo attraverso il digiuno. Anche Erasmo da Rotterdam studia il ruolo del cibo, per lui il rito dei pasti è utilizzato per rendere la sua città più disciplinata. Lo sviluppo di comportamenti civilizzati legati ai momenti dell'alimentazione, rappresenta la volontà di allontanarsi dalla natura animalesca dell'uomo, ribadendo l'importanza della cultura rispetto alla natura. Negli ultimi secoli l'attenzione si è spostata dalla funzione alla forma, l'uso di posate, caratterizzate nel loro design da declinazioni sempre più locali. Al lato opposto si trova il finger food, in forme estremizzate fino al cheeseburger con patatine, che probabilmente riscuote un così grande e duraturo successo grazie alla possibilità di astenersi da norme dettate dal bon ton e poterlo consumare in qualsivoglia modo. Il luogo in cui mangiamo condiziona il modo in cui ci relazioniamo al cibo, ad esempio se mangiamo a casa siamo in un luogo familiare, dove abbiamo i nostri rituali, una sensazione ricorrente di intimità e accoglienza.

Il corpo genera la percezione dello spazio

MATILDE CASSANI, “CHASHITSU” 2015

L’opera rappresenta il modulo minimo del tatami, l’artista costruisce la camera da te disegnata per contenere i movimenti geometrici della performer nel compimento del rito della cerimonia tipica di questa cultura, le quattro pareti della stanza si possono aprirsi completamente per lasciare entrare l’osservatore, l’intimità diventa condivisa, la cerimonia privata diventa pubblica.

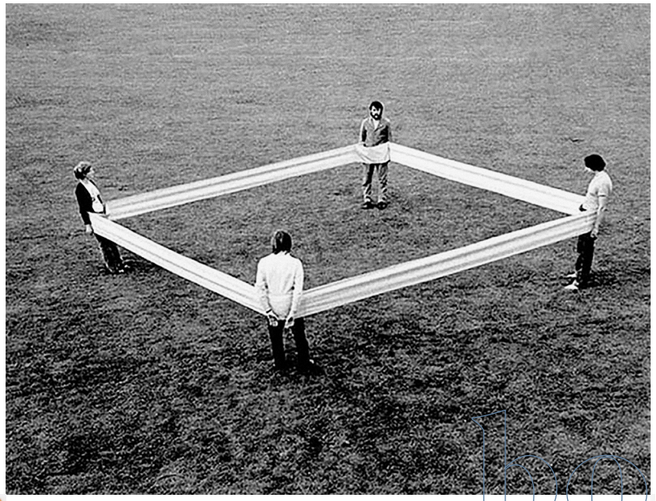
Fonte: Catalogo della mostra MAXXI, “FOOD, dal cucchiaio al mondo”, a cura di Pippo Ciorra e Alessio Rosati, Quodlibet, Roma, 2015.

identity

HENRY HARGREAVES, “NO SECONDS” 2013

Un lavoro molto suggestivo è quello del fotografo Henry Hargreaves, le sue fotografie ritraggono i pasti dei condannati all’esecuzione capitale in Texas, la riflessione nasce dal suo stupore per questa tradizione in cui ai condannati veniva chiesto quale fosse l’ultimo pasto che desideravano. Che cosa ci comunica la scelta del condannato? Quali rituali e aspetti intimi della sua vita richiama?

Fonte: https://henryhargreaves.com/No-Seconds



THE HUMAN BODY AS A CONSTRUCTION ELEMENT

Fin dall’antica Grecia l’architettura ha preso a riferimento il corpo umano per costruire elementi strutturali. Questo progetto vuole mostrare come il corpo può generale uno spazio, con un’installazione temporanea e leggera. Four Body Weights mostra come la cooperazione tra persone può generale un’architettura.

Fonte: Franz Erhard Walther, (Vier Körpergewichte) Four Body Weights, 1968.

body

SISTEMA DISEQUILIBRANTE, “IL COMMUTATORE” 1970

“Questo particolare oggetto può essere considerato come lo strumento emblematico di tutto il mio lavoro di ricerca sull’ambiente urbano. Molte volte, attraverso il suo uso, ho visto cose che non erano di immediata lettura, molte volte l’ho fatto usare ad altre persone. Uno strumento di conoscenza quindi, e propositivo; realizzato in un momento in cui il cosiddetto ‘design radicale’ costruiva oggetti evasivi e utopici”.

Fonte: Ugo La Pietra, “La sinestesia delle arti”, Milano, Gabriele Mazzotta, 2001, p. 74.

Corpo

1.3.2. Casa

Città

Mondo

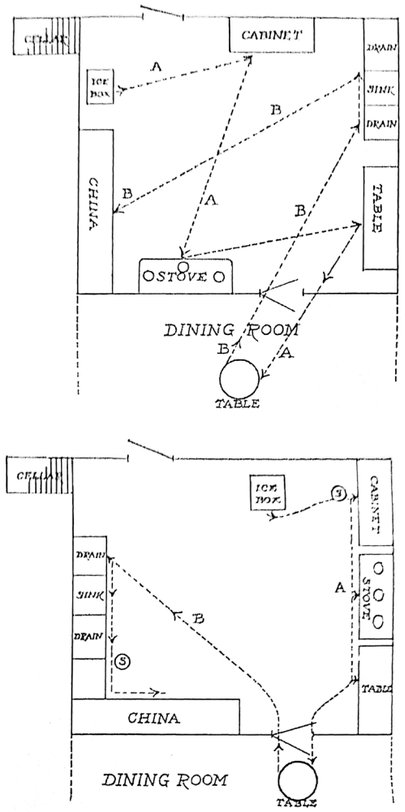
Senza dubbio la cucina e il luogo fondamentale dello spazio domestico, ripercorrendo la storia della cucina moderna vediamo come è sia stata guidata negli anni dal bisogno di efficienza e igiene nella preparazione di alimenti. I prodotti di questo spazio erano supportati da apparecchi tecnologici e si sono via via modernizzati, oggi i prodotti commestibili provengono da ogni parte del mondo, arrivano sulle nostre tavole come per magia, o consegnati fumanti da un fattorino a qualsiasi ora del giorno e della notte. Ma c'è un altro aspetto fortemente legato alla cucina, quello viscerale ed emotivo che rispecchia lo stile di vita di chi la vive, non stupisce quindi che la cucina oltre ad essere vissuta come il luogo del nutrimento e della condivisione, sia anche luogo di caos e immondizia.

Il principale tratto distintivo della cucina moderna è la standardizzazione, le cucine razionali del ventesimo secolo venivano pensate e prodotte su misura. Già alla fine dell'Ottocento si stava entrando nella rivoluzione della produzione alimentare industriale, dei materiali e delle tecnologie, la conservazione vide i più grandi passi in avanti, i cibi in scatola divennero parte integrante dello stile di vita moderno, trasformando il modo di fare la spesa, cucinare e conservare gli alimenti, fino ad arrivare all'avvento dell'elettricità e del gas, rivoluzionando Il design delle apparecchiature da cucina.

Nella Francia del XVIII secolo i nuovi concetti di comfort e intimità, esportati dai Paesi Bassi, diedero vita alle invenzioni più sofisticate, a mobili, decorazioni e planimetrie rivoluzionarie delle case. Fu Jean-Antoinette Poisson, meglio conosciuta come Madame de Pompadour, prima amante e poi amica e confidente di Luigi XV, a stimolare l'interesse del monarca per l'architettura domestica, orientandolo, come afferma Rybczynski, verso "*il piccolo, il prezioso e il l'intimo*" (Rybczynski, 1986). L'Hermitage, la sua residenza a Versailles, era la più piccola delle case mai costruite, eppure, come dimostrano alcune delle sue corrispondenze, anche dove si sentiva più a suo agio. Le preferenze eccentriche di Madame de Pompadour promossero un interesse generale per la decorazione d'interni, che facilitò e accelerò l'introduzione nella società parigina di idee moderne sullo spazio domestico che fino a quel momento le erano state estranee; come la sensibilità per la privacy, l'intimità e il comfort. Case parigine dell'alta società e le grandi abitazioni urbane iniziarono a essere suddivise in più spazi e ad incorporare soluzioni e idee di distribuzione inedite, come il corridoio, che, in contrasto con la consueta fila di spazi della casa medievale, consentiva agli ambienti di essere completamente indipendenti.

Dalla seconda metà del Settecento, negli ambienti borghesi e di corte, alcuni raduni intorno al cibo cominciarono a non concentrarsi più esclusivamente sull'ostentazione di status e di autorappresentazione, per diventare occasione di incontro e svago.

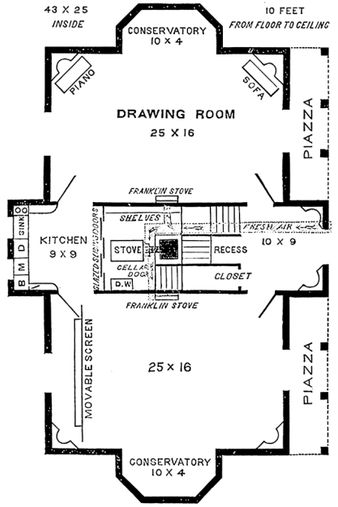
Negli anni venti e trenta del ventesimo secolo la ricerca sulla casa si focalizzava sul posizionamento del mobilio e dell'attrezzatura della cucina, per massimizzare l'utilizzo di tempo ed energia, il modernista cecoslovacco Karen Teige (1900-1951) scriveva: "*la disposizione di una cucina moderna dovrebbe essere progettata in modo da ottimizzare tutte le fasi del lavoro, dalla conservazione alla preparazione degli alimenti, dalla cottura alla presentazione del piatto in tavolo, dal lavaggio delle stoviglie alla conservazione di posate e piatti. La cucina è il centro nevralgico dell'unità abitativa, è la stanza meglio progettata e razionalizzata della casa moderna, semplicemente, perché proprio come un luogo di produzione è il luogo più consono ad applicare le esperienze organizzative dei metodi di produzione della fabbrica moderna*". Fu **Catherine Beecher**, a dare le prime soluzioni ai problemi di gestione della casa, e nello specifico della cucina. Nel suo libro "*The American Woman's Home*" del 1869, la Beecher enuncia e descrive sistematicamente quali sono i problemi che la donna americana deve affrontare, spiega esaurientemente i diversi lavori domestici e descrive in modo efficace come deve essere organizzata una cucina per massimizzare il lavoro svolto. Si rifà alle cucine di bordo "*dove ogni oggetto è disposto in maniera tale che il cuoco facendo uno o due passi abbia a disposizione tutto il necessario*". Prosegue poi osservando che "*invece nella casa i cibi da cuocere e gli utensili, l'acquaio e la stanza da pranzo sono tanto distanti l'uno dall'altro che metà del tempo e dell'energia va sprecata nel camminare avanti e indietro per prendere e riporre gli articoli usati*" (Beecher, 1869).



La disposizione degli arredi di una cucina prima e dopo gli studi di Frederick sulla funzionalità.
Fonte: Frederick, Christine. "House-hold Engineering Scientific Management in the Home", 1919, 2ª ed., New York, p. 394.

In vari disegni e descrizioni la Beecher spiega come, secondo lei, deve svolgersi il processo operativo. **La cucina è stata storicamente associata al centro della casa**, all'immagine di un centro operativo. Questo era ancora il modo in cui Catherine E. Beecher lo immaginava a metà del XIX secolo nei suoi pionieristici design premoderni. La tecnologia è sempre stata il grande motore dei cambiamenti che hanno plasmato la cucina, ma il suo funzionamento è legato a molte altre questioni: a forma, le dimensioni, l'organizzazione e le caratteristiche degli spazi dedicati alla conservazione, conservazione e preparazione dei cibi.

Nei primi anni del 1900 **Frederick W. Taylor** applicò i suoi studi nelle industrie per aumentare l'efficienza degli operai e dell'intero processo produttivo, questa rivoluzione fu talmente viscerale da influenzare anche il modo di pensare della società. L'applicazione dei principi tayloristici si traduce nell'analisi di Frederick sulla quantità di passi che si faceva in cucina, nel suo saggio "*House-hold Engineering Scientific Management in the Home*" del 1915 descrive come riorganizzare il mobilio della cucina per ottimizzare l'organizzazione dello spazio e diminuire la fatica. Nel continente europeo gli albori dell'organizzazione dell'ambiente domestico si ebbero in un ambiente diverso da quello americano, e cioè nell'architettura. Nel 1923, nella prima mostra del Bauhaus, venne presentata tra le altre opere una casa unifamiliare, la "*Das Haus am Horn*", a forma di "L". Si applicarono queste soluzioni in Germania alle grandi opere per la realizzazione di quartieri residenziali per ceti medi. La **Frankfurter Küche**, o cucina di Francoforte, progettata dall'architetto austriaco Margarete Schütte-Lihotzky nel 1926 incarnava tali idee. La progettista voleva cambiare l'idea della cucina in uno spazio più piccolo ma espandibile, assemblando elementi che diventano componibili. Esempio di come pensare lo spazio secondo un canone estetico e allo stesso tempo funzionale. Frazionale, basilare e con un carattere sociale, per offrire case a basso costo, tenendo conto non solo della disposizione interna della cucina ma anche del suo rapporto con gli altri spazi della casa.



Pianta del primo piano della casa sperimentale.
Fonte: Catharine Beecher e Harriet Beecher, "The American Woman's Home", 1869.

kitchen

Cucina di Francoforte, di Grete Schütte Lihotzky, disegnata nel 1926. Fonte: Steegmann Enric, "Las medidas en la vivienda", Publicaciones del Colegio de Arquitectos de Cataluña, 1986, p.26.

La ricerca sulla disposizione del mobilio e l'organizzazione della casa era stata ampiamente percorsa, perciò gli anni successivi sino al 1940 furono dedicati allo studio sulla standardizzazione degli strumenti e sull'avanzamento scientifico nella produzione di elettrodomestici. Siccome la maggior parte dei problemi era già stata risolta precedentemente da donne illuminate, le grandi società si concentravano sulla costruzione di abitazioni nelle quali si potevano vedere in opera i sistemi costruttivi e gli arredamenti più aggiornati, come la General Electric Company che nel 1935 organizza un concorso per "*The House of the Modern Living*". La cucina, quindi, diventa il fulcro della casa, cambiando negli architetti americani, ma anche europei, il modo di concepire le abitazioni e il loro sistema di costruzione. Da questo momento in poi l'obiettivo sarà l'inserimento della cucina all'interno della casa nel suo complesso, diventando così compito di architetti e ingegneri trovare una soluzione ideale, esempio di ciò è la cucina sperimentale "*Day-after-Tomorrow's Kitchen*" della compagnia Libbey, Owens e Ford che venne esposta nei grandi magazzini degli Stati Uniti tra il 1944 e il 1945.

Per riflettere sugli scenari futuri, molti architetti e progettisti oggi guardano al rapporto fondamentale che c'è tra il cibo e la casa perché anticipa le dinamiche che poi si propagheranno alla città. In Giappone c'è un edificio noto come "*Chashitsu*", o casa del tè, fu progettata dall'artista Sen no Rikyu. Per molti rappresenta l'essenza dell'architettura moderna condensata in uno spazio piccolissimo ma con forme raffinate. La cosa che

sorprende sono le dimensioni ridotte dello spazio che al massimo poteva contenere 4 tatami, circa 2,7 metri quadrati, permettendo di ospitare tre o quattro persone al massimo. Se si considerano le normali dimensioni di una stanza delle tipiche case giapponesi, questo progetto risulta rivoluzionario. La ricca varietà di materiale e forme e la bellezza di ogni singolo dettaglio la rendevano perfetta, sottolineando il fatto che si tratta di un luogo destinato semplicemente alla conversazione e alla preparazione e consumazione del tè.

La cucina è concepita come lo spazio della condivisione, un luogo dove ritrovarsi, trascorrere momenti di quotidianità e cucinare, con tutti gli aspetti di gestualità, sensazioni e riti. Un filosofo un tempo disse: ***"tu sei lo spazio che vivi"***. Per capire quanto sia vero basterebbe pensare alla tipologia di persone che abitano le periferie degradate, sulla base di questo, il compito dell'architetto è far vivere lo spirito del luogo, il ***Genius Loci***, che trasmette sensazioni positive a chi lo abita e stimola il sogno di un mondo fatto di felicità e bellezza. La costante ricerca del progresso e l'accrescersi della conoscenza scientifica hanno portato a una visione sempre più sterile della città, i grattacieli prendono forme strane per stupire la vista, ma non si pensa al benessere di chi lo abita. **Bisogna assecondare e promuovere i nuovi stili di vita, recuperando la naturalità dell'ambiente domestico, perseguendo le sensazioni di armonia che caratterizzano la vita familiare.**

future

Lavapiatti automatizzato di una cucina del futuro. Fonte: Alison & Peter Smithson, "House of the Future", 1956.

Costruiamo case pensando ad un'unità familiare stereotipica, che è relativa a dinamiche d'uso che ci sono note, mentre sarebbe da considerare una soluzione una definizione così rigida e gerarchica degli spazi domestici, che si adatti bene ai nuovi gruppi sociali sviluppati dalla società di oggi. Il più importante di questi nuovi gruppi corrisponde alle persone che vivono da sole.

Si parla molto della superficie minima che dovrebbe avere una casa, che oscilla tra i 30 e i 40 mq, ma continuano ad essere ignorate le esigenze e le condizioni specifiche delle persone che la abiteranno. Gli studi che sarebbero necessari per determinare con precisione la domanda abitativa di ogni paese o area geografica, nonché le caratteristiche ideali di abitabilità per ciascun settore della popolazione, sono evidenti per la loro assenza. In particolare, in Spagna, ma anche in altri paesi europei, c'è una brevissima desincronizzazione tra dinamiche demografiche, la domanda di alloggi, il bisogno specifico e la produzione degli stessi. Una situazione che ci ha portato, tra il 1998 e il 2007, a costruire 6 milioni di abitazioni (più del doppio del numero necessario) in luoghi dove non era richiesto un numero elevato e nemmeno di dimensioni e caratteristiche coerenti con una situazione demografica specifica (Vinuesa Angulo, Stima del fabbisogno abitativo in Spagna 2011-2021. UAM 2012).

Le dimensioni e le caratteristiche della cucina domestica in molti casi dovrebbero essere una risposta diretta alle condizioni determinate dall'ambiente e dalle possibilità che offre, ma raramente è così. È difficile pensare che una casa situata in un ambiente rurale, lontana da qualsiasi città, possa avere un'attrezzatura culinaria con caratteristiche simili ad alcune case urbane, o più precisamente che possa essere utilizzata allo stesso modo e con la stessa intensità in entrambi i contesti.

Lo spazio può essere simile, perché la cucina è già molto standardizzata rispetto ai processi di lavorazione e assemblaggio, ma sicuramente verrà utilizzato in modo molto diverso, soprattutto in relazione alla lavorazione e conservazione degli alimenti. Uno spazio come la dispensa ha meno senso in alcune parti della città, in cui i periodi di approvvigionamento possono essere minori di una settimana. Ecco perché gli spazi dedicati alla conservazione degli alimenti sono scomparsi quasi completamente dalla casa urbana, ridotti a uno o più pensili in cucina. Le imprese alimentari urbane sono variate per quantità e qualità e oggi coprono vaste aree della città, oltre a uno spettro articolato e variegato di offerte e prodotti, che rappresenta un significativo grado di adattamento ai diversi stili di vita che il tessuto urbano raccoglie (David Steegmann, 2017).

Ieri la città era un mondo, oggi il mondo è diventato una città.

(Lewis Mumford, 1961)

Corpo

Casa

1.3.3. Città

Mondo

La strada può essere considerata come un insieme di infrastrutture oppure un vuoto tra edifici, una scena urbana metafisica o una connessione veloce in un percorso tra due punti. Tra le mille forme con cui si può abitare la strada, il cibo trasforma uno spazio pubblico in un incubatore sociale, è il punto dove si mangia, si produce e si vende il cibo, trasformandolo infine in rifiuto, lo si trasporta all'ingrosso o lo si muove in piccole quantità. I carrelli dello Street Food diventano opere d'arte itineranti, l'anonimato di mense e ristoranti può dar vita a performance spaziali se considerate nel loro insieme. I marciapiedi della metropolitana si trasformano in supermercati e i percorsi dei fattorini in una mappa della città.

Le città hanno due anime che occupano lo stesso spazio fisico: **la città statica**, costruita con materiali permanenti come il cemento, acciaio e mattoni, percepita come un'entità monumentale; e la **città cinetica**, vissuta come una città in movimento, una struttura tridimensionale che si sviluppa di giorno in giorno e si adatta ai cambiamenti. La città cinetica è di natura temporanea e spesso costruita con materiali di fortuna o riciclati, non viene percepita come architettura, bensì in termini di utilizzo dello spazio. La forma che assume è il modo in cui viene percepita, determinata da modelli di urbanizzazione autonoma secondo una logica locale. Ha una forte articolazione temporale, genera utilizzi formalmente inimmaginabili in una condizione di densa occupazione. La città cinetica offre una visione del ruolo delle persone e degli spazi nella società urbana, la città è rappresentata nella sua condizione elastica e non più come una grande visione imposta dai programmi politici (Pippo Ciorra e Alessio Rosati, 2015).

L'esempio più emblematico di questa teoria è la rete di **Dabbawala** nata nella città di Mumbai, una delle metropoli indiane più popolata al mondo. I Dabbawala, letteralmente "uomini gavetta", sono un esempio di come si intrecciano fra loro la città formale e quella informale, città statica e città cinetica. Questi lavoratori fanno parte di uno dei ceti più bassi della società, la maggior parte sono analfabeti, ma, nonostante ciò, riescono ad organizzare un complesso sistema di consegne basato su codici, numeri e simboli. Il servizio di consegna si basa principalmente sul sistema ferroviario, uno dei più efficienti al mondo, il fattore determinante per il successo di questa strategia è proprio l'efficienza delle infrastrutture della città di Mumbai. È una rete informale che sfrutta un'infrastruttura formale. In media ogni gavetta percorrere circa 60 km al giorno, il pranzo che viene preparato a casa del lavoratore viene consegnato caldo e per l'orario di pranzo sul luogo di lavoro, l'aspetto culturale del trasporto è così radicato in India grazie alla preferenza delle persone per i pasti caldi e preparati in casa, condizione che non permette di portarsi il pasto fin dalla mattina visto i lunghi tempi necessari alla preparazione di un tipico pasto indiano. La densità del pendolarismo rende estremamente gravoso portarsi il pranzo sui treni affollati, il basso costo del servizio dei Dabbawala rende continuamente in crescita la richiesta di questo servizio. Il rapporto fra l'infrastruttura fissa dei treni e la strada, con gli aspetti temporali delle persone e del cibo, caratterizza la città e la società

indiana. Il sistema di codici è molto diverso dagli indirizzi postali tipici, invece che indicare l'esatta ubicazione del punto di partenza e di arrivo della gavetta, i codici indicano i percorsi, le direzioni e punti di scambio. Fondamentale è l'affidabilità dei Dabbawala, difatti vengono reclutati esclusivamente attraverso una rete di conoscenze e i più anziani si occupano della formazione delle nuove entrate. Alla base vi è la coesione sociale del gruppo e le tempistiche, il sistema funziona come una specie di staffetta, questa struttura rappresenta la prima forma complessa di consegna a domicilio del cibo nella storia delle città, nasce infatti nel 1885 dall'iniziativa di un imprenditore locale e tuttora detiene il monopolio del mercato di Mumbai grazie ai bassissimi costi di gestione, all'affidabilità e alla cultura indiana del trasporto. Il Dabbawala, come altri servizi informali, dal trasferimento di denaro, ai corrieri e ai Bazar elettronici, sfruttano i rapporti e le reti comunitarie per usare abilmente la città statica e le sue infrastrutture, al di là dei suoi normali limiti. Queste reti creano una sinergia che si basa sull'integrazione reciproca. ***"La città cinetica sorge lì dove si intersecano i bisogni e il potenziale non sfruttati delle infrastrutture esistenti, dando vita a servizi innovativi"*** (V.Venkatraman e S.Mirti, Dabbawala, "Domus", 885, dicembre 2015, p.85).

LA STRADA

La strada è sempre stata considerata parte di un sistema urbano ma, in realtà, quando in essa vengono consumati alimenti, tale condizione muta e diventa luogo di trasmissione di un messaggio, espressione di un collegamento, di una relazione, di un contatto. Consumare il cibo in strada permette di leggere le caratteristiche di un territorio, tra bancarelle e chioschi si sperimenta la strada come luogo di percezione di atteggiamenti culturali, storici e d'identità. Subentra la curiosità, la certezza che gli alimenti siano un tramite unico per aprirsi alla conoscenza del modo di vivere delle persone, mangiare in strada sdogana in via definitiva il rispetto delle regole del bon ton durante i pasti. Il cibo di strada nasce nel mercato, quello consumato in fretta, tra una passeggiata ed una compra, non c'è cibo di strada senza città e non c'è cibo senza commercio. Perciò **il luogo dove si mangia è basilare nello stabilire le dinamiche** del gioco, dove mangi racconta una storia.

Altro elemento fondamentale è la gente, da sempre lo street food ha creato folle di persone attorno alle bancarelle, poi è arrivata la moda, è arrivato il cibo di strada Gourmet e i designer di Food Truck, paradossalmente il cibo di strada è uscito dalla strada. Oggi non c'è una città italiana che non abbia uno Street Food Festival, ma questo fenomeno è sempre rimasto fortemente legato ai luoghi del mercato, si può vedere con la nascita del Mercato Centrale di Firenze, o di Porta Palazzo a Torino, fino a Palermo e Napoli. A Niigata in Giappone, nel 2003 l'Atelier Bow Wow progetta un chiosco mobile lungo 10 metri riutilizzando una vecchia limousine bianca, un progetto che voleva creare una variante ai tipici banconi per spuntini, **rivisitando un lungo tavolo da pranzo hanno creato un microspazio pubblico, l'esperienza urbana di un banchetto.** Uno "yatai" (letteralmente: carrello della spesa sul lato della strada) è uno spettacolo comune nelle città giapponesi, incoraggia l'interazione tra sconosciuti. Ma mentre lo yatai standard è lungo meno di due metri ed è gestito da una sola persona, questo si estende per dieci metri. Anche i cibi e le bevande sono bianchi o traslucidi per allinearsi allo stile della struttura e all'abbigliamento dei cuochi, il menù è composto con specialità locali come riso, tofu, ravanello bianco in salamoia e sakè giapponese. Dopo il suo debutto alla Triennale Echigo-Tsumari del 2002, da allora è stato visto in vari eventi intorno a Tokyo.

Altro fenomeno curioso sono gli scaffali virtuali nella metropolitana di Seul, è un servizio offerto ai pendolari per ottimizzare il loro tempo di attesa, scansionando gli articoli e pagando con lo smartphone, le persone si ritroveranno i loro prodotti consegnati direttamente a casa al loro rientro. I lavoratori sud coreani hanno un orario lavorativo che ricopre una gran parte della giornata, questo comporta poco tempo per andare a fare la spesa nei negozi tradizionali, la multinazionale inglese ha cosi pensato di trasformare fermate di bus e metro in "negozi virtuali", sostanzialmente un'immagine di uno scaffale con tutti i prodotti normalmente in vendita che attraverso un codice QR e un applicazione possono essere scelti dal cliente e consegnati direttamente a casa. Homeplus ha riferito che la maggior parte degli ordini viene effettuata alle 10 e alle 16, quando le persone si spostano da e verso il lavoro. I poster nei negozi virtuali sono progettati per assomigliare ai corridoi e agli scaffali reali di un normale negozio Tesco, rendendo l'esperienza molto user-friendly. Questa localizzazione di marketing ha creato un mercato basato sullo stile di vita delle persone, ha trasformato uno spazio urbano sterile legato ad un'altra funzione, in un luogo dopo viene ricreato il rituale del fare la spesa, **una funzione legata al cibo che viene delocalizzata e genera un uso diverso dello spazio.** Oggi ci sono 22 negozi virtuali Homeplus in Corea del Sud e il marchio è il rivenditore online principale del paese.

online

Uno dei cartelloni Homeplus nelle stazioni della metropolitana della città.
Fonte: https://www.tesco.com/

DABBAWALA

I Dabbawala, letteralmente “uomini gavetta”, sono un esempio di come si intrecciano fra loro la città formale e quella informale, città statica e città cinetica. Il servizio di consegna si basa principalmente sul sistema ferroviario, il pranzo che viene preparato a casa del lavoratore viene consegnato caldo e per l’orario di pranzo sul luogo di lavoro. É il primo sistema complesso di food delivery del mondo.

Foto di Rajesh Vora.

street

YATAI

A Niigata in Giappone, nel 2003 l’Atelier Bow Wow progetta un chiosco mobile lungo 10 metri riutilizzando una vecchia limousine bianca, un progetto che voleva creare una variante ai tipici banconi per spuntini, rivisitando un lungo tavolo da pranzo hanno creato un microspazio pubblico, l’esperienza urbana di un banchetto. “Yatai” (letteralmente: carrello della spesa sul lato della strada) incoraggia l’interazione tra sconosciuti. Rappresenta la sperimentazione del traslare il tavolo dalla casa alla città.

Foto di Kasane Nogawa.

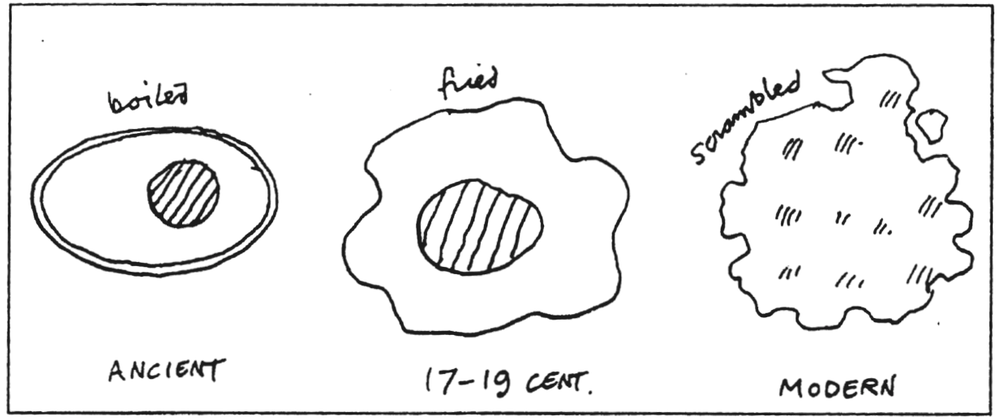
Sarebbe facile tracciare una mappa globale dello spazio che viviamo a partire dall’impronta che il cibo lascia nelle sue fasi di produzione, passaggio, stoccaggio, distribuzione, consumo e smaltimento. Anche nel caso delle forme utopiche di architettura più antica persiste questa ricerca di creare un unico disegno per la città e la sua agricoltura, dalle città-giardino ai progetti di agricoltura urbana all’agricivismo. Dopo l’affermarsi della grande distribuzione, i mercati tornano ad essere i centri della vita pubblica, punti nevralgici della presenza dell’agricoltura in città. Richard Ingersoll, docente di progettazione e storia dell’architettura urbana, afferma che l’agricivismo, ovvero lo sviluppo dell’agricoltura all’interno delle zone urbane, rappresenta una nuova frontiera in risposta alla standardizzazione dei prodotti agricoli e iniziativa di riqualificazione del paesaggio delle città.

Dopo la Seconda Guerra Mondiale la percentuale di popolazione rappresentata dai contadini iniziò drasticamente a diminuire, l’urbanizzazione ha cancellato il patrimonio di conoscenza agricola di molti paesi. In parallelo emerse l’agricoltura industrializzata e i sussidi governativi privilegiavano serialmente questi sistemi andando a penalizzare i piccoli agricoltori. Negli ultimi decenni i processi di modernizzazione hanno generato il nuovo trend dei così detti orti urbani, non solo come tentativo di contrastare il monopolio delle multinazionali del cibo ma anche in funzione di perseguire uno stile di vita più naturale. Non è un fenomeno in voga solo nelle comunità urbane più povere, dove rappresenta una necessità di sopravvivenza e di auto produzione, come succede sui tetti del Cairo o negli orti in sacchi di Nairobi, nelle città ricche gli orti urbani funzionano perlopiù come un lusso ricreativo, ma in entrambi i casi l’inserimento di questa attività all’interno delle aree urbane può migliorare le qualità ambientali e sociali dello spazio, conferendo anche un miglioramento estetico. Da evidenziare in relazione a questa teoria sono i progetti Nærum di Søren Carl Theodor Sørensen a Copenaghen, il parco agricolo sud di Milano del 1990, e il parco agricolo Baix Llobregat di Barcellona. Il problema sorto successivamente è la carenza di spazi utilizzabili per queste attività, nella maggior parte delle città europee la domanda di orti supera la disponibilità dei comuni.

La situazione peggiore si presenta in America, dove le 10 più grandi multinazionali nella lavorazione alimentare controllano più del 60% di tutto il cibo venduto negli Stati Uniti, le lobby degli OGM dichiarano che in 8 prodotti alimentari su 10 è presente un quantitativo di fruttosio maggiore del necessario, ciò rappresenta il fattore scatenante dell’epidemia di obesità e diabete che affligge la popolazione. I costi di trasporto, conservazione e confezionamento rappresentano una fetta importante dell’impatto che ogni prodotto ha sul sistema, non si può fermare il pianeta distruggendo la terra. L’agricoltura urbana, i mercati contadini, le organizzazioni di acquisto solidale, come il CSA e i GAS, stanno guadagnando terreno nel tentativo di difendere la sicurezza alimentare locale e sostenere valori ecologici globali (Carolyn Steel, 2008). Nelle moderne città post-industriali, così come lo era stato già nell’ epoca preindustriale, il commercio animava la vita urbana, e nei mercati questa

vitalità si combinava con la vita pubblica. A Boston nel 1742 viene fondato il Faneuil Hall Marketplace, molto più che un semplice mercato alimentare, fin da subito ricopre un ruolo cruciale per la storia della città con il cosiddetto Boston Tea Party del 1773, ad oggi il progetto di recupero di Benjamin Thompson lo rilancia come quarta attrazione più visitata del paese. È un luogo dove fare la spesa ed assistere ad uno degli spettacoli di artisti di strada, facendo del mercato un'esperienza sensoriale di qualità e sottolineando il momento di aggregazione che ne sussegue.

Il cibo è sempre stato il tratto caratterizzante di ogni cultura, fino anche a generare immagini metaforiche nella mente degli studiosi, **Cedric Price** nel 2011 condensa millenni di evoluzione urbana nell'immagine di tre tipi di uova in ordine cronologico: sodo, in camicia e strapazzato. L'uovo sodo rappresenta la città alle sue origini, ovvero con un centro compatto protetto da mura difensive, con la crescita demografica e l'industrializzazione si passa all'uovo in camicia, un nucleo che conserva le sue funzioni principali ma è circondato da anelli residenziali-industriali, fino alle città contemporanee dove i veicoli hanno reso più facile vivere lontano dai punti nevralgici della città, avvicinandosi all'immagine dell'uovo strapazzato.

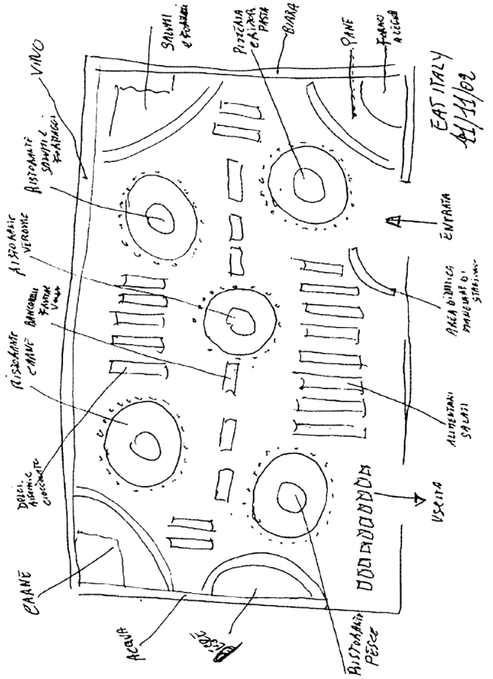


"The city as an egg". Fonte: Cedric Price Fonds, Collection Center Canadien d'Architecture, Montréal, 2001.

EATALY

Eataly è un marchio che raccoglie piccole aziende attive nel settore enogastronomico, fondato da **Oscar Farinetti** nel 2007 con il primo negozio nello storico stabilimento dell'ex fabbrica di liquori Carpano del Lingotto Torino. Gli obiettivi di Eataly sono riscoprire la stagionalità, i km zero, le coltivazioni biodinamiche e i prodotti che portano con sé una storia di territori, uomini e culture lente ed antiche. Questa realtà è conosciuta per la possibilità di avviare processi di rigenerazione urbana che ruotano attorno all'economia del cibo.

La cucina italiana nasce in ambito domestico ed ogni città ha le proprie tradizioni, ogni punto vendita di Eataly affonda le proprie radici nel territorio cercando di interpretare la cucina locale, ridando vita alle strutture preesistenti ormai abbandonate o dimenticate. A Roma il punto vendita si trova all'interno del ex Air Terminal, avviando un processo di riqualificazione di tutta l'area della stazione Ostiense. A Firenze è stato recuperato lo stabilimento della celebre libreria Martelli. A Bologna Eataly si innesta con la conversione dell'edificio del Cinema Ambasciatori e a Milano quello del Teatro Smeraldo. Ogni progetto cerca comunque di conservare la vera anima dello stabile, mantenendo vivo il ricordo e l'identità del luogo. Il successo è dovuto proprio al principio della filiera corta, abbinando il controllo sulla provenienza e sulla qualità dei prodotti e dei produttori, a iniziative non solo di vendita ma anche di didattica e ristorazione, con particolare attenzione alla stagionalità dei prodotti e alle tradizioni del territorio. Ora Eataly si sta espandendo in tutto il mondo, cavalcando il nascente approccio commerciale francese e anglosassone che vuole recuperare le tradizionali formule di mercati urbani, il principio dei servizi ai quartieri.



Schizzo della planimetria del primo store di Eataly. Fonte: https://www.eataly.net/

Corpo

↓

Casa

↓

Città

↓

1.3.4. Mondo

Il paesaggio agrario è un'acquisizione relativamente recente del nostro modo di pensare, prima c'erano i campi da coltivare, il paesaggio da contentare e, distaccato da entrambi, la città. I centri storici europei presentano ancora pittoreschi magazzini del grano e nelle nostre vecchie aree portuali si vedono monumentali silos, ma questi edifici oggi ospitano piccoli alberghi di lusso, ristoranti alla moda e comfortevoli loft. Crimson Architectural Historians nel 2015 realizza un disegno panoramico di venti metri che rappresenta la storia architettonica del granaio, dal Neolitico al prossimo futuro. È una sorta di allegoria del ruolo della sicurezza alimentare nella nostra società, seguire lo sviluppo di una singola tipologia architettonica ci consente di osservare come lo stoccaggio dei cereali si sia evoluto, con un processo attorno al quale si sono modellate le comunità, da un privilegio dei sovrani per controllare la città a complesse reti di commercio e magazzini dei monopoli indipendenti. Bisognerebbe reintrodurre nella sfera pubblica la produzione, lo stoccaggio e la distribuzione del cibo, al fine di garantire un'equità globale ed un senso civile.

Carlo Bogliotti, fondatore di Slow Food, afferma che lo spazio cucina: esso determina alcune caratteristiche del prodotto alimentare, a partire da come influenza le tipologie e la disponibilità di una materia prima in una zona di produzione, oppure come determina il risultato finale di un complesso processo culinario che verrà poi servito a casa o in strada. Qualsiasi processo creativo deve quindi tenere in conto dei luoghi, ogni tipologia di cibo può essere paradigmatico in questo senso, se penso ad un piatto devo anche prevedere dove verrà servito, a chi si venderà e quando, se, questi avrà la possibilità di avere un servizio, un cameriere, un piatto, se sono vicino a una fabbrica o lungo una strada statale e se posso prevedere i gusti del consumatore. Il cibo disegna il nostro spazio vitale e le nostre case, ma disegna anche l'assetto del mondo e il suo futuro. Carestia, siccità, fame, denutrizione, biodiversità sono solo alcuni tra i macro-problemi che rendono cruciale il ruolo del cibo nella lettura del mondo. Si attuano politiche e strategie di compensazione agli effetti di turbocapitalismo, ma la novità più interessante è nella sensibilità su questi problemi che va diffondendosi nelle comunità di artisti, fotografi e architetti, pronti a collaborare con i governi per recuperare le antiche tradizioni alimentari. Un giorno potremmo abitare su altri pianeti, dovremmo usare tutto il nostro sapere per riuscire a riadattarci, ma tolte queste visioni futuristiche per adesso dobbiamo attivarci prima che le risorse sul nostro pianeta finiscano.

Le rotte del cibo hanno disegnato i confini e determinato le distanze

IL PROCESSO

Una famiglia Rshi si riunisce per preparare un pasto speciale chiamato Khauchi Papa per celebrare il nuovo anno. *Foto di Jamie Oliver.*

Fonte: https://www.familymeal.eu/

LA FAMIGLIA

"Hungry Planet" di Peter Menzel è un libro fotografico sulle diete alimentari di 30 Paesi del mondo, da quelli più sviluppati a quelli in via di sviluppo. Trenta famiglia, di diversa cultura, diversa provenienza geografica e diversa condizione economica e sociale.

Fonte: https://www.menzelphoto.com/index

landscape world

LA TRADIZIONE

Cinque paesi, tre continenti, un'usanza universale: condividere un pasto in famiglia con i propri cari. Il fotografo Chris Terry è andato alla ricerca degli ingredienti del pasto in famiglia, visitando famiglie in Ecuador, Ciad, Niger, Giordania e Myanmar. *Foto di Chris Terry.*

Fonte: https://ec.europa.eu/echo/index_en

IL NECESSARIO

Bhutan: La famiglia Namgay di Shingkhey Village. Spesa alimentare per una settimana: 224,93 ngultrum equivalente a $ 5.03. In "Hungry Planet" di Peter Menzel.

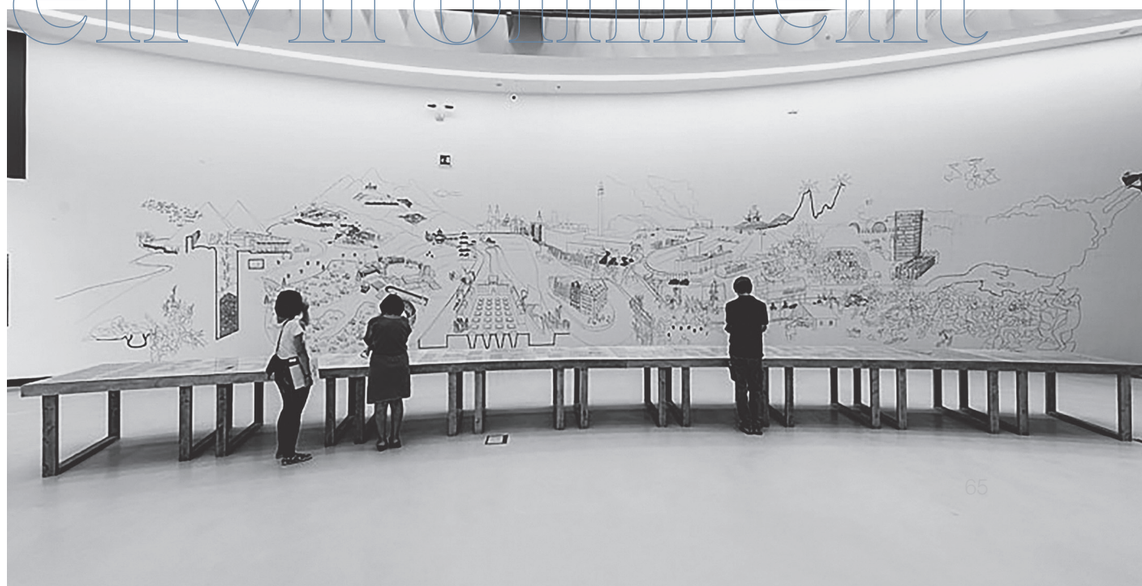
Fonte: P.Menzel, F.D'Aluisio, What the world eats, Random House, 2008.

Secondo le più recenti statistiche della FAO (Food and Agriculture Organization of the United Nations), più di 600 milioni di persone, sono giornalmente malnutrite, ma lo spreco di cibo è solo una parte del problema, il cambiamento climatico sta costringendo gli agricoltori di molte parti del mondo ad adattarsi a un clima sempre più arido. Già fatichiamo a produrre cibo sano e a buon mercato per nutrire 7 milioni di persone, possiamo immaginarci di far fronte a 9,8 miliardi che i demografi prevedono sulla terra entro il 2050 senza distruggere il nostro pianeta? L'uso intensivo dell'acqua sta prosciugando i fiumi e i laghi, l'uso intensivo del suolo sta distruggendo la biodiversità e causando l'estinzione di molte specie. L'agricoltura biologica e gli OGM (organismi geneticamente modificati) non potranno essere l'unica soluzione, con l'uso di moderne tecnologie si sta aumentando e migliorando la produzione di cibo usando meno risorse ma questo non è ancora sufficiente. Sono necessarie strategie olistiche, come quelle che sostengono le nazioni unite con il loro programma World Food Programme USA e il progetto WEMA (Water-Efficient Maize for Africa). L'aspetto lampante di tutto ciò è che la maggior parte dei problemi ambientali ha radici sociali. Scenari fantascientifici e utopistici non sono realtà così lontani, basti pensare che ogni paese ha un serbatoio di grano sempre rifornito per far fronte ad eventuali emergenze alimentari globali, oppure alla banca dei semi di Svalbard, un tunnel nel permafrost della Norvegia in cui sono conservati tutti i sementi delle specie commestibili protette all'interno di un deposito sotterraneo che grazie alla sua conformazione può resistere in caso di un fallout atomico, per garantire alla popolazione mondiale la possibilità di tornare a coltivare le piante in un prossimo futuro (Pippo Ciorra e Alessio Rosati, 2015).

Per concludere questa serie di riflessioni guardiamo a due progetti fotografici. Il primo che rappresenta il viaggio di Chris Terry attraverso tre Continenti alla ricerca di vari ingredienti del pasto di una famiglia, il suo lavoro nasce all'interno del Programma Alimentare Mondiale delle Nazioni Unite (WFP) il quale permette alle famiglie rifugiate, a causa di conflitti, di poter ricevere il cibo da acquistare sul mercato locale grazie a buoni alimentari finanziati da European Union (ECHO). Le immagini di "The family meal, what brings us together?" mostrano come le famiglie di Ecuador, Chad, Niger, Jordan and Myanmar, siano legate a determinati tradizioni culturali per alimentare la propria famiglia. Le foto di Chris Terry rivelano che il nostro desiderio di condividere è uno degli ingredienti più essenziali, non solo per il pasto in famiglia, ma anche per un mondo a fame zero. La seconda ricerca è quella di un altro fotografo famoso "Hungry Planet" di Peter Menzel che attraverso i suoi viaggi in giro per il mondo, vuole documentare le diverse abitudini alimentari delle famiglie chiedendogli di porre su una tavola tutto il cibo consumato nel corso di una settimana. Quello che ne risulta è: più importante è il livello di industrializzazione di un paese, maggiore è la commercializzazione dei prodotti trasformati e minore è la commercializzazione dei prodotti freschi e crudi. Soprattutto perché nelle economie sviluppate siamo finiti per organizzare il cibo attorno a prodotti già preparati, abituandoci a cucinare in modo molto più leggero e sporadico, delegando molti dei processi all'industria. I prodotti freschi, invece, sono generalmente legati a diversi gradi di produzione domestica - pulizia, taglio, bollitura, ecc. - nonché ad una maggiore difficoltà di conservazione - sia in relazione allo spazio che alle proprietà del prodotto stesso - che è un problema di fronte alla mancanza di tempo per cucinare durante la giornata frenetica e in una casa urbana sempre più piccola. Abbiamo ormai inteso l'ampio spettro di questo fenomeno, che consente uno sguardo all'architettura attraverso approcci diversi e scale multiple, e che ci porta alla visione di realtà dall'impronta planetaria della produzione agricola alla cucina e sala da pranzo come epicentro dello spazio domestico. Gli usi dello spazio sono responsabili sia della formazione del più importante paesaggio antropico della terra sia della sedimentazione di alcuni dei più complessi codici di condotta dell'essere umano nella società. Si tratta soprattutto del prodotto di un'indagine sui legami che la storia ha tracciato, attraverso il cibo, tra la sfera urbana e quella domestica, il passaggio dell'immagine domestica dalla cucina alla strada. L'evoluzione storica del fenomeno urbano del cibo ha favorito lo scambio di spazi-tempi-contenuti tra pubblico e privato, mettendo insieme e in relazione queste due grandi sfere della città, facendole condividere ruoli, funzioni e significati un tempo completamente diversi e autonomi (David Steegmann, 2017).

"The Granary. Food Security, Cities and Architecture", 2015. Foto di Giorgio Benni.

environment



1.4. L'urbanistica del mangiare

Analizzando l'articolo di Liam Riley, "Malawian urbanism and urban poverty: geographies of food access in Blantyre" del 2019, il cibo si presenta come una sorta di vettore che permette di esplorare aspetti intrecciati della vita, Riley scompone "*diverse forme urbane che presentano assemblaggi unici di mercati, negozi, fattorie, giardini, supermercati, cucine comuni, ristoranti ecc… che condizionano l'accesso delle persone al cibo e il senso di sicurezza alimentare*". L'analisi si basa sulle informazioni raccolte chiedendo alle persone dove e come accedono al cibo - attraverso gli acquisti e la produzione propria - e poi descrivendo questi luoghi in termini di come facilitano o impediscono l'accesso al cibo. Riley presenta un'immagine del cibo che è diversa, complessa e fragile. Il cibo può essere disponibile in linea di principio ma non accessibile nella pratica. Sono i sistemi informali che forniscono gli aspetti più resilienti dell'accesso al cibo. Dal punto di vista della produzione, copre una varietà di luoghi in cui le persone producono cibo, spesso in modo informale negli spazi rimanenti.

Riley colloca e analizza questo ricco insieme di paesaggi alimentari in termini di urbanistica. Questo spesso evidenzia importanti collegamenti rurali-urbani: una caratteristica dell'urbanistica del Malawi. Quindi, "*è importante notare che gli attuali cambiamenti demografici mostrano che sempre più popolazione urbana si sposta in città e ha legami sociali deboli con i loro villaggi d'origine*" (Liam Riley, 2019). Pertanto, l'informalità urbana è un elemento dell'urbanistica che in questo contesto conferisce benefici al sistema alimentare nella vita

di tutti i giorni, piuttosto che essere un indicatore di fallimento della programmazione. Più in generale, sottolinea che "*la ricerca empirica su come funzionano questi sistemi e su come le persone navigano nel panorama alimentare urbano è un contributo importante alla demistificazione della povertà urbana e alla re-immaginazione a lungo termine delle città radicate nelle esperienze vissute e nelle aspirazioni dei suoi residenti*" (Liam Riley, 2019).

L'Europa è il paese più anticamente industrializzato della terra, si è perso il contatto con la vita rurale da ormai secoli, non siamo mai stati così distanti dalla vita delle fattorie e dall'agricoltura. L'industria alimentare moderna ci ha fornito cibo a buon mercato, soddisfacendo i nostri bisogni primari. Ma per qualsiasi cosa mangiamo la complessità del processo che lo porta fino a noi è considerevole, il nostro cibo spesso ha viaggiato per migliaia di chilometri; eppure, la maggior parte di noi vive nell'ignoranza dello sforzo che ci vuole per nutrirci. C'è un paradosso nella vita urbana, abitiamo le città come se queste fossero la cosa più naturale del mondo, ma in un senso più profondo continuiamo ad abitare la terra. Come afferma **Carolyn Steel** nel suo libro "**Hungry City**" pubblicato nel 2006 "*il rapporto tra cibo e città è infinitamente complesso, ma ad un certo livello è assolutamente semplice. Senza agricoltori e agricoltura, la città non esisterebbe. (...) Con mercati agricoli, negozi di specialità alimentari e ristoranti di lusso che spuntano in tutti i luoghi, siamo presumibilmente nel mezzo di una rivoluzione gastronomica, ma la nostra cultura alimentare di tutti i giorni smentisce questo. Non abbiamo mai speso meno per il cibo di adesso: l'80% della nostra spesa viene acquistata nei supermercati, le nostre scelte sono influenzate in modo schiacciante dal costo, ben al di sopra del gusto, della qualità e della salubrità. Stiamo perdendo le nostre abilità in cucina: metà di coloro che hanno meno di 24 anni dicono di non cucinare mai da zero, e 1 su 3 pasti consumati in Gran Bretagna è un pasto pronto.*"

La vera rivoluzione che ci ha improvvisamente allontanati dalla vita dei campi è l'avvento della ferrovia, la capacità di trasportare su lunghe distanze e conservare il cibo ha permesso per la prima volta di costruire città in luoghi improbabili come il deserto di Dubai, o al di sopra del circolo polare artico. La maggior parte delle città importa il suo cibo, la città moderna è alimentata da un hinterland globale. La campagna che ci immaginiamo oltre i nostri confini urbani, la visione romantica della natura, con alberi, prati pieni di pecore e siepi, non esiste. Il tipo di paesaggio in grado di alimentare una metropoli moderna è fatto di enormi distese di campi di mais e soia, gallerie di plastica così estese da poter essere viste nello spazio, capannoni industriali ed enormi allevamenti di animali. Se il futuro globale è urbano come ogni indicazione suggerisce, dobbiamo prendere coscienza di cosa questo comporta. L'alimentazione della città è stata la principale forza che ha plasmato la civiltà, e lo è ancora, ma **per capire correttamente la città dobbiamo guardarla attraverso il cibo e pensare in modo olistico: usare il cibo in base a come vogliamo costruire la città, come la vogliamo nutrire e come la vogliamo vivere** (Carolyn Steel, 2008).

Le origini della città sono profondamente legate alle origini dell'agricoltura, i nostri antenati erano cacciatori nomadi che passavano la loro vita a seguire le migrazioni annuali delle bestie. Circa 12000 anni fa tutto questo cominciò a cambiare, l'ultima Era Glaciale aveva lasciato dietro di sé una fascia di terra così ricca di alimenti naturali che è stata soprannominata la mezzaluna fertile, i pionieri della mietitura stabilirono i primi insegnamenti vicino ai campi, questo ha portato alla creazione di villaggi abitati, come quelli trovati in Palestina. Per la prima volta nella storia, il cibo poteva essere raccolto e conservato in quantità abbastanza sufficienti da permettere di vivere in insediamenti permanenti. Avere una fonte di cibo stabile dava la possibilità alle persone di dedicarsi ad attività creative e non essenziali, è così che a Uruk i Sumeri inventarono la scrittura come strumento per gestire la produzione agricola. Il legame tra l'uomo e il grano dominava la vita già nell'antichità, per Greci e Romani il legame fra la città e i campi aveva un significato molto più grande. I campi e i vigneti delle antiche città-stato erano considerati importanti quanto le loro strade e gli edifici, la terra coltivata intorno alla città romana, l'Ager, era considerata un'estensione della Civitas, la città. Fin dall'inizio, le fasce agricole coltivate intorno alle città erano di proprietà delle élite urbane. I ricchi Sumeri affittavano terreni ai contadini in cambio di denaro o di lavoro, molti potenti romani possedevano ville vicino alla capitale, dove si potevano godere la vita di campagna ma allo stesso tempo occuparsi di affari in città, gestendo il lavoro degli schiavi per produrre colture da vendere al mercato urbano. O ancora, il diritto dei Re Normanni di cacciare era considerato un sacco privilegio, l'interferenza era considerata reato di tradimento. La conquista della terra Normanna segnò l'inizio del feudalesimo in Inghilterra, un sistema di gestione della terra che avrebbe dominato in alcune parti d'Europa fino al XIX secolo. Tuttavia, il feudalesimo come sistema di gestione del territorio era in grado di sostenere una popolazione essenzialmente rurale, ma come mezzo per nutrire la città era insufficiente. Tutta la storia della civiltà è caratterizzata dall'evoluzione del rapporto tra l'uomo e il cibo, la città e il cibo. Nelle città pre-industriali gli abitanti non solo vanno regolarmente in campagna dove posseggono ville, molti hanno anche portato la campagna in città, la gente teneva maiali e polli nelle loro case, e anche il grano ed il fieno venivano spesso depositati in magazzino, molte case assomigliavano a fattorie urbane (Carolyn Steel, 2008).

All'inizio dell'Europa moderna si diffondeva l'idea che la vita urbana fosse civilizzata e la vita rurale rozza. Nonostante gli stretti legami tra città e campagna, il fatto che la maggior parte delle persone vivevano nelle campagne accresceva la vita sociale, soprattutto nel l'Inghilterra dei Tudor, sempre di più intorno alle città. Man mano che le città crescevano la vita rurale si allontanava sempre di più, poeti e filosofi cominciarono a raccontare la campagna come opera di Dio, attraverso dipinti, poesie e opere teatrali si esaltava la fantasia legata a questi luoghi. Tutto ciò ha contribuito a creare una visione falsa delle relazioni sociali e funzionali tra città e agricoltura. Come Jean Jacques Rousseau aveva teorizzato, quando gli uomini investono i loro sforzi nella terra tendono a volerla posse-

Le azioni delle persone possono determinare l'identità di uno spazio. Le architetture devono diventare gli abiti delle attività.

(Aldo Cibic, 2006)

dere, il paesaggio feudale, fatto di grandi campi aperti, ha cominciato a scomparire sotto migliaia di ettari di rettangoli ben recintati: la proprietà privata. Questo cambiamento era inevitabile ma la velocità con cui è avvenuto è stata brutale. Mentre gli olandesi e gli inglesi si erano impegnati nella riforma agraria e nell'invenzione di nuove tecnologie agricole, i francesi erano rimasti attaccati al passato, con terre desolate, tasse agricole paralizzanti e modelli contorti di proprietà. Denigrando il paesaggio coltivato a favore della natura selvaggia, si aprì la strada al Romanticismo, creando uno scisma nella visione urbana della natura che ha contribuito a plasmare il mondo moderno. Metà del ferro prodotto nel corso del Settecento serviva a fabbricare tutte quelle macchine agricole che iniziarono a trasformare l'agricoltura inglese, riducendo drasticamente il numero di persone necessarie al lavoro della terra. Il cibo veniva prodotto in quantità più grandi che mai, e i legami sociali che tenevano insieme le comunità rurali cominciarono a disintegrarsi. L'economia alimentare stava per diventare globale, ma gli effetti maggiori di questa rivoluzione si ebbero nel Midwest americano con l'avvento delle ferrovie. Le limitate quantità di grano americano a buon mercato arrivarono in Europa nel 1870, innescando una depressione agricola mai del tutto risanata. Mentre la maggior parte dei paesi europei impose dazi sull'importazione, la Gran Bretagna non riuscì a sfamare la popolazione residente per la maggior parte nelle città (Carolyn Steel, 2008).

Anche la produzione di carne subì un drastico crollo dei prezzi grazie alle nuove tecniche di macellazione e di conservazione che permettevano una produzione ben più ampia e sicura, la gente si meravigliava delle prodezze ingegneristiche dell'epoca, piuttosto che domandarsi le vere conseguenze che avrebbe portato questa industrializzazione. Denaturare l'agricoltura creò un abisso irreparabile con il mondo rurale. Verso la metà del XIX secolo, le città erano diventate frenetici centri produttivi pieni di smog. Scrittori come Dickens, Hugo e Zola raccontavano il degrado della vita industriale, inneggiando il ritorno alla vita semplice vicino alla natura. Tagliati fuori dai processi di produzione della terra, gli abitanti delle città iniziarono a dissociare il cibo dall'idea stessa di natura. Con l'arrivo dei fertilizzanti e l'allevamento in batteria, gli alimenti si trovavano sempre più a buon mercato, una prospettiva allettante tanto da non far pensare a come questo era possibile, e ben presto ne sarebbero state pagate le conseguenze. Dopo la guerra ci si preoccupava principalmente di garantire la sicurezza alimentare in Europa, le sovvenzioni governative incoraggiavano gli agricoltori a produrre più del necessario, lanciando i supermercati in una corsa al ribasso, portando i produttori sull'orlo della bancarotta. La domanda urbana di cibo a basso costo, tipica di un mercato globale, sta causando la distruzione del nostro pianeta. La seconda faccia dell'Agribusiness moderno è la distruzione della foresta pluviale amazzonica per far posto alle piantagioni di olio di palma, il nostro cibo economico ci costerà molto di più in termini di distruzione del nostro pianeta. Il cibo è il prodotto più svalutato dell'occidente industrializzato, abbiamo perso il contatto con il suo significato. Vivendo nelle città, abbiamo imparato a comportarci come se non appartenessimo al mondo naturale, lo vediamo come qualcosa da sfruttare o controllare dall'esterno.

"Whatever they might have thought of farming, no pre-industrial city-dweller could forget it existed. As the social historian Fernand Braudel remarked, town and country never separate like oil and water. They are at the same time separate yet drawn together, divided yet combined" (Braudel, 1977).

Carolyn Steel arriva alla conclusione che, se noi fossimo disposti a pagare un po' di più per il cibo, i costi operativi di produrre qualsiasi cosa comincerebbero a diminuire. Le città moderne, come l'entroterra industrializzato, hanno poco rispetto per la natura. Se non ci piace quello che sta succedendo là fuori nel paesaggio, faremmo meglio a ripensare a come mangiamo, perché uno non cambierà mai senza l'altro.

Antiche rotte del cibo della Roma imperiale, mappa di Carolyn Stelle dal suo libro "Hungry City", 2008.

ALIMENTARE LA CITTÀ

All'inizio del ventesimo secolo le aziende americane di lavorazione alimentare cercavano nuovi modi per vendere i loro prodotti in grande quantità e nel modo più conveniente possibile, nacquero così i supermercati. I supermercati non si sono evoluti molto nei loro 80 anni di storia, i primi erano capannoni costruiti ai bordi delle città, in modo che i camion potessero rifornirli rapidamente, il loro scopo primario era quello di attrarre l'attenzione delle persone affascinate dalla possibilità di avere cibo a basso costo in modo sicuro. Il successo era garantito proprio dalla possibilità di trasferire il cibo industriale dalla fabbrica al consumatore in poco tempo. Il diffondersi di questa tipologia di distribuzione uccise i piccoli commercianti, la rapida scomparsa dei negozietti fu il risultato di un ambiente commerciale fortemente squilibrato, solo quando la situazione sembrava irreparabile l'attenzione del pubblico si concentrò su questo problema. Potremmo non gradire l'acquisizione massiva dei negozi di generi alimentare, ma di certo amiamo poter comprare il salmone fresco alle 11 di sera, 7 giorni alla settimana, è ciò che più rispecchia il nostro stile di vita moderno. Il vero potere di supermercati non consiste nella conquista del commercio della città ma nel controllo della catena alimentare (Joanna Blythman, 2004, pp.73–82).

Il cibo non è qualcosa che si sceglierebbe naturalmente di trasportare molto lontano, e organico nel senso antico del termine. Il successo dell'industria alimentare moderna sta nella sua capacità non solo di fornirci quantità di cibo finora inimmaginabili, ma di consegnarlo in buone condizioni. La maggior parte dei prodotti non ha un buon sapore, ma la maggior parte di noi raramente mangia cibo davvero fresco, perciò abbiamo dimenticato quale sia il sapore. Un recente rapporto di Defra ha calcolato che il trasporto alimentare britannico ha impiegato 30 miliardi di chilometri di veicoli nel 2002, 10 volte in più nel decennio precedente e l'equivalente della circumnavigazione del globo ripetuta per 750000 volte. Sempre più spesso il cibo viaggia attraverso centri di consolidamento specializzati per semplificare il processo di distribuzione, l'intero meccanismo viene attivato ogni volta che acquistiamo qualcosa in un supermercato, dal momento che il codice a barre dell'articolo Invia un ordine automatico attraverso i centri di distribuzione regionali (RDC) per garantire la sua sostituzione sugli scaffali. In questo modo permettiamo ai supermercati di rintracciare il cibo, dalla fonte fino alle nostre case. Siamo ormai illusi che nutrire le città sia facile, la continua evoluzione delle tecniche di conservazione e delle tecnologie dei trasporti fomenta questa credenza. Una delle cause principali è l'invisibilità di questo processo, prima delle ferrovie trasportare Il cibo era più difficile che coltivarlo sul sito, il grano era troppo pesante ed ingombrante per essere trasportato, pericoloso da immagazzinare. La soluzione era convertire il grano in farina prima di raggiungere la città, ma questo aggiunge un ulteriore problema logistico, dal momento che i mulini funzionavano con energia eolica o idraulica. Diverse carestie che colpirono Parigi nel corso del XVII XVIII secolo furono causate dal congelamento della Senna. In termini di trasporto la carne era più conveniente del grano, il bestiame poteva camminare fino alla città ed essere macellato il più vicino possibile ai mercati (Carolyn Steel, 2008).

Ogni città può essere suddivisa in due grandi blocchi: quello che raggruppa i suoi '**spazi simbolici**' e quello rappresentato dai suoi '**spazi tecnici**'. Una doppia gerarchia che rimane inalterata a tutte le sue scale: dalla casa alla città. I gli spazi tecnici garantiscono il funzionamento, la fornitura e la manutenzione degli spazi simbolici, principalmente dedicati all'abitazione e alla socialità, consentendo lo svolgimento della maggior parte delle nostre attività ordinarie o straordinarie. Questa formulazione binaria consente, a vari livelli, l'organizzazione urbana in parti visibili e non, la grande distribuzione dell'industria alimentare, oltre alla stessa produzione, ha svolto un ruolo significativo, in questo senso, nella formazione del tessuto tecnico che si accumula in poligoni nell'agglomerato urbano. Il commercio all'ingrosso, precedentemente situato nel centro delle cittò, è il principalmente responsabile dell'attivazione dell'enorme dispositivo che alimenta quotidianamente la popolazione urbana. Come ha sottolineato Susan Parham nel suo libro del 2005 "*la preferenza delle grandi catene alimentari per il territorio suburbano, più economico e meglio collegato dei centri urbani, ha contribuito allo sviluppo di un paesaggio tecnico e strategico che si è sviluppato lontano dalla vista degli abitanti delle città*".

UTOPIE

Come si sfama una città? Tutte le situazioni umane in un modo o nell'altro sono modellate dal cibo: potremmo di conseguenza chiamarle "*sitopie*" (dal greco *sitos=cibo* più *topos=luogo*). Al contrario dell'utopia, la "sitopia" non è un ideale, ma piuttosto un modo per descrivere luoghi e società plasmate dal cibo. Come la storia ci ha insegnato, fin dall'epoca dei romani le città furono fondate in prossimità degli approvvigionamenti, solo con l'avvento della ferrovia assistiamo ai primi modelli di urbanesimo, la città poteva importare gli alimenti da lontano. Nella maggior parte dei casi il cibo veniva prodotto dentro o subito attorno alla città, nel mondo post-industriale le cose sono molto diverse, diamo per scontato che se entriamo in un ristorante o in un supermercato troveremo del cibo arrivato come per magia.

La difficoltà di sfamare la città in epoca preindustriale significa che la vita rimaneva in gran parte nelle zone rurali, difatti nel 1800 solo il 3% della popolazione mondiale abitava in città. Con la migrazione dei grandi gruppi dalle campagne alla città, vengono abbandonate le abitudini alimentari a base di cereali e verdure per passare alle diete cittadine a base di carne e cibi elaborati. "*Mangiare è un atto politico, oltre che culturale, le nostre scelte riguardo al cibo si riflettono profondamente sul resto della nostra vita*" (Carolyn Steel, 2008). Bisogna ritrovare un equilibrio tra vita urbana e vita rurale, Carlo Petrini fondatore di Slow Food afferma che bisogna essere un po' produttore, ovvero

qualcuno che ha consapevolezza sull'alimentazione è che partecipa alle scelte sulla definizione del sistema alimentare, decide cosa comprare, come cuocere e cosa mangiare.

Oggi si parla di "*urbanistica integrata*": un nuovo approccio alla progettazione urbana che cerca di bilanciare le esigenze dell'urbanizzazione spesso concorrenti - crescita economica, benessere sociale, ambiente - creando cicli virtuosi che consentono loro di completarsi a vicenda. Un tipico esempio è un modello urbano che punta a incoraggiare le persone a lavorare e fare acquisti nello stesso quartiere in cui vivono, riducendo così le richieste di trasporto, oltre a generare il tipo di utilizzo dello spazio misto, tipico dei centri storici delle città. L'obiettivo è di rendere le città ecologiche e il più piacevoli possibile da vivere, senza sacrificare l'urbanità essenziale: un'aspirazione che rende la città se non esattamente utopica, almeno in netto contrasto con l'approccio tagliente all'urbanizzazione che si sta diffondendo in Cina e altre parti dell'Asia. In un modello utopico di città ideale tutti i veicoli sono elettrici e la città è ricca di alberi, un terzo degli edifici avrà tetti verdi: tetti ricoperti di vegetazione per migliorare le proprie prestazioni termiche e contribuire a ridurre il deflusso dell'acqua piovana e ci sono piani per avere fabbriche alimentari proprio nel centro della città in modo da alimentarsi autonomamente (Carolyn Steel, 2008).

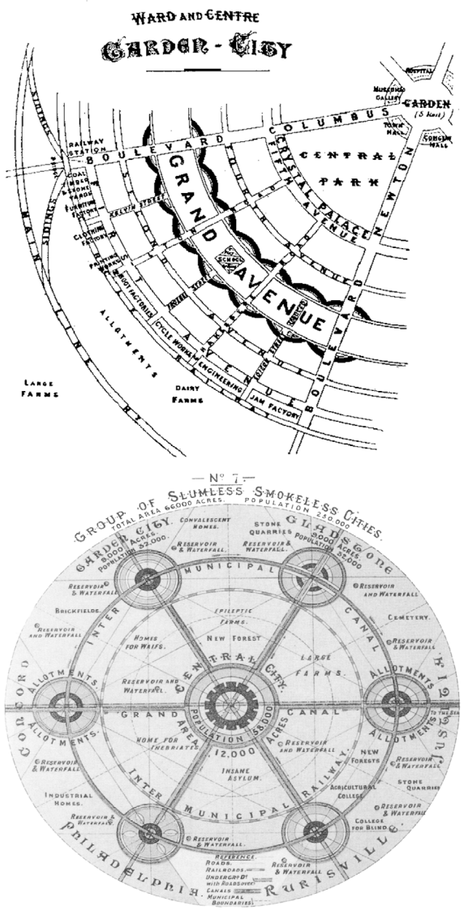
Non è l'urbanizzazione della Cina ad essere tragica, ma il modo di farlo. Tutti gli errori dell'Occidente si sono ripetuti, ma su scala molto più grande e con una velocità dieci volte superiore. Naturalmente, non tutti nel mondo finiranno per vivere nelle città, ma a meno che non troviamo un nuovo modello urbano, presto finiremo il pianeta. La tensione tra perfezione astratta e realtà imperfetta è alla base di tutto il pensiero utopico. Anche Platone, il cui interesse per le necessità mondane non fu mai segnato, divise la sua città-stato ideale in appezzamenti urbani e rurali, in modo che ogni cittadino ricevesse due appezzamenti di terra, uno in città, l'altro in campagna.

Ebenezer Howard, fu un urbanista inglese la cui utopia è stata una delle poche ad essere realizzata anche solo parzialmente: **"la Città Giardino"**. Spesso citata come fonte d'ispirazione, Garden Cities era originariamente intesa come esattamente l'opposto: una rete di piccole città-stato indipendenti e autosufficienti, collegate tramite ferrovia. L'uso di Howard della parola "giardino" nel suo titolo ha semplicemente innescato il sogno arcadico latente in ogni abitante della città vittoriana, ora apparentemente a portata di mano grazie alle ferrovie. Cento anni dopo, la Città Giardino del domani rimane uno dei tratti utopici più persuasivi e stimolanti mai scritti. Delineato per la prima volta in un opuscolo del 1898 intitolato "*To-morrow: A Peaceful Path to Real Reform*", il suo concetto di Città Giardino era un insieme di quasi tutte le idee utopiche che andavano, da Platone, via Owen, a Marx e Morris. Sorprendentemente, Howard è riuscito a trasformare questo improbabile buffet in una proposta di tale coerenza e fascino da ottenere il sostegno immediato di proprietari d'industria con un ricco capitale da investire. In pochi mesi, Howard aveva fondato la sua Associazione

MVRDV, "Almere Oosterwold", Netherlands, 2011.
Fonte: https://www.mvrdv.nl/projects/32/almere-oosterwold

Città Giardino con il sostegno di Lord Leverhulme, Joseph Rowntree e Cadbury. Nel 1902, Howard ripubblicò il suo scritto come "*Città Giardino del domani*", titolo con cui sarebbe diventato famoso e comunemente frainteso. Il libro conteneva proposte dettagliate per quello che Howard chiamava il suo "*magnete città-campagna*": una Città Giardino che avrebbe combinato i vantaggi della vita in città e in campagna, neutralizzando gli svantaggi di entrambi. Lo stretto legame tra città e campagna garantirebbe una florida tenuta agricola. Fin dall'inizio, Howard ha chiarito che la sua visione si basava su una riforma agraria progressiva. "*Dovremmo avere un gruppo di città ... ogni abitante vivrebbe in una città di piccole dimensioni, ma godrebbe di tutti i vantaggi di una città grande; eppure, tutte le fresche delizie della campagna - campi, siepi e boschi - non solo parchi e giardini primitivi - sarebbero raggiungibili a piedi o nel giro di pochissimi minuti*" (Ebenezer Howard, 1965, p. 51). Quando si tratta di costruire città, non esiste una formula perfetta, nessun "buon mix" può funzionare solo aggiungendo persone, **bisogna progettare le attività, la vita della comunità.**

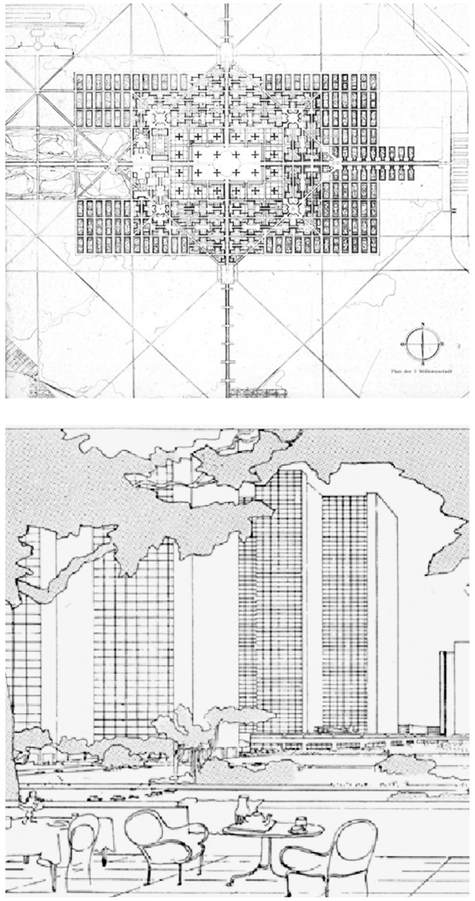
Proprio come le ferrovie avevano liberato le città dalla geografia, le automobili e gli aeroplani ora segnavano l'arrivo del modernismo, offrendo possibilità apparentemente illimitate per l'abitare umano. La Ville Contemporaine di **Le Corbusier** del 1922 incarnava la nuova visione. Tutti i grattacieli svettanti e gli edifici lineari di appartamenti che serpeggiano attraverso un parco verdeggiante, erano, come praticamente ogni precedente utopia, un tentativo di conciliare città e campagna.



Disegni di Ebenezer Howard.
Fonte: "Garden Cities of To-Morrow" (1902), MIT Press paperback edition, 1965, pp. 51, 60–2, 142.

La novità era il tipo di città e di campagna che Le Corbusier aveva in mente. Come la Garden City di Howard, quella "contemporanea" di Le Corbusier era piena di parchi pubblici e spazi ricreativi, resi possibili da edifici alti che liberavano il piano terra e un sistema di circolazione segregato. Sono progetti per una città in cui **la sfera privata, prima completamente ermetica, comincia a scambiare determinate funzioni con la sfera pubblica.** Un'architettura che comincia ad essere possibile anche grazie alla divulgazione di invenzioni come il frigorifero domestico (1913), l'angolo cottura - reso popolare, all'inizio del XX secolo, nella tipologia del residence/hotel americano - la commercializzazione di una crescente varietà di cibi in scatola e in bottiglia - apparsi nel secolo precedente come soluzioni per rifornire l'esercito francese - o l'arrivo del supermercato (1926).

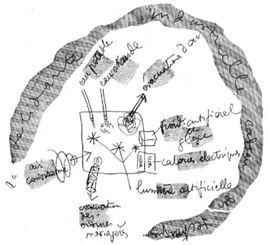
Se tutti i progetti utopici sono destinati a fallire e tutti gli utopisti "attivisti" sono illusi, perché preoccuparsi di guardare all'utopia? La ragione è che l'utopismo rappresenta la cosa più vicina che abbiamo a una storia di pensiero interdisciplinare sul tema dell'abitare umano. Quello che non ci hanno dato è un modo di pensare all'abitare in modo olistico. L'utopismo è almeno un tentativo di farlo. Si potrebbe dire che ci ha portato all'urbanistica integrata secoli prima che Arup inventasse il termine. Allora perché, se esiste un filo di pensiero così chiaro che punta verso il tipo di vita che potrebbe portare la felicità umana assoluta, siamo andati così fermamente nella direzione opposta? Il problema sta nella natura stessa dell'utopia. L'utopia potrebbe essere un "buon posto", ma è



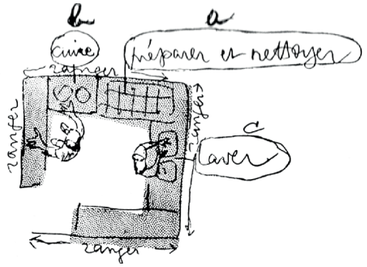
Disegni di Le Corbusier.
Fonte: "La ville radieuse", Editions de l'Architecture D'aujourd'hui, Boulogne, 1935.

anche “nessun posto”, perché il mondo reale non può essere perfetto. Urbanizzazione, capitalismo, geopolitica, crisi del petrolio, fame, riscaldamento globale: di fronte a una lista del genere, da dove si comincia? Potrebbe sorprenderci che ci sia qualcosa che li collega tutti, non in un modo totalizzante, ma in un modo complesso e disordinato. Quel qualcosa è cibo. Come abbiamo nel libro della Steel, “*il cibo resiste a essere contenuto e controllato. Incarna tutto il disordine, il caos e la sporcizia del mondo, così come il suo ordine. I suoi rituali sono specifici nel tempo e nel luogo e altamente codificati; eppure, il cibo stesso è inesorabile, inevitabile, universale*”. È quello che stavamo cercando da sempre: uno strumento per plasmare il mondo, che in qualche modo è sfuggito alla nostra attenzione. Allora perché, se è così ovvio, il cibo non è stato utilizzato prima come strumento di progettazione? Non abbiamo mai visto il vero potenziale del cibo, perché è troppo grande per essere visto. Ma visto parzialmente, emerge come qualcosa con un potere di trasformare non solo i paesaggi, ma le strutture politiche, gli spazi pubblici, le relazioni sociali, le città. Una città progettata attraverso il cibo, nella sua forma ideale, è chiaramente un’utopia. Ma non dobbiamo mirare alla perfezione. Guardando solo attraverso il cibo, possiamo già fare molta strada (Carolyn Steel, 2008).

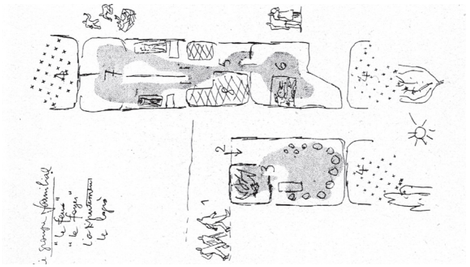
Le Corbusier, illustrazioni del testo “Urbanisme. La Règle des 7v”, 1953.



Le cadeau des techniques.



Les deux jambes de la maîtresse de maison ou l’urbanisme à domicile.



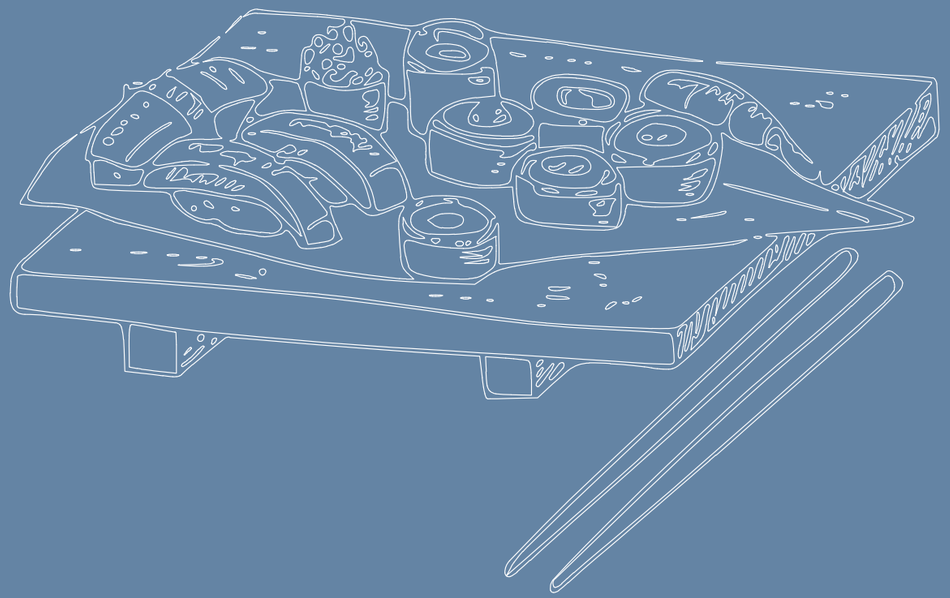
L’abri du grupe familial le “Feu”, le “Foller”.

“

L’architettura è la volontà dell’epoca tradotta nello spazio.

(Ludwig Mies Van der Rohe, 1929)

”



capitolo 02

La città

2.1. L'impatto delle pratiche sociali sulla progettazione dei luoghi

Le città non sono fatte solo di edifici, ciò che rappresenta l'identità di un luogo sono le strade e le persone, la strada è il luogo in cui svolgiamo le nostre attività pubbliche, lo spazio che utilizziamo per sportarci da un punto ad un altro, lo spazio dove compriamo, lavoriamo, lo spazio che semplicemente viviamo. Non ce ne rendiamo conto ma le scelte di ognuno di noi condizionano lo sviluppo delle città, molto più di quanto percepiamo. I grandi produttori misurano i loro investimenti sulle tendenze di consumo che si sono delineate, a partire dalle piccole azioni che ognuno di noi fa ogni giorno. **Le trasformazioni urbane si innescano quando un fenomeno sociale inizia a espandersi per le strade della città, veicolato dal nostro stile di vita. Per questo i processi spontanei, se diventano un fenomeno collettivo e partecipato, possono avere un impatto molto maggiore di una politica urbana calata statisticamente in base ad una decisione imposta dall'alto.**

Ogni società instaura con lo spazio urbano un rapporto che costruisce le sue condizioni fondamentali di esistenza, le esigenze fisiche sono soddisfatte dalla suddivisione spaziale secondo la strutturazione funzionale. Lo spazio fisico non è solo dominato dalla sua componente dimensionale, ma è percorso da significati simbolici, le azioni di chi lo vive ne rappresentano la sua comunicazione e identità. **La città è un palinsesto**, un telaio di relazioni i cui contenuti e significati sono soggetti a continua revisione e ridefinizione. "*Nello spazio urbano*", dice Ascher, "*i luoghi si ricompongono; le relazioni vengono ricostituite; i trucchi millenari dell'invenzione del quotidiano e le arti del fare [...] possono farsi strada e dispiegare le loro strategie*" (Ascher, 2005).

Se guardiamo all'architettura con uno sguardo narrativo, attribuendole uno sviluppo funzionale, il dispositivo spaziale non è più statico ma acquista un significato derivato dalle azioni che lo coinvolgono. "*L'architettura funziona come uno spazio costruito, necessariamente circoscritto, a cui l'accesso può essere limitato e regolato. In questa prospettiva il senso non viene cercato negli oggetti stessi (per esempio, in una relazione diretta tra l'oggetto e la sua funzione), ma nelle operazioni che attivano gli oggetti, mobili e immobili, in una dinamica gerarchicamente superiore*" (E. Greco, 1997). Possiamo affermare che **il modo di vedere e concepire lo spazio è determinato dal nostro modo di viverlo, ovvero da come le persone agiscono e percepiscono la società all'interno di quel determinato spazio urbano.**

"The activity of community participation is based on the principle that the environment works better if citizens are active and involved in its creation and management instead of being treated as passive consumers" (Sanoff H., Community Participation Methods in Design and Planning, Wiley, New York 2000).

Il modo di vedere e concepire lo spazio è determinato dal nostro modo di viverlo

2.2. Tactical Urbanism & cibo

Perché parlare di Tactical Urbanism e cibo?

Nei paragrafi precedenti ho enunciato l'importanza del cibo come atto sociale in primis, l'approccio del Tactical Urbanism si pone l'obiettivo di intervenite sul tessuto urbano con azioni aperte e iterative per stimolare la partecipazione sociale, costruendo un rapporto profondo tra la comunità, le associazioni locali e lo spazio vissuto. Perciò **il cibo può essere il motore di questo processo, attraverso la programmazione di attività di consumo alimentare e la progettazione degli spazi e delle architetture necessarie si può veicolare il processo di Tactical Urbanism** partendo dal basso, con interventi immediati di riappropriazione che raccolgano il consenso di tutte le parti coinvolte.

I luoghi sono creati dalle persone e dal loro modo di vivere lo spazio. Bisogna salvaguardare la presenza di spazi pubblici, evitando che gli spazi provati prevalgano rispetto alla condivisione. Attraverso un processo collaborativo si re-immaginano i luoghi che non posseggono un particolare carattere o che presentano problematiche che minano la qualità della vita dei residenti, oltre a promuovere una migliore progettazione urbana. Una conseguenza inattesa delle rigide programmazioni urbanistiche degli anni '20 è stata quella di trovarsi ad avere comunità che non si rispecchiano nei quartieri in cui vivono, problemi comuni come strade dominate dal traffico, parchi poco usati e progetti di sviluppo isolati o poco performanti, possono essere affrontati - o del tutto evitati - abbracciando un modello di placemaking che vede una realtà nella sua interezza, bisogna **scendere alla scala del "luogo" e incrementare il concetto di bene comune.** I termini placemaking e tactical urbanism posso essere utilizzato per progetti simili, l'unica grande differenza che possiamo riscontrare riguarda il fatto che per placemaking non si intende mai iniziative top-down, cosa che invece può accadere nell'urbanismo tattico. Il placemaking facilita i modelli creativi di utilizzo dello spazio, prestando particolare attenzione alle identità fisiche, culturali e sociali che definiscono un luogo e ne supportano l'evoluzione. Alcuni dei concetti alla base di placemaking hanno preso piede negli anni '60, quando mentori come Jane Jacobs e William H. Whyte hanno introdotto idee rivoluzionarie sulla progettazione città a misura di persone, non solo per automobili e edifici. L'esperienza di questi anni continua a sottolineare come l'adozione di un processo di comunità collaborativa sia l'approccio più efficace per creare e rivitalizzare gli spazi pubblici.

Una città diventa vivibile quando le persone percepiscono una positiva vibrazione urbana, le forme architettoniche, strutturali ed abitative favoriscono lo stare sempre in contatto, la vicinanza, la prossimità, l'interazione tra forma e gente, la città a misura d'uomo. Un processo che tenta di riportare i cittadini a quella dimensione di città a misura d'uomo, attraverso **interventi dal basso e condivisi.** Non si tratta di costruire nuove città ma di rigenerare l'esistente, riguadagnare degli spazi obsoleti o mal utilizzati e correggere, almeno dove è possibile, quegli errori grossolani dovuti ad una progettazione generalizzata. Il termine Tactical Urbanism fu fondato da due architetti americani Mike Lydon e Anthony Garcia di The Street Plans Collaborative a New York, ispirati dalle esperienze in Colombia. Vale a dire una serie di interventi dal basso che coinvolgono anche l'amministrazione locale. Gli interventi sono di varia tipologia, ma il senso principale è una forma di **riappropriazione dello spazio pubblico** sostanziale, che scaturisce proprio da una reazione dei cittadini, una conseguente reazione logica, quindi nei confronti dello stato di fatto urbano disastroso che in molti, troppi, quartieri rappresenta progettazioni non inclusive, non di prossimità non a misura d'uomo. Tactical Urbanism è una forma potente, di forte impatto visivo, che utilizza materiali e tecnologie semplici, talvolta per progetti temporanei, ma che porta esternalità positive e prepotenti sulla comunità. In America questa tipologia di progettazione è già stata ampiamente sperimentata, mentre in Italia iniziamo ad assistere a qualche timido accenno di partenza. Il carattere sperimentale di questi interventi ne costituisce l'aspetto funzionale, dove gli strumenti di progettazione tradizionali non hanno avuto successo le iniziative temporanee e partecipate possono essere il banco di prova per innescare i cambiamenti. Il tactical urbanism è applicato a quegli spazi della città che il sociologo William White definisce "*the huge reservoir of space yet untapped by immagination*", sono luoghi ricchi di potenziale creativo, spazi sottovalutati in cui la comunità riversa un forte senso di appartenenza ma che nelle condizioni attuali non soddisfa le loro esigenze. I concetti di temporaneità e flessibilità, se il processo scala le fasi attraverso la moltiplicazione e l'accettazione, si trasformano in permanenza

A city and/or citizens-led approach to neighbourhood building using short-term, low cost and scalable interventions intended to catalyse long-term change.

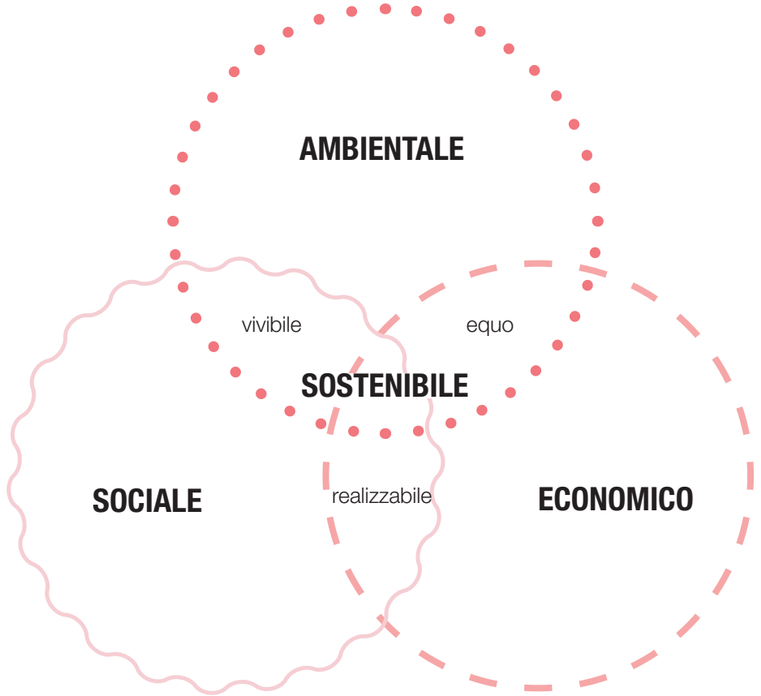
(Garcia Lydon, 2015)

e stabilità, attuando una riqualificazione urbana a medio/lungo termine. "*Negli ultimi anni il Tactical Urbanism è visto come un movimento capace di incarnare dentro di sé le nuove sfide per il futuro delle città contemporanee: incrementare il capitale sociale, economico, la possibilità di accedere al cibo locale, la sicurezza urbana e più in generale per aumentare la qualità della vita*" (Lydon, Garcia, 2015).

"Più leggero, più veloce, più economico" è una frase di Eric Reynolds per descrivere le soluzioni semplici, a breve termine e a basso costo che stanno avendo un impatto notevole sulla trasformazione di quartieri e città.
Lighter, Quicker, Cheaper (LQC) è un'associazione che promuove progetti catalizzatori di processi di produzione di una comunità, attraverso un Tactical Urbanism si dimostra come interventi poco costosi e poco impegnativi riescano a dare vita ad una forte mutazione dell'immagine dello spazio pubblico. Un approccio creativo può scongiurare quella pianificazione top-down che produce risultati distaccati dalle esigenze delle comunità. Di seguito ho selezionato alcuni progetti raccolti da questa associazione, accomunati da caratteristiche di sostenibilità e incentrate su temi di consumo alimentare come motore del cambiamento.

A destra: un mecato all'aperto come progetto di recupero di un'area industriane in Giappone. Fonte: https://d.re-write.co.jp/works/

Da cosa si definisce un progetto sostenibile?



Schema di Serena Indaco. Elaborazione grafica dell'autore. Fonte: Serena Indaco, Tesi di Laurea in Architettura e Composizione architettonica, "La costruzione condivisa dello spazio pubblico. Architettura e Programmi Sociali per Zingonia", Relatore: Prof. Matteo Agnoletto, Università di Bologna, A.A. 2015/2016.

ECONOMICO

Eventi temporanei possono aiutare a mostrare il potenziale di un particolare spazio pubblico. A Louisville nel 2014, un'iniziativa di City Collaborative, chiamata ReSurfaced, ha utilizzato un approccio più leggero, più rapido e più economico per trasformare temporaneamente un lotto libero di 16.000 metri quadrati nel centro città, in una birreria all'aperto con una caffetteria ed uno spazio relax. Da giovedì a domenica, il lotto è diventato un luogo di eventi dove uomini d'affari affollano i camioncini di street food, i giovani accorrono per vedere band locali, famiglie e coppie arrivano per il cinema all'aperto e il beer-pong. L'evento, ispirato a un progetto simile a Memphis, chiamato Tennessee Brewery Untapped, mirava a creare non solo un'attrazione per la città, ma un punto di partenza per progetti e dibattiti sulla rivitalizzazione degli spazi sottoutilizzati di Louisville. Oltre ai suoi vibranti spazi commerciali ed espositivi, il sito è diventato anche un hub per innovatori. Il successo commerciale di ReSurfaced ha anche dimostrato il potenziale economico e i benefici dell'attivazione performante degli spazi poco apprezzati di una comunità.

Fonte: https://www.pps.org/gps/lqc

money

PARTECIPATO

Indipendentemente da tempi o dimensioni, il successo di qualsiasi progetto di questo tipo dipende dal coinvolgimento della comunità in ogni fase, dallo sviluppo e implementazione delle idee al follow-up post-progetto. Questo tipo di partecipazione prolungata semplifica inoltre la costruzione di partnership, la raccolta di fondi, la dissuasione dalle critiche, l'afflusso di utenti e la costante manutenzione e gestione del sito. L'elemento imprescindibile è la possibilità di scelta che l'utenza deve sempre avere nell'uso e nella programmazione. BenchesCollective nasce ad Amsterdam nel 2015 dall'iniziativa di cooperazioni di quartiere. Consiste nella creazione di luoghi di incontro dove gli organizzatori offrono cibo e pianificano attività, appoggiandosi alle panchine presenti nelle strade della propria città. Lo scopo è quello di innescare interazioni pubbliche, incoraggiando i padroni di casa e gli ospiti delle panchine a ripensare l'uso di strade e arredi urbani, dando loro un certo grado di identificazione del proprio modo di vivere lo spazio pubblico. The BenchesDays traslano l'importanza di strade e panchine, dalla pura utilità a luoghi di sperimentazione, coinvolgendo la comunità nella creazione di luoghi. Da questi incontri si è visto come il 64% delle persone instaura un rapporto di condivisione duraturo da cui nascono nuovi progetti di vicinato, da un'iniziativa pubblica nascono progetti privati. L'obiettivo di creare reti di quartiere incentiva l'inclusione, allo stesso tempo permette di combattere le disuguaglianze che si stanno insinuando nelle grandi città tra persone provenienti da contesti culturali, economici e sociali diversi.

Fonte https://www.bankjescollectief.nl/en/

community

FLESSIBILE

Molte località non godono di un clima mite e soleggiato tutto l'anno, perciò le attività nei luoghi aperti risentono delle condizioni della stagione che vincola l'organizzazione degli eventi. Per rendere un luogo utilizzabile tutto l'anno bisogna tener conto delle variabili metereologiche, in modo tale da adattare in maniera flessibile gli spazi ai diversi periodi dell'anno, senza precluderne l'utilizzo. A Londra un ristorante ha creato una struttura per coprire i tavoli in strada, in modo che i commensali possano cenare in un luogo riscaldato senza rinunciare alla vista sul Tower Bridge. Gli igloo sono in PVC trasparente, e arredati con travi in legno e porte scorrevoli, arredati con tavoli di legno, poltrone accoglienti, coperte calde, lanterne, tappeti, candele. Un'atmosfera per sentirsi come a casa. L'utilizzo di una struttura assemblabile con materiali innovativi permette di svolgere l'attività di consumo e socializzazioni adeguandosi alle condizioni ambientali.

Fonte: https://coppaclub.co.uk/towerbridge/

flexible

MULTIFUNZIONALE

L’apporto di funzioni pubbliche di vario genere (dall’arte al food, dagli incontri di associazioni alla movida) contribuisce a stimolare l’incontro di gruppi differenti, al fine di attivare la vita di un luogo e promuovere il mix sociale che costituisce un valore aggiunto alla creazione di una comunità impegnata e positiva. Piazze Aperte è un progetto avviato nel 2018 e promosso dal Comune di Milano, realizzato in collaborazione con Bloomberg Associates, National Association of City Transportation Official (NACTO) e Global Designing Cities Initiative. Il progetto è volto a perseguire gli obiettivi di rigenerazione urbana e mobilità sostenibile del Piano di Governo del Territorio Milano 2030 e del Piano Urbano della Mobilità Sostenibile, nell’ambito del Piano Quartieri. Piazze aperte rientra nel “Piano periferie”, è un progetto del Comune di Milano che utilizza l’approccio dell’urbanismo tattico (approccio per il coinvolgimento degli abitanti nei processi di rigenerazione urbana a scala di quartiere che utilizza interventi spaziali e politiche a breve termine, a basso costo e scalabili) per riportare lo spazio pubblico al centro del quartiere e della vita degli abitanti, con 65 proposte e più di 200 realtà coinvolte. L’intervento su una piazza obbliga a considerare le diverse figure e le diverse funzioni che convergono in uno spazio così stratificato e denso.

Fonte: sito web del Comune di Milano

layers

Il ruolo dell’architettura è quello di dare risposte e soluzioni intelligenti ai problemi della nostra società.

(Tadao Ando, 2000)

2.3. Spazio privato, comune e pubblico

Gli obiettivi dell'architettura sono gli stessi del passato, vi è solo una costante variazione delle condizioni, ogni elemento è come un oggetto e perciò va progettato. Nella città si intersecano vita pubblica e vita privata, ogni oggetto è parte della composizione totale. Leon Battista Alberti disse che l'architettura è un'arte sociale ed anche Karl Friedrich Schinkel parla dell'architettura come 'costruzione che si eleva al sentimento'. In questa visione, **la casa e la città, il privato e il pubblico, sono dimensioni fortemente correlate, spesso non vi è una divisione netta.** La casa incarna il radicamento nei luoghi, l'appartenenza e la sicurezza di uno spazio che diventa nostro, ma la vita si svolge anche all'esterno dell'abitazioni e talvolta **si interseca portando all'esterno pratiche domestiche, e viceversa.** L'organizzazione, da cui dipendono le certezze usualmente associate all'idea di casa, riguarda specifiche modalità di vivere e plasmare lo spazio, funzionali alla costruzione di una temporalità lunga, di una "*memoria istituzionalizzata capace di anticipare eventi futuri*" (Douglas, 1991). Sotto questo profilo, **l'esperienza del 'sentirsi a casa'**, per il soggetto, implica non soltanto la familiarità con i luoghi in cui è collocato, ma anche "*la partecipazione alla costruzione ed alla preservazione della 'tradizione' che ne sostanzia l'identità. Il potenziale conflitto tra memorie vissute degli abitanti e le memorie storico-architettoniche implicate nei processi di rinnovamento urbano*" (Rampazi, 2010, p. 23).

Lo spazio pubblico è catalizzatore di forme sociali, li si materializzano i rapporti e gli oggetti costituiscono il filo che collega i rituali al luogo. La specificità del "*locus*" è quella di essere funzionare come meccanismo mnemonico: "*la casa diventa così un aide-mèmoire delle ricorrenti necessità della vita quotidiana attraverso la disposizione degli oggetti negli armadi, […] delle gerarchie famigliari iscritte nello spazio domestico attraverso l'ordine dei posti intorno al tavolo, […] dell'intrecciarsi di storie di vite individuali*" (Connerton, 2010, p. 27). Lo stesso carattere lo ritroviamo nelle strade urbane, in questo caso sono "*locus*" quei luoghi che riescono a sintetizzare un determinato stile di vita: "*É soprattutto la capacità di offrire una 'gestalt', di introdurre un ordine, di offrire un'immagine emblematica che rende memorabili una strada o un insieme di strade*" (Connerton, 2010, p. 34).

Il consumo del pasto è da sempre la principale attività sociale dell'uomo, superata la rigida partizione dicotomica del modello borghese, **la casa ha sfumato i propri confini, si è frammenta e delocalizzata**. Il processo di globalizzazione è ormai intrinseco alle città, ha creato nuove dimensioni spaziali, nelle strade e nelle piazze vengono consumati i pasti che prima erano esclusivamente domestici, le persone si ritrovano per socializzare e questo crea la necessità di nuovi spazi, ne scaturisce un processo quasi autonomo di appropriazione dei luoghi che prima erano strettamente pubblici, ma con queste nuove pratiche condivise diventano un surrogato di vita privata. "*La codificazione di un luogo è il prodotto della sedimentazione di tradizioni e a processi di vita quotidiana come esito inconsapevole, o non, dell'incontro tra pratiche sociali e luoghi*" (Hebbert 2005). La città è il contenitore di memorie comuni, il locus non può essere separato dalle pratiche che lo vitalizzano. Il concetto di locus sposta dunque l'attenzione, dalle caratteristiche dello spazio al legame tra spazio, corpo e pratiche sociali, in particolare quelle pratiche di "*addomesticamento dello spazio*" (Mandich, 2010) che creano la sensazione del "*sentirci a casa*" (Heller, 1999).

In una dimensione urbana fortemente espansa, l'individuo fa fatica controllare la dimensione fisica dello spazio pubblico, perciò è compito del progettista disegnare dispositivi di attivazione del concetto di locus. Talvolta nascono conflitti tra le pratiche di appropriazione dello spazio urbano, le memorie collettive non sempre si rispecchiano in quelle storico-architettoniche imposte dagli interventi di rinnovo urbano. **La condivisione dei pasti nella propria casa può essere considerata un esempio di come i cittadini sfidano il rigido disegno urbano, aprono il loro spazio privato all'esterno, creando punti di incontro con la strada o il quartiere.**

Marianne Dagevosa ed Esther Veen, nel loro articolo "*Sharing a meal: a diversity of performances engendered by a social innovation*", parlano delle connessioni urbanistiche tra i processi di consegna a domicilio del cibo e le trasformazioni socio-spaziali incorporate in questa forma sociale in continuo sviluppo. Il documento "*mostra come le tattiche di appropriazione*" dei programmi di condivisione dei pasti "*possono sfociare nel superamento dei confini tra privato e pubblico, e tra spazio domestico e spazio comunitario […] progetti e imprese*

alternativi offrono modi per produrre, distribuire e consumare cibo in modo diverso, proponendo così trasformazioni socio-spaziali, evidenziando questioni come sostenibilità, località e condivisione" (Marianne Dagevosa ed Esther Veen, 2020).

Oggi la città è rappresentata meglio dai nuovi luoghi collettivi piuttosto che dagli spazi pubblici, come piazze, strade o parchi, che di per sé sono sempre meno importanti. Come ci ricorda Manuel de Solà-Morales, "*lo spazio collettivo è molto di più dello spazio pubblico se lo limitiamo a quello della proprietà amministrativa. La ricchezza civile e architettonica, urbana e morfologica di una città è quella dei suoi spazi collettivi, quella di tutti i luoghi in cui si sviluppa, si rappresenta e si ricorda la vita collettiva. E, forse, sempre di più, questi sono spazi che non sono né pubblici né privati, ma entrambi allo stesso tempo. Spazi pubblici assorbiti da usi privati*" (De Solà-Morales, 1992). Nel corso della storia il cibo ha intrecciato legami molto diversi tra pubblico e privato, spostando tra l'uno e l'altro usi caratteristici dei singoli. Il risultato che oggi possiamo mangiare in forme impensabili fino a qualche generazione fa.

I NON LUOGHI

Nell'industria del tempo libero, i 'luoghi' vengono creati secondo una catena di montaggio. I villaggi vacanze producono la chiave che fa di un fine settimana fuori un sicuro successo. Il paesaggio antico si trasforma rapidamente nel nuovo. Ma che tipo di paesaggio è questo, dal punto di vista geografico-culturale? Qual è il carattere di tutti questi 'luoghi' e percorsi di nuova creazione? Come sono correlati? Cosa succede lì, chi partecipa alla vita in quei nuovi posti, e come? Fino a che punto si tratta di scambio o interazione tra gruppi diversi? In breve, quanto è 'urbano'? L'antropologo francese Marc Augé ha dato un contributo importante ma controverso a questa discussione. In effetti ribalta l'argomento: "*al momento non si tratta di sviluppo di nuovi 'luoghi' ciò porta alla continuazione della vita urbana altrove. Al contrario, i nuovi 'luoghi' mancano delle caratteristiche essenziali che costituiscono uno spazio urbano. In sintesi, i luoghi sono segnati dall'identità, dalle relazioni sociali e dalla storia, mentre* ***i 'non luoghi' non hanno identità*** *e sono difficili da definire in termini sociali o storici: Lo spazio del non luogo non crea né identità né relazioni singolari, solo solitudine e similitudine*" (Marc Augé, 1995). Il lavoro di Marc Augé è stato estremamente influente nello studio di questi spazi di transito. Tuttavia, è altamente discutibile se la sua analisi dei non luoghi renda giustizia al modo in cui questi spazi vengono effettivamente utilizzati. Augé osserva che la possibilità di diventare un non luogo minaccia ogni luogo. Ma può funzionare al contrario e i non luoghi possono diventare luoghi? La teoria dei non luoghi non risponde a questa domanda. Sottolinea altri due aspetti che giocano un ruolo importante: **il carattere privato e la mancanza di autenticità** di questi non luoghi. Gli spazi a cui fa riferimento Marc Augé non sono solo spazi di transito, ma sono anche solitamente privatizzati e quindi non sono spazi pubblici in senso stretto. Per molte persone questo è un motivo per ignorarli come

> ***Vedere la città come se fosse la nostra casa privata e, viceversa, il nostro spazio domestico nella sua dimensione sociale e pubblica.***
>
> (Ugo La Pietra, 1980)

possibili domini pubblici. L'esclusione dei pericoli e delle spontaneità della vita urbana va di pari passo con l'eliminazione dell'imprevisto e dell'autentico, che sono altrettanto caratteristici della vita urbana. Le esperienze sintetiche sostituiscono i significati storici, sociali e culturali. Questa preclusione di ciò che non può essere controllato porta all'esclusione di certi usi e comportamenti e, infine, all'esclusione di certi gruppi (Marc Augé, 1995).

L'architetto e urbanista di Barcellona Manuel De Solà-Morales, sostiene che il compito dell'urbanista non può essere limitato alla progettazione degli spazi pubblici, ma deve essere ampliato per includere l'integrazione degli spazi pubblici e di quegli spazi indistinti privatizzati in un sistema di spazi collettivi urbani. Come antidoto al timore per la privatizzazione del dominio pubblico, presenta la possibilità di urbanizzare i domini privati, o l'integrazione del privato nella sfera del pubblico. Il semplice fatto che qualcosa non sia completamente pubblico non è un motivo per escludere il luogo come di pubblico dominio. **Il modo in cui le interrelazioni spaziali sono percepite e vissute e il modo in cui vengono prodotti i significati culturali dei luoghi, non è semplicemente determinato dai loro sviluppatori e progettisti, ma in misura simile dai consumatori.** È proprio in questa associazione che possiamo forse ottenere una visione più realistica del significato di questi nuovi spazi come dominio pubblico. Perché le persone vanno in un nuovo luogo? Che ruolo svolgono nell'organizzazione della vita quotidiana delle persone e nella costruzione di uno stile di vita? Ciò indica che un'analisi culturale-geografica della produzione di luoghi e non luoghi dovrebbe includere anche un'analisi del consumo (Maarten Hajer, Arnold Reijndorp, 2001).

I **supermercati** sono esempi di ciò che l'antropologo francese Marc Augé chiama "non-luoghi": surrogati, versioni del mondo reale con scarso senso di identità locale. Augé contrappone tali luoghi (ad esempio, centri commerciali e aeroporti) a ciò che chiama "antropologici": luoghi e spazi che trasportano ricordi e associazioni, che esprimono la storia. La vivacità può esistere solo in quei luoghi, dove la vita pubblica in tutte le sue forme è consentita: non solo ciò che è sicuro, familiare e confortevole, ma anche ciò che è inaspettato. "*La vita pubblica, con tutte le sue contraddizioni - la sua alterità - è l'essenza dell'urbanità*" (Marc Augé, 1995).

LE RICERCHE DI UGO LA PIETRA

La sua idea è ancorata all'esigenze del tempo che lo ha fatto nascere, ma grazie alla sua visione lungimirante questi concetti posseggono qualità autonome e diacroniche, che si fondano con la libertà che supera l'accidentalità dell'occasione, rimettendo continuamente in circolo questioni moderne che decodificano i vincoli fisici e psicologici dell'essere umano. La rottura degli schemi precostituiti permette il superamento delle barriere tra spazio pubblico e privato, tra genius loci e globalizzazioni, unicità e molteplicità, differenza e omologazione. Le sperimentazioni di Ugo La Pietra si sono sempre inserite nello spazio costruito, insinuandosi nel quotidiano, sottolineando quanto le abitudini e gli oggetti comuni possano essere stravolti, diventando protagonisti della vita nello spazio urbano, abitativo e relazionale. Gli interventi sull'arredo e sulla forma urbana portati avanti dal 1968 appartengono ad un'analisi dei segni e delle strutture che accompagnano la vita quotidiana, con l'intenzione di proporre una rottura della consapevolezza con un sistema eversivo che dia nuova linfa agli agenti urbani e all'autodeterminazione (Ugo La Pietra, 1969).

Progetti come "*Informazione alternativa", "Nuova prospettiva"* e *"Il commutatore*" sono volti a scuotere le fondamenta del sistema di riferimento umano partendo dalla percezione e dalle modalità di informazione. Il sistema disequilibrante scuote l'uomo per fornirgli quell'autoconsapevolezza che mette in discussione la società in cui egli è immerso. Ugo La Pietra parte dagli spazi privati per arrivare a quelli condivisi, postulando una rottura della barriera che li divide, sostituendo il concetto di "*spazio da abitare*" a quello di "*spazio da usare*". Sono attrezzature per la collettività, non semplici oggetti di separazione, è necessario un radicale cambiamento del sistema. L'installazione di questi strumenti di riappropriazione dell'ambiente permette l'abbattimento della barriera tra le categorie comportamentistiche spaziali pubbliche e private. Se gli oggetti che escludono si trasmutano in **soluzioni che favoriscono lo scambio e la socializzazione, anche sul versante architettonico e urbanistico la casa si umanizza, portando all'esterno lo spazio interno, proiettando lo spazio privato su quello pubblico.**

Nei suoi *'interventi disequilibranti'* sul territorio, La Pietra attivava la possibilità di interazione tra le proposte spaziali e la struttura urbana preesistente. In questo modo si otteneva la partecipazione attiva degli individui arrivando all'introduzione di modifiche strutturali nell'organizzazione della società urbana rompendo "*quel processo di uniformità e di pianificazione formale, tipica delle nostre città, attraverso una serie di elementi*" (Ugo La Pietra, 1970). "*Ed è proprio in questa direzione che vanno orientati gli sforzi progettuali: consentire all'individuo urbanizzato, oltre che di usare spazi e strumenti, anche di possederli, e per possedere mentalmente e psicologicamente qualcosa, questo qualcosa deve essere fonte di ispirazione. […] Un altro percorso utile per usare con familiarità le due categorie, spettacolare e concettuale, è quello di riuscire a guardare i caratteri del luogo, la cultura sotterranea dei territori, ascoltare e registrare ciò che la gente desidera. […] Un ulteriore consiglio o indicazione progettuale è di saper guardare, nella progettazione allo spazio urbano,* ***superando i limiti della specificità*** *dei sistemi che intervengono alla strutturazione e definizione dell'ambiente. In poche parole, superare la definizione di ambiti di competenza recuperandoli nella globalità dell'intervento: così si dovrà superare la specificità di quella maglia invisibile fatta di normative a cui spesso fa riferimento la mente tipica del burocrate dell'amministrazione pubblica, del tecnico urbano, insomma di chi vede tutto attraverso uno schema precostituito*" (Ugo La Pietra, 1993).

INTERNO/ESTERNO, 1975-76.

"***Abitare non è solo una pratica riferibile allo spazio privato, ma anche allo spazio pubblico***", sostiene Ugo La Pietra, architetto radicale milanese. Fin dagli anni 60, la sua ricerca artistica ha esplorato la possibilità di abbattere le barriere che separano ormai troppo rigidamente lo spazio pubblico da quello privato. Un'idea che lui stesso ha spesso sintetizzato nel motto "***Abitare è essere ovunque a casa propria***".

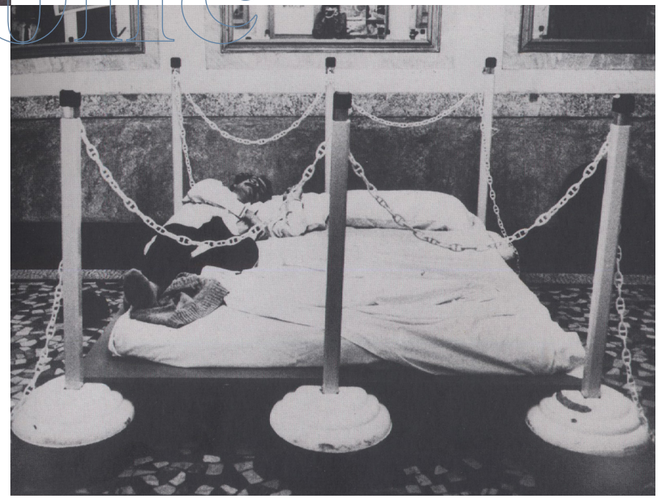
Fonte: "Abitare la città", Ugo La Pietra, 2014, p.179.

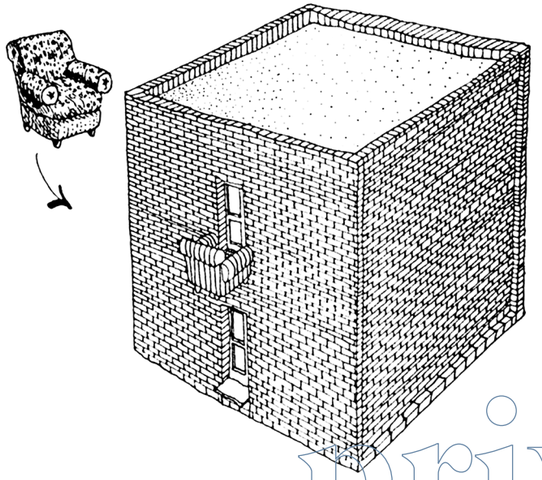
public

DISPOSITIVI

"*Attrezzature urbane per la collettività, paletti e catene*", 1979. L'opera mostra come l'arredo dello spazio domestico viene accostato ad attrezzature normalmente usate per la segnaletica urbana.

Fonte: "Abitare la città", Ugo La Pietra, 2014, p.163.





ARREDI

Nel suo libro "**Interno / Esterno**", La Pietra persevera nel suo tentativo di creare conflittualità benefiche tra questi due mondi, portando elementi dello spazio domestico sulla facciata della casa. Sedie, abat-jour, tende, poltrone, candele: gli elementi paradigmatici dello spazio domestico diventano vera e propria architettura. In questo modo la facciata della casa racconta alla città il mondo dello spazio domestico e l'architettura ritrova, attraverso la connotazione della facciata esterna, la capacità di comunicare.

Fonte: "Abitare la città", Ugo La Pietra, 2014.

private

LA CASA APERTA, 1970/1990.

Le facciate dei palazzi vanno così incontro a una metamorfosi che le **contamina** con forme e oggetti domestici, allo stesso modo **gli spazi interni vengo aperti alla strada**, come nell'installazione presentata alla Triennale di Milano del 1979 "*Un pezzo di strada nella stanza, un pezzo di stanza nella strada*". La facciata delle case si connotava da luci, oggetti quotidiani in cui ci riconosciamo, elementi ingranditi, ripetuti, realizzati con materiali diversi. L'interno verso l'esterno diventa così uno slogan, un rinnovamento della scena urbana.

Fonte: "Abitare la città", Ugo La Pietra, 2014, p.197.

2.4. Forme di consumo

Il cibo coinvolge un processo enorme che smuove diverse realtà, dalla coltivazione allo smaltimento, lavoro, innovazione e impatto ambientale. Ma quello che ci riguarda più da vicino è il momento del consumo, è **l'anello di una catena** che influenza più da vicino la nostra vita in città. Per questo ho deciso di focalizzare il mio lavoro su questa prospettiva, analizzando il cibo nella sua **componente spaziale e architettonica**, con la consapevolezza che il consumo alimentare spesso si lega e si sovrappone ad innumerevoli altre discipline. In questo capitolo cercherò di schedare e analizzare le principali **tendenze alimentari**, il loro sviluppo intrecciato con l'evoluzione della città e le attività sociali del consumatore post-moderno, sempre dal punto di vista della componente fisica e spaziale che ne fa da veicolo.

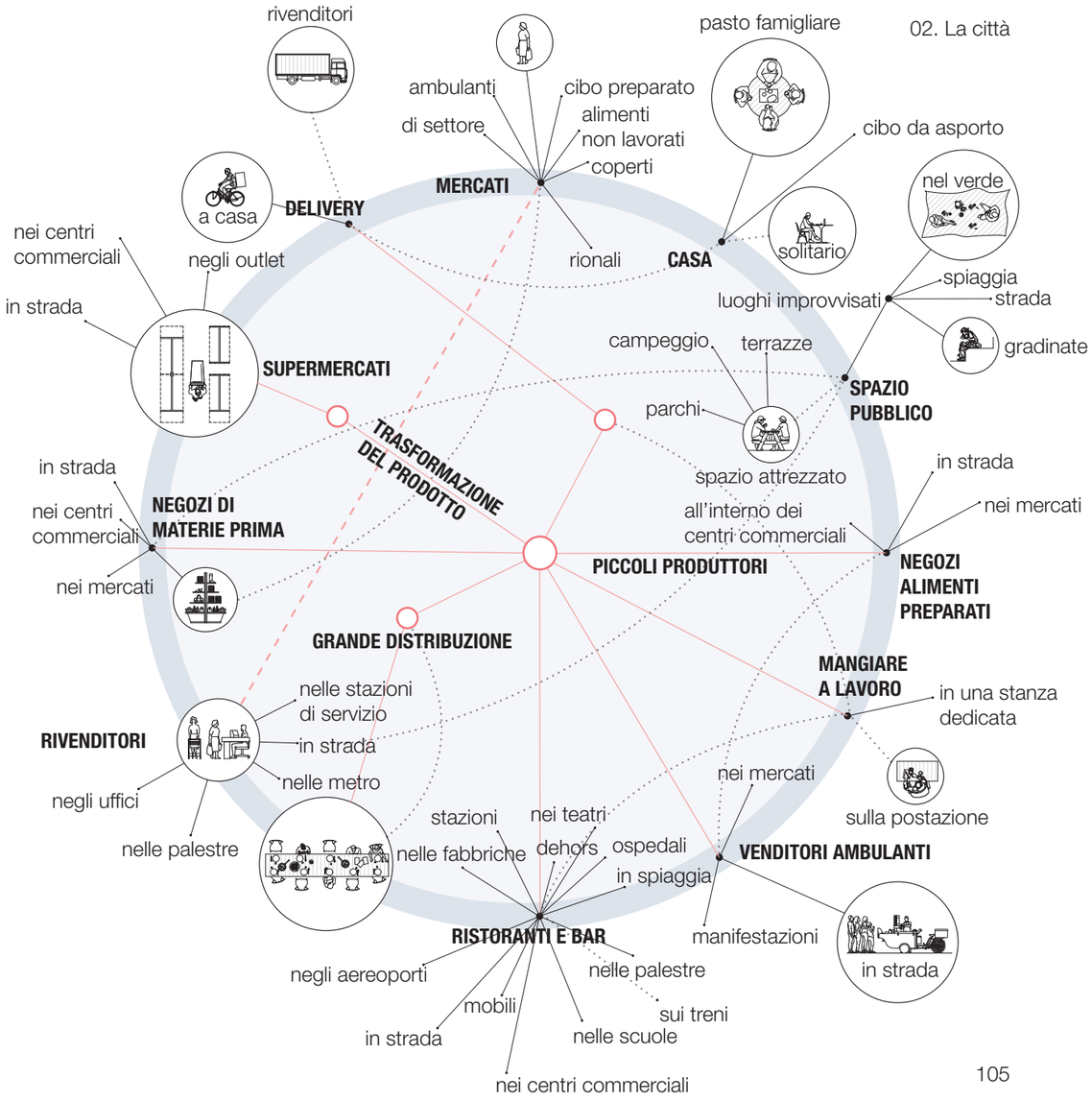
Nella società moderna la maggior parte degli individui ha raggiungo un determinato livello di benessere e sono quindi abituati a soddisfare i proprio standard di consumo. In correlazione a questo si sta diffondendo una sempre maggiore sensibilità sui temi di sostenibilità alimentare, si cerca di evitare gli sprechi rispettando l'ambiente e di acquistare da filiere locali e controllate. Anche in una situazione di crisi economica come quella in cui ci troviamo, il consumatore preferisce risparmiare in altri ambiti ma assicurarsi una buona alimentazione. Fino al XIX secolo la corrente di pensiero sostenuta da **Karl Marx** considerava il comportamento del consumatore strettamente legato al reddito e il consumo era visto come un semplice soddisfacimento di un **bisogno fisiologico e individuale**. Addirittura, Marx vedeva il consumo come una "*forma di alienazione, ovvero l'allontanamento dell'individuo dalla propria dimensione umana, un atto puramente razionale della società capitalistica*" (R. Sassatelli, 2004, p. 98). L'importanza del consumo si iniziò a riconoscere nei primi decenni del Novecento, con **Veblen** per la prima volta si guarda alla **dimensione culturale, relazionale e sociale** del consumo che rimarcava la posizione sociale dei gruppi, era un atto di ostentazione e simbolo di prestigio. Alla base dell'ottica veblenia-na c'è il concetto di emulazione intesa come "*lotta competitiva per lo status e come confronto invidioso*" (T. Veblen, 1912, p. 28). Successivamente si presenta la teoria della "*Sociologia Metropolitana*" di **Georg Simmel** che interpreta il consumo nella modernità come "*un fenomeno di imitazione, il bisogno di acquistare rappresenta la volontà di* **appartenenza***, di status*". Ma solo con **Bordieu** si raggiunge il concetto di distinzione, secondo questa concezione "*le pratiche di consumo, i gusti e gli atteggiamenti fanno parte di un gusto individuale che corrisponde quasi sempre a un gusto collettivo o di classe e in grado di classificare noi stessi e gli altri nello spazio sociale*". Dagli status symbol si passa agli style symbol, concetto che rispecchia meglio la società in cui oggi viviamo, dove "*il consumatore è protagonista delle sue scelte*". **I nostri gusti e le nostre abitudini rispecchiano la nostra identità** sociale e influenzano la costruzione della comunità in cui viviamo (Pierre Bourdieu, 1995, p. 18). Come sosteneva **Lévi-Strauss**, l'essere umano è "*l'animal cuisinier*" e **la cucina è un'attività** nella quale la società traduce inconsciamente la propria struttura (L. Strauss, 1965). Con la cucina si consolidano anche le appartenenze nazionali e le distinzioni etniche oltre che le differenze di classe e di ceto. Bourdieu afferma che "*alla preferenza estetizzante delle nuove classi medie per la nouvelle cousine, si oppone la preferenza per l'abbondanza e la semplicità degli accostamenti delle classi lavoratrici. Il cibo è il risultato di un processo di classificazione culturale che si realizza attraverso una serie di* **pratiche e conoscenze**" (Pierre Bourdieu, 1983).

Le scelte alimentari rispecchiano il nostro stile di vita urbano

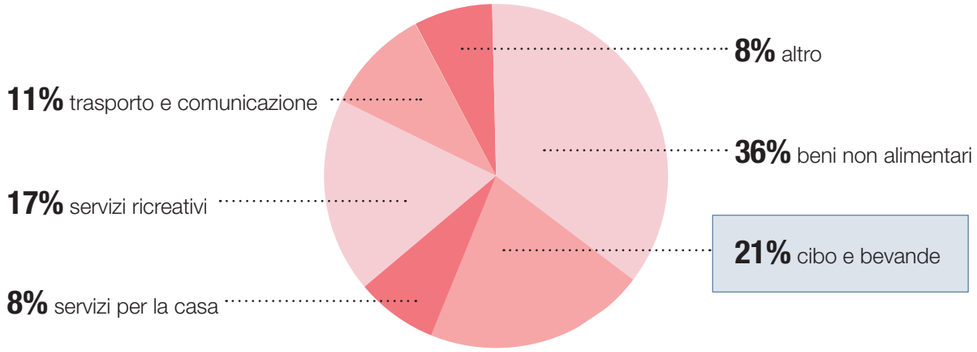
IL VALORE DELLA SCELTA

Il consumo di cibo in molte città ha sempre più influenza sull'aspetto e sul funzionamento degli spazi pubblici e collettivi. In questi centri urbani, con un alto numero di abitanti, si ha un'offerta sempre più ampia, accessibile e variegata di dispositivi come bar, ristoranti, negozi di alimentari preparati e da asporto e molti altri. **L'esponenziale diffusione di servizi legati al consumo alimentare finisce per colonizzare intere parti della città, mettendo in atto non solo una trasformazione dei contenuti del programma urbano, ma ha anche riflesso sui cambiamenti nel comportamento della popolazione.** L'abbondanza e la varietà dei posti in cui mangiare rende più facile e attraente per gli abitanti delle città mangiare sempre più spesso fuori casa. Il 'valore della scelta' del cibo è incorporato nel nostro tempo come fenomeno quotidiano, che si muove dalla città - dai nuovi spazi della collettività - verso la casa, inglobata dal nucleo familiare come meccanismo organizzativo quotidiano(David Steegmann, 2017). Non solo si mangia a casa come al ristorante, avendo introdotto nello spazio domestico una **varietà di scelta** impensabile - come ci ricorda Ascher nel suo volume "*Le Mangeur Hypermoderne*" - il cibo in casa non può più essere considerato indipendentemente dal funzionamento della città che lo circonda, che può influenzare la forma stessa della casa. Si mangia sempre di più fuori casa, sia per obbligo che per svago, bisogna conoscere e controllare questi processi al fine di sincronizzare il programma alimentare domestico con quello urbano, sempre più ampio e variegato. Mentre constatiamo che la casa non è sicuramente più un elemento isolato dalla città, si formano nuovi legami essa e il suo ambiente circostante, la città diventa uno spazio di mercato globale, dove il cibo, allo è stesso tempo veicolo di standardizzazione e individualizzazione, diventa un nuovo prodotto di consumo delle masse. **La città è diventata un'estensione dello spazio domestico, incorporando una crescente varietà di usi e funzioni. In questo ambiente, l'esercizio delle nostre preferenze non è più riservato, ma diventa un atto pubblico di manifestazione individuale.** Mentre le decisioni alimentari di ogni individuo costituiscono meccanismi di autoaffermazione, queste, se prese insieme, comportano un importante stimolo per lo sviluppo dei contenuti urbani. La risposta alle richieste alimentari e alle dinamiche di consumo della popolazione plasma giorno dopo giorno la città, dando forma a nuovi spazi di consumo, socializzazione e scambio. La possibilità di scelta ha plasmato un **abitante urbano sempre più complesso**, e con esso nuovi gruppi sociali, che allo stesso tempo sono un fattore determinante in relazione alla **varietà di stili di vita** che la città ospita. La città moderna offre la possibilità di vivere in una comunità rispettando tutte le particolari abitudini alimentari o, come disse Manuel de Solà-Morales, "*secondo i valori simultanei di individualismo e socializzazione*" (Solà-Morales, 1992).

Fonte grafico: David Steegmann, Ciudad, Casa, Comida, Universitat Politècnica de Catalunya, tesi di dottorato in Architettura, a.a. 2017/18, Relatore Xavier Monteys. Rielaborazione grafica dell'autore.



DISTRIBUZIONE % DEI CONSUMI SUL TOTALE IN ITALIA

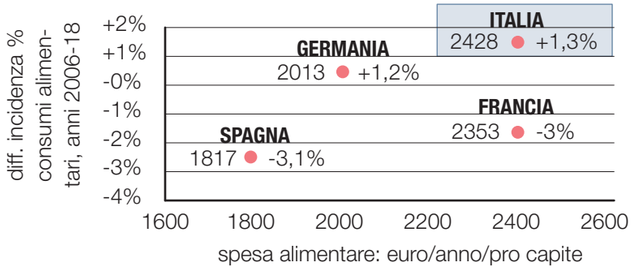


Fonte: OECD, rapporto consumi Coop 2020

DOPO IL SONNO E IL LAVORO, IL CIBO: IN MEDIA 3 ORE AL GIORNO PER PREPARARE E MANGIARE. (Ore/giorno per attività)

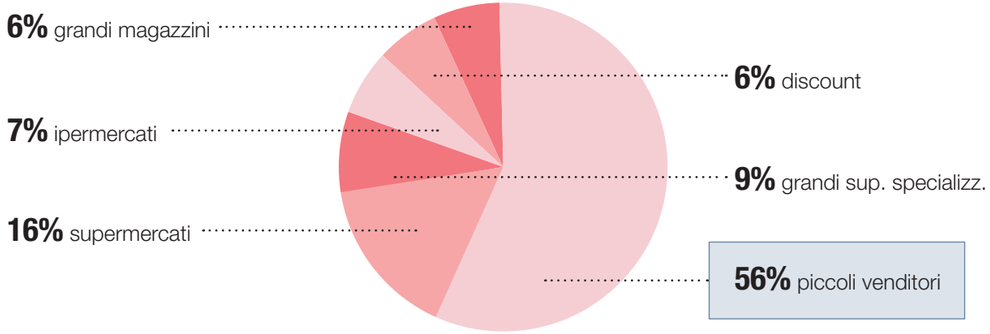
Fonte: Istat

ACQUISTI DI CIBO: SIAMO I PRIMI IN EUROPA E NEL MONDO
(Euro/anno/pro capite e diff. incidenza % consumi alimentari)



Fonte: OECD, rapporto consumi Coop 2018

L'INTERESSE SI SPOSTA VERSO LA PICCOLA DIMENSIONE
(superficie di vendita delle attività economiche legate al cibo in Italia, incidenza % sul totale)



Fonte: Ufficio Studi Coop su dati MiSE

2.4.1. Ristoranti e fast food

Supermercati e Centri commerciali

Mercati e Street food

Take away e food delivery

RISTORANTE

"*Locali semplici destinati al consumo, di vino e alimenti caldi e freddi, al banco o in stanze apposite, erano presenti nelle città greche già dal V secolo a.C. (kapeleion) e in seguito nella Roma repubblicana e imperiale (taberna, caupona). Strutture più complesse esistevano in epoca romana dove oltre al consumo dei pasti era offerto il pernottamento (hospitium). Nell'Europa altomedievale, data l'insicurezza dei territori, l'ospitalità pubblica nelle città e lungo le strade, specie nelle vie di pellegrinaggio, sopravvisse solo presso le istituzioni ecclesiastiche (ospizi, xenodochi). Con la ripresa economica e commerciale dei secoli XI e XII si moltiplicarono le osterie spesso costituite da un solo locale per le funzioni del mangiare e del dormire. Nella Firenze del Trecento prosperava la Corporazione dell'Arte degli Albergatori. La locanda come sintesi dell'osteria e dell'albergo in questo periodo era presente in tutte le città d'Europa e diventerà supporto logistico essenziale nei secoli XVII-XIX lungo i tragitti del Grand Tour*" (Corrado Terzi, 2012).

Si ritiene che i primi ristoranti, come li conosciamo oggi, abbiano aperto i battenti a Parigi nella seconda metà del XVIII secolo, divenendo, soprattutto a partire dai primi decenni del XIX secolo, **punti di ritrovo e di incontro** periodici. Dopo la Rivoluzione, molti aristocratici in rovina dovettero licenziare i loro cuochi, che fondarono progressivamente nuove trattorie in tutta Parigi. Per la prima volta al cliente viene data la possibilità di scegliere tra un **assortimento di piatti alla carta**, il che non significa solo una variazione di offerta, ma anche un cambiamento significativo della domanda. La ristorazione può essere intesa, in questo senso, come il primo passo verso "*l'individualizzazione del cibo*" (M. Symons, 2013). Questa nuova **figura urbana**, il ristorante, ha tracciato la via verso l'era gastronomica, mostrando nuove attività dell'abitante urbano, fino ad allora strettamente legate alla sfera domestica. Le nuove dinamiche di consumo dei cittadini fecero proliferare l'apertura di molti negozi alimentari in tutta la città, un'esplosione commerciale che Nicholas M. Kiefer descrive come i "*primi passi verso una moderna economia di consumo*" (N. M. Kiefer, 2002). Questo nuovo sistema di valori, soprattutto nelle classi alte, contribuì alla formazione di un abitante urbano esigente e curioso, per il quale **il cibo divenne un sofisticato meccanismo di autoaffermazione.** Prima dell'invenzione del ristorante, gli spazi urbani in cui era stato offerto il cibo, normalmente associato ai pernottamenti, erano generalmente progettati da un punto di vista essenzialmente pratico. Come dice Spary, "*il ristorante suppone l'incorporazione urbana di un nuovo spazio di consumo, un luogo dove gli attributi centrali nella formazione della personalità moderna sono diventati possibili*" (Emma Spary, 2012).

I ristoranti svolgono un ruolo complesso nell'animazione dello spazio pubblico. L'ingresso del cibo nella categoria delle attività legate al tempo libero e al piacere rende il mangiare fuori **un'azione collettiva. Il cibo è diventato un prodotto di consumo di massa**, il miglior esempio di ciò è la proliferazione globale di **ristoranti tematici**, una

categoria in cui oggi potremmo distinguere tipologie molto diverse tra loro, in cui l'atto del mangiare è legato a dispositivi complementari - teatro, cinema, ecc. – definendo **nuovi parametri di interazione tra il commensale e il cibo**. Negli ultimi 20 anni, le nostre città sono state trasformate dalla diffusione di ristoranti che offrono di tutto, dal malese, tailandese, messicano e spagnolo, al giapponese, etiope e afghano.
Dove le culture alimentari rimangono forti, la cucina commerciale e domestica possono coesistere in una relazione reciprocamente vantaggiosa. Tuttavia, alcuni dei ristoranti che possiamo anche chiamare 'tematici' - e come tali nati dal desiderio di circondare l'atto del mangiare di attributi nuovi e inaspettati - hanno finito per trascendere l'originaria semplicità associata al termine. Assistiamo alla nascita di un ristorante adattato come programma aggiuntivo in alcuni spazi e edifici in cui tale incorporazione implica un ripensamento della sua funzione, come l'apertura delle sue porte in orari diversi da quelli che consideriamo tradizionali per mangiare. **Il cibo diventa parte di un insieme di contenuti**, accanto al quale non è più essere necessariamente il protagonista. È il caso di iniziative come il Pic-nic al Cel o il Camp Nou Lounge, entrambi realizzati a Barcellona, luoghi che contengono un ristorante - cucina, chef, sommelier, servizio al tavolo - ma che sono integrati in un contesto che costringe al riassetto della forma, organizzazione e contenuto. Il Camp Nou Lounge, uno degli spazi gastronomici del Football Club Barcellona, installato nel palco dello stadio durante le estati del 2014 e 2015, è stato un prodotto del desiderio del club di integrare nuovi usi del suo stadio della prima squadra. Il museo del club, situato nel Camp Nou, sotto le tribune, è uno dei più visitati della città, e il suo successo ha favorito la comparsa di altri spazi e usi nell'edificio, come appunto il ristorante a tema. Anche il Pic-nic al Cel, promosso e sponsorizzato da Moritz e TMB, un servizio di ristorazione sulla funivia di Montjuic, che ha funzionato dal 22 giugno al 22 settembre 2008, consisteva nell'occupare la struttura quando non in funzione, in questo caso solo negli orari delle cene, potendo così dargli ulteriore utilizzo e aprendolo a una nuova fonte di reddito. Entrambi gli esempi hanno in comune il fatto di dare un **nuovo uso e significato a spazi urbani sottoutilizzati**, che è possibile ri-abitare adattandosi alle lacune dei loro palinsesti, interpretando la città per ciò che è principalmente, una sequenza di tempi e usi legati al cibo ma di natura molto diversa, tracciati da una matrice di dinamiche spesso contrarie o esclusive (David Steegmann, 2017).

Quali sono le componenti spaziali e sociali che definiscono un ristorante?

Il ristorante si distingue dalle altre tipologie di servizio del pasto e ospitalità al pubblico (osterie, trattorie, tavole calde ecc.) per la qualità delle preparazioni, del servizio e dell'allestimento formale dell'ambiente. Il ristorante è una struttura ricettiva in cui gli spazi devono essere sviluppati secondo le esigenze funzionali del personale di servizio e il comfort dei clienti. Il primo spazio in cui ci si imbatte è l'ingresso, categoricamente **affacciato sulla strada**, con delle insegne il più visibili possibili per dichiarare la tipologia di cibo e di esperienza offerta. Appena entrati ci si imbatte nella zona di filtro in cui normalmente si trova il bancone di **accoglienza**, il guardaroba e uno spazio per l'attesa. L'ideale è che vi sia una barriera con la sala da pranzo per preservare una maggiore intimità a chi parla e un controllo del microclima interno. La **sala da pranzo** è il fulcro della parte pubblica del locale, qui si trovano i tavoli disposti in svariate soluzioni per accogliere i diversi gruppi di ospiti e a seconda del grado di socializzazioni che si vuole conferire tra i diversi tavoli. Gli **arredi** danno il carattere distintivo allo spazio, la scelta deve essere legata all'immagine che si vuole dare al ristorante e al modo in cui si vuole servire il pasto. Ma il vero centro della vita del ristorante è la **cucina**, in vista o nel retro, è il luogo in cui nascono le portate e secondo cui tutto viene poi definito, completata da dispensa, cantina, deposito **servizi** igienici e spogliatoio per i dipendenti. La cucina è divisa in settore stoviglieria, area di cottura e office, ovvero lo spazio di relazione tra la cucina e la sala da pranzo in cui vengono rifiniti i piatti prima di essere serviti. Le figure cardine del ristorante sono il maître e lo chef. Molti ristoranti formali sono situati all'interno di strutture alberghiere e possono essere di uso esclusivo dei clienti dell'hotel o aperti anche al pubblico esterno. Ristoranti particolari si rivolgono al pubblico con offerte molto specifiche, sul piano gastronomico (ristoranti tipici regionali, etnici ecc.) o sul piano dietetico (vegetariano, di pesce, di carni), oppure per i caratteri ambientali (panoramico, storico folkloristico ecc).

dinner

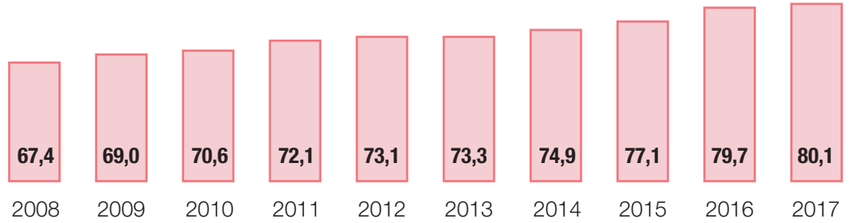
Ristorante a tema alle Maldive, la sala da pranzo sotto la vetrata di un acquario.
Fonte: https://www.ilmessaggero.it/

FAST FOOD

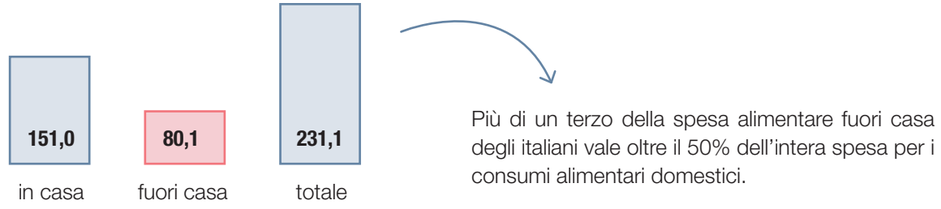
La definizione di “fast food” compare per la prima volta nel Merriam-Webster Dictionary nel 1951, negli anni della prima grande diffusione di questa tipologia di locali, ovvero quelli del **boom economico** del dopoguerra. L’obiettivo era quello di ottimizzare il processo di produzione per incrementare i consumi, proprio come in una catena di montaggio, in linea con le nuove sperimentazioni fordiste di quegli anni. L’idea di vendere cibi pronti da consumare velocemente è presente fin dai tempi dei romani ma sono con la **standardizzazione** dei processi assume quella componente innovativa e frenetica che conosciamo oggi. Attualmente possiamo trovare fast food in tutti i tipi di strutture ricettive, questa tipologia di cibo è pensata per mangiare sul posto, da asporto o consegnato a domicilio. È, di conseguenza, un fenomeno che influenza tutti gli strati della città, dal ristorante alla casa. Ecco perché vale la pena chiedersi cosa comprende oggi questa tipologia di consumo, come **sta influenzando i comportamenti alimentari nella società urbana contemporanea** e, soprattutto, dal punto di vista architettonico, qual è il suo impatto sulle forme di utilizzo dello spazio pubblico, collettivo e privato della città. Il fast food può essere visto come un commercio basato su economia, efficienza e semplicità, in cui, di conseguenza, il cibo cerca di avere meno attributi possibili. Un luogo dove il tempo dell’atto del mangiare è ridotto al minimo. Ma, come sottolinea Ascher, “*non sarebbe corretto pensare che in questi locali tutto sia incentrato sul mangiare in fretta e in qualsiasi modo*” (Ascher François, 2005).

Sono nuovi centri di collettività informale. Le diverse catene di fast food oggi coprono uno spettro molto ampio, quindi è difficile metterli in relazione, ma allo stesso tempo, indipendentemente dal tipo di cibo servito, possono generalmente essere definiti da tre caratteristiche comuni, che in realtà sono negazione delle qualità tradizionalmente associate al cibo: **sono spazi senza orari, senza identità e senza servizio**. “*In primo luogo, l’istituzione di un’omogeneità degli orari di servizio nell’arco della giornata, ovvero la negazione delle fasce orarie tradizionali, definite dalle pause gastronomiche culturali, consente e favorisce uno sviluppo spontaneo, disordinato ed eclettico delle dinamiche, della vita quotidiana*” (Carolyn Steel, 2008). Sono, in sostanza, spazi sterili anche alla costruzione di nuovi riferimenti identitari, che li renda impermeabili a qualsiasi influenza culturale territorialmente specifica. Il fast food è, in questo senso, una dimostrazione che lo sviluppo di una “economia globalizzata” porta inevitabilmente verso l’istituzionalizzazione di un “**cibo globalizzato**”. L’esempio più conosciuto di fast food è chiaramente il McDonald’s, i cui piatti sono famosi per avere sempre lo stesso sapore e in tal senso sono un “garanzia”, una sicurezza per chi si trova all’estero e magari non apprezza la cucina locale. Negli anni Cinquanta arrivarono anche Burger King e Taco Bell, seguiti da Wendy’s e Subway. La rivoluzione apportata dai fast food può essere definita democratica in quanto permise anche alle famiglie meno abbienti di mangiare fuori più frequentemente, a maggior ragione dopo la crisi del ‘29 e il dopoguerra. Oggi il fast food è associato alla definizione di junk food, una tipologia di alimentazione con pochi nutrimenti e tanti grassi saturi, tanto da far nascere movimenti opposti, come Slow Food nato nel 1986 con Carlo Petrini, e iniziative per denunciare la pandemia di obesità e diseducazione alimentare come il docufilm “Supersize me” di Morgan Spurlock del 2004.

UN DECENNIO DI CRESCITA PER IL FUORI CASA (Valori in miliardi di euro)



IL CIBO OUTDOOR VALE PIÙ DELLA METÀ DEI CONSUMI DOMESTICI
(Valori in miliardi di euro, anno 2017)



Fonte: Istat, in Rapporto consumi Coop 2018

Quali sono le componenti spaziali e sociali che definiscono un fast food?

La conformazione spaziale che accomuna i fast food è la presenza di spazi normalmente puliti, confortevoli, facilmente visibili e accessibili dalla strada e ben illuminati. I locali hanno aree abilitate per mangiare in gruppi diversi, come qualsiasi altro ristorante. Non solo attirano i commensali solitari o chi non ha tempo per mangiare - sebbene siano sicuramente i luoghi in cui è molto facile mangiare da soli - sono anche un punto d'incontro comune per molte famiglie con bambini. Il **cibo viene servito in piccole scatole** progettate con cura, costruite con materiali isolanti per mantenere caldo il cibo. I bicchieri hanno un coperchio che ci impedisce di versare la bevanda mentre ci muoviamo, per poter bere anche in macchina. Tutto ciò rappresenta la lenta eliminazione di un elemento che per secoli è stato il protagonista della tavola: il piatto. La globalizzazione alimentare, strettamente legata a quella del lavoro e dell'economia, è soprattutto legata a questo tipo di cibo. È anche comune associare questa tipologia di ristorante, in relazione a riflessioni sull'identità personale, alle fasce più giovani e più povere della popolazione. Le preferenze alimentari della popolazione non sono legata solo al tipo di cibo - al menù di ogni ristorante - ma a tutto ciò che ad esso è associato. I **prezzi economici** ovviamente attraggono le fasce di reddito più basse della popolazione, tra cui la maggioranza dei giovani, ma i suoi maggiori utenti sono le famiglie con bambini e i lavoratori della classe media. Questo gruppo di consumatori fa del fast food uno degli spazi caratteristici della città contemporanea, dove l'individuo ha la libertà di vivere in comunità e allo stesso tempo nel più completo **anonimato**. È particolarmente interessante l'evoluzione del loro imponente impianto nel tessuto urbano, soprattutto quelle di piccole e medie imprese, le cui dimensioni ne consentono la piantumazione capillare in diverse zone della città, aggiungendo stabilimenti dello stesso marchio a pochi metri l'uno dall'altro. Questi tipi di negozi, per la maggior parte in franchising, si aprono solitamente come copie quasi identiche contribuendo a rafforzare l'identità della catena nonostante la sua atomizzazione urbana. In città ogni catena tende a specializzarsi in una nicchia di mercato, cioè a focalizzare le proprie strategie commerciali su un determinato gruppo di consumatori più o meno ampio a seconda della natura della propria offerta o dell'inclinazione degli spazi in cui si trova. Questi nuovi cluster commerciali finiscono per sovrapporre alla mappa della città una raccolta di cartografie, la **mappatura della distribuzione** mette in evidenza diversi nodi, aree o reti di attività associate a determinate forme di commercio, a loro volta legate a diversi strati della popolazione e alle loro dinamiche di consumo (David Steegmann, 2017).

DIA Starbucks Domino's

Mappe di distribuzione di stabilimenti di diverse catene alimentari sulla mappa del distretto di Barcellona. Disegni di David Steegmann, 2017.

anonymous

Ristoranti e fast food

2.4.2.Supermercati e Centri commerciali

Mercati e Street food

Take away e food delivery

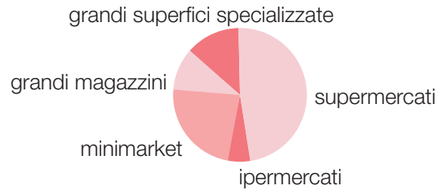
SUPERMERCATI

Occupando il luogo che per secoli apparteneva al mercato, il supermercato è diventato il **negozio di alimentari urbano per eccellenza.** Questo tipo di stabilimento è nato dopo la Prima guerra mondiale, e non solo è arrivato fino ai giorni, ma si è adattato straordinariamente bene all'evoluzione radicale che ha subito la città, soprattutto nel mondo industrializzato. Negli ultimi cento anni questo tipo di stabilimento appare nello stesso momento in cui le donne iniziano ad emanciparsi e ad incamminarsi verso il definitivo inserimento nel mondo del lavoro, cosa che non avverrà in maniera significativa fino al secondo dopoguerra. Questa trasformazione è alla base dell'organizzazione della società urbana contemporanea e si riflette nell'organizzazione delle questioni della vita quotidiana, come l'acquisto, la preparazione e il consumo di cibo. Grazie ai supermercati, ad esempio, si allarga il fenomeno del **cibo preparato e confezionato** come risposta allo stile di vita urbano della società dei consumi di massa, e verso l'ultimo quarto di secolo inizierà ad essere proposto in porzioni chiaramente individualizzate. I prodotti della grande distribuzione sono, da questo punto di vista, la prima scelta del nucleo familiare numeroso come unica soluzione economica per affrontare l'approvvigionamento alimentare della casa. Nel 1950, a poco più di trent'anni dalla sua invenzione, questo tipo di commercio raccoglieva già il 70% delle vendite nel suo paese natale, gli Stati Uniti. E in Europa, un po' più indietro, il loro numero è passato da 1.200 unità nel 1950 a circa 45.000 nel 1960 (S. Parham, 2015, p.142). Nell'Europa continentale lo sviluppo dei supermercati fu incontrollato fino agli anni '70, quando furono messe in atto leggi per proteggere i centri storici tradizionali, non appena la minaccia divenne chiara. Una legge italiana del 1971 richiedeva permessi speciali per i negozi più grandi di 1.500 metri quadrati, favorendo i negozianti locali che volevano ampliare i loro negozi rispetto a qualsiasi proposta di nuovo sviluppo. La Loi Royer francese del 1973 richiedeva l'approvazione del governo locale per i negozi più grandi di 1.000 metri quadrati e quello del governo centrale per i negozi più grandi di 10.000. Sebbene in Francia siano stati costruiti molti ipermercati, all'inizio vendevano principalmente articoli non alimentari, lasciando intatte le vie dello shopping tradizionali. Nella Germania occidentale, dove la ricostruzione del dopoguerra si è concentrata sulla ricostruzione dei centri urbani distrutti dai bombardamenti (anche al punto di ricreare fedelmente le piazze del mercato da vecchie fotografie), l'ultima cosa che il governo voleva era che quei centri perdessero il loro commercio (Carolyn Steel, 2008).

I supermercati godono dello stesso monopolio sul cibo che un tempo avevano i mercati, ma a differenza dei mercati, non hanno alcun ruolo civico da svolgere. Sono aziende con l'unico scopo di guadagnare, mentre i mercati sono anche spazi pubblici. I supermercati stanno cambiando la struttura sociale e fisica delle città, e con essa la natura stessa dell'urbanità. Le strade delle città sono gli elementi costitutivi delle relazioni spaziali, generando qualcosa che i supermercati non

possono mai fornire: uno spazio comune in cui le persone si identificano, in cui hanno un interesse a sostare. Tuttavia, come ci ricorda Ascher, il successo del supermercato deve essere compreso proprio per il suo **legame con i nuovi valori che si sono sviluppati nelle società moderne.** "*La socializzazione",* dice Ascher, *"non è più tanto qualcosa che vogliamo trovare quanto qualcosa che ci piace poter scegliere. Se il supermercato si è imposto alle forme del commercio tradizionale, è perché rappresenta meglio del mercato il* ***valore dell'anonimato****, caratteristico della vita nelle grandi città, e di per sé una forma di comfort, oltre che attributi associato alla vita moderna come alla velocità, praticità o efficienza - il tempo è forse il valore di scambio più importante delle società contemporanee*" (F. Ascher, 2005, pp. 64-75). Il supermercato si è rivelato, in questo senso, un dispositivo estremamente efficiente quando si tratta di mettere in relazione nuovi prodotti alimentari con **stili di vita diversi o formati di nuclei familiari**. I risultati ottenuti da questo grande laboratorio commerciale trascendono quindi i confini degli stabilimenti stessi, ponendo le basi di una nuova cartografia sociale, rappresentata dalla registrazione della vasta gamma di forme e abitudini di consumo della popolazione urbana, simultaneamente guidato da due linee guida apparentemente contraddittorie: comfort e ricerca di esperienze. Come ci ricorda Ascher, questa ambivalenza tra il confortevole e l'esperienziale, caratteristica della società urbana ipermoderna, si rifletterà infine nella comparsa di diversi tipi di stabilimenti, fondati come specializzazioni sperimentali deliberatamente scorporate dal modello tradizionale. Fenomeno più recente è la proliferazione nei quartieri del centro città di una nuova tipologia di vendita alimentare, i **minimarket**, che altro non sono che dei piccoli supermercati in cui è possibile trovare beni di prima necessita come cibo, prodotti per la casa e l'igiene. Questa nuova tendenza porta dei benefici per gli abitanti in quanto permette di comprare gli alimenti a pochi passi da casa senza dover spostarsi per raggiungere i grandi centri commerciali, cambiando quindi le abitudini e le dinamiche di consumo della cittadinanza. Il minimarket è in gran parte legato in un modo o nell'altro alle grandi catene alimentari, sia attraverso il franchising che la distribuzione. È la forma di adattamento che le catene hanno studiato in risposta all'enorme spazio economico aperto dalla progressiva **gentrificazione dei centri storici.** Questi piccoli dispostivi stanno cominciando a riempire questo vuoto, aprendo entità specializzate in una piccola superficie. Un esempio di questo sforzo di adattamento è la modalità Express di Carrefour, con superfici comprese tra 100 e 600 m^2.

INDAGINE GDO 2018, ESERCIZI IN ITALIA



Fonte: osservatoriocommercio.sviluppoeconomico.gov.it

I supermercati sono il mezzo con cui l'autostrada alimentare globale entra nelle nostre case e viene trasferita alla scala dell'individuo.

(Carolyn Steel, 2008)

Supermercato a Oak Ridge, Tennessee 1945 circa. Fonte: PR Pret a Porter.

super
super
super
super

Supermercato a Oak Ridge, Tennessee 1945 circa. Fonte: PR Pret a Porter.

I CENTRI COMMERCIALI

Il supermercato è anche un elemento fondamentale all'interno di un'altra tipologia: i centri commerciali. Il cibo è stato storicamente legato allo sviluppo dei modelli di edifici di densificazione commerciale, quindi le radici della massiccia implementazione di questo servizio in molti centri urbani oggi devono essere cercate, almeno in parte, nella storia di questo tipo di infrastrutture. Lo sviluppo dei grandi centri del commercio ha dominato le dinamiche di consumo delle persone, estendendosi per tutta la seconda metà del XX secolo fino ad oggi. I primi insediamenti commerciali, esterni ai nuclei urbani, si registrano negli **anni '20 del secolo scorso negli Stati Uniti** espandendosi poi in tutta Europa. Nel secondo dopoguerra Victor Gruen, architetto e urbanista austriaco emigrato negli Stati Uniti, anche teorico e progettista di numerosi centri commerciali, sintetizza alcune idee di *marketing* in un'unica struttura pensata per essere raggiunta quasi esclusivamente in automobile. È proprio dal secondo dopoguerra che questo modello prende sempre più piede, subendo così una forte accelerazione connessa allo sviluppo della rete viaria e alla **crescita dell'utilizzo dell'automobile**, determinando l'evoluzione delle strutture commerciali e le forme della città attuale. Il successo di questa tipologia di commercio sta nella disposizione dei punti vendita, perché per i consumatori era molto più semplice effettuare un confronto tra merci vendute da diversi operatori, con la conseguenza di creare un ambiente competitivo tra negozianti a favore del consumatore stesso (Jacopo Primoli Carretta, 2014). È in questi tipi di complessi che il cibo diventa per la prima volta un prodotto per il **consumo di massa,** motivo per cui esiste, in questo senso, una relazione simbiotica tra il cibo e il luogo in cui viene venduto, il centro commerciale non è più un semplice luogo dove recarsi per acquistare beni, ma un **luogo per il tempo libero.**

I modelli di costruzione della densificazione commerciale si sono storicamente serviti del cibo in modo vantaggioso. Senza l'inclusione di un programma alimentare, i grandi magazzini urbani probabilmente non sarebbero mai passati dall'essere punti marginali della città a grandi magazzini di quartiere (David Steegmann, 2017). Il modello della grande distribuzione organizzata nata negli Stati Uniti, ma ben presto esportata in tutto il mondo, è **entrato in crisi negli anni '80** con diverse conseguenze ed effetti, tra cui il ritorno della concentrazione del commercio nelle città. I fenomeni che caratterizzano questo processo sono numerosi: da un lato aumentano i casi di dismissione di centri commerciali posizionati nelle province a ridosso dei grandi comuni a causa della perdita di competitività ed esasperazione dell'offerta; la spietata concorrenza dell'e-commerce e, dall'altra parte, a causa di una sempre più ampia sensibilizzazione riguardo ai temi ambientali, tra cui anche l'utilizzo dell'automobile (Carolyn Steel, 2008). In alcuni dei primi grandi magazzini americani (come Marshall Field & Company, a Chicago, Wanamaker's a Philadelphia, o Hudson's, a Detroit) hanno visto aumentare l'apertura di bar, caffetterie, sale da tè e ristoranti interni, in coincidenza con le prime fasi di ristrutturazione dei loro edifici originali o con i primi cambi di sede verso edifici più di grandi dimensioni all'inizio del XX secolo. Parallelamente al **declino** di questi colossi storici del consumo, i centri urbani sembrano essere diventati i nuovi spazi ospitanti dei grandi programmi commerciali, insieme ai piccoli rivenditori. Soprattutto attraverso settori come il commercio alimentare, oggi si apre un nuovo modo di intendere, utilizzare e, soprattutto, **valorizzare i vecchi centri cittadini** (David Steegmann, 2017).

Quali sono le componenti spaziali e sociali che definiscono un centro commerciale?

La conformazione spaziale e distributiva di un centro commerciale contemporaneo assomiglia sempre di più ad una **città dentro alla città,** presenta come elemento fondamentale un supermercato, affiancato a realtà di diverso tipo, in cui **il cibo diventa generatore di attività sociali di svago.** "*Il centro commerciale può fare di più che soddisfare esigenze pratiche di acquisto, quello che offrirà è un'opportunità per attività culturali, sociali, civiche e ricreative, portando i maggiori benefici*" (Victor Gruen and Larry Smith, 1960).

Gli spazi commerciali si sono sempre impiantati nei luoghi caratterizzati da una sostanziale presenza di attività rivolte al pubblico e una buona affluenza di interessati. Il centro commerciale prende come primo riferimento, indietro nel tempo, il **bazar islamico**, spazio articolato in lunghe strade coperte che collegano botteghe e laboratori artigianali. Mentre le analogie più recenti possono

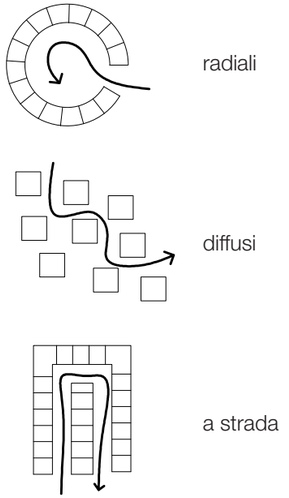
Interno di un centro commerciale, l'organizzazione spaziale e i dispositivi presenti richiamano nettamente la forma di una strada.
Fonte: unsplash.com

essere riscontrate nei grandi magazzini americani della fine del XIX secolo come Harrods a Londra, Les Galeries Lafayette a Parigi e i Magazzini GUM a Mosca, e i passages couverts della Parigi ottocentesca, luoghi privilegiati del flâneur. "*Recente invenzione del lusso industriale, questi passages sono corridoi ricoperti di vetro e dalle pareti rivestite di marmo, che attraversano interi caseggiati […]. Sui due lati di questi corridoi, che ricevono luce dall'alto, si succedono i più eleganti negozi, sicché un passage del genere è una città, un mondo in miniatura nel quale chi ha voglia di fare acquisti può trovare tutto ciò di cui ha bisogno*" (W. Benjamin, 2002, p. 41).

Fino agli anni Ottanta i centri commerciali erano divisi in due grandi gruppi: centri situati in aree extra-urbane con una dimensione di circa 50.000 mq o discount situati in zone residenziali con dimensioni non superiori ai 10.000 mq. Entrando in competizione con i mercati alimentati iniziarono a diffondersi tipologie più specializzate per intercettare target specifici (Jacopo Primoli Carretta, 2014). Il centro commerciale è diventato negli anni uno dei principali **luoghi di svago delle famiglie,** non è più un luogo in cui ci si reca solo per avere un'ampia e varia offerta commerciale. A livello spaziale un centro commerciale è definito da una struttura di grandi dimensioni a carattere multifunzionale, i singoli rivenditori sono organizzati in padiglioni. In origine i centri commerciali sono formati da un unico contenitore anonimo il cui *appeal* rimanda essenzialmente alla organizzazione degli spazi interni. I primi centri commerciali che seguono un canone estetico sono ad esempio quelli progettati da Victor Gruen come il Southdale Center a Edina (Minneapolis) e il Northland Center a Detroit, entrambi del 1956. In questi complessi viene posta particolare attenzione alla luce, sia artificiale che naturale, e agli aspetti psicologici indotti sui visitatori. Le invenzioni chiave che determinano il successo dei centri commerciali sono l'aria condizionata che rende gradevole la fruizione degli spazi, la scala mobile e l'ascensore permettono lo sviluppo in verticale di queste attività non più relegate all'affaccio sulla strada. Successivamente i centri commerciali tendono a diventare i luoghi dell'immaginario collettivo, reinterpretando le forme del mercato tradizionale, come il "Bonashopping" a Rio de Janeiro, quelle dei boulevards parigini come il "West Edmonton Mall" a Edmonton in Canada, oppure rievocando gli spazi collettivi di San Gimignano in Toscana, come il "Borgata", uno shopping mall in Arizona.

Negli ultimi anni si è diffusa la tipologia del ***food court***, ovvero una zona interna in cui si addensano negozi alimentari, come bar e ristoranti e di ogni tipo, intorno ad una zona in cui le persone possono sostare e consumare. "*La struttura fisica dello spazio rivisita la geografia dei luoghi storici di consumo come la piazza e i quartieri del centro storico. La funzione di questi spazi va ben oltre la semplice copertura dalle intemperie. Lo spazio, infatti, comunica. Le varie gallerie creano percorsi di acquisto e in base alle loro caratteristiche (materiali usati, colore, luci, suoni, forme e disegni)* ***influenzano il comportamento del consumatore.*** *Ad esempio, con particolari combinazioni di disegni, tipo di pavimento (lucido o opaco, liscio o ruvido) e di luci si può influenzare la dinamica e il ritmo del visitatore per indurlo ad accelerare, decelerare o sostare. Anche l'arredo, sia con oggetti funzionali sia con oggetti decorativi, comunica ai visitatori del centro*" (Jacopo Primoli Carretta, 2014). L'atmosfera di contorno è creata da arredi strutturali o addizionali che completano l'operazione di percezione e stimolano immagini intenzionali nei consumatori. **L'obiettivo principale è quello di prolungare la permanenza del visitatore e stimolarne gli acquisti.** Anche la posizione dei punti vendita è studiata per incanalare l'interesse, spesso i rivenditori minori sono posizionati vicino ai poli attrattivi per attuare strategie di mix funzionale.

DISTRIBUZIONE



TIPOLOGIA

Schemi delle tipologie di centri commerciali, disegni dell'autore. Fonte: Jacopo Primoli Carretta, L'evoluzione del marketing nei centri commerciali negli ultimi venti anni. Dagli eventi al marketing relazionale. Tesi di Laurea magistrale in economia e gestione delle aziende, Università Ca' Foscari Venezia, A.A. 2013/2014, Relatori Prof. Tiziano Vescovi Prof. Francesco Zirpoli, pp 9-40.

Ristoranti e fast food

Supermercati e Centri commerciali

2.4.3.Mercati e Street food

Take away e food delivery

MERCATI

I mercati sono realtà caratterizzanti di un agglomerato urbano, dai più piccoli centri abitati alle metropoli. Nel corso della storia la loro conformazione e organizzazione è fortemente variata ed ha interessato importanti trasformazioni nel tessuto della città. Il mercato ha sempre ricoperto un **ruolo centrale** per l'economia della città, incanalando i flussi, riempiendo gli edifici e distribuendo i percorsi urbani, rapportandosi con il suo intorno più prossimo.

Nel loro processo di crescita, i mercati sono stati il punto focale di molte città e il centro di espansione del tessuto commerciale. La stessa morfologia della città tradizionale, sia nel nord che nel sud del Mediterraneo, rivela la misura in cui i mercati e la rete commerciale erano e sono ancora la spina dorsale della struttura urbana. Le prime tipologie di mercato a diffondersi furono i modelli neoclassici, il periodo di transizione durante il quale furono costruiti i primi mercati come strutture autonome coperte fu caratterizzato da una grande **diversità tipologica**. Quelli costruiti dopo il 1750 ripetevano tipologie formali come le costruzioni di clausura, quelle ad uso misto e le tettoie, ma adottarono anche alcuni modelli originali come portici o forme circolari. La tipologia dominante nel Regno Unito fino al XIX secolo era il tradizionale mercato a uso misto, con l'eccezione di alcuni mercati coperti circolari che erano essenzialmente piccoli mercati specializzati (mercati del pesce e mercati del burro), i modelli più frequentemente adottati erano il chiostro o la loggia, un tipo che prima non era molto diffuso in Inghilterra (Plymouth, Ipswich, Chichester e Stamford), e il porticato, costruito nelle aree comuni all'interno di isolati (Bristol e Cheltenham).

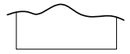
L'influenza dei mercati britannici fu indiscutibile negli Stati Uniti, tra il 1750 e il 1820, come risultato della loro posizione nello spazio comune. I capannoni aperti ed estensibili divennero molto popolari a partire dalla seconda metà del Settecento (il più famoso è il Philadelphia High Street Market costruito nel 1785). I grandi mercati neoclassici costruiti in Francia tra il 1800 e il 1850 presentavano una loggia semiaperta con portici all'aperto che giravano intorno a un grande corte quadrata o rettangolare parzialmente chiusa su uno dei suoi lati (David Steegmann, 2017). Parigi ha fatto tendenza con il suo mercato di Saint-Germain disegnato da Blondel, modello caratterizzato da un'unica navata perimetrale e un doppio tetto con un lucernario progettato per fornire una maggiore ventilazione. Questo semplice layout si diffuse in molte città francesi durante la prima metà del secolo. Il modello venne ripetuto con leggere variazioni nei mercati coperti italiani e spagnoli eretti in questo periodo, come quello a Novara e il mercato di Santa Caterina di Barcellona. L'era dei grandi mercati coperti significò l'istituzione di un nuovo tipo architettonico che fu sviluppato per la prima volta in Gran Bretagna. A partire dal 1820, i grandi edifici del mercato sarebbero stati progettati come strutture chiuse leggere e trasparenti grazie all'utilizzo del ferro e del vetro. Il primo monumentale esempio di questo nuovo tipo era il mercato di St John, costruito a

Liverpool nel 1822. La costruzione di Les Halles di Baltard e Callet aprì un cambiamento radicale nell'architettura dei mercati europei, diventando il riferimento indiscusso. Il modello francese riscosse un tale successo da diventare riferimenti principale per la riconversione dei sistemi mercatali di Spagna e Italia. All'inizio del XX secolo - a Vienna, Budapest e altre città dell'Europa - i nuovi mercati venivano costruiti secondo una **rete gestita dal mercato centrale della città, costituendo un sistema di controllo urbano**. Tuttavia, dopo la Prima guerra mondiale, assistiamo ad un declino nell'evoluzione del mercato, la ragione principale è stata la rivoluzione nell'approvvigionamento alimentare dominato dai grandi grossisti e la rottura del rapporto diretto e locale tra produttore e consumatore, che aveva prevalso nel modello di agricoltura e distribuzione nell'Ottocento (Manuel Guàrdia, José Luis Oyón, 2010).

In Europa stiamo assistendo ad una serie di leggi e politiche attive dei governi locali, atte a rilanciare **il commercio di prossimità e il sistema dei mercati coperti, intesi come centri della vita di quartiere ed elementi di qualità della vita pubblica**. Questo nuovo trend sta comportando importanti mutamenti anche all'interno del panorama dei mercati comunali coperti, ridefinendone il ruolo e le modalità di fare commercio, sempre più orientata a forme ibride di somministrazione e vendita. Questo mix formale si sta attuando a diverse scale, il commercio è accostato in maniera virtuosa ad altre attività creative, quali per esempio spettacoli dal vivo, laboratori ed esposizioni, organizzazione di corsi di formazione o eventi musicali serali, **ampliando il target di consumatori**. L'atto del mangiare è oggi uno dei principali programmi di svago dell'era moderna, da un punto di vista strategico, ha significato l'**integrazione del cibo nei modelli di business ad uso misto**, come una delle componenti principali della città post-industriale. Programmi di svago e ricreazione hanno dato vita ad alcuni dei più grandi edifici ibridi dell'architettura contemporanea. Ma è anche tipica l'inclinazione verso un modello di città in cui il cibo abbia una presenza sempre più urbana e sociale (Alvise Barbuio, 2015).

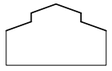
SCHEMA COPERTURE DEI PRINCIPALI MERCATI DI BARCELLONA.
Disegni dell'autore. *Fonte foto: https://www.pinterest.it/*

Santa Caterina



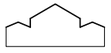
Sant Antoni

Boqueria

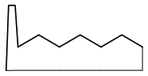


Els Encants

Concepció

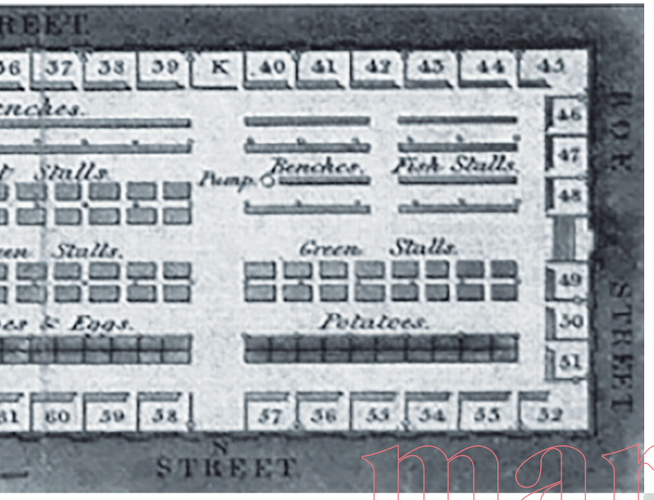


Palo Alto



Oggi si presentano in molteplici forme e contengono una ricca offerta, non vi è solo la classica formula dell'esposizione dei prodotti freschi o cucinati, i nuovi mercati prevedono anche spazi per consumare direttamente sul posto ciò che si è appena acquistato. Sono considerati come il luogo in cui si sperimenta una **fusione tra due diverse modalità di vendita** di alimenti, mescolando l'organizzazione spaziale "per strade", simili ad una città, e la disposizione all'ingrosso, basata su "scaffali", come quelli di una qualsiasi biblioteca. Fondamentale è il legame tra il mercato e il luogo in cui si instaura, lo spazio non è diviso, **le attività legate al cibo si collegano con quelle dello spazio pubblico in cui avvengono**. Guardiamo al progetto del mercato del pesce di Bergen del 2012, dello studio Eder Biesel Arkitekter, la forma dell'edificio e la sua facciata completano il mercato rispettando il contesto storico della città. Il mercato coperto di MVRDV a Rotterdam è una combinazione di cibo, tempo libero, residenza e parcheggi integrati tra loro, durante il giorno la piazza funge da corridoio centrale del mercato al termine del quale diventa un enorme spazio pubblico coperto e ben illuminato. Il mercato temporaneo Barceló a Madrid ha trasformato nel 2008 un popoloso quartiere nel centro della città in uno spazio aperto in grado di connettere tra loro i diversi volumi ed usi della struttura. NL Architects progetta nel 2003, per l'università di Utrecht, una caffetteria che genera uno spazio così articolato da sembrare quasi una città all'interno della città. Visionario è il progetto di un ristorante itinerante di Park Associati, che nel 2011 inizia il suo percorso appoggiando la sua struttura su luoghi inaspettati e scenografici delle maggiori città europea. E ancora, il Market Hall nella piazza centrale di Ghent in Belgio, di Robbrecht En Daem Achitecten, un altro esempio di integrazione tra un mercato coperto, che genera uno spazio urbano chiuso, e gli edifici storici che lo circondano (Pippo Ciorra e Alessio Rosati, 2015).

Quali sono le componenti spaziali e sociali che definiscono un mercato?



LINEARE

Piano terra del St John's Market a Liverpool, 1822.

Fonte: Steel, Carolyn. Hungry City. How Food Shapes our Lives, London, 2008

COPERTO

Vista interna del St John's Market a Liverpool, 1822.

Fonte: Steel, Carolyn. Hungry City. How Food Shapes our Lives, London, 2008

market

city

APERTO

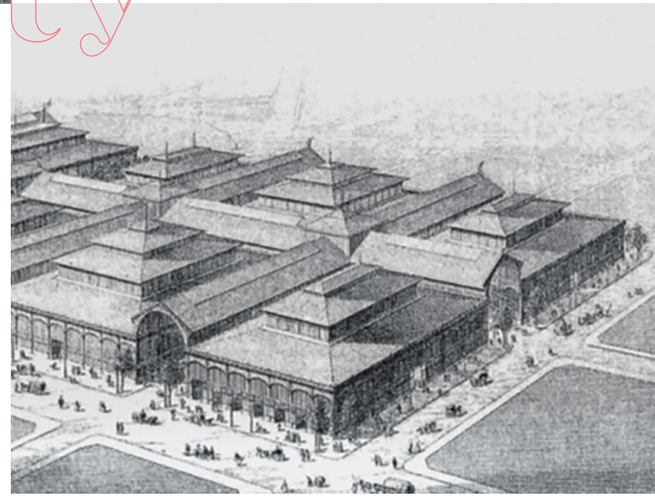
Il Palazzo della Ragione, Padova. Municipio e mercato insieme nel cuore della città.

Fonte: Steel, Carolyn. Hungry City. How Food Shapes our Lives, London, 2008

PADIGLIONI

Les Halles Centrales, Paris, 1863.

Fonte: David Steegmann, Ciudad, Casa, Comida, Universitat Politècnica de Catalunya (UPC), tesi di dottorato in Architettura, a.a. 2017-2018, Relatore Xavier Monteys.



STREET FOOD

Una tipologia affine ai mercati sono gli eventi di Street Food, cibo di strada. Le origini di questo fenomeno urbano si perdono nella storia antica, nato come cibo dei poveri si è poi evoluto portando con sé le tradizioni e le culture dei territori, diventando una cartina di tornasole dell'identità dei popoli. I greci già descrivevano l'usanza di friggere il pesce e di venderlo per strada, passata poi al mondo romano, si possono ancora osservare negli scavi di Ercolano e di Pompei i resti di tipici "thermopolia", una sorta di cucinotto che si affacciava direttamente sulla strada, adibito alla vendita di cibi cotti, principalmente minestre di farro, fave o cicerchie. All'epoca le classi urbane meno abbienti vivevano in abitazioni per la maggior parte sprovviste di cucina. Ci si nutriva dunque per strada, rifornendosi dal più vicino thermopolium che proponeva vivande a buon prezzo. A Parigi nascono i "pâtés", in Inghilterra il "fish and chips", pietanze avvolte in giornali e vendute da garzoni nelle strade delle città. Il cibo di strada nasce come alimentazione povera ma ha ha un'importanza tale nella storia dei popoli da **identificare il costume alimentare e le tradizioni dei territori** (David Steegmann, 2017).

Quali sono le componenti spaziali e sociali che definiscono lo street food?

Ogni città ha il suo festival di street food in cui è possibile trovare il cibo tipico del luogo, come gli arancini in Sicilia, gli arrosticini in Abruzzo e la focaccia in Liguria. La componente spaziale determinante per questa tipologia di consumo è il **furgoncino** che cucina e vende il cibo, con un semplice dispositivo collocabile ovunque si riesce ad attirare la folla, un elemento mobile che non muta lo spazio circostante ma innesca un utilizzo pubblico e attivo di quel luogo. È sufficiente anche solo uno di questi mezzi per avere un impatto sulla vita collettiva di quel pezzo di città, il meccanismo poi si espande se viene organizzato un raduno di street food. Il cibo che viene servito è anche denominato **finger food**, si tratta di piatti che possono essere consumati direttamente sul posto e in piedi, senza l'utilizzo di posate. Nelle comunità di tutta l'America, sia piccole che grandi città, i **food truck** sono diventati una fonte di orgoglio regionale, un luogo in cui riunirsi e incontrarsi, un'opportunità per mangiare ottimo cibo e un valido incubatore di imprese per giovani imprenditori. I food truck sono anche una grande forza democratizzante nella scena gastronomica americana, portando la qualità alla portata di tutti, sia letteralmente che figurativamente. Ogni regione ha la sua tipologia tradizionale street food, sia che si parli dei famosi parcheggi permanenti per camion di cibo di Portland e Oregon, o dei camion di taco coreani in libertà di Los Angeles.

FLORIDA, USA

Le persone in coda per acquistare cibo al Tampa Food Truck Festival 2015 in Florida, USA. L'evento è considerato il più grande del mondo nel suo genere. Quell'anno parteciparono più di 120 furgoni.

Fonte: https://www.chgofoodtruckfest.com/

street

PAPIRØEN, COPENHAGEN

Di particolare interesse è il caso dell'isola abbandonata a Copenaghen recuperata dopo l'abbandono come punti di ritrovo dello street food in container riconvertiti. Paper Island era un deposito di carta per la Procurement Association of the Danish Press fino a pochi anni prima. Quando i suoi inquilini hanno deciso di rescindere il contratto, il governo ha deciso di trasformare l'isola in un esperimento urbano e ha invitato gruppi imprenditoriali creativi a fare dello spazio un centro dedicato al cibo di strada.

Fonte: https://foodsofcopenhagen.com

Ristoranti e fast food

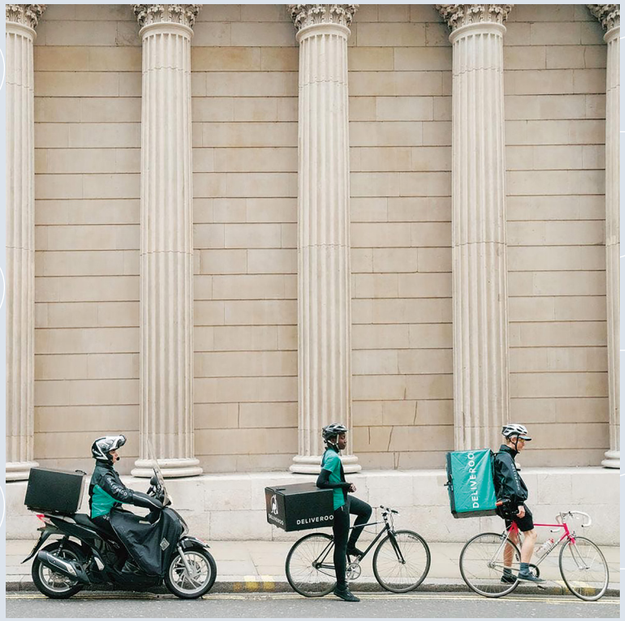
Supermercati e Centri commerciali

Mercati e Street food

2.4.4.Take away e food delivery

Le piattaforme di food delivery collegano coloro che preparano i pasti con gli altri che li richiedono, in questo modo si sostiene sia una forma di intervento nello spazio urbano che un impatto sulla vita quotidiana, la condivisione del pasto valorizza la prossimità, cosa che il sistema alimentare moderno non fa. Michel De Certeau sostiene che: "*Soprattutto a livello tattico e nella sfera delle pratiche quotidiane, sembra che le innovazioni sociali e l'urbanistica fai da te condividano logiche simili. Quindi, anche se* ***le innovazioni sociali sono per lo più spiegate dalle trasformazioni nelle relazioni sociali e nei valori che propongono, hanno anche una chiara dimensione spaziale****. Questa dimensione spaziale è particolarmente importante quando si considera il sistema alimentare*". In parte si tratta di una riconsiderazione di cosa sia lo spazio domestico, "*la piattaforma sfida i suoi utenti a riconsiderare il divario pubblico-privato che organizza convenzionalmente l'ordine sociale e spaziale,* ***trasformando lo spazio privato in uno spazio interattivo e più comunitario***" (Michel De Certeau, 1984). Dato che gran parte dell'intrusione nello spazio domestico, sperimentata attraverso l'approvvigionamento alimentare commerciale, è molto meno conviviale e attiva di questo tipo di piattaforma, è intrigante vedere questo sviluppo dello **spazio urbano "ibrido"** in una modalità più sociale e sostenibile. La città aggiunge al suo tradizionale ruolo di fornitore di cibo una nuova realtà che è cresciuta esponenzialmente negli ultimi anni: si tratta del cibo cotto e pronto da portare a casa. Oggi non è più la pizza il cibo urbano per eccellenza, oggi qualsiasi ristorante cucina una varietà ampia di piatti da portare a casa secondo le condizioni di mercato che fissano le varie applicazioni e le diverse aziende (Glovo, Deliveroo, Just Eat…) e che collegano il domicilio ai ristoranti vicini, **definendo la prossimità attraverso la condizione che il cibo arrivi caldo.** Il cibo a domicilio apre alla possibilità di avere un cibo esotico, diverso e informale che si ripercuote sulla composizione del tavolo e sui modi di mangiare. Una **nuova manifestazione urbana** basata sul trasporto in bicicletta.

In Italia il takeaway nasce con lo scopo di portare la pizza a casa delle persone che cercano un'alternativa alla classica cena, con il proliferarsi di ristoranti orientali e una vita urbana sempre più frenetica, le richieste di cibo da asporto aumentano esponenzialmente fino a toccare qualsiasi genere di alimento preparato dai locali. Da una collaborazione tra JustEat e Gfk Euroscom è stato sviluppato il primo rapporto sul mercato del takeaway che mostra come in Italia il 51% degli italiani ha ordinato cibo da asporto almeno una volta negli ultimi sei mesi, di questi la maggior parte degli ordini è stata fatta dal domicilio e il restante dagli uffici. Il successo di questa forma di organizzazione del pasto è dovuto ad uno stile di vita sempre più frenetico ma anche al piacere di provare piatti di diverso tipo anche a casa, senza dover recarsi nel ristorante. Il fenomeno non è solo italiano. Una ricerca inglese effettuata da Avira mostra come, almeno un britannico su 100, tra gli under 35, affermerebbe di consumare almeno un pasto da asporto ogni giorno. Il cambiamento delle abitudini alimentari si evince anche dalla spesa che facciamo, nei supermercati vengono venduti molti più cibi pronti e di



Riders. Fonte: https://www.pinterest.it/

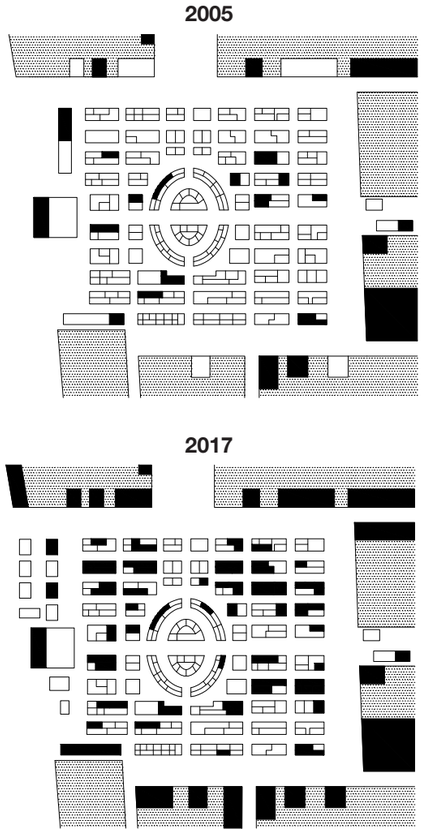
importazione, mentre fino agli anni ‘80 compravamo solo ingredienti tradizionali della nostra cucina (*https://www.nielsen.com/it*). Nel 2019 la banca d’investimenti Ubs ha svolto una ricerca sul mondo del cibo a domicilio e i suoi possibili sviluppi futuri nel rapporto intitolato “*Is The Kitchen Dead*?”. Sono state esaminate le risposte di un sondaggio effettuato su un campione di oltre 13.000 consumatori in tutto il mondo. Unendo i dati delle app di food delivery e coinvolgendo nello studio una serie di esperti del settore, i ricercatori stimano che il food delivery mondiale crescerà fino a 365 miliardi di dollari entro il 2030, con una crescita del 20% ogni anno. Negli Stati Uniti il numero di persone che consumano un pasto ogni giorno in macchina è molto rilevante, vista l’elevata distanza di molti dei viaggi giornalieri che avvengono in quel paese, oltre a quello che potrebbe essere stato influenzato dalla predilezione degli americani di svolgere attività senza scendere dal veicolo, dal prelevare denaro al bancomat al ritiro posta o all’acquisto e consumo di cibo. Nel 1925, la catena di hamburger White Castle aveva già camerieri che prendevano ordini alle auto - chiamati Carhops - e anche il primo ristorante McDonalds era un drive-through anche prima che i suoi proprietari, Richard e Maurice McDonald, installassero le loro catene di cottura e assemblaggio per hamburger da asporto (David Steegmann, 2017).

Quali sono le componenti spaziali e sociali che definiscono il cibo da asporto?

Questa rivoluzione ha un forte impatto sul tessuto urbano, a partire dalla crescente presenza sulle strade di fattorini che si muovono in bici e talvolta in motorino e della conseguente necessità di adeguare la viabilità a questi mezzi di trasporto, molto città si stanno adoperando per incrementare la rete di piste ciclabili o destinare apposite corsie a velocità ridotta. **Il cibo da asporto entra nelle nostre case mettendo in relazione qualcosa di pubblico con la sfera domestica, è la traslazione di un rituale dal ristorante alla nostra tavola**, è un modo in cui utilizziamo e influenziamo la struttura della nostra città. Ma la parte nascosta di questo fenomeno sono le “dark kitchen”, ordinando su determinate app, come Foorban, ci si rivolge ad aziende che si prendono in carico di tutto: dalla cucina dei piatti alla consegna, si tratta di realtà diverse dai normali servizi di food delivery. La preparazione delle pietanze viene effettuata nelle cosiddette dark kitchen, chiamate anche cloud o ghost kitchen. Questi locali sono composti solo dalla cucina e hanno lo scopo di preparare gli ordini effettuati online, l’aspetto caratterizzante di questi luoghi è il fatto che siano collocati in quartieri periferici delle città in modo tale da minimizzare i costi di affitto dei locali e del personale e servire quelle parti delle città dove non arrivano i rider dei numerosi locali collocati nel centro. Queste cucine chiuse possono essere dislocazioni di ristoranti fisici presenti in città oppure realtà autonome, nascono in particolare dalle analisi sui big data delle preferenze dei consumatori e stanno diventando la nuova frontiera del food business (David Steegmann, 2017).

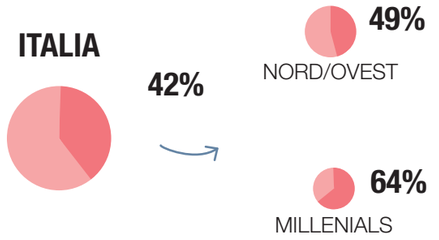
Il cibo da asporto ha la capacità di trasformare qualsiasi luogo in un’eventuale sala da

pranzo, il che ci invita a tenerne conto dal punto di vista del suo impatto sullo spazio pubblico, il che può diventare un problema. Questo è ciò che sta accadendo al mercato della Boquería, a Barcellona, soprattutto a seguito dell'ultima grande trasformazione. Il mercato è cresciuto verso Plaça de la Gardunya, aggiungendo bancarelle soprattutto da asporto, che non fanno più eccezione ma che, sommate a quelle aperte negli ultimi anni, rappresentano già una percentuale significativa del mercato. Di conseguenza, la piazza è diventata una sala da pranzo improvvisata, dove tutti i tipi di persone, dai soliti turisti ai lavoratori nella pausa di mezzogiorno, approfittano per mangiare un boccone seduti sulle panchine o sul bordo delle fioriere. Non si tratta, infatti, solo delle dinamiche di consumo generate dalle posizioni specificatamente dedicate al take away. Altri negozi, tra cui bancarelle di pesce fresco, i più restii al turismo e allo stesso tempo i più colpiti dalla perdita del cliente di quartiere, hanno incluso cibo preparato per essere consumato al momento per riuscire ad intercettare questo nuovo trend e non essere esclusi dalla vita del mercato. Molti negozianti riconoscono di vendere molte più porzioni individuali di cibo preparato rispetto alle materie prime. In realtà, la deriva apparentemente inarrestabile da La Boquería verso il cibo preparato e da asporto non è altro che un riflesso di ciò che accade da anni in tutto il centro della città, dalla Rambla al Gòtic, El Born o Barceloneta, dove sempre più stabilimenti di questo tipo aprono o molti stabilimenti esistenti decidono di includere questo tipo di offerta alimentare (Benvenuty Luis, El país 8/2016).



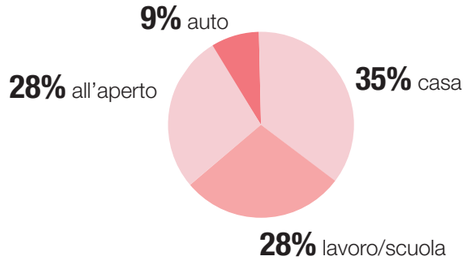
Quantità di banchi di cibo preparato da asporto e da consumare, nel 2005 e 2017, Mercato la Boquería e dintorni, Barcellona. Disegno di David Steegmann, in "Ciudad, Casa, Comida", 2017.

MILLENNIALS SONO QUELLI CHE MANGIANO DI PIÙ FUORI CASA E SCELGONO L'ETNICO. (% sul totale degli italiani che hanno mangiato fuori casa nel periodo gennaio-marzo 2018)



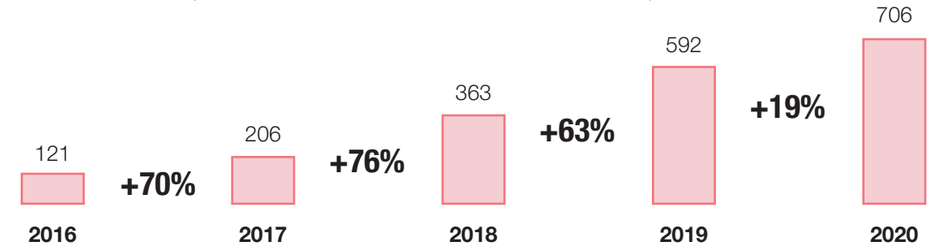
Fonte: Npd, in Rapporto consumi Coop 2018

CONSUMO DEL CIBO DA ASPORTO.
(% sul totale in Italia di come vengono consumati i pasti fuori dal locale)



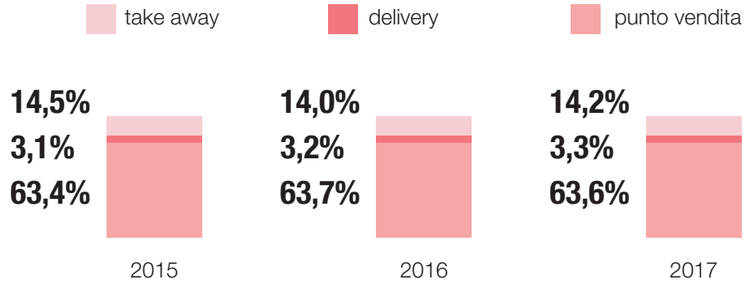
Fonte: Npd, in Rapporto consumi Coop 2018

FOOD DELIVERY: UN SETTORE IN ESPANSIONE.
(valore delle vendite di pasti a domicilio in Italia, in milioni di euro e var %)



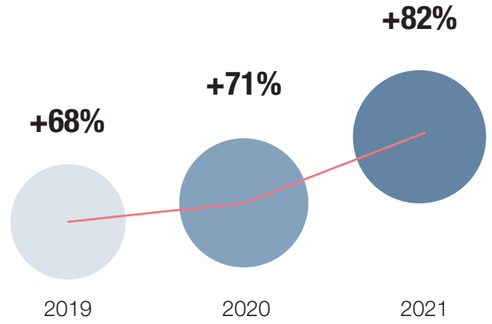
Fonte: Polimi-Osservatorio eCommerce B2c, 2020

IL FOOD DELIVERY SEMPRE IN CRESCITA: si sostituisce in parte al consumo nel locale
(% sul totale dei consumi fuori casa, Italia)



Fonte: Npd, in Rapporto consumi Coop 2018

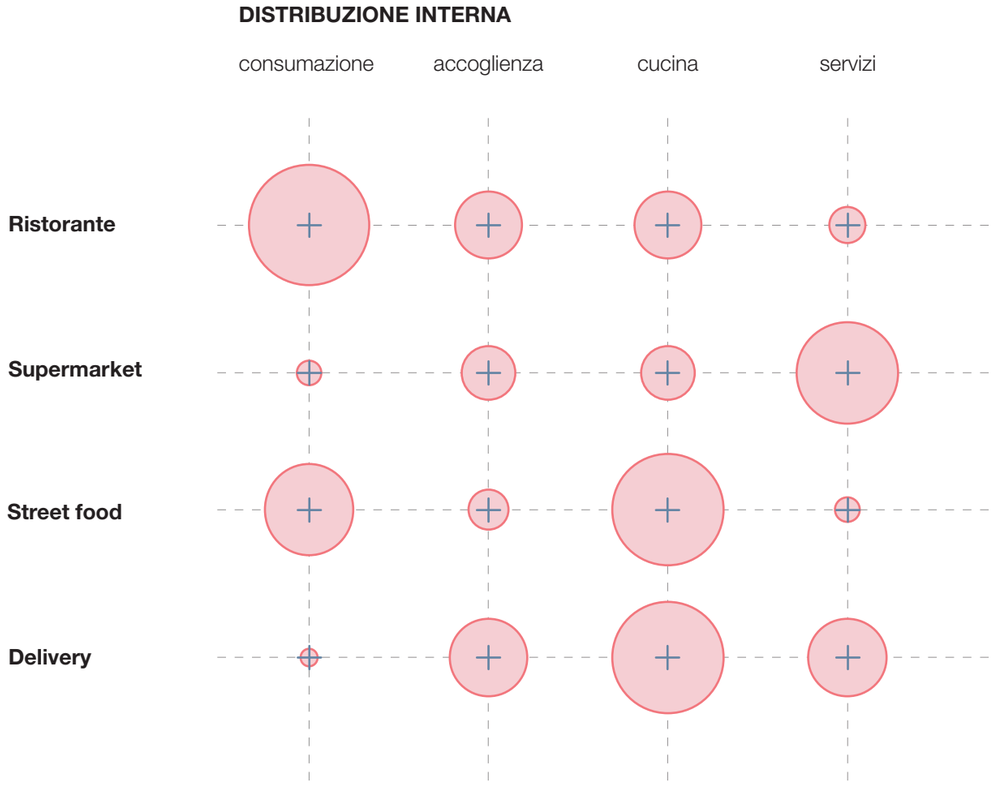
LA CONSUMER BASE SI FA PIÙ GRANDE.
(quota di italiani che hanno utilizzato/utilizzeranno servizi di delivery/take away)



Fonte: Nomisma-Crif, Osservatorio the World After Lockdown, Luglio 2020

CONFRONTO

A seguito delle analisi discusse nei capitoli precedenti il seguente grafico sintetizza lo spazio occupato dalle varie funzioni all'interno di un locale dedicato al consumo alimentare. La differenza di distribuzione e organizzazione degli spazi evince il carattere delle tipologie analizzate.

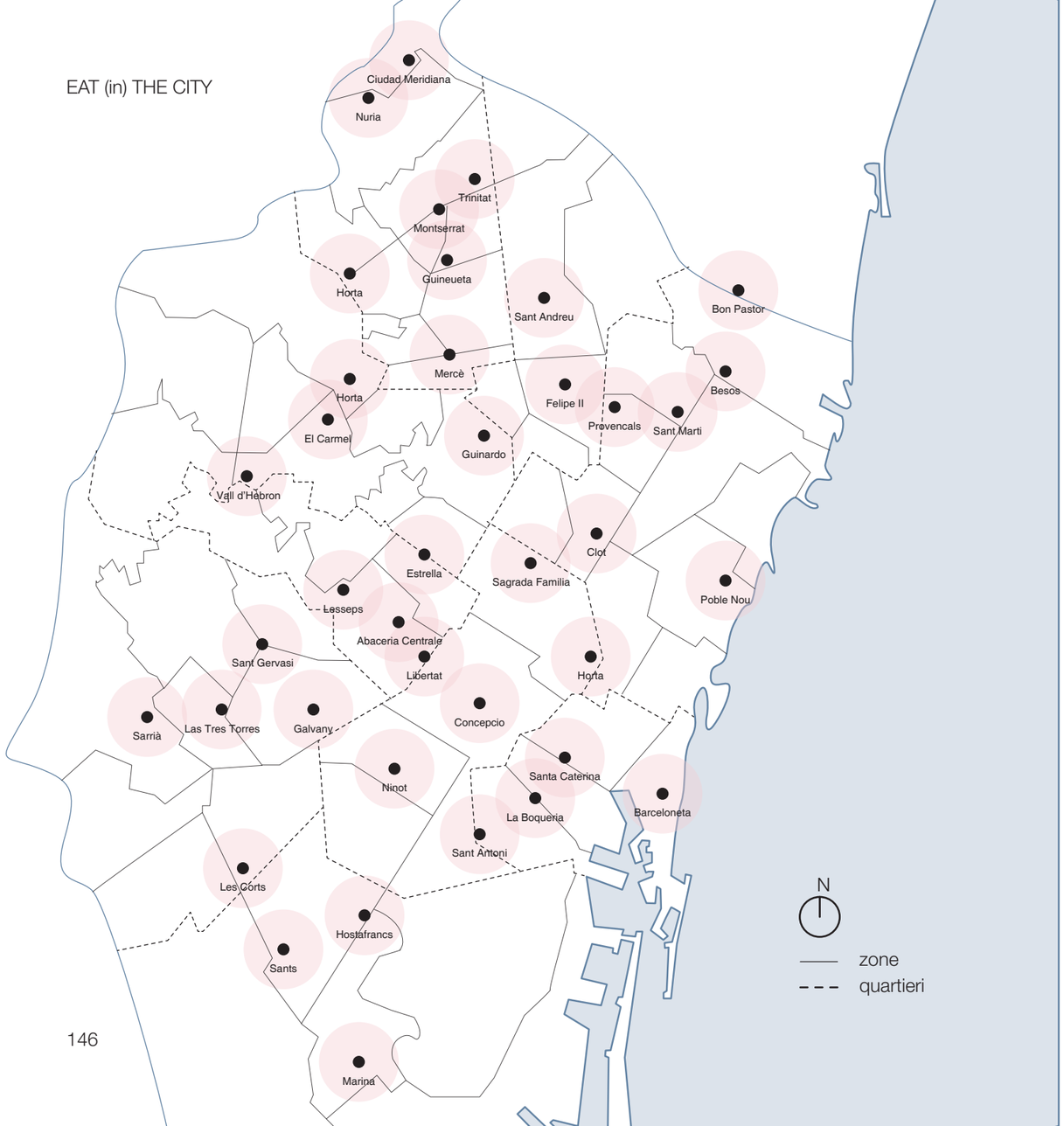


2.5. Casi studio

Ho individuato tre casi studio, tre città in cui la progettazione con il cibo ha portato impatti positivi sulla vita della comunità.

2.5.1. Barcellona

Il cibo da asporto sta trasformando intere aree della città, emblematico è il caso di Barcellona dove l'amministrazione ha puntato a regolarizzare i servizi di food delivery spingendo in questo modo a riempire i piani terra con attività dedicate alla ristorazione o la vendita di prodotti alimentari specifici e di prima necessità, e laddove il traffico di visitatori acquista una maggiore densità. Un processo attraverso il quale il quartiere Ciutat Vella ha subito una radicale trasformazione, con conseguenti effetti, tra i quali si possono evidenziare l'aumento generalizzato dei prezzi di affitto e dei prodotti venduti nei negozi o serviti nei bar e ristoranti. Inoltre, si evince una progressiva specializzazione del tessuto urbano verso le nuove dinamiche temporanee di fruizione degli spazi pubblici e collettivi, tendenzialmente inclini al tempo libero e al consumo. Esempio come il quartiere del Born, con circa 300 tra bar e ristoranti in poco più di mezzo chilometro quadrato, illustrano molto bene l'ampiezza del fenomeno. E lo stesso sta accadendo in altri quartieri più o meno centrali, dove sempre più strade e piazze finiscono per specializzarsi in questo settore. Nell'Eixample, in meno di 10 anni si è passato dall'avere 6 o 7 bar e ristoranti ad averne più di 70. Questi spazi urbani trovano casi comparabili in molte altre città europee o nordamericane. Quartieri gastronomici come Kings Cross e Soho a Londra, o Kreuzberg, Newkölln o Prenzlauerberg, a Berlino, rappresentano oggi il volto visibile di un modello di città basato su dinamiche estremamente volatili, supportato da strutture socioeconomiche le cui caratteristiche cambiano con grande facilità.
Barcellona ha sempre dimostrato il suo notevole potenziale urbano. Negli anni '80, l'ampia rete di mercati di vicinato è stata vista come un punto focale molto efficace per la ristrutturazione di un settore al dettaglio. Da allora, l'intervento municipale, nella riorganizzazione dei mercati della città e dei suoi immediati dintorni, ha fatto parte di una visione urbanistica integrata nella difesa della struttura del quartiere e della città compatta. Barcellona ha una chiara politica di limitazione degli oligopoli, considerati una minaccia per l'equilibrio che consente la coesistenza della città tradizionale e degli impulsi innovativi e multietnici. La rete dei mercati della città era in cattivo stato alla fine degli anni '80, a causa degli scarsi investimenti e una gamma inadeguata di offerte commerciali, dato che non c'erano stati adattamenti alle esigenze dei clienti. Nel suo progetto del 1859 per l'Ensanche (estensione) della città di Barcellona, Idelfonso Cerdà (1867-1868) ideò un sistema ambizioso con 12 mercati. Rispecchia un cambiamento storico importante: la fine dei granai pubblici, che ha segnato il passaggio da una costante incertezza sulle forniture alimentari di base ad una situazione caratterizzata da una maggiore abbondanza in cui le abitudini di consumo sono cambiate. Il periodo compreso tra il 1874 e il 1900 è quello dell'effettiva costruzione dei primi esempi di moderni di mercati coperti in ferro battuto. All'interno del comune di Barcellona, prima del 1888 erano stati costruiti i mercati di El Born (1876), Sant Antoni (1882), Barceloneta (1884), Hostafrancs (1888) e Concepció (1888). A queste strutture vanno aggiunti i mercati costruiti nei vari comuni della pianura di Barcellona: Llibertat (1888), Clot (1889), Unió (188 9) e Abaceria Central de Gràcia (1892),



che verranno integrati nel il sistema di mercato coperto di Barcellona con la fusione delle rispettive città nel 1897. L'impegno della municipalità nell'integrare i processi del cibo nella trasformazione della città è sempre stato evidente. Mentre la città si stava trasformando ad ogni livello e si facevano i preparativi per le Olimpiadi del 1992, il Comune di Barcellona ha deciso di rinnovare completamente i mercati della città. L'obiettivo era fornire supporto al commercio locale come forza trainante economica, urbana e sociale, nonché salvaguardare posti di lavoro esistenti e crearne di nuovi. Viene fondato l'Istituto dei mercati municipali di Barcellona (IMMB) nel 1992, un'organizzazione pubblica responsabile della promozione e della gestione dei mercati della città. L'iniziativa è stata portata avanti con un consenso politico su larga scala. Barcellona ha già ristrutturato 25 dei suoi mercati e avviato le procedure per rinnovare il resto nei prossimi anni. Partendo ancora una volta da un consenso, autorità locali e commercianti hanno messo insieme un piano strategico che guarda al 2025. L'obiettivo è integrare i mercati nei loro quartieri, rafforzando il loro punto di vista comunitario e il loro ruolo come rigeneratori sociali. Il piano contiene idee, strategie e riflessioni affinché i mercati coperti comunali di Barcellona diventino spazi commerciali centrali, partendo dalla straordinaria capacità, acquisita nel tempo, di innescare processi di rigenerazione microeconomica e sociale all'interno dei barrios, fornendo cibo sano e promuovendo la cultura gastronomica locale. Inoltre, dal contenuto del piano si evince che comprare al mercato non è solo conveniente dal punto di vista commerciale, ma anche a livello di accessibilità e tempistiche: i mercati sono infatti dislocati in maniera uniforme sul territorio cittadino e offrono un servizio raggiungibile in dieci minuti a piedi da casa, in quanto ogni quartiere è provvisto di più di un mercato. Il territorio assume un ruolo molto importante in quanto promotore di coesione sociale e motore economico; infine, il modello Barcellona - con 39 mercati alimentari attivi, più 4 non alimentari - è un modello di governance che unisce gli attori pubblici e privati. Questo ambizioso piano strategico è strutturato in una prima fase di diagnosi, seguita da una fase in cui verrà redatta una vera e propria proposta: la metodologia utilizzata per la prima fase è quella PESTLE, acronimo di political, economic, social, technological, legal, environment che si sofferma sull'analisi del contesto. Si tratta, cioè, di quei macrofattori che possono avere un impatto decisivo su un'azienda.

Soffermiamoci sull'importanza di avere un mercato di prodotti freschi a pochi minuti da casa, uno studio del 2000 condotto dall'Università di Warwick ha rilevato che molti residenti della città di Sandwell nel West Midlands non avevano cibo fresco entro 500 metri dalle loro case - la distanza che una persona in forma è considerata in grado di percorrere a piedi in 10-15 minuti. Potrebbe non sembrare molto lontano, ma se si considera che non tutti sono in forma, che molte persone devono lavorare, badare ai bambini o avere altre chiamate nel loro tempo, oltre al fatto che ogni passeggiata per i negozi implica inevitabilmente camminare nella direzione opposta carica di acquisti, inizi a vedere il problema. Dallo studio è emerso che i residenti di Sandwell dovevano

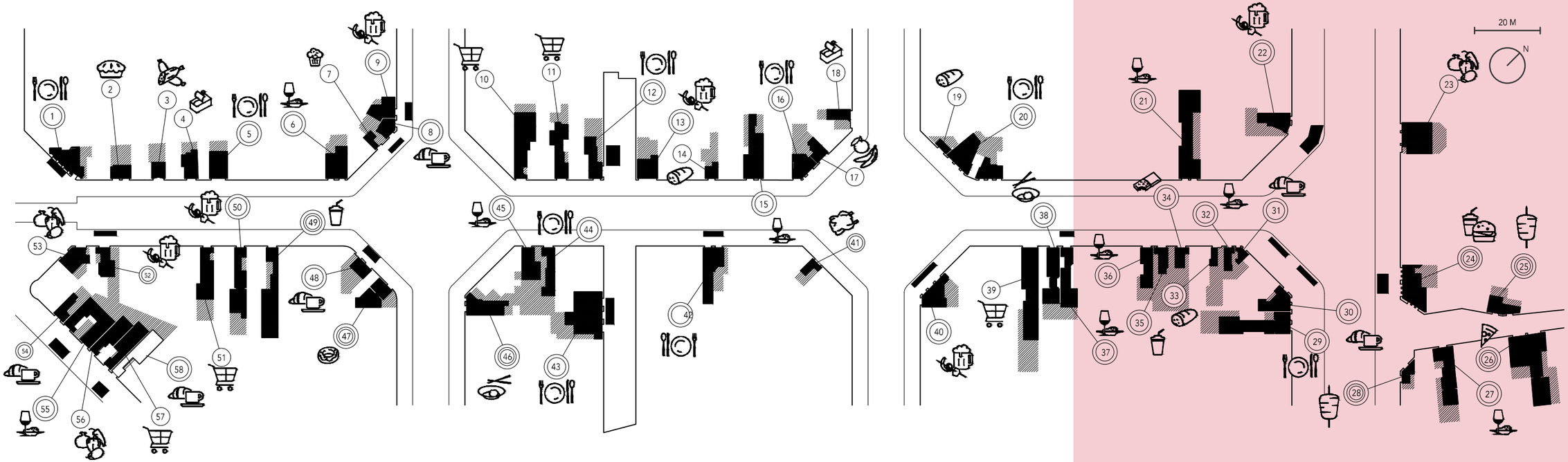
utilizzare i mezzi pubblici o privati per raggiungere i negozi o sopravvivere con ciò che era disponibile a livello locale: prevalentemente cibi ricchi di grassi, alto contenuto di sale, economici e facilmente conservabili. La situazione è simile in tutta la Gran Bretagna, ciò spiega il problema di obesità che si sta diffondendo nel paese e l'aumento del proliferarsi di fast food nelle zone residenziali. La dura legislazione del governo ha impedito ai supermercati di prendere piede in Spagna come invece hanno fatto in Gran Bretagna; e sebbene ce ne siano molti a Barcellona, la legge proibisce loro di vendere cibo fresco a livello stradale, quindi non possono competere con i mercati alimentari della città. Barcellona ne ha 43 di questi ultimi, incluso il famoso Mercat de la Boquería vicino all'altrettanto famosa strada Las Ramblas. Il piano comprende la ristrutturazione di molti mercati della città, l'attenzione all'architettura e al design urbano sono viste come componenti del modo in cui i mercati si adattano in modo creativo alle mutevoli richieste dei consumatori. Questa strategia considera i mercati come dei dispositivi urbani complessi, a seconda della loro conformazione spaziale, i mercati interni sono sistemi alimentari più pubblici rispetto a un negozio che si affaccia sulla strada. Diventa quindi fondamentale la localizzazione dei mercati all'interno della città, hanno un ruolo fondamentale nel rifornimento alimentare e talvolta creano un microsistema intorno a loro. Secondo il sito web della rete di mercati BCN, "*i mercati di Barcellona guardano al futuro con l'introduzione di nuovi servizi per soddisfare le esigenze commerciali del XXI secolo. E hanno anche uno sguardo sul passato, poiché gli edifici in cui sono ospitati sono un riflesso della storia della città e della sua gente*", questa filosofia che sta accompagnando la riqualificazione della maggior parte dei mercati della città evince l'importanza della funzione alimentare nella vita urbana delle persone. La città ha ricevuto un premio nel settore europeo (EPSA) per la sua gestione del sistema mercatale pubblico-privato così come un premio dall'Unione mondiale dei mercati all'ingrosso (WUWM) per il suo sistema di rinnovamento del mercato. Stimolare i rituali legati al cibo è un valore aggiunto che fa funzionare e vivere il tessuto urbano. Tralasciando gli aspetti economici e politici, il sistema di Barcellona è un notevole esempio per la dislocazione e il rifornimento del cibo.

Ogni progetto di riqualificazione di un mercato porta a un miglioramento nei dintorni urbani della zona, favorendo la coesione sociale e il miglioramento della qualità della vita. Un esempio è il vecchio mercato de Llibertat (1888), nel quartiere di Gràcia. Il processo di riqualificazione ha portato alla sua estensione, all'inclusione di altre funzioni. Prima dei lavori di riqualificazione, il mercato ha ricevuto 936.000 visite all'anno. Ora riceve 1.820.000 visite all'anno, Il 60% delle quali riguarda gli acquisti dal supermercato. Ma anche gli stabilimenti commerciali e i ristoranti locali beneficiato del nuovo pubblico attratto nel territorio, poiché il 40% dei clienti del mercato acquista anche nei negozi adiacenti.

Stabilimenti alimentari sorti vicino al mercato della Boqueria, Barcellona 2017.
Disegno di David Steegmann 2017.

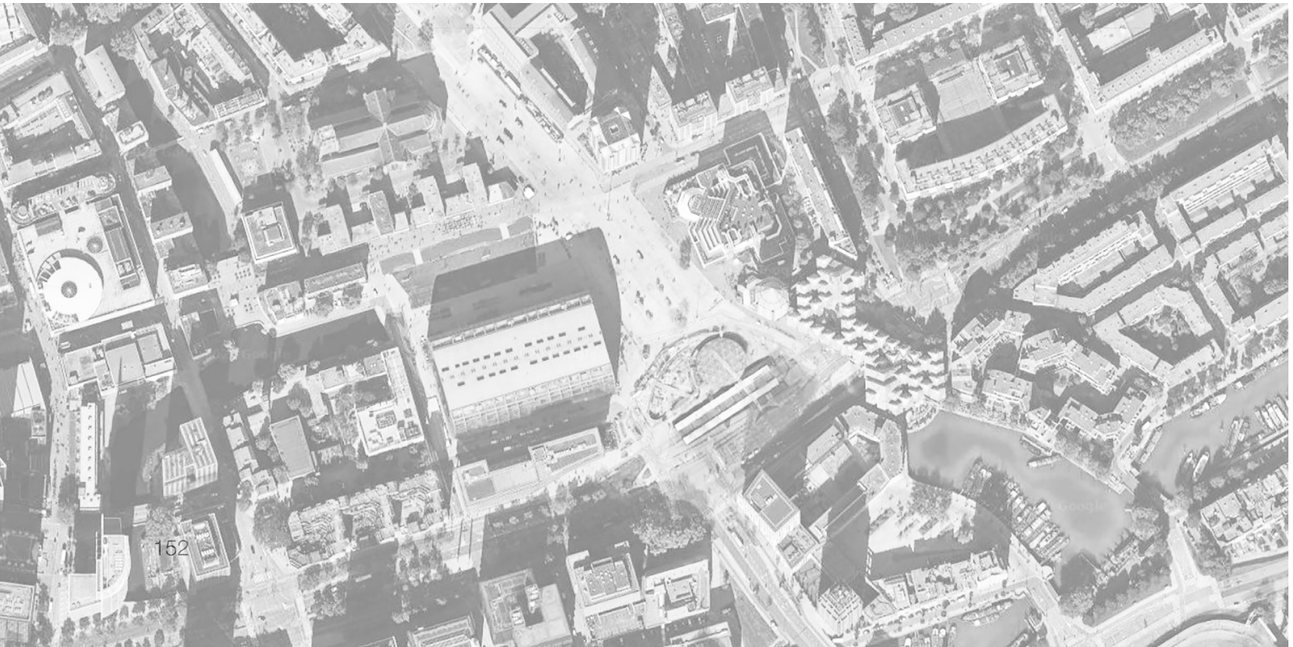
I primi banchi all'ingresso della Boqueria vendono quasi esclusivamente cibo "da passeggio" in appositi contenitori. Fonte: www.barcellona.org/mercato-della-boqueria/

street



Stabilimenti alimentari in Parlament Street, Barcellona. Disegno di David Steegmann 2017.

2.5.2. Rotterdam



LA FOOD POLICY DI ROTTERDAM

La città di Rotterdam sta gradualmente costruendo una “food policy”, fino a pochi anni fa non c’era un grande piano del governo municipale, la città ha reagito con iniziative dal basso che sono state immediatamente sostenute da parte della politica ufficiale. Gradualmente, l’agricoltura urbana è stata ripresa nel discorso politico, ma mai con grandi bilanci per sostenerlo. La città facilita le iniziative, aiutando con le licenze, l’accesso ai mercati, ecc. Va notato che Rotterdam ospita una vasta gamma di esempi piuttosto di agricoltura urbana: Uit Je Eigen Stad, Hotspothutspot, Rotterzwam, Rechtstreex, Buijtenhof, ecc. Questo può essere visto come una caratteristica piuttosto unica della scena agricola urbana di Rotterdam. Il cibo è, infatti, un tema che attraversa molti domini. Esso comprende aspetti della partecipazione sociale, la manutenzione fisica dello spazio pubblico, la mitigazione del clima e l’adattamento, diete sane, ecc. Il Think Tank Urban Farming e il Food Council stanno cercando di creare uno “spazio comunicativo”, un luogo in cui i diversi stakeholder possono incontrarsi e discutere in modo informale di ambizioni e aspirazioni, senza riguardo per le posizioni formali. Tuttavia, la dipartimentalizzazione esiste ancora. La cooperazione tra i diversi rami del governo e tra i diversi consiglieri rimane talvolta difficile. Negli ultimi tempi sono stati compiuti alcuni passi per fondere vari dipartimenti (pianificazione urbana, gestione dello spazio verde urbano e sviluppo urbano). L’agricoltura urbana può beneficiare di questo processo, in quanto può essere presa in considerazione in modo più approfondito nella strategia di sviluppo economico e sociale urbano. Per diversi anni, le iniziative agricole urbane sono state ufficiosamente condonate. Quando un’iniziativa non è ancora formalmente riconosciuta, o quando è riconosciuta come un progetto “artistico”, non vi è nemmeno un’applicazione formale di norme e regolamenti (licenze, ecc.). Quando un’iniziativa è ufficialmente riconosciuta, essa deve anche rispettare tutti i tipi di norme e regolamenti che non possono essere concepiti tenendo conto del l’agricoltura urbana.
L’apertura del Markthal nel 2014 è una testimonianza architettonica iconica di questo nuovo interesse della città per il cibo.

MARKTHAL

La città era considerata, fino agli anni ‘40 del secolo scorso, sia per dimensioni che per abitanti, una città europea. In seguito alla Seconda guerra mondiale e alla distruzione che questo conflitto portò con sé, la città si dovette reinventare e trasformare radicalmente nel corso del XXI secolo. Il settore del commercio, qui come in altre città, negli anni novanta subisce fortemente la crisi dovuta principalmente alla mancanza di un’offerta che fosse varia, alla presenza di leggi che impedivano la vendita di alimentari all’aria aperta, ad una politica del prezzo poco chiara, così come poco chiara era la provenienza degli alimenti, e infine allo smaltimento e alla gestione dei rifiuti, che non veniva effettuata sul posto ma appaltata all’estero o ad altre città con grandi costi aggiuntivi. E sono

alcuni degli elementi di crisi che portarono l'amministrazione alla decisione di bandire un concorso pubblico per una nuova struttura che integrasse commercio, residenze e altri tipi di servizi. Il percorso decisionale prese in considerazione anche le richieste dei consumatori che, in particolare, chiedevano ampia scelta dei prodotti, servizi integrati, convenienza e disponibilità dell'amministrazione ad un confronto (Van Gool, 2015). Il progetto vincitore fu quello dello studio olandese MVRD, Markthal è il primo mercato alimentare coperto di 95.000 mq dei Paesi Bassi, ispirato alle analoghe realtà di Stoccolma, Barcellona e Valencia. Innovativo per il forte impatto che ha avuto sulla grande piazza lineare, Binnenrottesu, per cui venne concepito. Si trova nel centralissimo quartiere di Laurenskwartier da anni oggetto di una riqualificazione urbana. Markthal ospita 96 bancarelle alimentari e negozi, prevalentemente di aziende locali o di commercianti della zona, che offrono una vasta gamma di prodotti: dal pesce fresco al cappuccino, dal cinese all'olandese, dal gelato ai prodotti locali, dal supermercato allo slow food. Il piano terra ed il primo piano ospitano 20 unità di vendita al dettaglio, ristoranti e caffetterie. Un supermercato al piano interrato, The World of Taste centro per l'educazione, l'informazione e l'innovazione nel campo dell'alimentazione e della sensibilizzazione sul mangiare sano. Innovativo è il mix di funzioni che l'edificio ospita, al centro vi sono gli spazi commerciali mentre l'arcata ospita più di 200 appartamenti collegati ai parcheggi nei piani interrati. L'ampia vetrata consente un dialogo con la piazza pubblica e invita lo spettatore ad entrare. La concezione di una piazza coperta secondo una visione tipica del mercato coperto permette una relazione unica con gli edifici che la circondano. Il risultato è uno spazio privato che crea uno spazio pubblico, la piazza di giorno ospita il mercato centrale mentre alla sera è animata dai ristoranti e dai locali, rendendola viva 24 ore al giorno. L'edificio è diventato un nuovo landmark e punto di riferimento per la cittadinanza, indubbiamente principale nuova meta turistica della città.

Schema funzionale del Markthal.
Disegno dell'autore.

Foto di Ossip van Duivenbode da domusweb.it

market

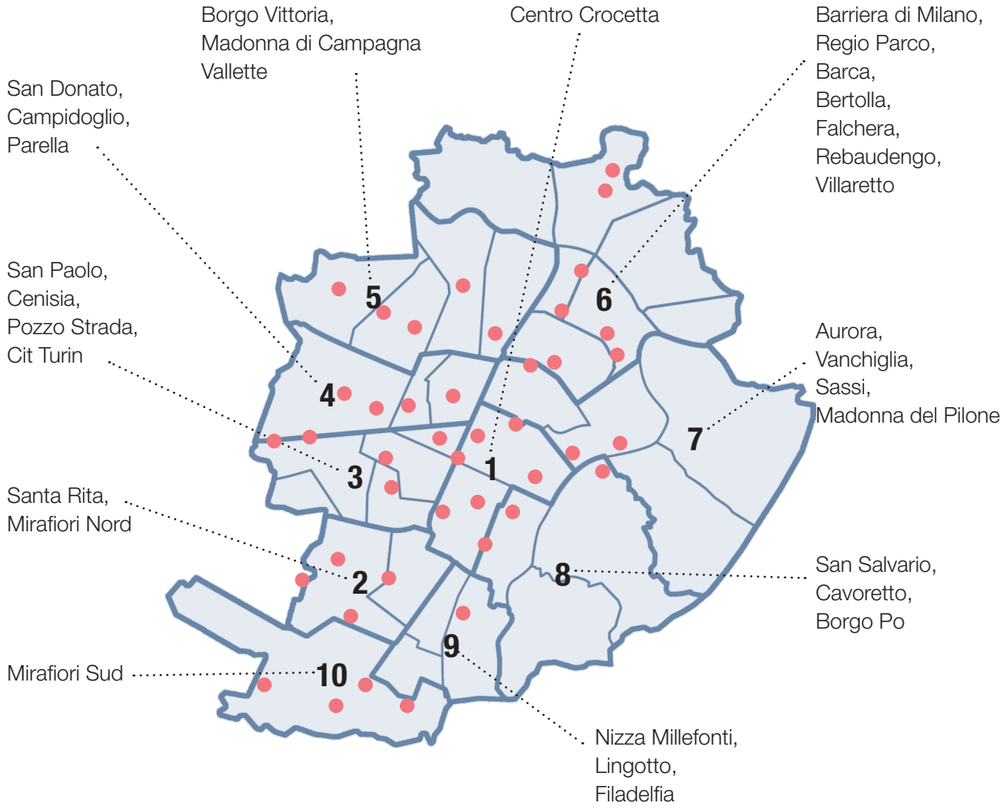
2.5.3. Torino

Torino si è guadagnata il titolo di Città Del Gusto grazie alla fitta rete di mercati, agli eventi internazionali e alla centenaria tradizione enogastronomica. Torino è la prima città italiana per mercati alimentari all'aperto (42), dotata di 15 farmers' market e del mercato alimentare all'aperto più grande d'Europa (Porta Palazzo). Il territorio agricolo della Città Metropolitana di Torino è rappresentato da 227.000 ettari (50% del totale) e 200 ettari di orti collettivi (che sono 400). Con circa 14.000 aziende agricole è una delle prime per produzione di carne e latte. Il Piemonte è inoltre la seconda Regione produttrice italiana di frutta. Torino ospita da diversi anni eventi internazionali come il Salone del Gusto e Terra Madre, organizzati dall'associazione Slow Food, da ricordare è anche la presenza di diversi negozi di Eataly e la recente riconversione di Palazzo Fuksas nel Mercato Centrale che sta avendo un forte impatto positivo sul quartiere degradato di Porta Palazzo. La città metropolitana ha anche inserito il cibo come opportunità di crescita all'interno del terzo piano strategico elaborato nel 2015 con obiettivi fino al 2025. Il piano auspica nuovi modelli di cooperazione tra gli attori coinvolti: consumatori, ricerca, formazione, produttori, trasformatori, distributori, istituzioni locali, promotori sociali e culturali. La prima soluzione proposta è la costituzione di una Food Commission, tra gli obiettivi troviamo: aumento della quota di cibo prodotto e consumato localmente (consumo privato e collettivo), incremento della capacità delle piccole imprese di fare sistema per raggiungere mercati più ampi, crescita delle esportazioni di cibo locale, promozione del know-how locale sul cibo in tutto il mondo, riconoscimenti internazionali della gastronomia locale, incremento del turismo enogastronomico. Il piano propone anche: un nuovo hub per i piccoli produttori; un sistema diffuso di raccolta e distribuzione di prodotti dei piccoli produttori e trasformatori artigianali; una rete di negozi al dettaglio, locali e punti di ristoro incentivati e premiati; luoghi, stagionali o periodici, di comunicazione, scambio, degustazione e dimostrazione dei processi di trasformazione; un programma di formazione professionale per migliorare l'offerta ricettiva e alberghiera, promuovere un benessere diffuso e nuovi stili di ristorazione e somministrazione (https://www.torinostrategica.it/). Nelle città l'agricoltura viene praticata in spazi dedicati a orti urbani e vertical farms; così, attorno al cibo, si costruiscono e consolidano nuovi legami civici e reti collaborative, capaci di connettere comunità di affinità e di interesse. Da questa prospettiva si propone dunque la lettura dei fenomeni fondanti il dibattito intorno al binomio cibo-città, superando le visioni iconografiche che rappresentano in modo utopistico l'intrusione della natura nello scenario urbano.

L'ATLANTE DEL CIBO DI TORINO

Torino si afferma come la prima grande municipalità italiana ad aver riconosciuto il diritto al cibo adeguato nel proprio Statuto, inteso come: "*diritto ad avere un regolare, permanente e libero accesso a un cibo di qualità, sufficiente, nutriente, sano accettabile da un punto di vista culturale e religioso, che garantisca il soddisfacimento mentale e fisico, individuale e collettivo, necessario a*

Principali mercati delle circoscrizioni di torino



condurre una vita degna" (art. 2 Statuto Torino lett. O). L'Atlante è allo stesso tempo un contesto, un processo e uno strumento. In quanto strumento si propone di mettere a disposizione conoscenze e rappresentazioni di attori, risorse, flussi, spazi e relazioni che compongono il sistema del cibo torinese. È pensato soprattutto come un processo, di costruzione di conoscenze sul sistema del cibo da condividere, oltre che divulgare, con l'insieme degli attori del sistema del cibo, di cui tutti facciamo parte in quanto consumatori. Non sono le Università a possedere e produrre conoscenze sul sistema del cibo, ma ogni attore, collettivo e individuale, produce e fruisce di queste conoscenze, e il processo con cui costruisce la loro condivisione è fondamentale. La chiave vincente sta nella cooperazione, ognuno degli attori coinvolti offre la sua prospettiva sul tema e delinea le azioni che può attuare per perseguire l'obiettivo comune di costruzione una Urban Food Policy (https://atlantedelcibo.it/).

LA RETE MERCATALE DI TORINO

Nel capoluogo piemontese la rete mercatale è sempre stata motivo di pregio e rilevanza per i cittadini e il suo sviluppo ha caratterizzato la storia della città. I mercati con buone performance sono i più grandi: Porta Palazzo, Racconigi, Brunelleschi, Crocetta e Santa Rita. Interagendo con il contesto i mercati contribuiscono a formare l'immagine dei luoghi e il loro uso, insediandosi nella percezione che i cittadini hanno dello spazio pubblico, sono dispositivi fondamentali per la vita urbana. Ha la doppia funzione di luogo commerciale e luogo di relazioni sociali, è sempre stato punto di riferimento per la collettività. Tuttavia, la sua trasformazione non è stata al passo con la modernità, da una parte il mantenimento dei suoi caratteri tradizionali rappresenta il punto di forma che tiene vivo questo rituale quotidiano, ma allo stesso tempo può rappresentare una minaccia di fronte alle nuove forme di commercio che stanno prendendo piede nelle città.

Nel 2014 il professor Giulio Zotteri e la collega Francesca Montagna hanno svolto una ricerca sulla gestione dei mercati torinesi commissionato dall'assessorato al commercio al Politecnico. Incrociando dati di incassi per licenze e tasse ed esborsi per tenerli in vita, hanno evidenziato che un quarto dei mercati rionali sui 42 totali non funzionavano, tra bollette, servizi, pulizia, vigili urbani costano alla collettività un milione l'anno, perciò 6 di questi sono statti chiusi, accorpati o trasformati. I mercati piccoli non sono attrattivi, i compratori sono scoraggiati dal perenne senso di "trasloco" che emerge quando le bancarelle montano e smontano ad orari differenti, solo nelle ore centrali vi è una buona affluenza. Questo ha portato ad una variazione degli orari, gli ambulanti devono montare più tardi per tagliare le prime ore, tra le 6 e le 9, in cui pochissime persone compravano e restare aperti più a lungo, fino al pomeriggio, per intercettare una fetta più ampia di pubblico. I mercati più grandi o quelli specializzati mantengono la loro competitività, ma per rilanciare il primato torinese bisogna riprogrammare la distribuzione sul territorio dei mercati tenendo in conto tutte le condizioni al contorno.

LA RINASCITA DI SAN SALVARIO

La progressiva specializzazione come aree destinate alla fruizione serale e notturna, attraverso il consumo di cibo e bevande è una delle caratteristiche ricorrenti dei processi che portano porzioni degradate dei centri urbani a riqualificarsi e, in alcuni casi, a vedere radicalmente trasformato il proprio assetto sociale ed economico, talvolta finendo per essere teatro di dinamiche fortemente esclusive nei confronti delle fasce più marginali della popolazione e di impoverimento della diversità culturale, sociale ed economica alla scala di quartiere. A Torino sono diversi i quartieri che hanno vissuto processi di questo tipo, seppur ciascuno con caratteristiche proprie: per primo il Quadrilatero Romano, seguito da San Salvario e da Vanchiglia, a cui nei prossimi anni, seguendo i segnali che provengono da altre aree cittadine, potrebbero aggiungersi alcune porzioni di Barriera di Milano e di Aurora e magari Porta Palazzo e Borgo Dora (Giovanni Semi, 2015).
Negli anni la specializzazione di questo quartiere si è concentrata nella zona tra Corso Massimo D'Azeglio, Corso Vittorio Emanuele, via Nizza e Corso Marconi. Il processo di riqualificazione, e in seguito di gentrification, di San Salvario, si è avviato all'inizio degli anni 2000, frutto dell'intreccio di fattori politici, iniziative private e sociali e dinamiche economiche, anche se la componente legata al consumo di cibo ha rappresentato fin dall'inizio l'elemento trainante del progetto, arricchito dalla componente multiculturale. Alla fine degli anni Novanta il quartiere è stato stravolto dal concentrarsi del flusso di immigrazione e dalla dismissione delle funzioni industriali qui site, portando a un degrado economico e sociale sfociato in malavita e abbandono. Così la città lo inserì in un piano di riqualificazione nell'ambito dei progetti Urban, Urban II e Urban Italia, presidio fondamentale fu quello della "agenzia per lo sviluppo di San Salvario" (Cirio F. e Marchioro C. 2013).

Esiste un progetto di mappatura della progressiva evoluzione del quartiere seguita dal gruppo di ricerca Atlante Del Cibo di Torino che ogni anno redige un rapporto per monitorare il sistema della città metropolitana. Si può così osservare la distribuzione delle più di 200 attività commerciali tra bar e caffetterie, enoteche e wine bar, street food e minimarket 24h, gelaterie, locali serali e notturni, pasticcerie e ristoranti. Questi locali hanno quasi monopolizzato il tessuto commerciale dell'area, con significative conseguenze in termini di desertificazione diurna e congestione notturna, attirando un consistente flusso di persone che affollano le vie del quartiere consumando cibo in diverse forme (https://atlantedelcibo.it/).

Caratteristica è la modalità culturale di allestire le vetrine "spettacolarizzando" gli spazi di vendita, rendendo l'esperienza multisensoriale. La varietà di forme di usi, lingue, costumi, reti sociali, funzioni e persone contraddistingue la ricchezza e la vivacità del quartiere. Ad ogni proprietario, infatti, è stato chiesto: la nazionalità, l'anno di apertura, il tipo di attività (raggruppate successivamente nelle tre categorie: ristorazione, take away, market ed alimentari), ed infine la clientela di riferimento (valu-

Localizzazione dei locali di consumo alimentare nel quartiere di San Salvario. Disegno dell'autore.

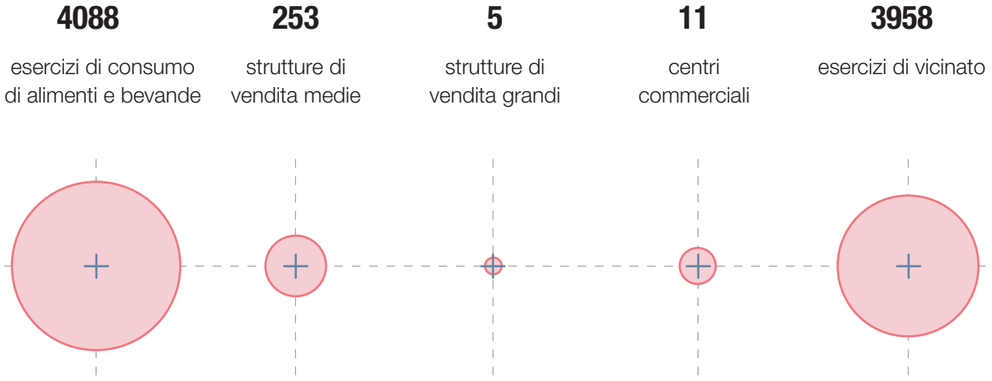
tata sulla base della spesa media per cliente, e sui dati ricavati dall'osservazione partecipante nel quartiere). Lo sviluppo si può definire "a macchia di leopardo", ovvero la presenza variegata di immagini, vie più sofisticate, ricche di avanguardie culinarie ed artistiche (via Baretti e via Principe Tommaso), si affacciano a vie dalla forte presenza etnica (via Galliari, via Berthollet, via Saluzzo). Il 36,5% delle attività sono presenti da tempo sul territorio e sono gestite da proprietari di origine italiana mentre il restante rispecchia le percentuali di gruppi di immigrati presenti nella città e sono nate recentemente. Le zone con un carattere e una storia industriale sono spesso oggetto di degrado funzionale, in questi casi i programmi istituzionali vengono superati in efficacia e rapidità da processi endogeni collettivi e interventi economici a scala bassa. Dall'unione di questi ne scaturisce l'immagine esterna dell'organizzazione locale. In questo caso la Città svolse un ruolo di co-progettazione e supporto economico di azioni prevalentemente immateriali realizzate da soggetti locali (associazioni, cooperative e imprese sociali, organizzazioni sindacali e del volontariato, comitati spontanei di quartiere, attori locali che a diverso titolo operano sul territorio).

La relazione tra le attività legate al cibo e lo sviluppo urbano è osservabile nella distribuzione e logica organizzativa dell'ambito spaziale, condizionando la qualità della vita e la funzione del quartiere all'interno della città. Elemento cardine è stato il Decreto Bersani (D. lgs. 114/1998) contribuendo a trasformare il tradizionale rapporto tra commercio e centro storico, creando la "città dilatata" in cui le funzioni ricreativo-commerciali, principali punti di attrazione, sono ampiamente presenti. Ulteriore sintomo del consumo come fenomeno paradigmatico delle società occidentali (Zygmunt Bauman, 2010), "*contribuiscono alla definizione dell'identità del quartiere, rimandano ad una dimensione culturale insita nelle tipologie di commercio, espressioni delle trasformazioni e dei flussi demografici presenti nei diversi quartieri*" (Zukin, 2009, p.47).
Lo sviluppo urbano di questo quartiere ha cambiato radicalmente il carattere storico e popolare che lo contraddistingueva, trasformando non solo il suo aspetto ma anche le attività socio-economiche a cui dava origine. Sempre più puliti e sicuri, molti di questi spazi urbani hanno progressivamente incorporato nuovi programmi, usi e servizi, la cui proliferazione, in modo molto simile a livello globale, ha avviato questo processo di "gentrification". Uno dei motori del cambiamento è il cibo, con una presenza sempre più urbana è diventato un fenomeno per cui le città stanno incorporando nei loro progetti un'intera nuova generazione di contenuti e dinamiche alimentari, ma che allo stesso tempo ha aperto le porte a una marea inarrestabile di impulsi commerciali, spesso diretti più o meno esplicitamente dalle filiere di prodotto cibo e ristorazione locali, che a poco a poco ha formato grandi gruppi di bar, caffè, ristoranti e negozi di ogni genere con prodotti specifici provenienti da sempre più paesi e culture diverse, invadendo strade e persino interi quartieri.

Molte logiche si intrecciano nella produzione dello spazio e del territorio di San Salvario, tra queste vi sono il rinnovamento sociale, il consumo di cibo, la ristrutturazione del patrimonio costruito che rende appetibile l'offerta immobiliare e commerciale, la rivalutazione dell'immagine del quartiere, ed infine la logica delle funzioni urbane che aprono il quartiere rendendolo crocevia di flussi, influendo sulla specializzazione delle vendite. In questo le politiche e gli attori locali continuano ad avere un ruolo fondamentale nell'accelerare ed orientare gli sviluppi. San Salvario è un esempio di progetto di riqualificazione urbana riuscito, basato esclusivamente sulla vendita al dettaglio, "*è un osservatorio privilegiato del cambiamento urbano, uno spazio in cui logiche globali e locali si incontrano, si combinano, si contaminano*", (Cremaschi, 2008; Bovone-Ruggerono, 2009) rafforzando l'idea che un progetto locale e cucito sulle esigenze di dettaglio sia più efficace di un piano di riqualificazione esteso che tiene conto solo dell'obiettivo standardizzato. In una visione di analisi più complessa, la comparsa di bar e locali ha contribuito a revisionare l'immagine della città, creando dei dispositivi legali di presidio del quartiere, sono forme di territorializzazione, integrate tra loro e con le altre realtà, influendo sulla percezione della vita di chi vive o transita.

NEGOZI E CENTRI COMMERCIALI A TORINO

1519 tonnellate di cibo al giorno



Fonte: Regione Piemonte, 2014

capitolo 03

Il progetto

3.1. Progetto di una “ricetta urbana”

OBIETTIVO

Il progetto si pone l’obiettivo di **attivare un processo** rinnovativo, attraverso un’azione critica sull’ambiente costruito e sugli stili di vita urbani. Si mettono in discussione i concetti di architettura nella sua definizione classica, la figura dell’architetto come autore individuale e l’immagine della città esclusivamente come spazio fisico costituito da edifici. Oltre a scostarsi da questa visione statica della progettazione, il progetto ha lo scopo di **evidenziare i processi di appropriazione e integrazione** tra lo spazio pubblico e coloro che lo utilizzano e lo producono. Esplorando **i rituali domestici e le loro traslazioni nei luoghi pubblici** si osserva come questi generano forme di spazi sociali e fisici, attraverso una pluralità di interpretazioni possiamo comprendere il legame tra le persone e le caratteristiche del loro ambiente. Coloro che non si allineano all’immagine della città lottano per dare un senso al luogo in cui si trovano. In contrasto a organizzazioni influenti, gli individui cercano di impiantare la propria identità all’interno dell’ambiente. Il fine è quello di creare consapevolezza nella progettazione dello spazio, interrogando i confini tra gli **spazi pubblici, condivisi e privati** della città.

Una comunità si costruisce attraverso la condivisione, si mira a definire una serie di metodi che possono essere implementati in contesti e scale diverse. Attraverso il cibo, il commercio, i laboratori e gli spettacoli si crea un’interazione che può diventare il format di altri progetti all’interno dello spazio. Come iniziative di realtà locali hanno dimostrato, quali per esempio Eataly, il Mercato di Slow Food, l’evento di Terra Madre e la Food Policy della città, i cittadini stanno prendendo sempre più consapevolezza dell’importanza dei processi del cibo e il modo più diretto di farne parte è il consumo.

Attraverso la condivisione dei pasti si abbattono le barriere culturali e sociali, sedere allo stesso tavolo permette di ampliare la conoscenza attraverso una progettazione inclusiva.

Progettare i dispositivi del consumo significa creare uno spazio sociale all’interno del quale possono convivere diverse idee, rituali e abitudini. L’intenzione di far incontrare una tradizione famigliare con uno spazio pubblico spinge le persone ad una conversazione interculturale all’interno di uno spazio d’incontro. Gli elementi del progetto rappresenteranno **diverse forme di mangiare** - nate da tradizioni e influenze successive - senza tralasciare le relazioni che le legano, in modo da rendere il progetto estremamente flessibile per poterlo riproporre in contesti diversificati. In paesi in cui la segregazione etnica e la polarizzazione sociale scoraggiano costantemente la fusione delle attività di diversi gruppi sociali, i rituali casalinghi raramente compaiono al di fuori delle cucine di casa e rimangono sconosciuti, portando la cultura del cibo ad essere sottovalutata.

STRATEGIA

La proposta progettuale cerca di lavorare su luoghi abbandonati o sottoutilizzati, i principali fruitori saranno gli abitanti del quartiere, è perciò fondamentale stimolare il processo di identificazione e appropriazione dei luoghi per rendere l’intervento efficace e non effimero. Una piazza diventa così la sala da pranzo della casa, i passanti diventano commensali, amici o addirittura famigliari. Se questi riti riusciranno a stimolare l’utilizzo attivo di uno spazio si creeranno nuove abitudini, le nuove azioni permarranno nel tempo diventando le nuove tradizioni della comunità.

Esistono relazioni tra i processi di trasformazione urbanistica e architettonica della città e le politiche alimentati e di utilizzo del suolo pubblico. Il senso di questo progetto è analizzare applicazioni delle teorie viste in precedenza e fornire delle **linee guida** che sintetizzino le principali caratteristiche che deve avere l’intervento per ottenere determinati risultati sul tessuto urbano e sociale. Verrà creata una matrice con gli **elementi fisici che incarnano i concetti dei rituali**, la combinazione incrociata di questi elementi porterà alla **ricostruzione dell’immagine di un rito di mangiare, traslando talvolta l’immagine domestica in strada**. Inoltre, il progetto sarà **flessibile e riproducibile** in modo tale da adattarsi alla conformazione di qualsiasi luogo e alle diverse situazioni che si possono presentare nel corso del tempo. La natura flessibile e leggera di questi elementi conferisce al

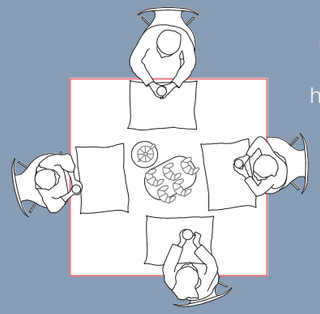
progetto qualità di sostenibilità, ma se le esternazioni saranno particolarmente positive le installazioni potranno diventare permanenti e riproducibili, **innescando un processo di trasformazione attraverso i rituali urbani del cibo.**

METODOLOGIA

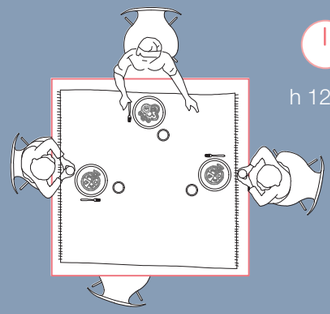
Sono state individuate soluzioni tecnologiche semplici che permettono di mantenere **basso il costo di installazione e manutenzione** grazie all'attenta selezione dei materiali. L'assemblaggio a secco permette anche di non necessitare di manodopera specializzata e di poter smontare il dispositivo per poterlo installare in un luogo diverso. Lavorare su **piccola scala** garantisce una maggiore interazione tra gli utenti, flessibilità e sostenibilità, permettere agli utenti di identificarsi nel progetto e farlo proprio. Il **mix innovativo di funzioni rivitalizza lo spazio e stratifica i volumi** attraverso piattaforme, coperture ed attrezzature. La **realizzazione per fasi** permette di monitorare l'uso del dispositivo in modo tale da adeguare il progetto alle reazioni della comunità. Questo processo partecipato farà in modo che la creazione del nuovo spazio sia più efficace ed accettata, il **forte impatto sull'immagine del quartiere e sulla vita della comunità genererà la trasformazione urbana** auspicata.

A destra: Daniel Spoerri. "Le petit déjeuner de Kichka", 1960, Museum of Modern Art, New York. Post produzione dell'autore.

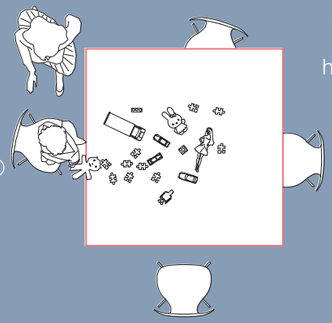
concept



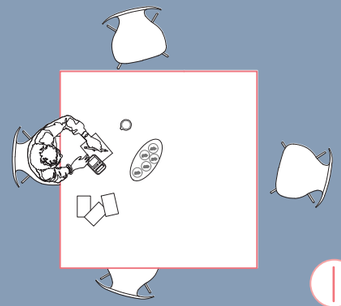
h 08:00



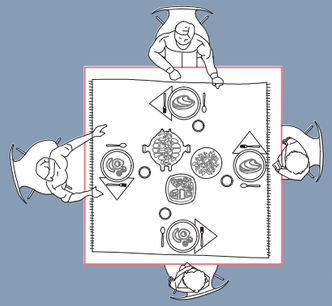
h 12:00



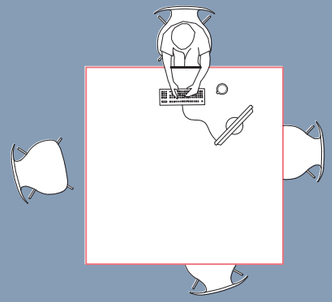
h 16:00



h 18:00



h 20:00



h 22:00

3.1.1. La metafora della “Tavola”

Il cibo è il principale pretesto per riunirsi in momenti di socializzazione e implica le trasformazioni di uno spazio in un luogo dotato di significato. **Il tavolo** incarna l’incontro tra la materia e lo spazio, quando questo non è presente la stessa azione viene permessa da una **tovaglia**, è la rappresentazione della tavola come succede durante un pic-nic, il prato che prima non aveva confini e attributi specifici, con il semplice gesto di porvi una tovaglia permette di assumere il significato di luogo per un’azione definita. **L’apparecchiamento** della tavola è un’azione in grado di stimolare diversi aspetti sensoriali, allo stesso modo **la costruzione dell’immagine di una piazza innescherà relazioni tra gli elementi scelti che porteranno alla definizione di uno specifico uso dello spazio urbano.**

Il tavolo e la stanza che lo circonda sono due elementi indivisibili, **il tavolo rappresenta un dispositivo architettonico** costruito a partire dalla lenta sedimentazione di costumi e credenze delle persone, e quindi anche della loro struttura sociale e dei **rituali** che sono alla base della quotidianità. La tavola è rappresentazione della condivisione del cibo e di conseguenza anche delle prime forme di socializzazione e politica. **La sala da pranzo** domestica è riconducibile a delle versioni nello spazio pubblico e collettivo, se si considera nel suo ruolo organizzativo e funzionale, non solo come singolarità isolata. **Il tavolo è il modello domestico attraverso il quale la casa viene proiettata sulla città.**

“Un tavolo e la stanza che lo circonda formano uno spazio dentro un altro”.
(François Ascher, 2005)

“Il tavolo è il fulcro della cucina e la cucina è il fulcro della casa, il tavolo è il luogo dove si consuma il pasto e attorno al quale si svolgono le principali attività sociali. Così come il tavolo, la piazza è il fulcro della città, è un luogo ricco di diversità, insieme alla strada è il luogo dove avvengono le principali attività urbane. Apparecchiare la tavola significa disporre una serie di elementi che entrano in relazione e definiscono il carattere dello spazio e dell’attività.”

3.1.2. Una sala da pranzo urbana

LA PERCEZIONE DELLO SPAZIO

Sia nel mondo occidentale che in quello orientale il corpo rappresenta il fulcro della riflessione spaziale, a tal punto che la relazione tra spazio, corpo e percezione è oggetto di studi multidisciplinari. **Lo spazio è indissolubilmente legato alla percezione sensibile del corpo**. La neurofisiologia distingue tre tipi di spazio: lo spazio fisico, esterno e lo spazio percepito, "costruito" dal cervello, che permette di agire nello spazio fisico e vissuto. Il corpo è allo stesso tempo soggetto e oggetto della percezione: percepisce e viene percepito.

Il cibo, soprattutto in città, non è solo ciò che riempie il piatto o si nasconde tra gli scaffali del supermercato, ma anche il dispositivo visivo che prevede la commercializzazione di un prodotto, di un marchio o di qualsiasi attività commerciale, e che oggi precede qualsiasi forma di consumo alimentare - una pubblicità promozionale su un cartellone, un logo dipinto su un camion refrigerato o su una scatola della pizza, poster all'ingresso di un locale, la decorazione di un ristorante, il menu scritto su una lavagna accanto alla porta o le fotografie dei piatti che vengono serviti appesi in vetrina, la credenza di una pasticceria, le scatole di un fruttivendolo che invade la strada, ecc. Una vasta rete di codici legati in un modo o nell'altro al soggetto consumatore, grazie al quale veniamo informati non solo su ciò che andremo a mangiare, ma su tutta una lunga serie di concetti che operano come attributi complementari. Ciò che crea lo scenario alimentare urbano è da un lato la distribuzione degli spazi e dei contenuti delle filiere del settore e dall'altra la vasta gamma di tipologia di consumo di una società caratterizzata dalla variazione periodica dei gusti e delle esperienze dettate dallo stile di vita del consumatore.

Collocare nella città dispositivi che rievocano un rituale domestico, alludendo alla rottura tra lo spazio privato e pubblico, costituisce la visione della città come uno spazio da arredare e da vivere. Attraverso la progettazione dello spazio secondo la scansione dei rituali di consumo alimentare legati alla forma più antica di socializzazione, andiamo a modificare la percezione di uno spazio. Un luogo che poteva sembrare anonimo e sottoutilizzato può essere stravolto attraverso degli elementi fisici che si attaccano alle costruzioni esistenti andando ad apportare piccole modificazioni spaziali che hanno però esternalità forte e positiva sull'immagine e sulla vita del quartiere.

Hieronymus Bosch, Giardino delle delizie,1480-1490. Olio su tavola, Museo del Prado, Madrid.

3.1.3. Relazioni tra dispositivi

IL MENÙ

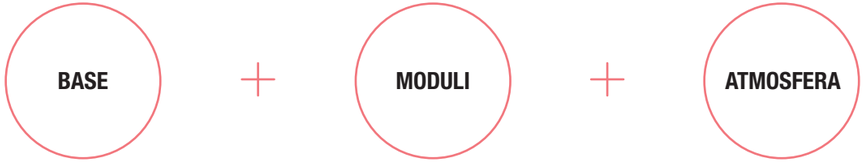
Quali sono gli elementi necessari a costruire lo spazio di un rituale? Quali oggetti sono imprescindibili per lo svolgimento di una determinata attività?

Pensiamo alle forme che il cibo assume quando lo prepariamo, alle insalate che assembliamo, alla pasta che stendiamo, alle torte a cui diamo una dimensione, in questo modo ampliamo il set di elementi che abbiamo a disposizione per imbandire la tavola, allo stesso modo nella città si susseguono un'infinità di azioni che diversificano e complessificano lo spazio ed i suoi oggetti. Non si tratta solo di sterile arredo urbano, **lo spazio è abitato da personaggi con proprie caratteristiche che generano un determinato uso dello spazio**, che può essere **definito da chi lo progetta o anche da chi lo vive**, in base alla variazione di esigenze che sempre si presentano in un insediamento urbano come è la città. I dispositivi sono capaci di influenzare l'utilizzo che le persone fanno di un luogo e l'immagine che ne percepiscono, in questo senso **innescare un processo** attraverso la progettazione dei dispositivi e delle loro relazioni porterà naturalmente alla trasformazione di un luogo.

In una visione olistica, l'uomo è composto da parti che interagendo tra loro formano la sua interezza, allo stesso modo lo spazio è fatto di elementi che sono connessi in una rete di usi e funzioni che definiscono il carattere dell'insieme.

3.1.3.1. GLI INGREDIENTI

Ogni dispositivo è composto da tre parti:



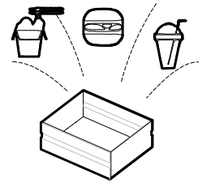
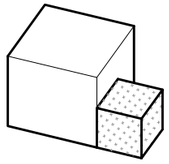
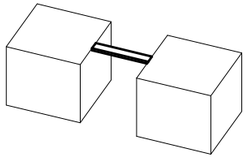
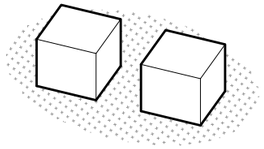
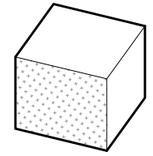
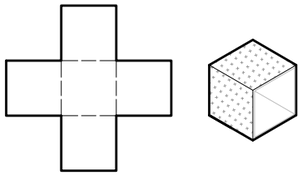
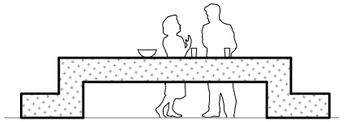
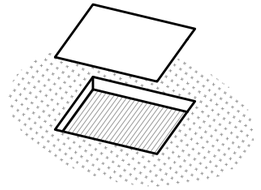
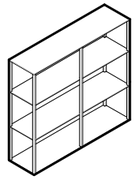
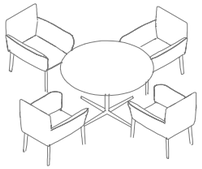
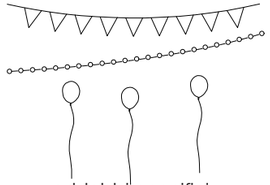
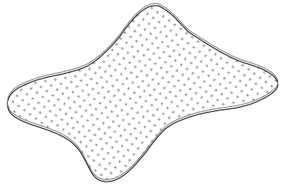
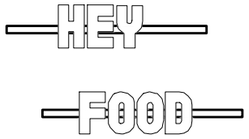
Che cosa definisce e distingue un rituale?

- **La base** rappresenta la componente urbana su cui si costruisce il dispositivo, è il supporto che permette la costruzione del rituale. È la componente spaziale generante del rituale.
- **I moduli** sono gli elementi assemblabili che fungono da supporto alla base per definire lo spazio specifico del rituale, le componenti sono modulari e accostabili in diversi modi per permettere ai partecipanti di disegnare lo spazio in autonomia. È la componente tattile del rituale.
- **L'atmosfera** è la componente fisica più leggera, comprende luci e immagini che completano il dispositivo, immergendo i partecipanti nell'esperienza urbana. È la componente visuale del rituale.

La composizione è completata da:

- **La tipologia di cibo** non riguarda gli alimenti consumati ma il modo in cui vengono serviti, ovvero la forma in cui vengono consumati, se in porzioni monodose o in box per l'asporto, se in forma di finger food o se apparecchiato in un piatto…

LA MATRICE

	cena	aperitivo	pic nic	colazione
tipologia di cibo	impiattamento sofisticato	finger food	 food box	dolci e bevande monoporzione
base	 addizione nuovi volumi	 nuovi collegamenti fisici e visivi	 stratificazione delle funzioni	 riqualificazione dell'immagine
moduli	 nuova stanza urbana	 ramificazione sociale table	 rimozione pavimentazione	 retrofitting facciata
atmosfera	 arredo domestico	 addobbi specifici	 copertura	 scritte luminose

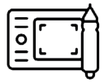
3.2. Applicazione

SVILUPPO DEL PROGETTO:

INDIVIDUAZIONE
schedatura dei processi sociali del cibo

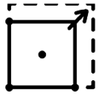
DECODIFICA
fisica e spaziale delle forme di consumo

APPLICAZIONE
e relazione con la preesistenza per capire i meccanismi attuati



COMPOSIZIONE
architettonica dei dispositivi

STRATEGIA
di modificazione spaziale



SVILUPPO
temporale della trasformazione fisica e sociale innescata dal progetto

TECNOLOGIA
utilizzata, soluzioni costruttive e materiali

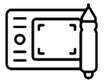
Scenari urbani

SVILUPPO DEI DISPOSITIVI:

DESCRIZIONE
del rituale e della sua spazialità

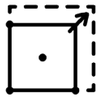
STRATEGIA
di modificazione spaziale utilizzata

COSTRUZIONE
Composizione degli elementi che lo compongono



APPLICAZIONE
generica di esempio

APPLICAZIONE
in un caso reale a Torino



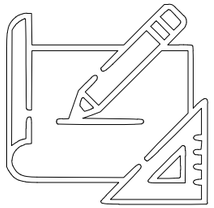
SVILUPPO
Processo nel tempo

TECNOLOGIA
Scheda tecnica e reference

Obiettivi

Basso costo costruttivo e sostenibilità

In termini di materiali, manodopera e tecnologie

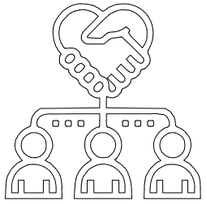


Velocità di realizzazione

Grazie ad architetture leggere e all'alto interesse di ritorno economico

Esternalità positive sul quartiere

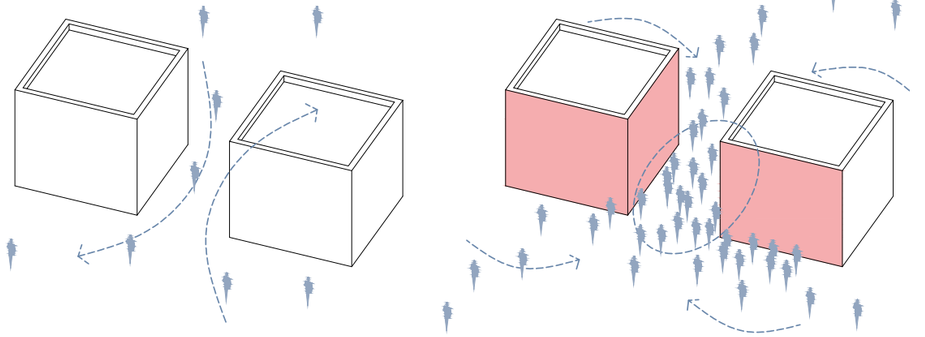
Input per un processo di rigenerazione urbana, incremento del valore sociale ed economico dello spazio



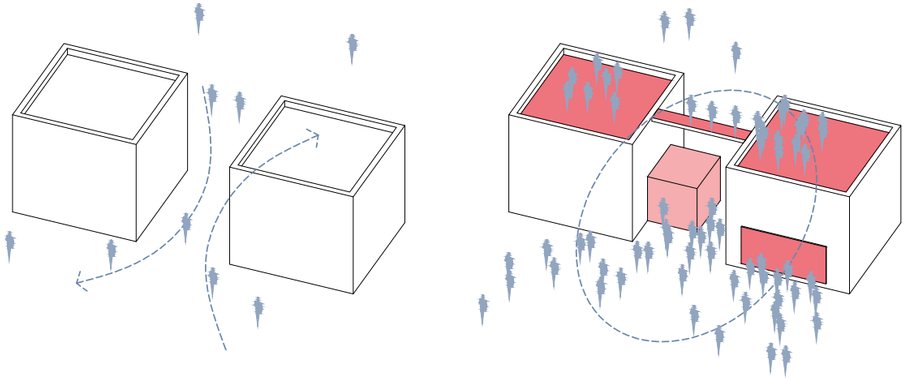
Interazione sociale

Il progetto stimola la partecipazione e l'identificazione della comunità

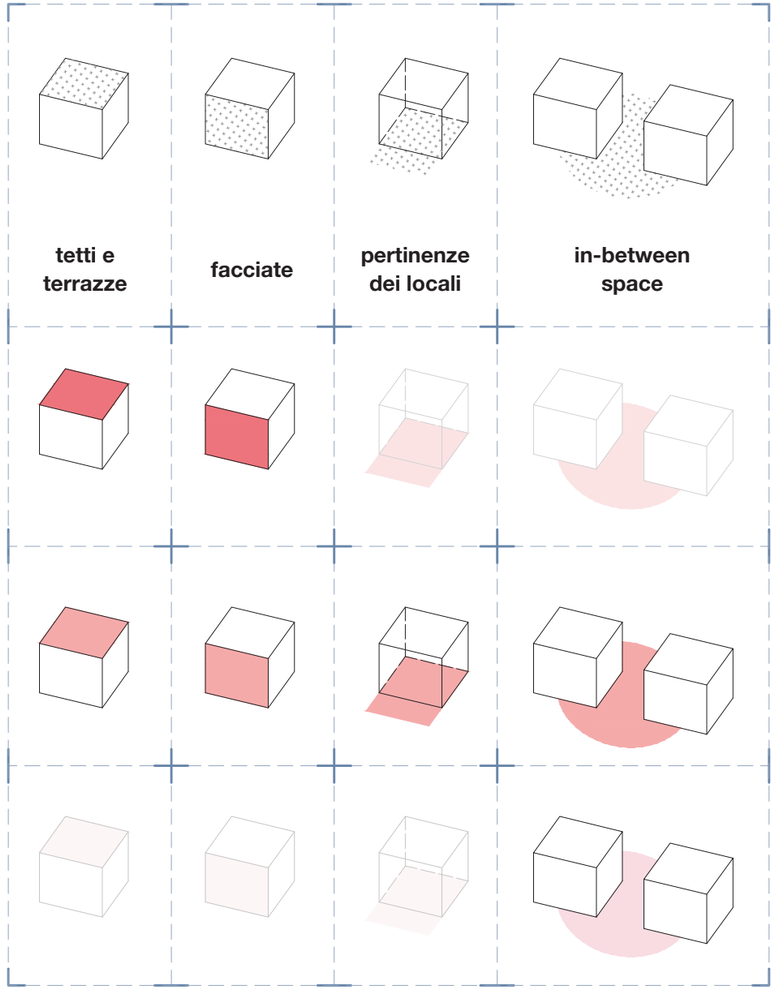
Attirarre persone attraverso l'impianto di funzioni legate al cibo → Stimolare l'interesse delle persone a fermarsi in un determinato luogo che prima era sottoutilizzato



Generare una trasformazione spaziale → Dimostrare attraverso un progetto temporaneo la potenzialità di uno spazio per giustificare l'investimento

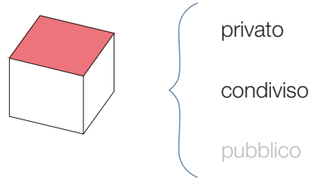


ELEMENTI URBANI SU CUI SI COSTRUISCE IL PROGETTO

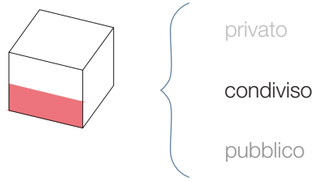


STRATEGIE DI MODIFICAZIONE SPAZIALE

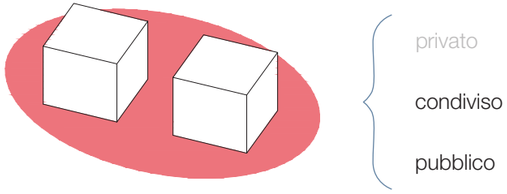
utilizzo di nuove superfici



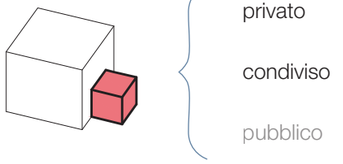
attirare l'attenzione del passante



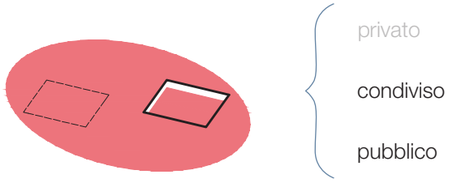
stratificazione di funzioni/densificazione



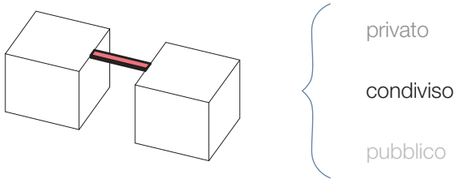
aggiunta di volumi/stanze



rimozione pavimentazione permeabilità/fruizione



nuovi collegamenti



3.3. I rituali

Il termine deriva dal latino *ritualis* (der. di *ritus* -us «rito»), nell'antica Roma identificava atti e pratiche religiose, ma anche abitudini e comportamenti. **Non si tratta solo della mera ripetizione di gesti, ma di un insieme di elementi visuali, spaziali e tattili che richiamano nella mente dell'individuo un significato profondo, intrinseco alla società a cui appartiene.**

Il gusto è un prodotto sociale, in quanto può essere condiviso e comunicato. In questo senso la condivisione del cibo è all'origine dei rituali della tavola, è la ripetitività dei gesti che sedimenta nel tempo i comportamenti trasformandoli in abitudine. La cadenza temporale che regola le azioni umane, l'ordine in cui le cose accadono - ripetendosi nel tempo - è sempre determinato inevitabilmente dal cibo. **La scansione degli spazio-tempo urbani si legge anche dai frammenti della giornata che dedichiamo al mangiare** e come questi hanno finito per plasmare la scansione della vita urbana. Tempo libero, lavoro, riposo sono attività in cui il cibo è l'elemento determinante. L'attenzione nel **preparare la tavola**, disponendo vivande e piatti, fa parte del rituale quotidiano. Il rito è un insieme di azioni, il cui ripetersi nel tempo crea i modelli culturali di una società. I riti hanno funzione di trasmissione dei valori comuni, consapevolezza dell'identità e istituzionalizzazione dei ruoli. I gesti accompagnati al consumo specifico di alcuni alimenti e in specifiche forme, possono avere significati particolari se attuati durante un'occasione, una festa o una ricorrenza. **I rituali sono la manifestazione fisica di una cultura, dei valori e stili di vita.**

Di seguito ho individuato i rituali che maggiormente definiscono il nostro modo di mangiare in città, corrispondono a **quattro macrocategorie** in cui possiamo suddividere le svariate attività legate al cibo. Si distinguono per le loro componenti fisiche e le tipologie di cibo che coinvolgono. Da queste quattro scelte - più interessanti da analizzare - si diramano poi le infinite forme ibride di rituali che animano le nostre case e le strade della città.

“CENA
APERITIVO
PIC-NIC
COLAZIONE”

↓

4 rituali,
4 modi di mangiare,
4 costruzioni dello spazio.
4 modi di ripensare la città.

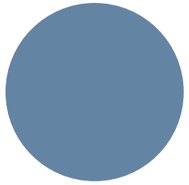
(+ STREET FOOD)

ogni posto diventa un luogo dove mangiare

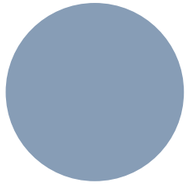
HOW TO READ

Legenda della variazione cromatica per la comprensione del disegno.

Il BLU rappresenta la **preesistenza**, suddivide lo spazio secondo la gerarchia di usi espliciti del suolo e del costruito, derivanti dalla conformazione e dotazione dello spazio e dagli utilizzi che le persone ne fanno.



BLU 1: la tonalità più scura indica gli usi **privati** dello spazio, quindi le attività sono esclusive e i possibili interventi sono ridotti.

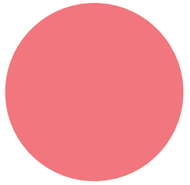


BLU 2: la tonalità di mezzo indica quella parte dello spazio urbano che vede momenti sporadici di **condivisione**, in questi luoghi possono avvenire attività di socializzazione.

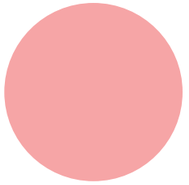
BLU 3: con il tono più chiaro del blu si indica lo spazio con connotazioni più **pubbliche** ma allo stesso tempo rappresenta un luogo sterile in cui le attività di condivisione sono disincentivate dalla scarsa permeabilità e progettualità degli elementi.

Negli scenari **prima\dopo** possiamo osservare come anche lo spazio della preesistenza viene influenzato dal progetto. La vera e propria trasformazione spaziale è attuata dagli elementi aggiunti, ma grazie all'**esternalità** positiva che essi hanno sul tessuto urbano e sociale vi è una rigenerazione anche dello spazio circostante e delle attività.

Con il ROSA sono rappresentati gli elementi del **progetto**, i nuovi dispositivi che vanno a incidere sullo spazio della preesistenza, stratificando gli usi e modificandone i significati.



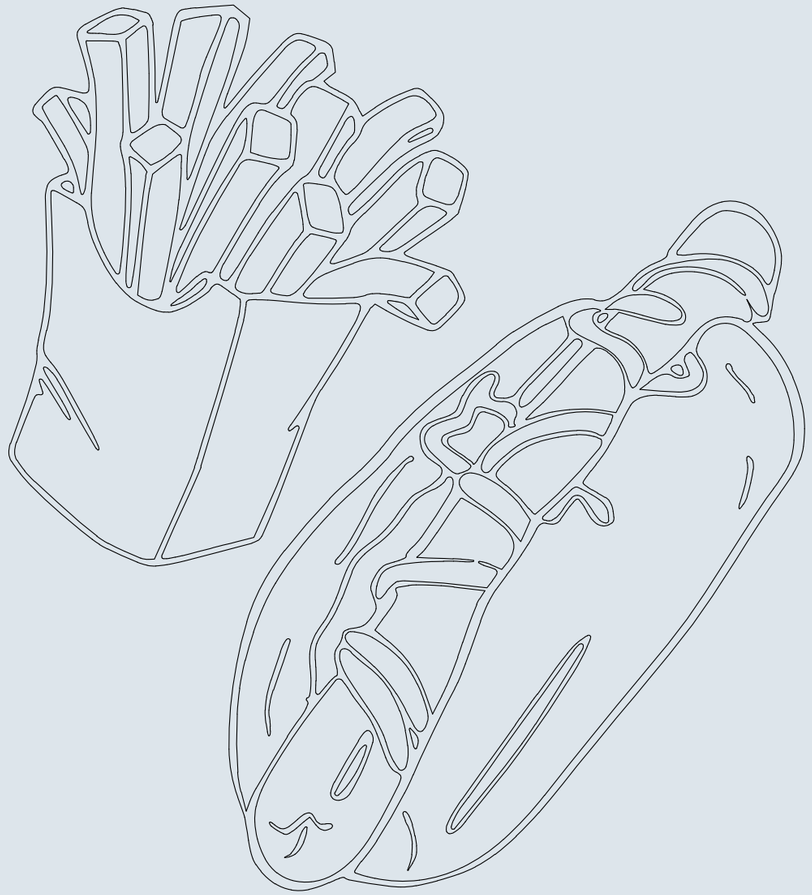
ROSA 1: il rosa più intenso indica gli spazi di proprietà **privata**, ovvero quei dispositivi destinati a usi esclusivi a discrezione dei proprietari. La loro conformazione è un'estensione degli spazi interni con un'apertura più o meno enfatizzata verso la città.



ROSA 2: gli elementi di progetto indicati con questa tonalità rappresentano le architetture di proprietà privata ma ad uso pubblico. Sono spazi dati in gestione a degli enti di vario genere che ne possono regolare le attività, con il fine di creare situazioni di **condivisione** e interazione con lo spazio urbano.

ROSA 3: il rosa più tenue rappresenta gli spazi del progetto ad uso libero, con funzione totalmente **pubblica** ovvero delegata a chiunque ne voglia far uso.

Uno dei concetti alla base dell'intervento di progetto è il **mix funzionale**, si vuole incentivare la rottura tra la rigida divisione tra pubblico e privato per incentivare usi condivisi dello spazio che portano esternalità positiva anche al suo intorno. La **stratificazione** degli usi permette di dare nuovi significati allo spazio e stimolano l'interesse delle persone a identificarsi nel progetto rendendolo efficace.



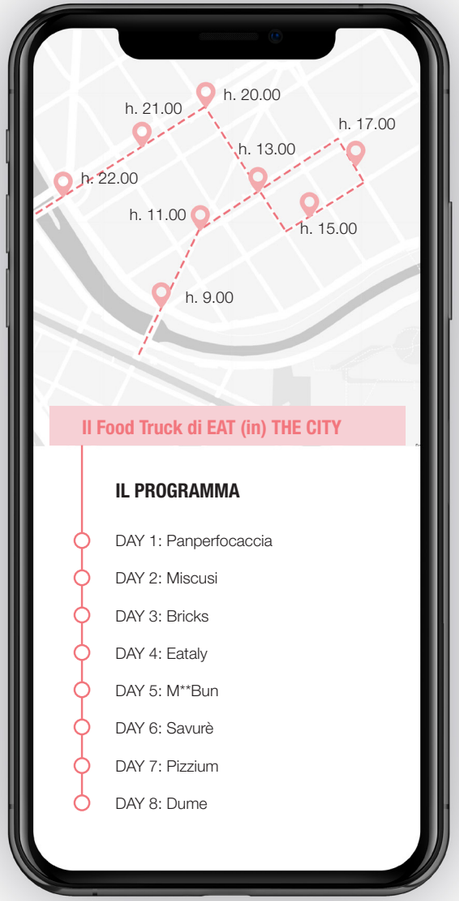
3.3.1.

Scheda A

Street food

Dispositivo trasversale Ristorante itinerante

L'industria alimentare mobile è sempre stata in forte espansione, protagonista di eventi urbani e **programma** principale di molti interventi di riconversione. Questi camioncini che servono cibi preparati in strada hanno accompagnato la storia della civiltà e su di essi si sono riflessi e consolidati molti aspetti legati alla cultura dei diversi popoli. Lo street food, il "cibo mobile", deve essere visto come punto di forza per **attirare l'interesse e accompagnare l'installazione dei dispositivi** illustrati in seguito su questo elaborato. In uno scenario progettuale alcuni stalli dei parcheggi possono essere designati a spazio per i mezzi dello street food, creando una **relazione tra lo spazio statico e la componente dinamica del rituale**.
Perciò introdurre lo street food nel progetto non prevede una vera e propria spazializzazione di questo rituale, ma la definizione di un programma che accompagna la trasformazione urbana. Questa iniziativa mira a coinvolgere associazioni e attività locali, creando una rete che promuova il territorio. Si propone di mettere a disposizione un camioncino che porti, nei diversi luoghi in cui sono installati i dispositivi di progetto, i migliori prodotti dei ristoratori delle città, creando un **ristorante itinerante**. Attraverso un portale online sarà organizzato un calendario di eventi in cui nei diversi giorni il food truck di Eat (in) the city si rifornirà dai diversi locali che aderiranno all'iniziativa e seguirà un **percorso** con tappe prestabilite nei nuovi luoghi del consumo. Questo programma sarà **l'elemento attivatore** del progetto. Le persone informate del programma saranno incentivate ad utilizzare i dispositivi, alcuni di questi camioncini possono essere pensati come presidi fissi, altri come dispositivi mobili che accorrono nei momenti dedicati al consumo.



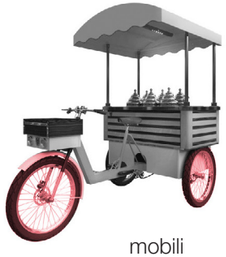
ABACO DELLE TIPOLOGIE

Fonte immagini: https://www.pinterest.it/

Alcune variazioni delle strutture dei camioncini del cibo di strada, per cercare di catalogare una realtà così variegata e differenziata a seconda dei luoghi e delle culture.

Struttura

fissi



mobili

su misura

adatatti

estendibili

compatti

Trasporto

a motore

trainati

Attrezzatura

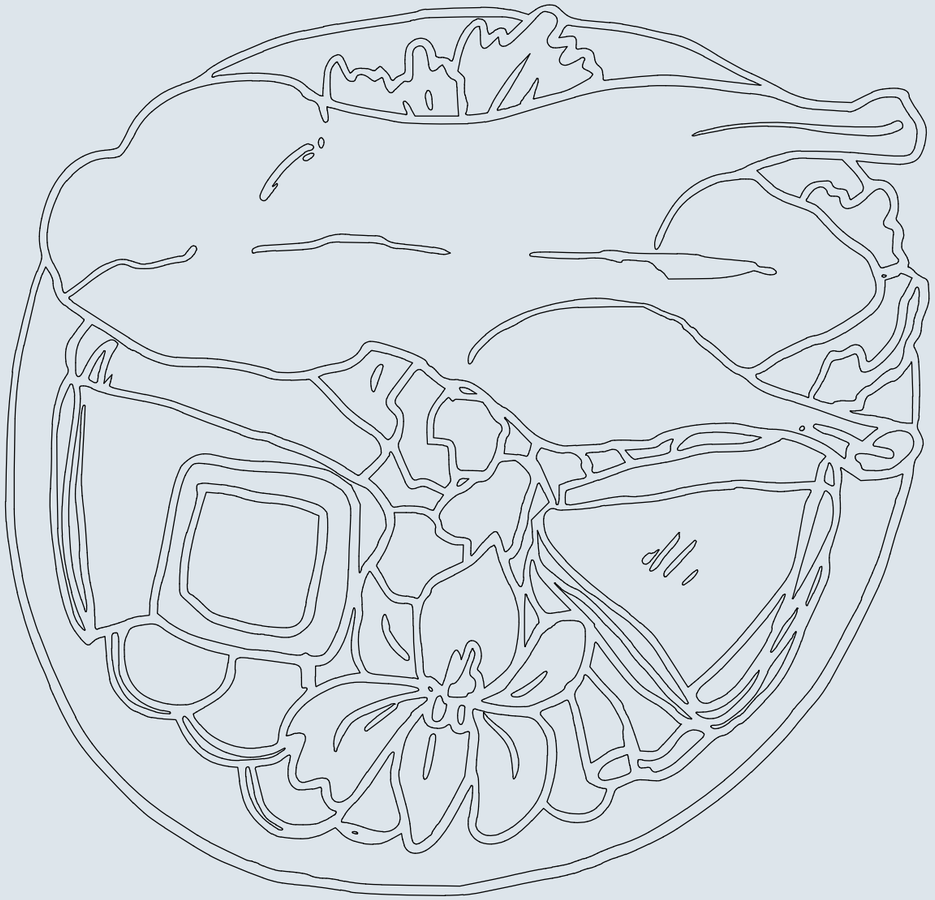
con cucina

solo distribuzione

Prodotti

specializzati

variegati



3.3.2.

Scheda B

La cena

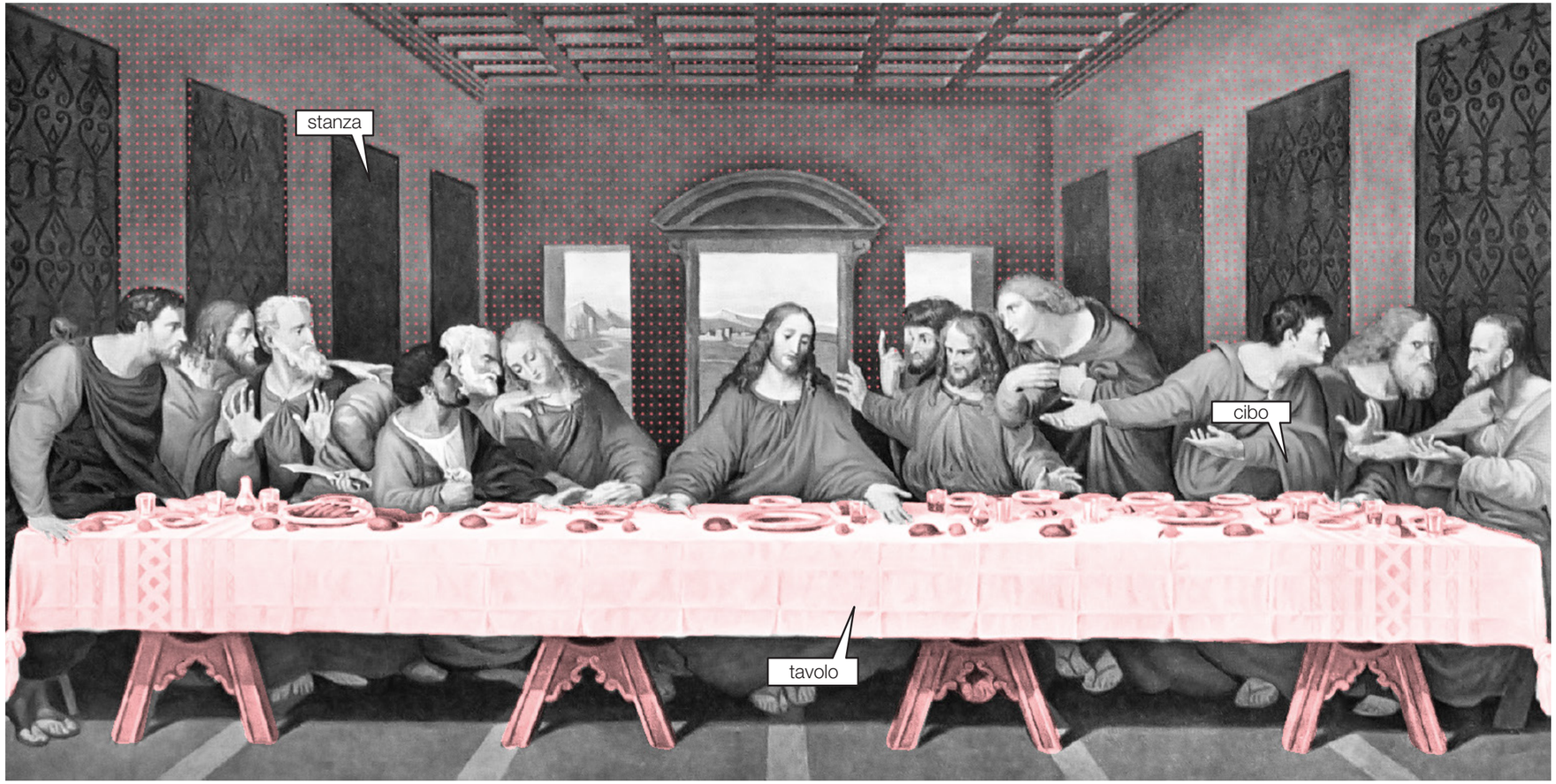
COMPOSIZIONE DEI DISPOSITIVI E SVILUPPO. LA PERCEZIONE DELLO SPAZIO RITUALE

Decodifica fisica delle forme di consumo alimentare urbane e materializzazione dei rituali sociali

DESCRIZIONE:

Quando il tavolo si trova al di fuori della casa, diventa un potente strumento per traslare l'immagine della cucina in luoghi che prima avevano significati lontani e completamente diversi. La cena, intesa nella sua forma più classica, rappresenta fin dall'antichità lo specchio della società. È un momento di raduno collettivo che non ha solo lo scopo di soddisfare il bisogno naturale di sfamarsi, è il luogo della condivisione di esperienze e pensieri. Durante la cena si assiste ad un processo di avvicinamento e intimità, si attivano sentimenti di coinvolgimento, come e cosa si mangia ha un preciso significato identitario, in funzione di un insieme di prodotti e convenzioni. La sensazione spaziale è data dalle pareti di una stanza domestica.

Legenda
- struttura
- elementi



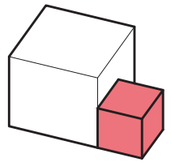
Leonardo da Vinci, Ultima cena, 1494-1498, tecnica sperimentale, Santa Maria delle Grazie, Milano. Elaborazione dell'autore.

ELEMENTI SPAZIALI

Tipologia Di Cibo — **Bon ton**

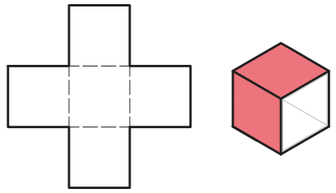
Il cibo che viene servito è ben impiattato, le ricette sono curate nel dettaglio e prevedono combinazioni ricercate, i piatti possono essere scelti in base alla tradizione dell'evento oppure provenire dalle zone limitrofe per rispettare le usanze locali e immergersi nell'esperienza della cena formale.

Base — **Nuovi volumi. Su strada e facciate**



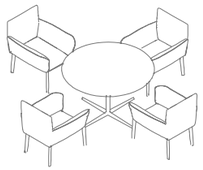
L'idea di ricreare una sala da pranzo nello spazio pubblico porta ad utilizzare come base di costruzione della scatola le strade e le facciate dei palazzi della città.

Moduli — **Scatola**

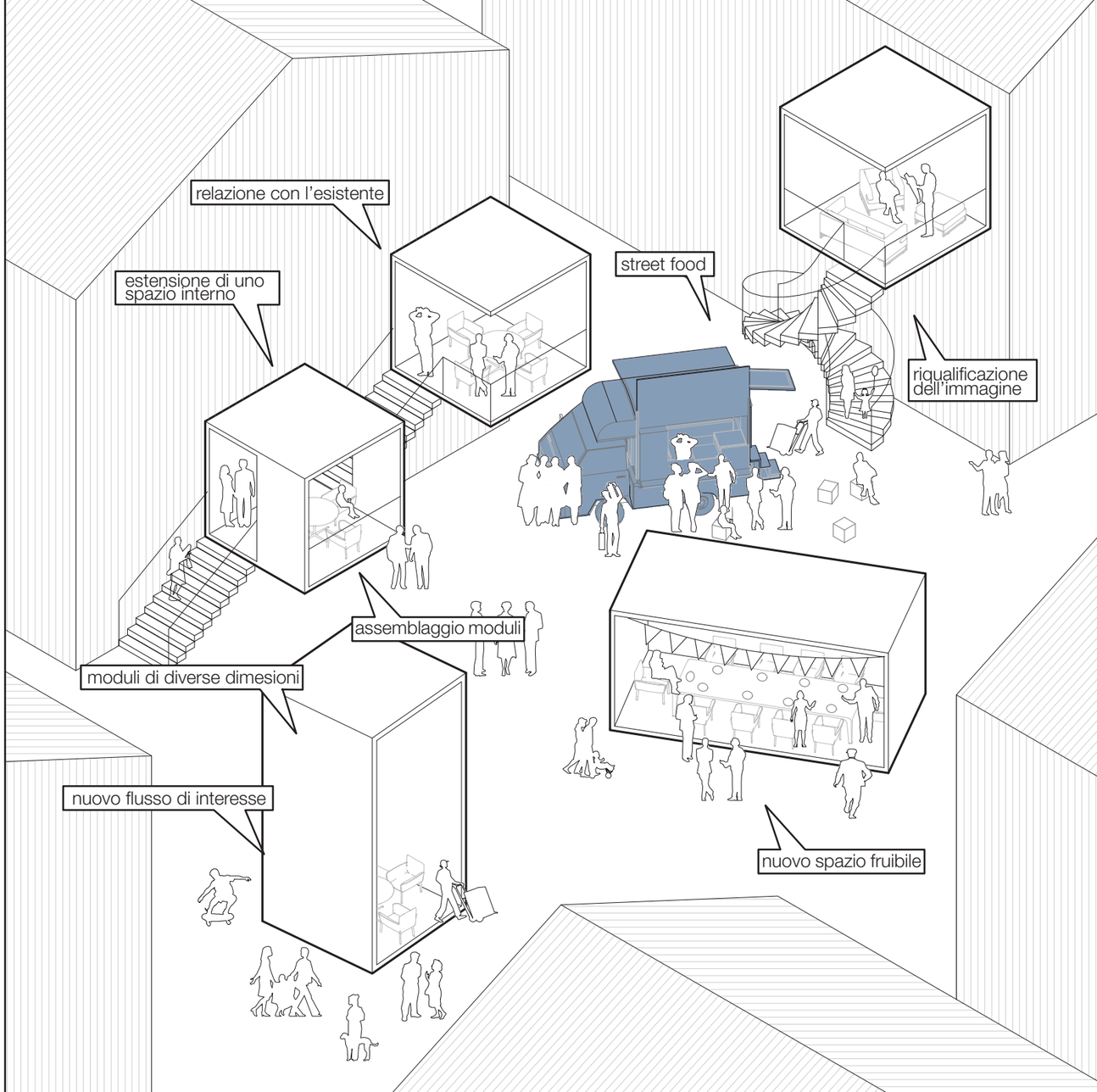


La sensazione spaziale di ritrovarsi all'interno di uno spazio chiuso è data da una struttura scatolare che richiama le pareti di una stanza domestica. Questa struttura non è completamente chiusa, un lato del perimetro viene lasciato scoperto per non isolare dal contesto. Questa scelta di semitrasparenza dichiara il carattere di condivisione del rituale.

Atmosfera — **Personalizzazione**

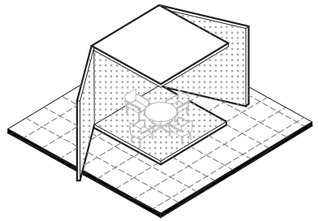


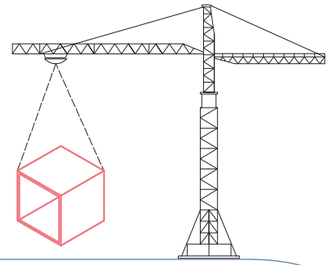
Ogni evento ha un motivo particolare per cui essere organizzato, una festività o una ricorrenza che vengono dichiarate dalle decorazioni temporanee dello spazio e dal tipo di arredo, le forniture sono più o meno eleganti in base al grado di formalità della cena, le decorazioni delle stanze sono più o meno esplicite in base alla ricorrenza per cui si organizza l'evento.



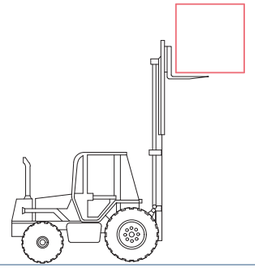
Strategia

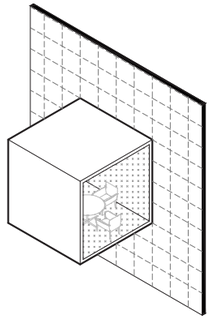
Creazione di una **sala da pranzo urbana**





strada





facciate

Quando **il tavolo si trova al di fuori della casa, diventa un potente strumento per traslare l'immagine della cucina** in luoghi che prima avevano significati lontani e completamente diversi. La cena, intesa nella sua forma più classica, rappresenta fin dall'antichità lo specchio della società. **È un momento di raduno collettivo che non ha solo lo scopo di soddisfare il bisogno naturale di sfamarsi, è il luogo della condivisione di esperienze e pensieri.** Durante la cena si assiste ad un processo di avvicinamento e intimità, si attivano sentimenti di coinvolgimento, come e cosa si mangia ha un preciso significato identitario, in funzione di un insieme di prodotti e convenzioni.

Definizione di un confine spaziale

Percezione del rituale domestico

La sensazione spaziale di ritrovarsi all'interno di uno spazio chiuso è data da una struttura scatolare che richiama le pareti di una stanza domestica. Questa struttura non è completamente chiusa, un lato del perimetro viene lasciato scoperto per non isolare dal contesto. Questa scelta di **semi-trasparenza** dichiara il carattere di **condivisione del rituale**.

Contaminazione privata di uno spazio pubblico, mix di usi, nuova immagine della strada.

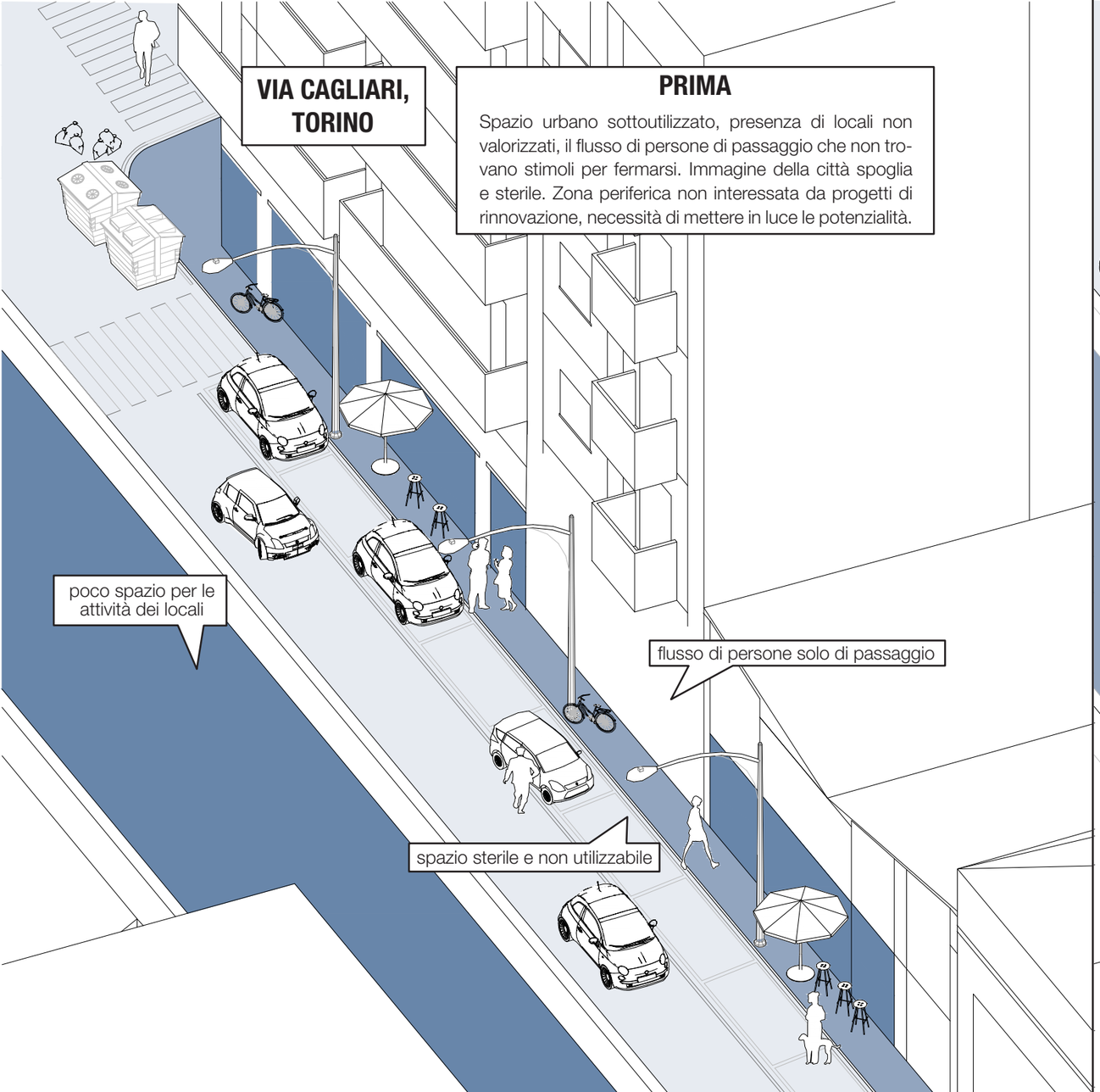
Trasposizione di uno spazio privato verso lo spazio pubblico

Appropriazione dell'utenza e personalizzazione dell'esperienza

VIA CAGLIARI, TORINO

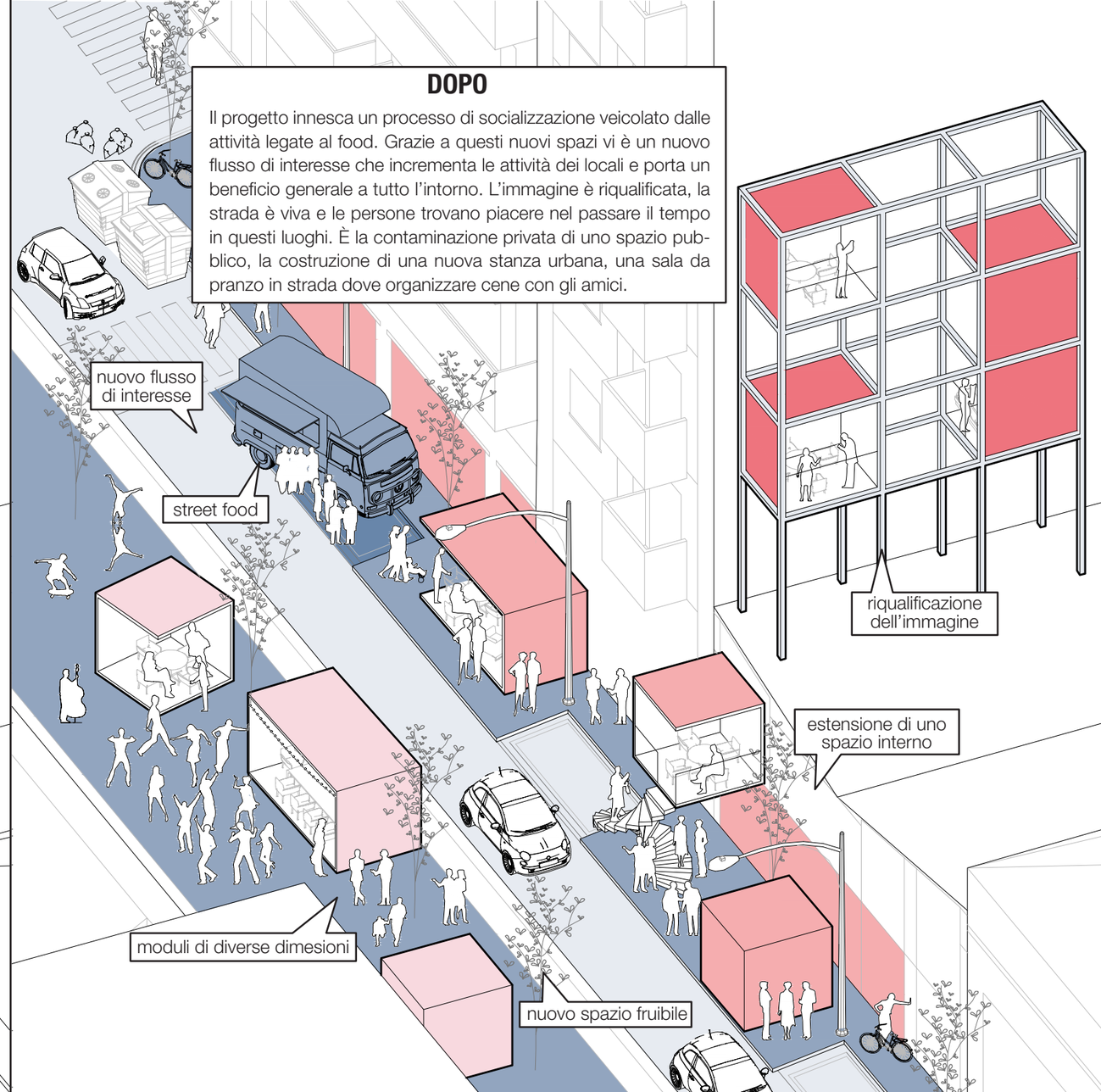
PRIMA

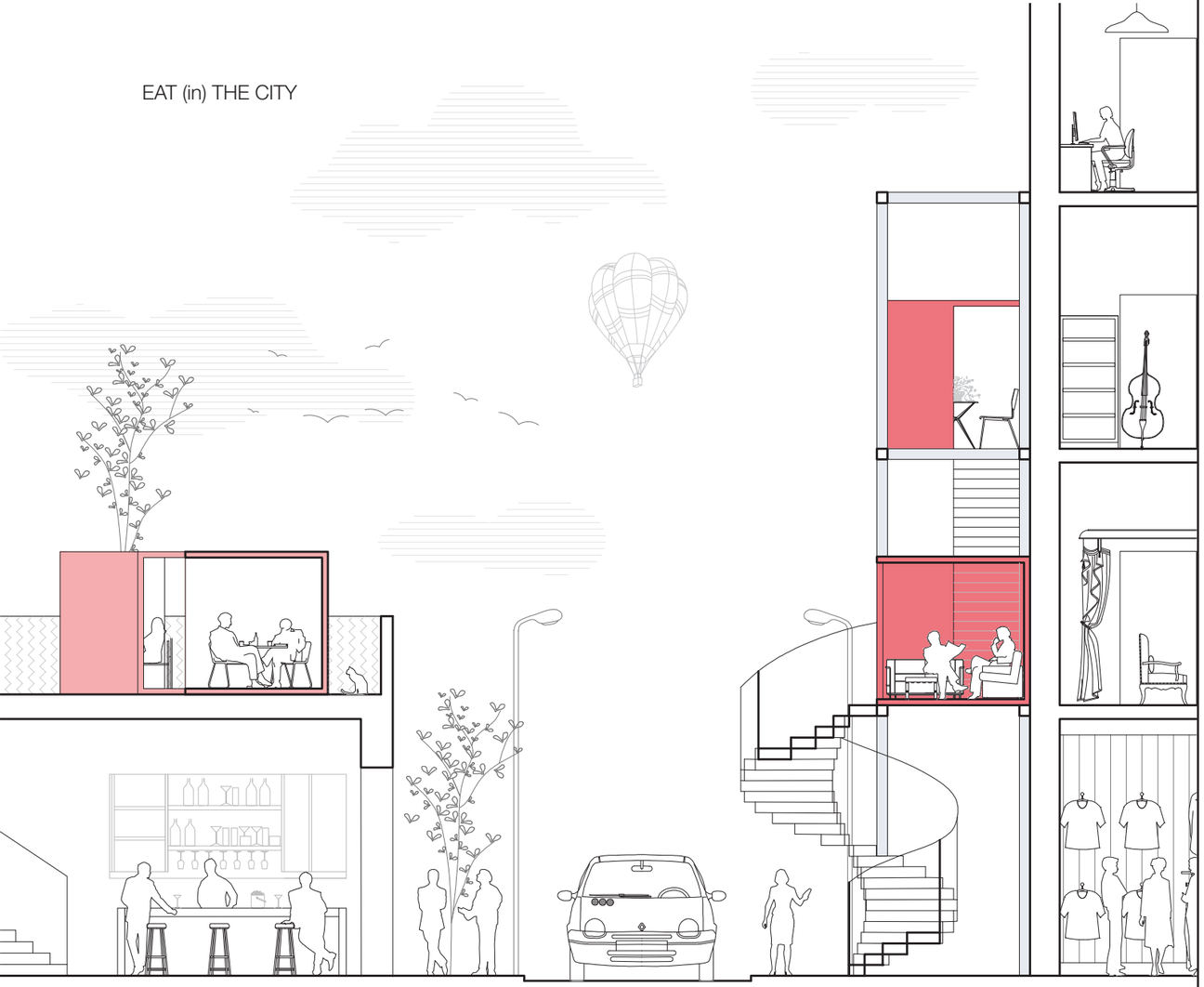
Spazio urbano sottoutilizzato, presenza di locali non valorizzati, il flusso di persone di passaggio che non trovano stimoli per fermarsi. Immagine della città spoglia e sterile. Zona periferica non interessata da progetti di rinnovazione, necessità di mettere in luce le potenzialità.



DOPO

Il progetto innesca un processo di socializzazione veicolato dalle attività legate al food. Grazie a questi nuovi spazi vi è un nuovo flusso di interesse che incrementa le attività dei locali e porta un beneficio generale a tutto l'intorno. L'immagine è riqualificata, la strada è viva e le persone trovano piacere nel passare il tempo in questi luoghi. È la contaminazione privata di uno spazio pubblico, la costruzione di una nuova stanza urbana, una sala da pranzo in strada dove organizzare cene con gli amici.



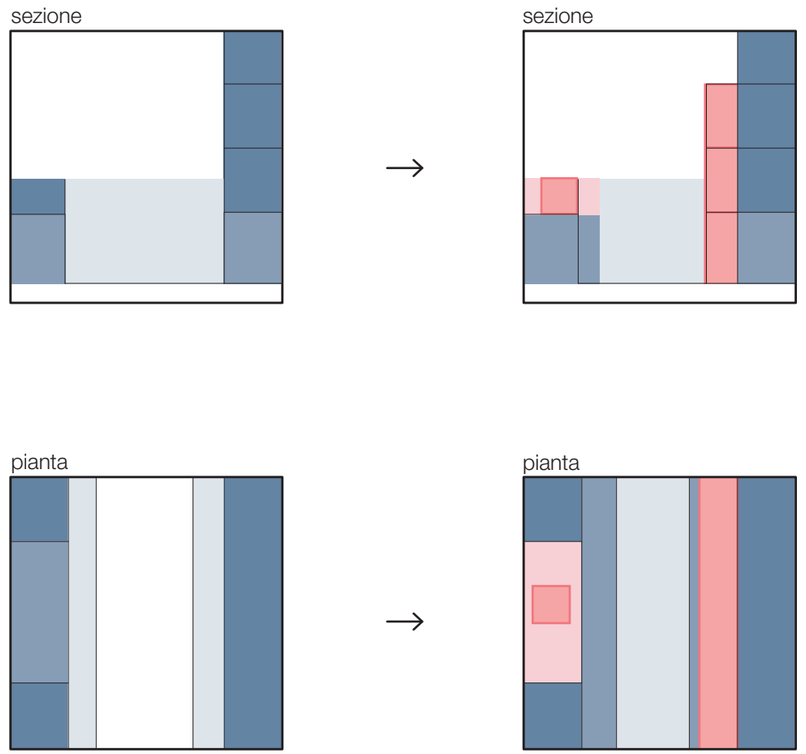


sezione 1:100

RELAZIONE CON LA PREESISTENZA

PREESISTENZA

CON IL PROGETTO

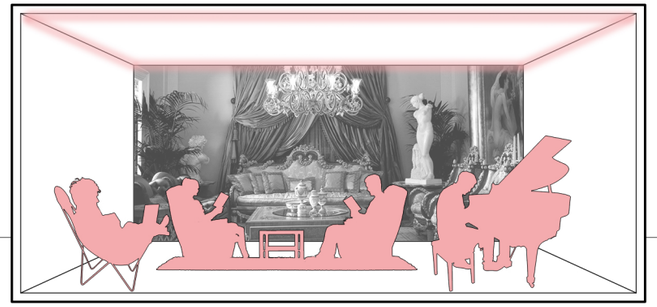


progetto privato condiviso pubblico

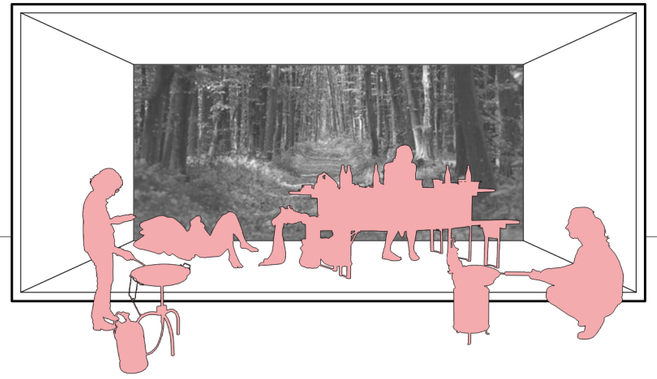
preesistenza privato condiviso pubblico

PERSONALIZZAZIONE DEI RITUALI

relaxing



eating

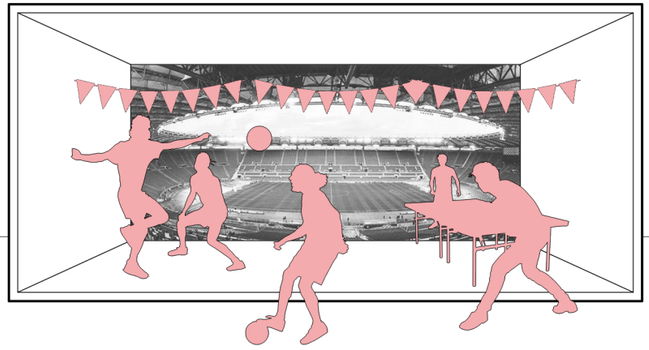


Attraverso l'inserimento di alcuni servizi, come l'elettricità, si possono dotare i dispositivi di usi supplementari che stimolano l'immaginazione e l'interesse.

..."Sentirsi ovunque come a casa propria." (Ugo La Pietra, 1970)

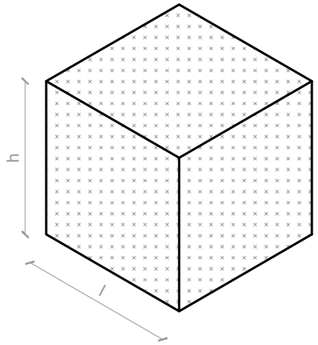
partying

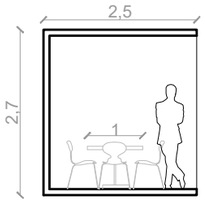
playing



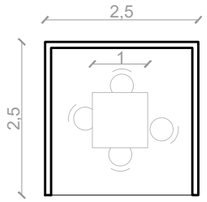
Con l'aggiunta di uno schermo led in cui le persone possono proiettare immagini, si crea immediatamente la suggestione di essere in un posto qualsiasi, semplicemente lavorando sull'immagine e la percezione dello spazio rituale.

APPROFONDIMENTO TECNOLOGICO
DIMENSIONI DEL MODULO



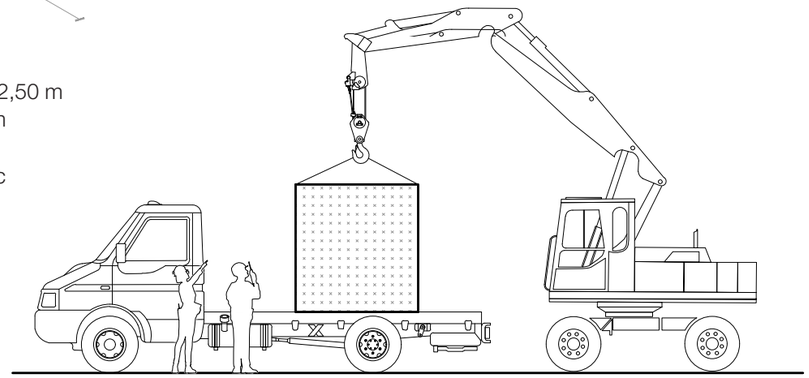


sezione 1:100



pianta 1:100

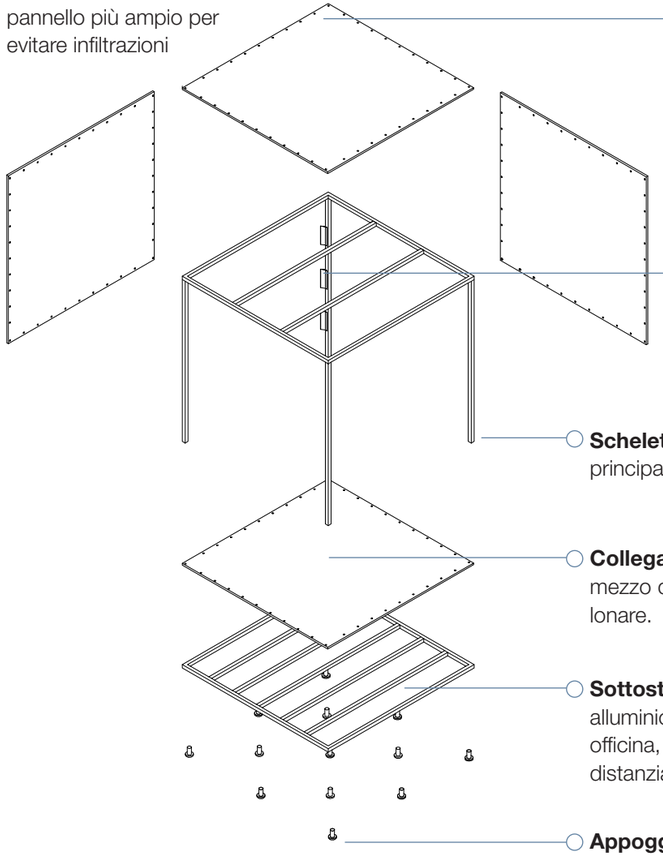
l: 2,50 x 2,50 m
h: 2,70 m
6,25 mq
16,87 mc



Dimensioni massime dell'ingombro di un mezzo per il trasporto su strada: larghezza massima non eccedente 2,55 m; […] altezza massima dal piano strada non eccedente 4 m; […] lunghezza totale, compresi gli organi di traino, non eccedente 12 m.

Fonte: Nuovo codice della strada. Decreto Legislativo N. 285 del 30/04/1992. Emessa da: Ministero delle infrastrutture e dei Trasporti. Pubblicazione della norma sulla G.U. n. 114 del 18/05/1992. Articolo 61.

ESPLOSO ASSONOMETRICO



Chiusure: pannelli in HPL, spessore 30 mm collegati alla struttura con bulloni inseriti in fori precostituiti sui pannelli e sulla struttura metallica. Leggera inclinazione per permettere il deflusso dell'acqua.

Porte: Assenza di tamponamento in alcuni lati o parti di essi, oppure pannelli collegati alla struttura con cerniere continue a nastro.

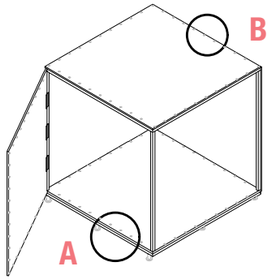
Scheletro portante: struttura metallica principale in acciaio.

Collegamenti: connessione tra le parti per mezzo di staffe angolari e triangolari imbullonare.

Sottostruttura in alluminio: travetti in alluminio con sezione a binario, saldati in officina, connessi ai piedini tramite appositi distanziatori e giunti.

Appoggio a terra: con piedini regolabili in altezza per compensare le irregolarità del terreno.

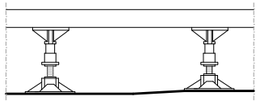
CONNESSIONI



A **Appoggio a terra:** con piedini regolabili in altezza per compensare le irregolarità del terreno.

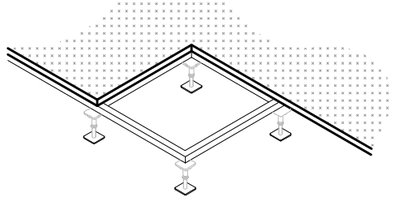
Sottostruttura in alluminio: travetti in alluminio con sezione a binario, connessi ai piedini tramite appositi distanziatori e giunti.

sezione scala 1:10



Fonte: https://www.pedestal-eternoivica.com/it/prodotti

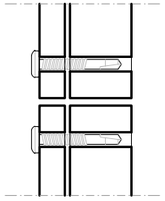
esploso assonometrico



B **Collegamento pannello-struttura:** Il fissaggio viene effettuato mediante vite a testa troncoconica autoforante e autofilettante in acciaio inossidabile con rivestimento opzionale colorato. Lo spazio di dilatazione fra il diametro del foro e il diametro della vite deve consentire la libera espansione/contrazione del pannello.

Fonte: https://www.arpaindustriale.com/it

sezione del particolare

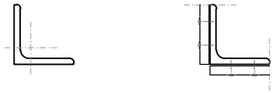


MATERIALI

Lo stratificato **HPL** è resistente all'usura, al vapore, agli sbalzi termici e a molti agenti chimici anche corrosivi, la sua manutenzione è semplice. È costituito internamente da strati di fibre cellulosiche impregnati con resine fenoliche e superficialmente da uno o più strati di fibre cellulosiche con funzione estetica, impregnati con resine termoindurenti e legati insieme da un processo ad alta pressione. Un'elevatissima percentuale di materie prime utilizzate per la sua produzione è rinnovabile.

Fonte: https://www.arpaindustriale.com/it

Profilati in acciaio preforato, profilato angolare piegato a freddo, ali 100 mm e spessore 10 mm, collegati tra loro con staffe metalliche e bulloni.



Sezione del profilato angolare a lati uguali e spigoli tondi, UNI 5738-66, 100x10 mm.

Fonte: https://www.oppo.it/

Appoggio a terra composta da **piedini** regolabili e binari in alluminio saldati.

N.B. Possibilità di ridurlo a singoli elementi per impacchettarlo, trasportarlo e riassemblarlo, struttura prefabbricata, costruzione in loco a secco.

Fonte: https://www.pedestal-eternoivica.com/it/

3.3.3.

Scheda C

L’aperitivo

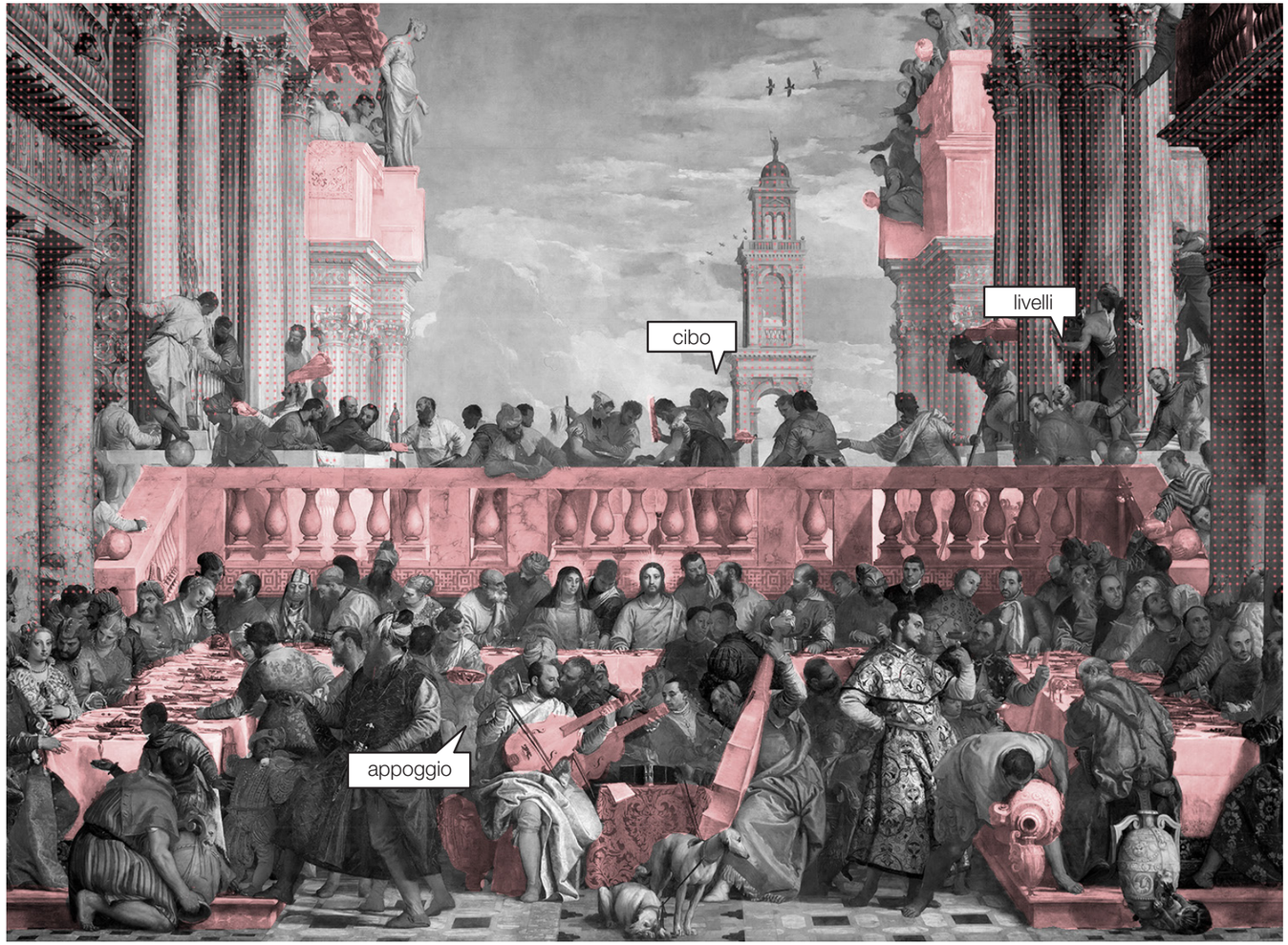
COMPOSIZIONE DEI DISPOSITIVI E SVILUPPO. LA PERCEZIONE DELLO SPAZIO RITUALE

Decodifica fisica delle forme di consumo alimentare urbane e materializzazione dei rituali sociali

DESCRIZIONE:

L'apertivo è il rituale principe delle grandi città, è quel momento di svago post lavoro o università, è il momento di ritrovo informale per concludere la giornata. L'apertivo nasce in città e ad essa è strettamente legato, non potrebbe esistere senza i drink serviti dai locali del centro o senza gli stuzzichini dei bar di quertiere. Generaricamente questo rito prende vita tra le 18 e le 20, in queste ore le strade assumono una configurazione diversa, tra il traffico frenetico delle persone che rientrano a casa ci sono angoli in cui le persone si fermano, uno spazio in cui l'immagine della città si anima con bicchieri colorati e musica di sottofondo.

Legenda
- struttura
- elementi



Nozze di Cana, Paolo Veronese, olio su tela, Museo del Louvre, Parigi, 1562–1563. Elaborazione dell'autore.

ELEMENTI SU CUI APPOGGIA IL PROGETTO

LO SPAZIO DEL PROGETTO

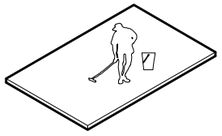
Attrarre l'attenzione dei passanti con elementi "evidenziatori" che definiscono lo spazio del rituale

Tetti e terrazze

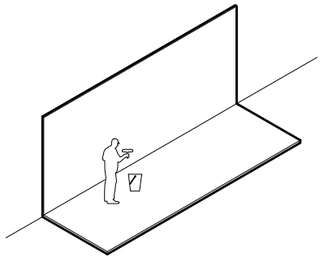
Facciate

EVIDENZIATORI

Aggiunta di una piattaforma colorata per stimolare la percezione dello spazio.



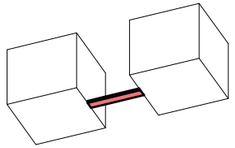
Aggiunta di una superficie colorata allo spazio di pertinenza dell'attività.



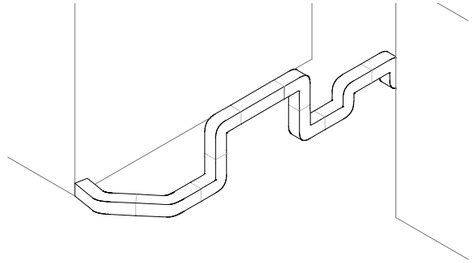
STRATEGIA: NUOVI COLLEGAMENTI

NUOVI PERCORSI

visivi e collegamenti funzionali tra gli spazi di pertinenza dei locali che gestiscono il rituale

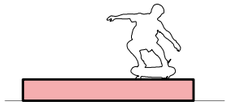


COMPOSIZIONE

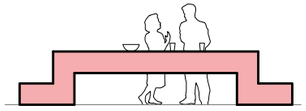


CONFORMAZIONE DEI MODULI

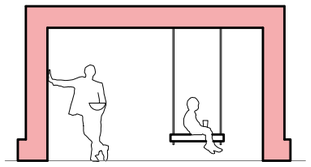
Struttura serpeggiante che si dirama nello spazio fisico creando nuovi collegamenti. Questa struttura tubolare assumerà diverse altezze per potersi adattare alle modalità di consumazione del cibo.



h. 50 cm - seduta



h. 100 cm - tavolo



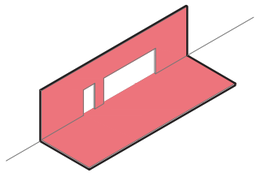
h. 300 cm - copertura

ELEMENTI SPAZIALI

Tipologia Di Cibo — **Cocktail e finger food**

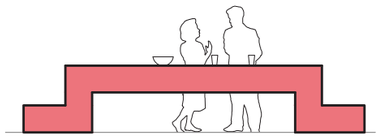
Il classico cibo consumato durante un aperitivo è il cocktail, bevanda colorata dagli svariati colori e aromi, servita in bicchieri stravaganti. Il drink è accompagnato da stuzzichini comodamente mangiabili in piedi. Il finger food consiste in piccole porzioni dalla tradizione dello street food alternate a composizioni più ricercate.

Base — **Evidenziatore**



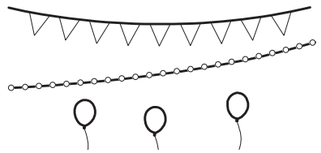
L'aperitivo non esisterebbe senza i locali che servono i cocktail, perciò ci sarà una doppia pelle che rivestirà la superficie verticale e orizzontale dei bar e del loro spazio esterno affacciato sulla strada, questo strato superficiale sarà di colori sgargianti per attirare l'attenzione dei passanti, invitandoli a partecipare all'aperitivo e delineando lo spazio di pertinenza dell'attività.

Moduli — **Serpente**

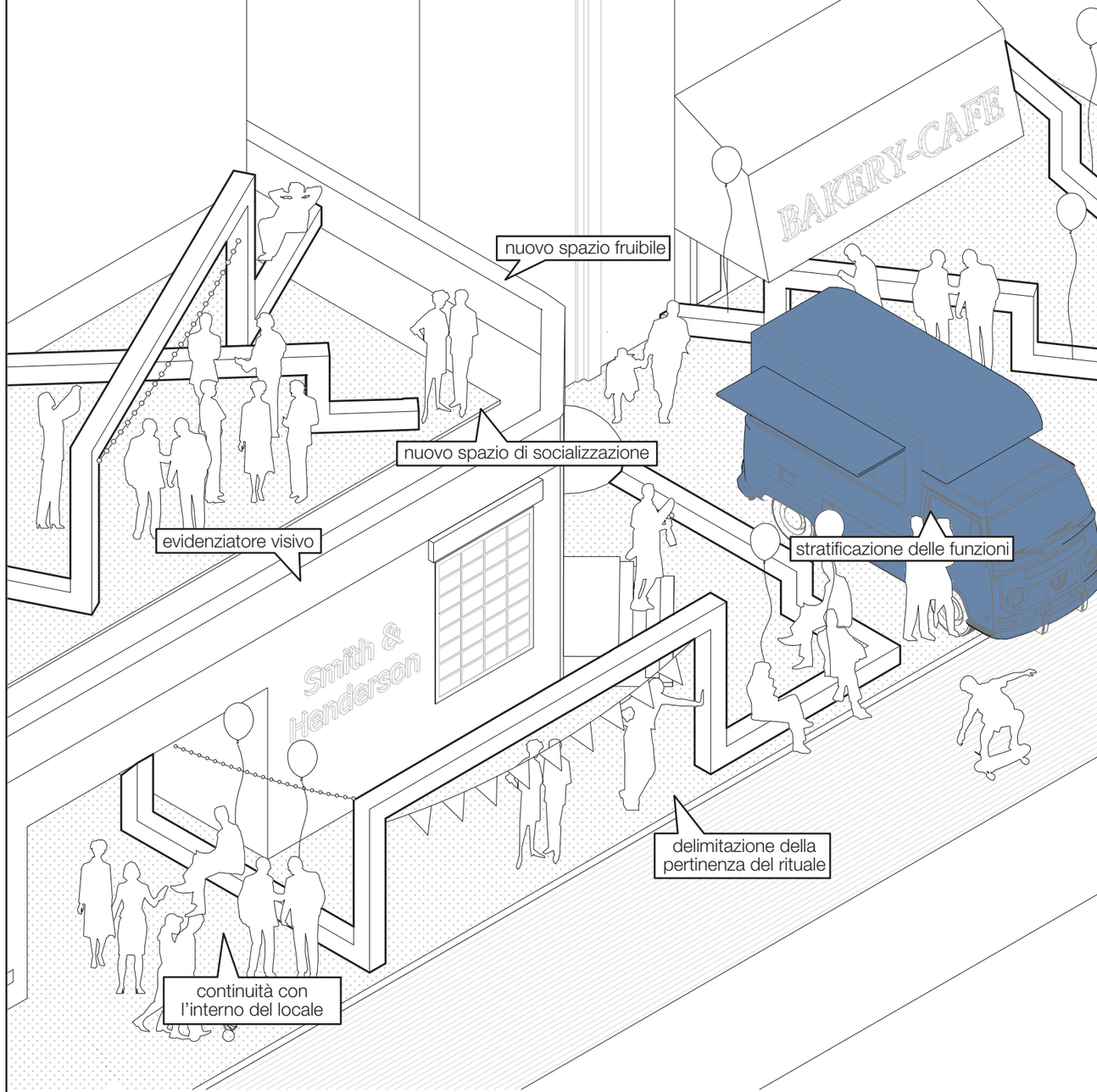


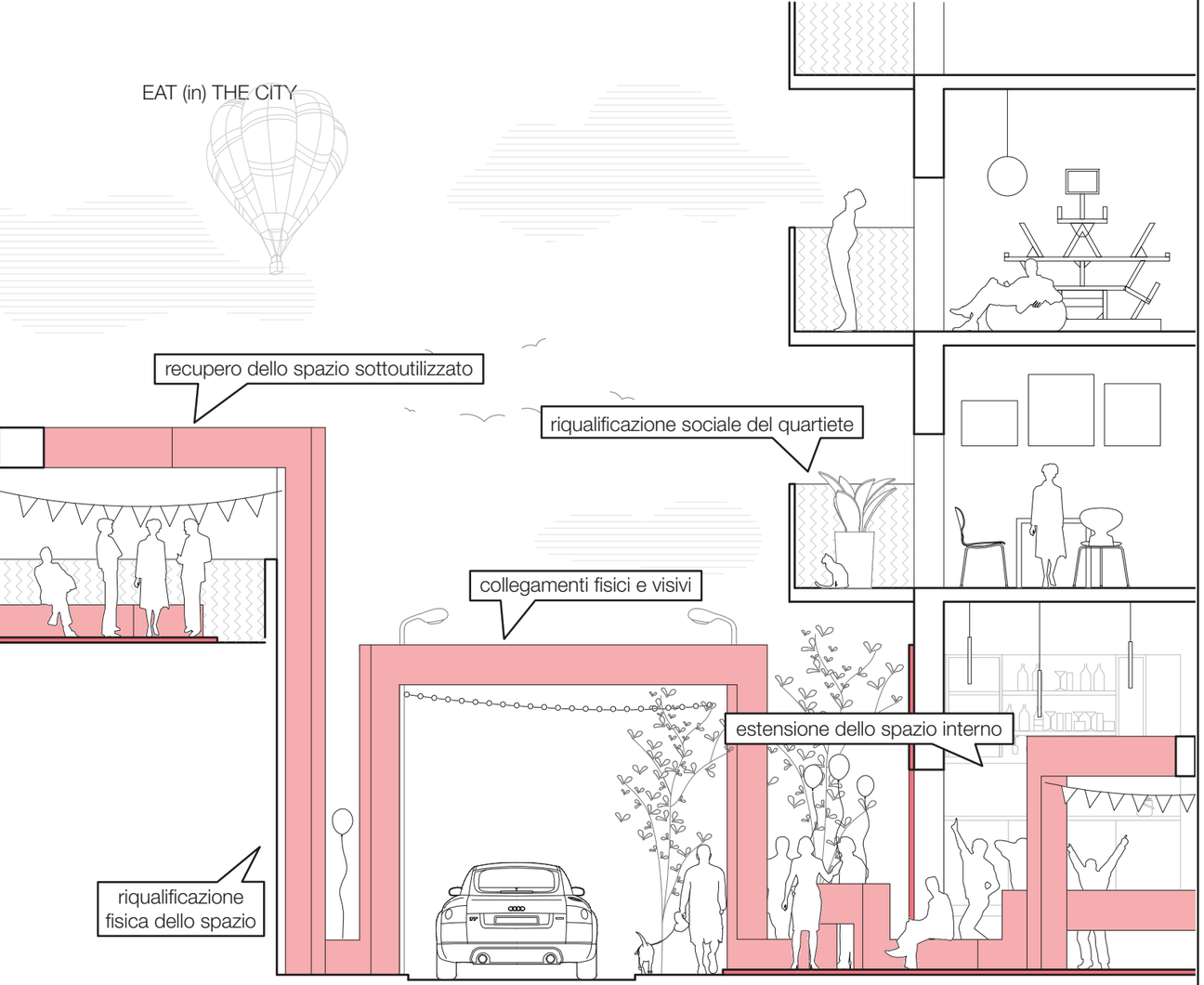
L'elemento che costituisce il centro di questo rituale è una struttura serpeggiante che si dirama tra i locali e lo spazio fisico della strada collegando i luoghi dell'aperitivo. Collega visivamente e fisicamente, in orizzontale e in verticale, i nuovi spazi che questa attività sociale occupa. Questa struttura tubolare assumerà diverse altezze per potersi adattare alla funzione di tavolo, seduta, copertura e sopraelevazione.

Atmosfera — **Decorazioni**



La struttura modulare sarà utilizzata anche come supporto di luci e decorazioni che permettono di dare carattere al dispositivo. Lampadine, festoni e palloncini incarnano l'anima festosa e allegra dell'aperitivo, contribuendo alla percezione dello spazio e all'immagine dell'evento.





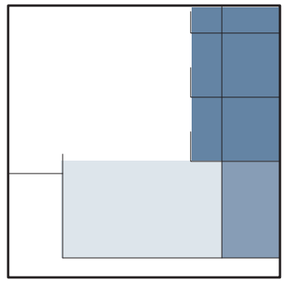
sezione 1:75

RELAZIONE CON LA PREESISTENZA

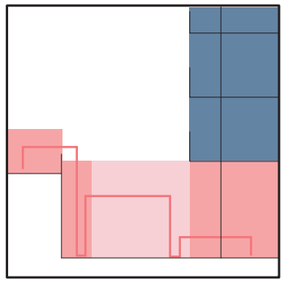
PREESISTENZA

CON IL PROGETTO

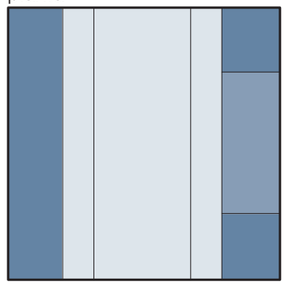
sezione



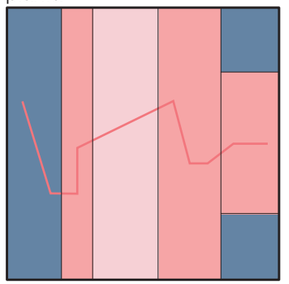
sezione



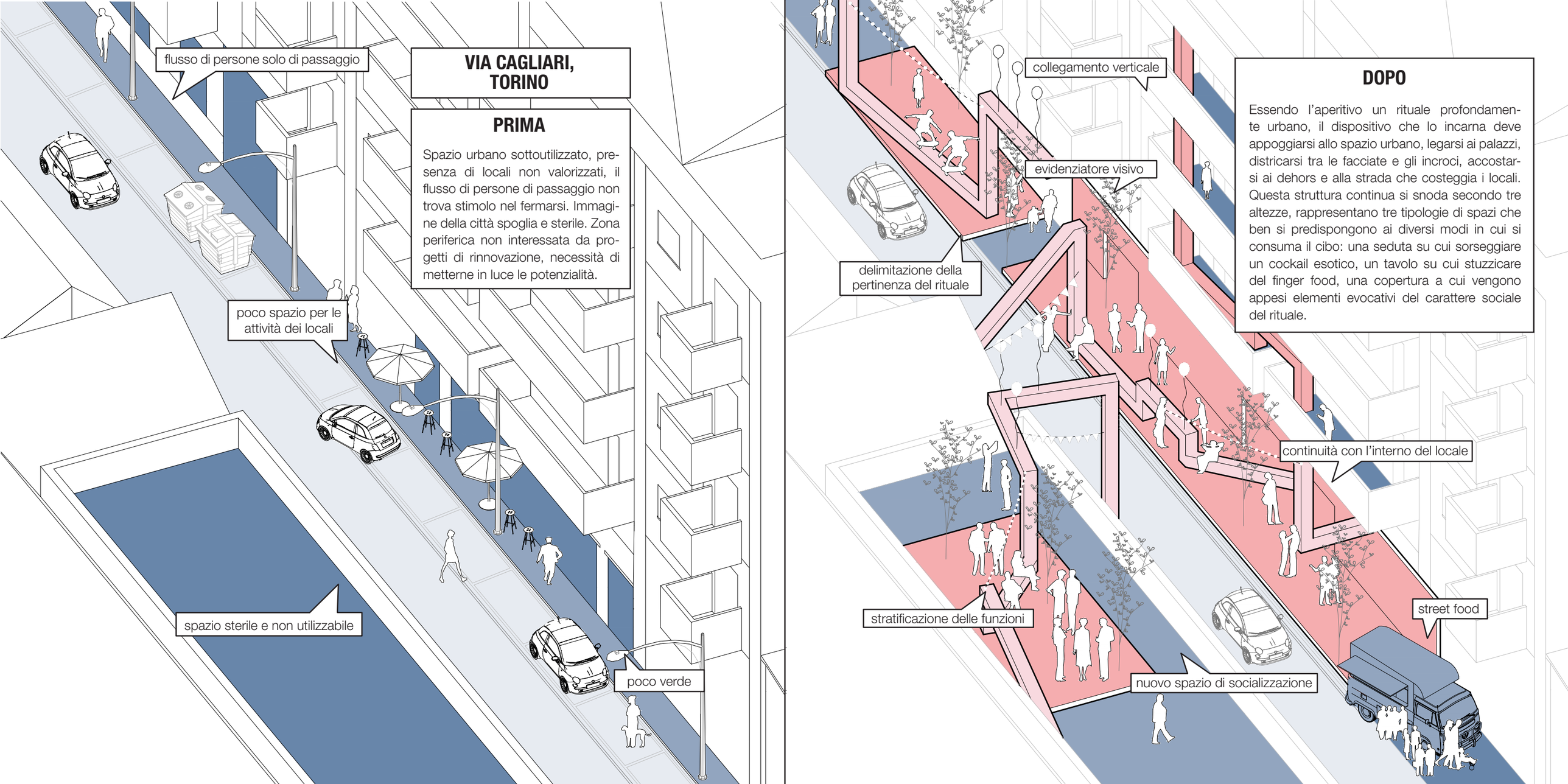
pianta



pianta



progetto	privato	condiviso	pubblico
preesistenza	privato	condiviso	pubblico



VIA CAGLIARI, TORINO

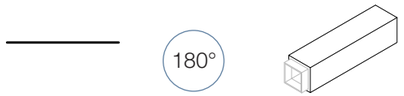
PRIMA

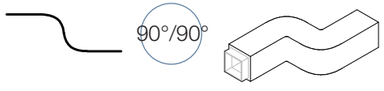
Spazio urbano sottoutilizzato, presenza di locali non valorizzati, il flusso di persone di passaggio non trova stimolo nel fermarsi. Immagine della città spoglia e sterile. Zona periferica non interessata da progetti di rinnovazione, necessità di metterne in luce le potenzialità.

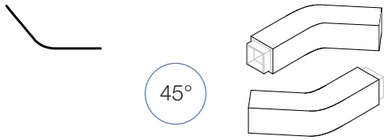
DOPO

Essendo l'aperitivo un rituale profondamente urbano, il dispositivo che lo incarna deve appoggiarsi allo spazio urbano, legarsi ai palazzi, districarsi tra le facciate e gli incroci, accostarsi ai dehors e alla strada che costeggia i locali. Questa struttura continua si snoda secondo tre altezze, rappresentano tre tipologie di spazi che ben si predispongono ai diversi modi in cui si consuma il cibo: una seduta su cui sorseggiare un cockail esotico, un tavolo su cui stuzzicare del finger food, una copertura a cui vengono appesi elementi evocativi del carattere sociale del rituale.

APPROFONDIMENTO TECNOLOGICO
SOLUZIONE TECNOLOGICA



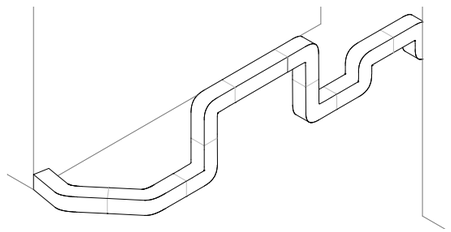




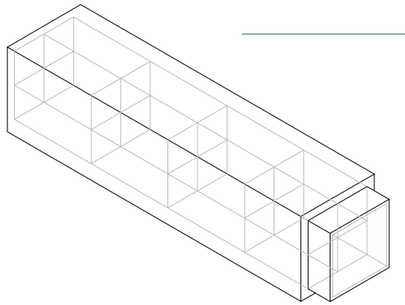
Moduli: 4 forme assemblabili con incastro interno a bicchiere e bullonatura

Misure: 4 forme assemblabili con incastro interno a bicchiere e bullonatura. sezione 50x50 cm, spessore 2 cm, lunghezza 2 metri variabile.

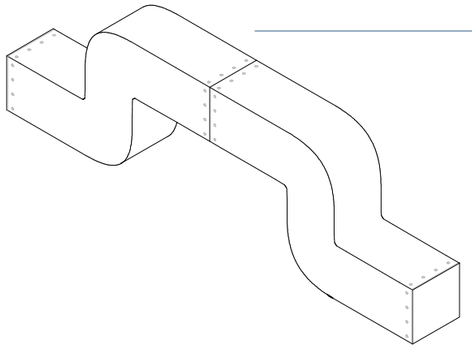
Composizione secondo 3 altezze:
50 cm, 120 cm, 300 cm



SOCIAL TABLE



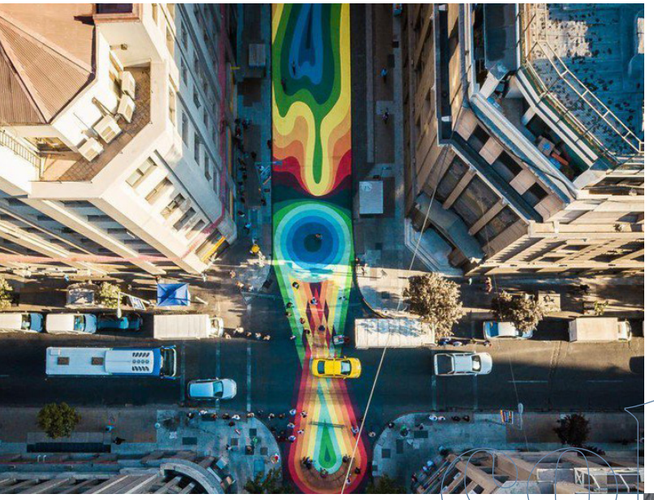
Soluzione tecnologica: struttura interna di irrigidimento con intelaiatura in resina poliestere, rivestita con lamina di acciaio piegata a caldo per avvolgere la struttura e chiusa con saldatura.



Connessione: incastro a bicchiere o a manicotto, collegamento maschio-femmina fissato con viti con testa spianata (rasate per essere complanari alla superficie esterna).

Materiali: lastra metallica di acciaio zincato e preverniciato in vari colori.

Tappo di chiusura delle estremità



EVIDENZIATORE

Cooperazione con la comunità, miglioramento dell'immagine della città con un intervento a basso costo economico ma ad alto impatto sociale.

Fonte: https://asphaltart.bloomberg.org/

MATERIALE

Pittura colorata al quarzo per muri esterni, altamente resistente allo sporco.

Fonte: https://asphaltart.bloomberg.org/

color

street

ASPHALT ART

Aumento dell'area podonale, diminuzione del traffico per dare più spazio alle attività della comunità

Fonte: https://asphaltart.bloomberg.org/

3.3.4.

Scheda D

Il pic nic

COMPOSIZIONE DEI DISPOSITIVI E SVILUPPO. LA PERCEZIONE DELLO SPAZIO RITUALE

Decodifica fisica delle forme di consumo alimentare urbane e materializzazione dei rituali sociali

DESCRIZIONE

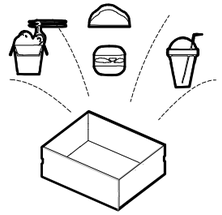
Il rituale del pic-nic è un momento di raduno condiviso per consumare un pasto a contatto con la natura, l'elemento predominante è la tovaglia, un filtro tra le persone e il terreno, leggero e permeabile. Il luogo del pic-nic è l'ombra di un albero, la sponda di un fiume, uno scorcio sul panorama.

Legenda
- struttura
- elementi

Édouard Manet, Colazione sull'erba, 1862-1863, Olio su tela, Musée d'Orsay, Parigi. Elaborazione dell'autore.

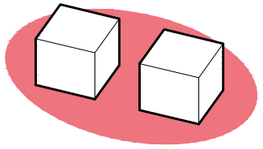
ELEMENTI SPAZIALI

Tipologia Di Cibo — **Food box**



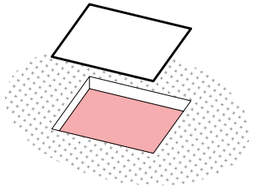
Il classico e inevitabile elemento per portare il cibo è il cesto da pic-nic, una scatola in cui si ripone il cibo preparato in casa in comodi contenitori oppure comprato sulla strada verso il parco. Genericamente si tratta di cibo freddo, in contenitori monoporzioni o in ciotole più grandi per essere poi diviso nei piatti.

Base — **Strada**



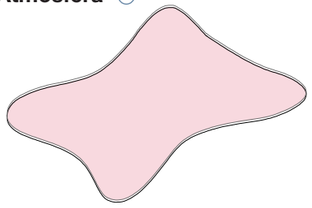
La tecnica di rimozione dell'asfalto permette di aumentare la permeabilità del terreno e restituire alla cittadinanza la fruibilità dello spazio troppo saturato dal traffico. La strada si compone di zone più o meno pubbliche che definiscono l'utilizzo che le persone ne possono trarre.

Moduli — **Piattaforma verde**



Piattaforma con zolle di erba per richiamare il suolo che si può ritrovare in un pic-nic in mezzo alla vegetazione, la forma rettangolare permette di estendere la base di questo dispositivo in modo tale da adattarsi alle diverse conformazioni dello spazio in cui viene installato.

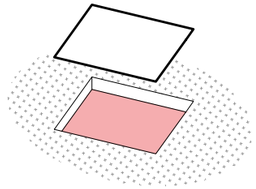
Atmosfera — **Gradiente di opacità**



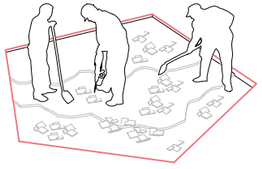
La copertura viene generata con l'elevazione della forma rimossa dal suolo, questo nuovo layer sarà costruito con la possibilità di scelta tra materiali che forniscono tre gradi diversi di opacità. Ci sarà un materiale completamente opaco, un materiale forato per una copertura parziale, ed infine il grado più leggero con elementi sottili e trasparenti.

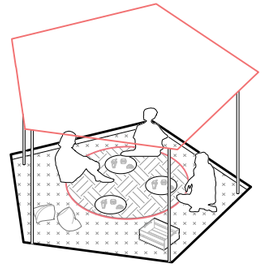
STRATEGIA: PERMEABILITÀ E FRUIBILITÀ DEL SUOLO

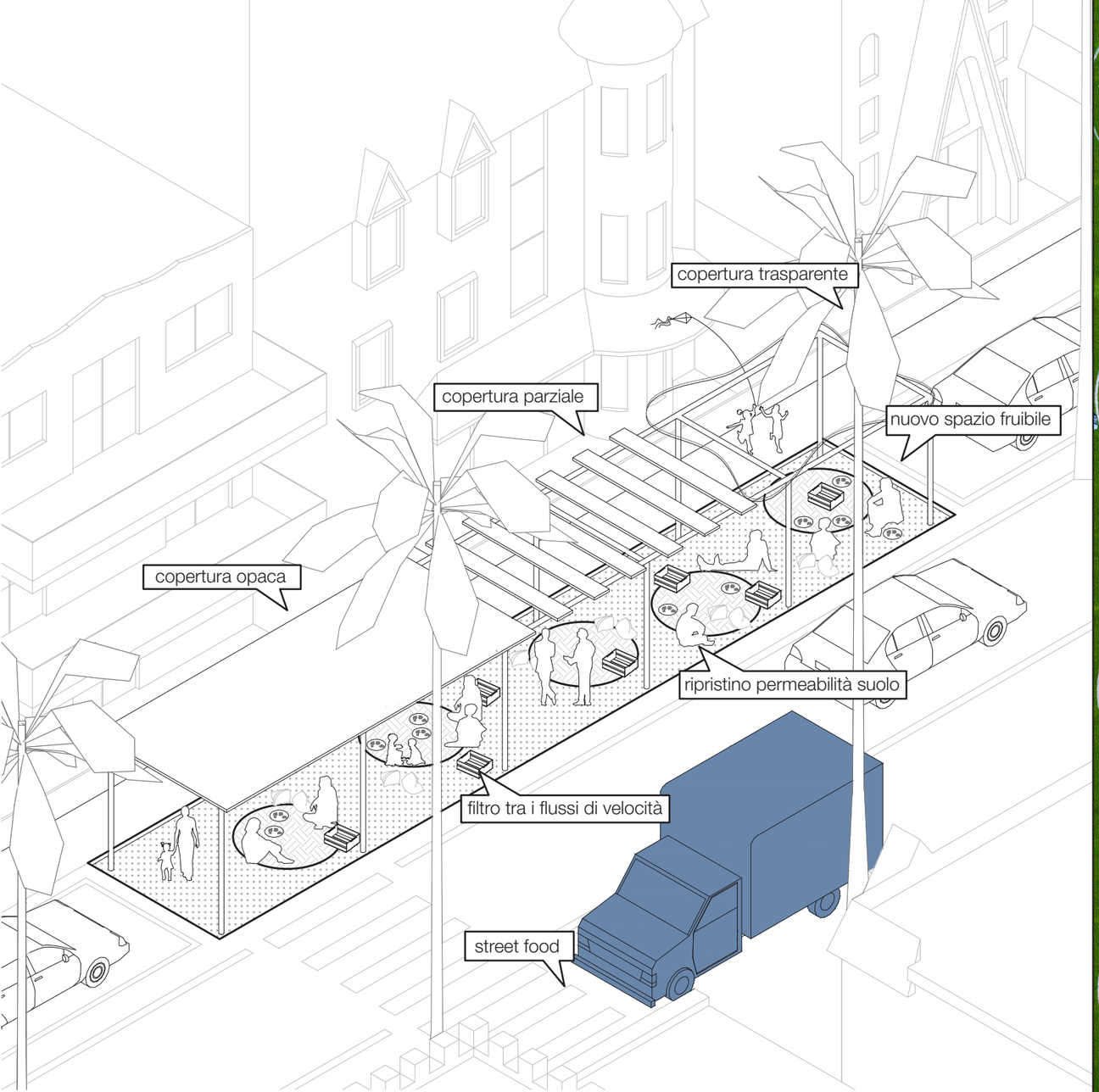
Rimozione della pavimentazione
Aumento della permeabilità del suolo



Sovraelevazione della zolla, nuova **copertura** per poter fruire dello spazio. Definizione spaziale di un **nuovo dispositivo urbano.**







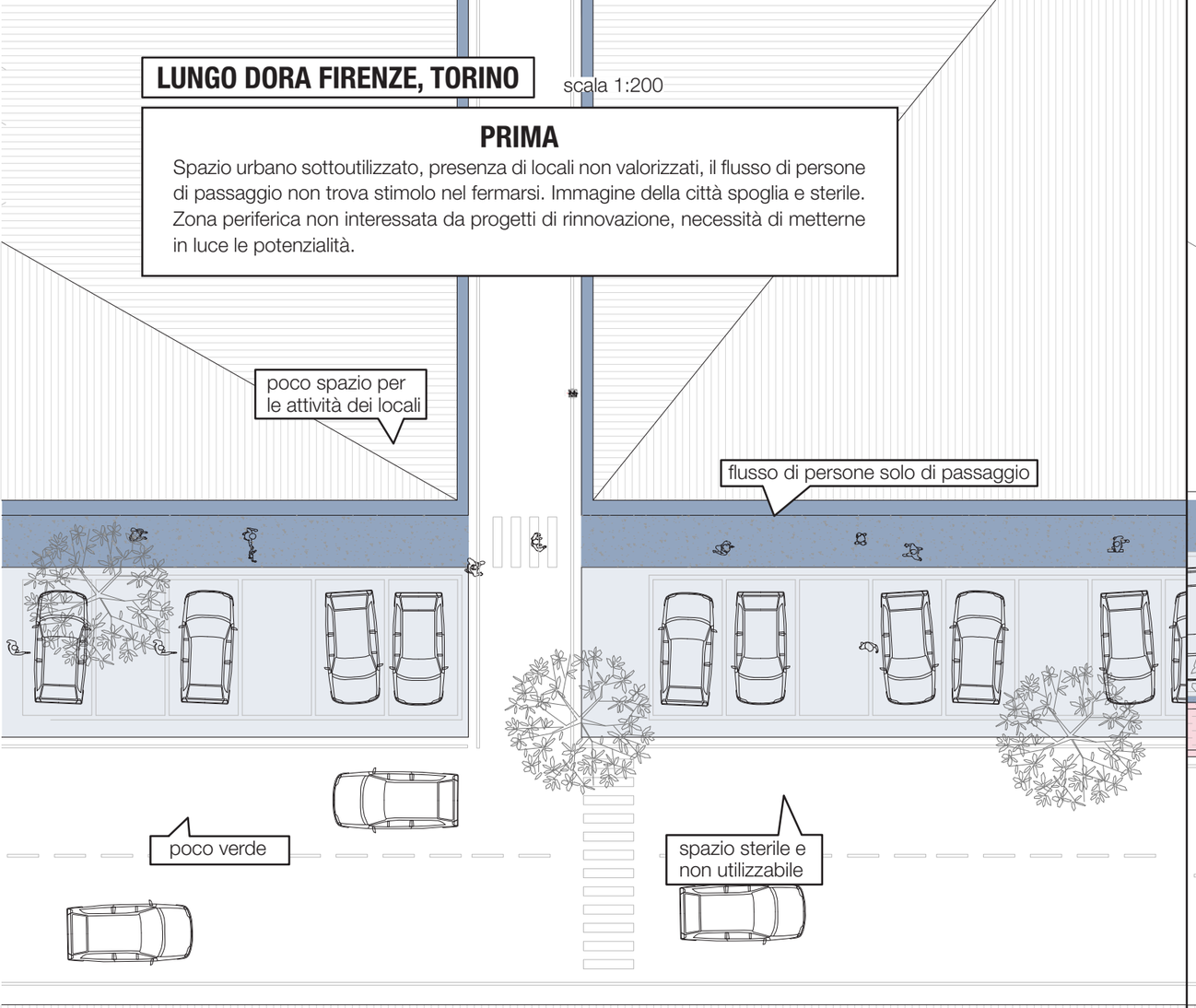
Social Distancing Circles at Domino Park, Domino Park's staff members, NYC, 2020

LUNGO DORA FIRENZE, TORINO

scala 1:200

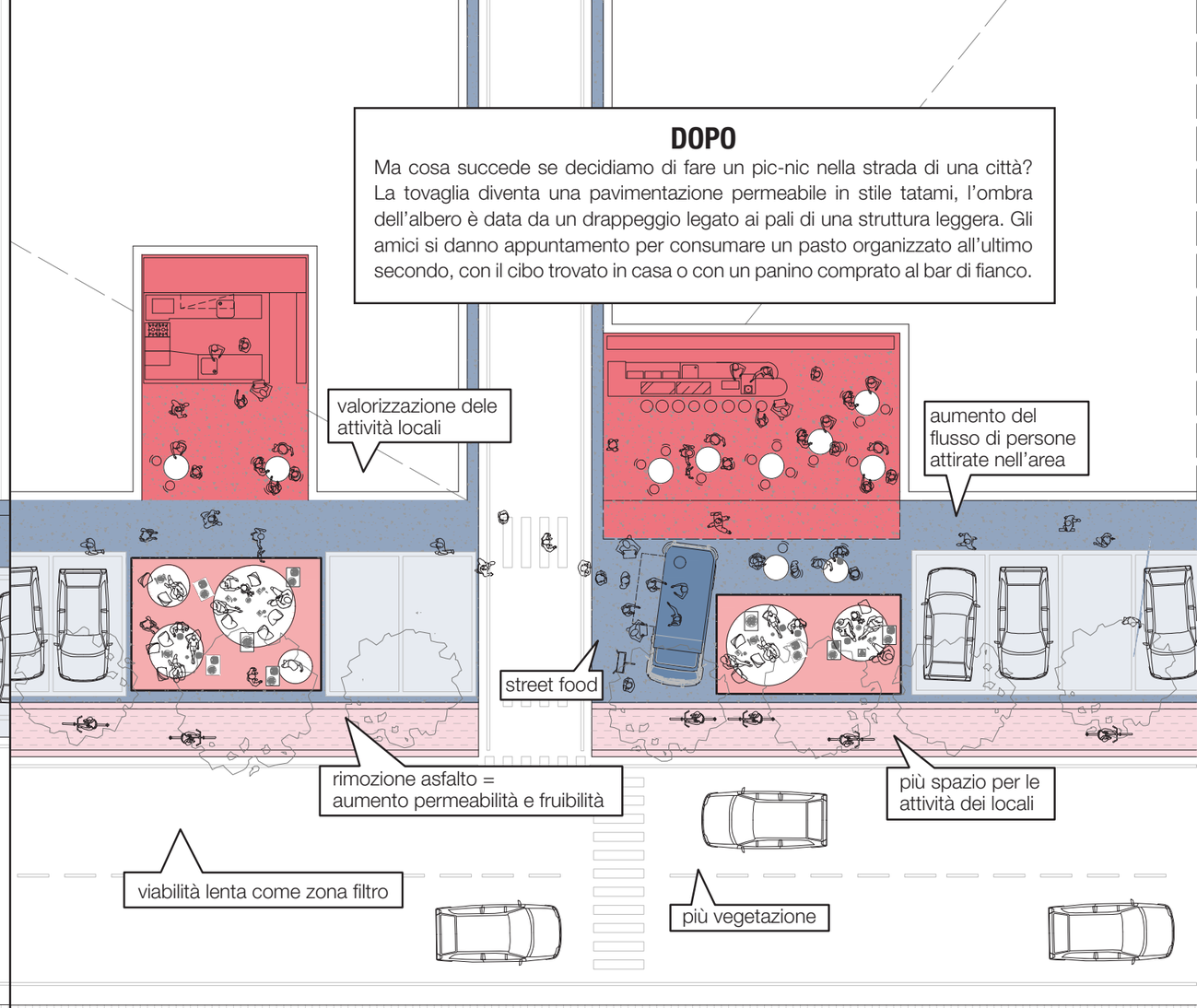
PRIMA

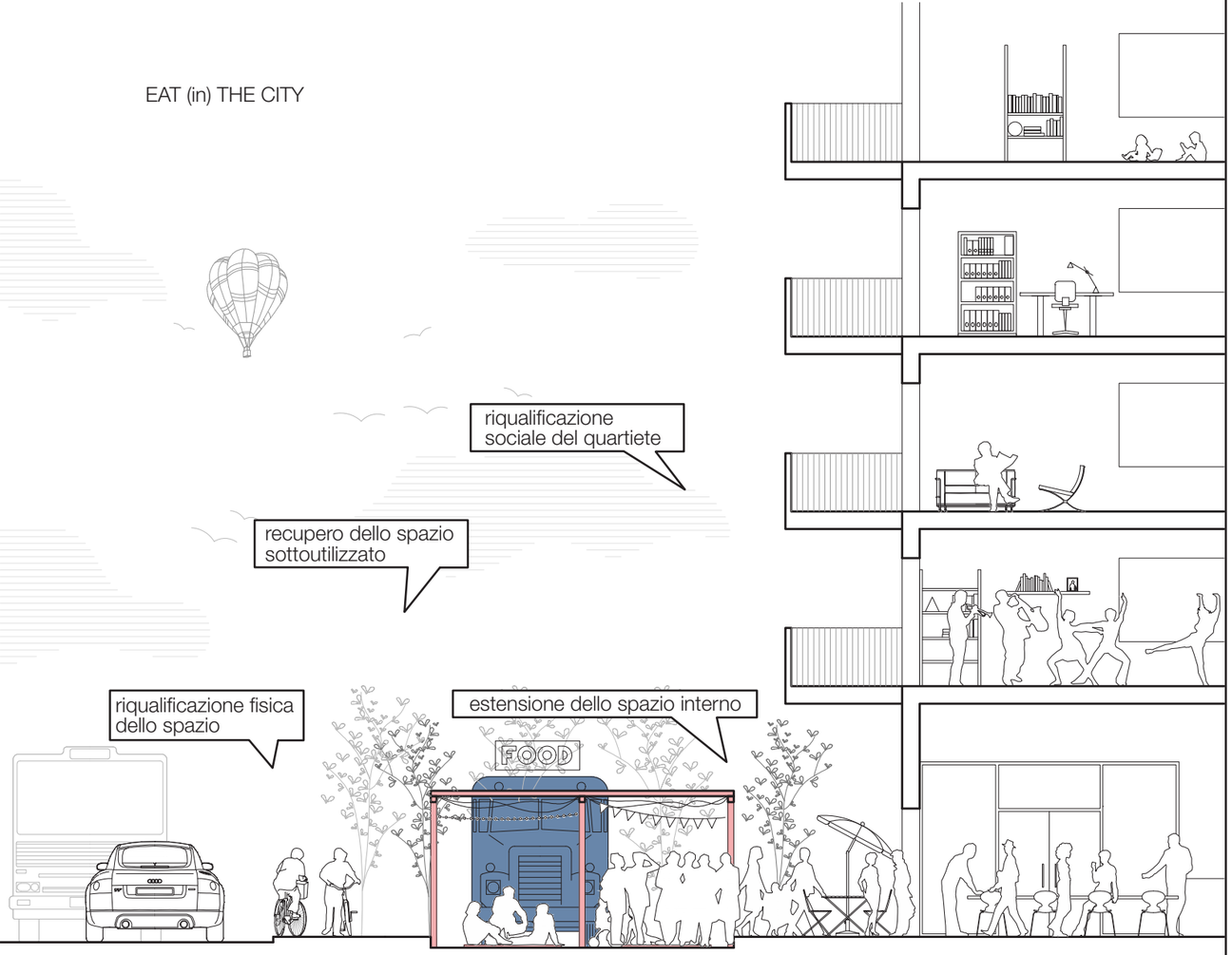
Spazio urbano sottoutilizzato, presenza di locali non valorizzati, il flusso di persone di passaggio non trova stimolo nel fermarsi. Immagine della città spoglia e sterile. Zona periferica non interessata da progetti di rinnovazione, necessità di metterne in luce le potenzialità.



DOPO

Ma cosa succede se decidiamo di fare un pic-nic nella strada di una città? La tovaglia diventa una pavimentazione permeabile in stile tatami, l'ombra dell'albero è data da un drappeggio legato ai pali di una struttura leggera. Gli amici si danno appuntamento per consumare un pasto organizzato all'ultimo secondo, con il cibo trovato in casa o con un panino comprato al bar di fianco.



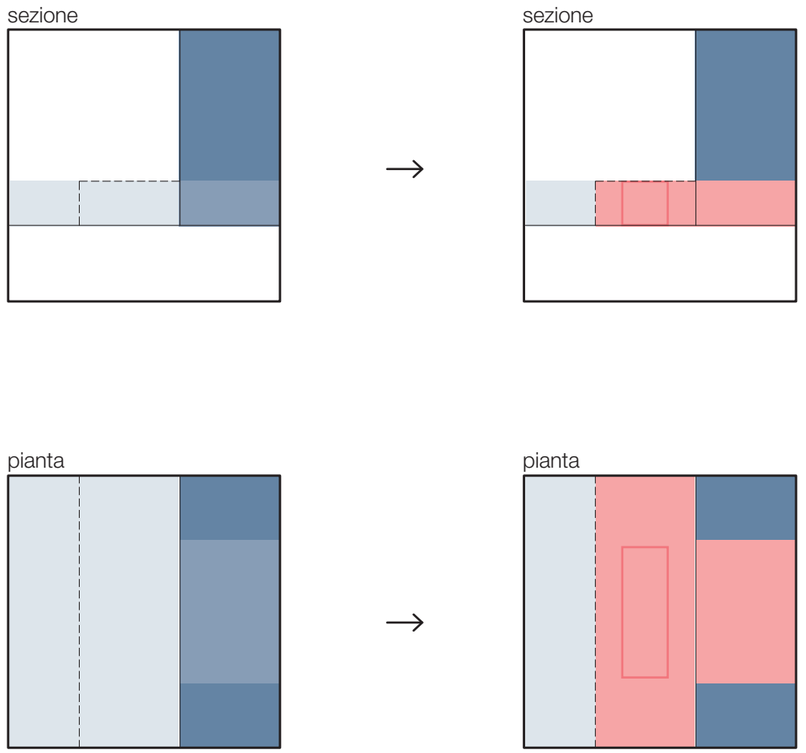


sezione 1:100

RELAZIONE CON LA PREESISTENZA

PREESISTENZA

CON IL PROGETTO

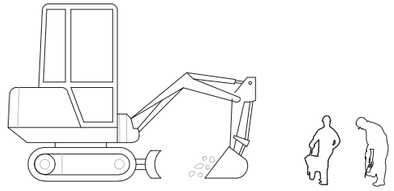


progetto privato condiviso pubblico

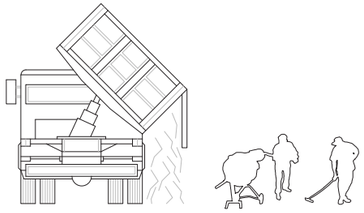
preesistenza privato condiviso pubblico

APPROFONDIMENTO TECNOLOGICO

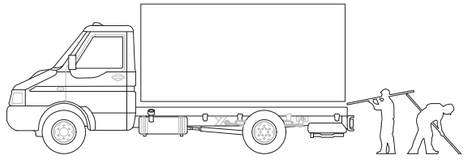
FASE 1: Rimozione pavimentazione



FASE 2: Installazione nuovo suolo permeabile e zolla semipermeabile

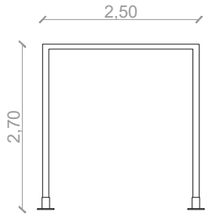


FASE 3: Installazione copertura

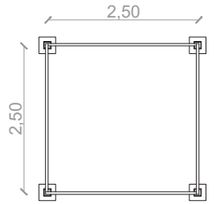


MISURE

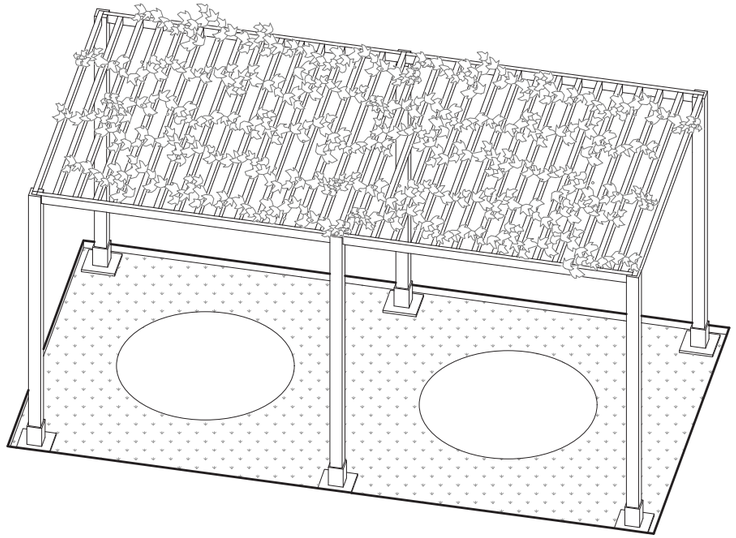
Composizione moduli: possibilità di affiancare più moduli grazie alle misure standardizzate e alla tecnologia ad incastro.



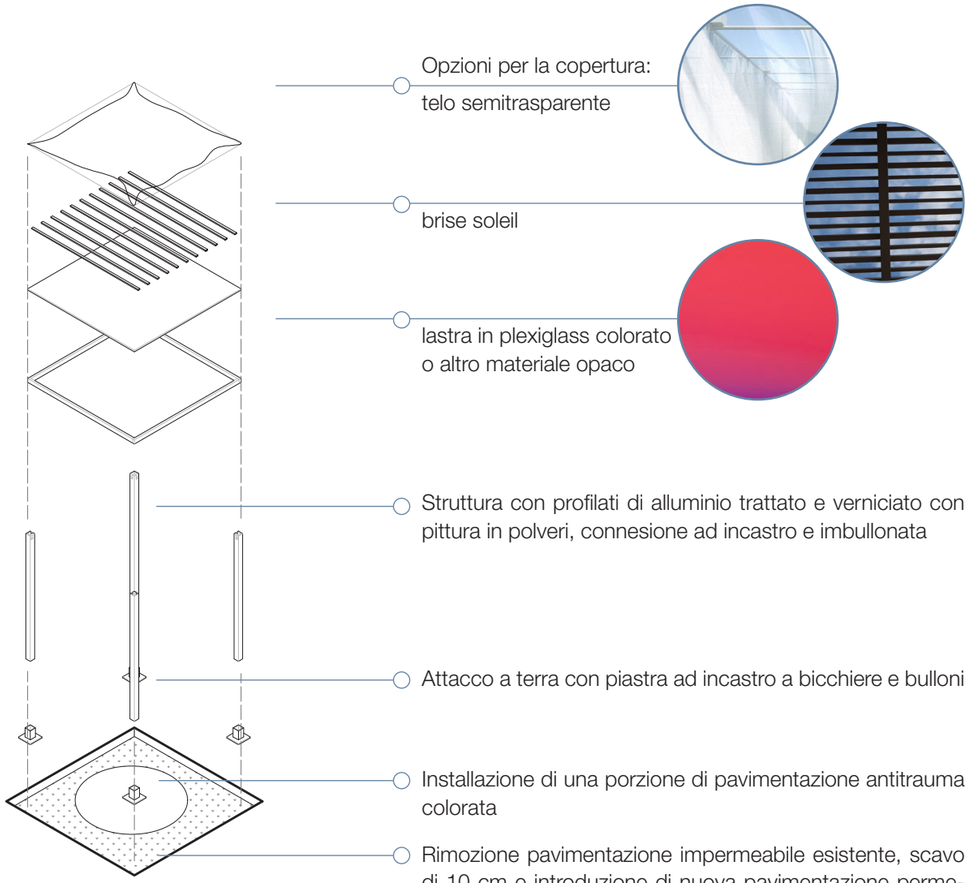
prospetto



pianta



ESPLOSO ASSONOMETRICO



MATERIALI SUOLO

L'impermeabilizzazione è individuata come la principale causa di degrado del suolo in Europa (Commissione Europea, 2006) e rappresenta la forma più evidente del consumo di suolo. L'impermeabilizzazione del suolo comporta un rischio accresciuto di inondazioni e di scarsità idrica, contribuisce al riscaldamento globale, minaccia la biodiversità e rende l'immagine della città poco ospitale. Tra le tipologie di materiale permeabile disponibili più comuni, dalla più permeabile alla meno permeabile si possono citare:

Coefficiente Di Permeabilità

Prato	**1,00**
Ghiaia, sabbia, materiali sciolti	**0,90**
Elementi grigliati in polietilene	**0,80**
Elementi alveolari in cls posato a seco con riempimento di terreno vegetale o ghiaia	**0,60**
Pavimento antitrauma, posati a secco su fondo in sabbia	**0,30**
Pavimentazioni continue, posati su soletta o battuto in cls	**0,00**

Fonte: Prokop et al., 2011.

3.3.5.

Scheda E

La colazione

COMPOSIZIONE DEI DISPOSITIVI E SVILUPPO. LA PERCEZIONE DELLO SPAZIO RITUALE

Decodifica fisica delle forme di consumo alimentare urbane e materializzazione dei rituali sociali

DESCRIZIONE:

La colazione è il pasto con cui si apre la giornata, è il primo posto in cui ci fermiamo in città prima di andare al lavoro. È una attività che spesso viene svolta in solitaria ma è anche una buona occasione per scambiare due parole con il vicino passandosi il giornale. La colazione è quel pasto che può essere consumato in qualsiasi punto della casa, in base alla routine e agli eventi specifici della giornata, si può bere un caffè in piedi, gustarsi dei pancake seduti al tavolo della cucina, deliziarsi con un croissant sul divano mentre si legge il quotidiano o nel letto in una calda mattina del fine settimana.

Legenda
- struttura
- elementi

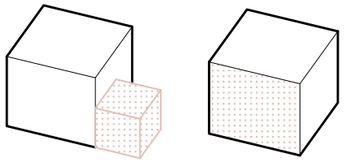
I nottambuli, olio su tela, Edward Hopper, Art Institute, Chicago, 1942. Elaborazione dell'autore.

ELEMENTI SPAZIALI

Tipologia Di Cibo — **Breakfast**

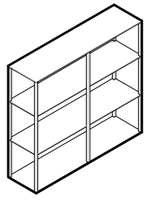
La colazione, in base alle abitudini o alle tradizioni culturali, può essere dolce o salata. Nel primo caso si compone di un dolce monodose e di una bevanda calda, mentre l'alternativa può essere un piatto di alimenti semplici da preparare e un succo di frutta.

Base — **Facciate e balconi**



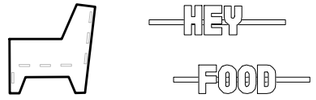
Il dispositivo si lega agli elementi urbani quali facciate e balconi, sono componenti fisiche presenti in tutte le città, le dimensioni spesso ridotte dei balconi non permettono agli abitanti di godere degli spazi aperti delle loro abitazioni. La creazione di una seconda pelle incentiva la socializzazione e la vita all'aperto, migliorando la qualità dell'abitare e donando una nuova immagine ai fabbricati datati della città.

Moduli — **Scheletro**



Le facciate dei palazzi vengono rivestiti con una seconda pelle, uno scheletro costruito da un telaio leggere che non oscura la visibilità e l'apporto di luce naturale, la nuova superficie viene affiancata ai balconi in modo tale da creare un nuovo spazio semi-privato in cui gli abitanti possono svolgere attività private e/o di socializzazione.

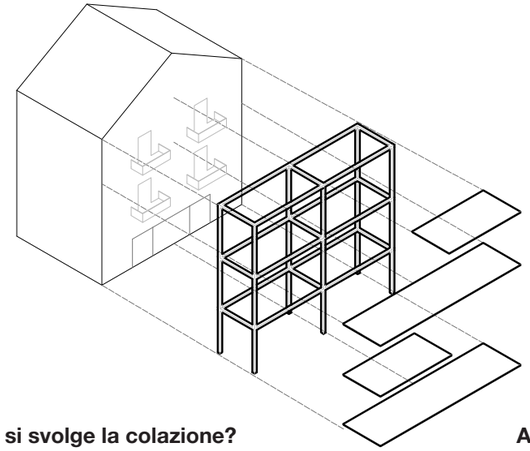
Atmosfera — **Insegne luminose e arredi**



Lo scenario è completato da scritte neon sorrette dalla griglia, queste insegne rappresentano la traslazione dell'immagine di una città ricca di cartelli e targhe dei locali, che attirano l'attenzioni dei passanti. Lo spazio è completato da arredi stilizzati che traslano l'immagine domestica della colazione verso questo nuovo spazio urbano.

STRATEGIA: STRATIFICAZIONE DELLE FUNZIONI

Elementi su cui appoggia il progetto:
Facciata e balconi

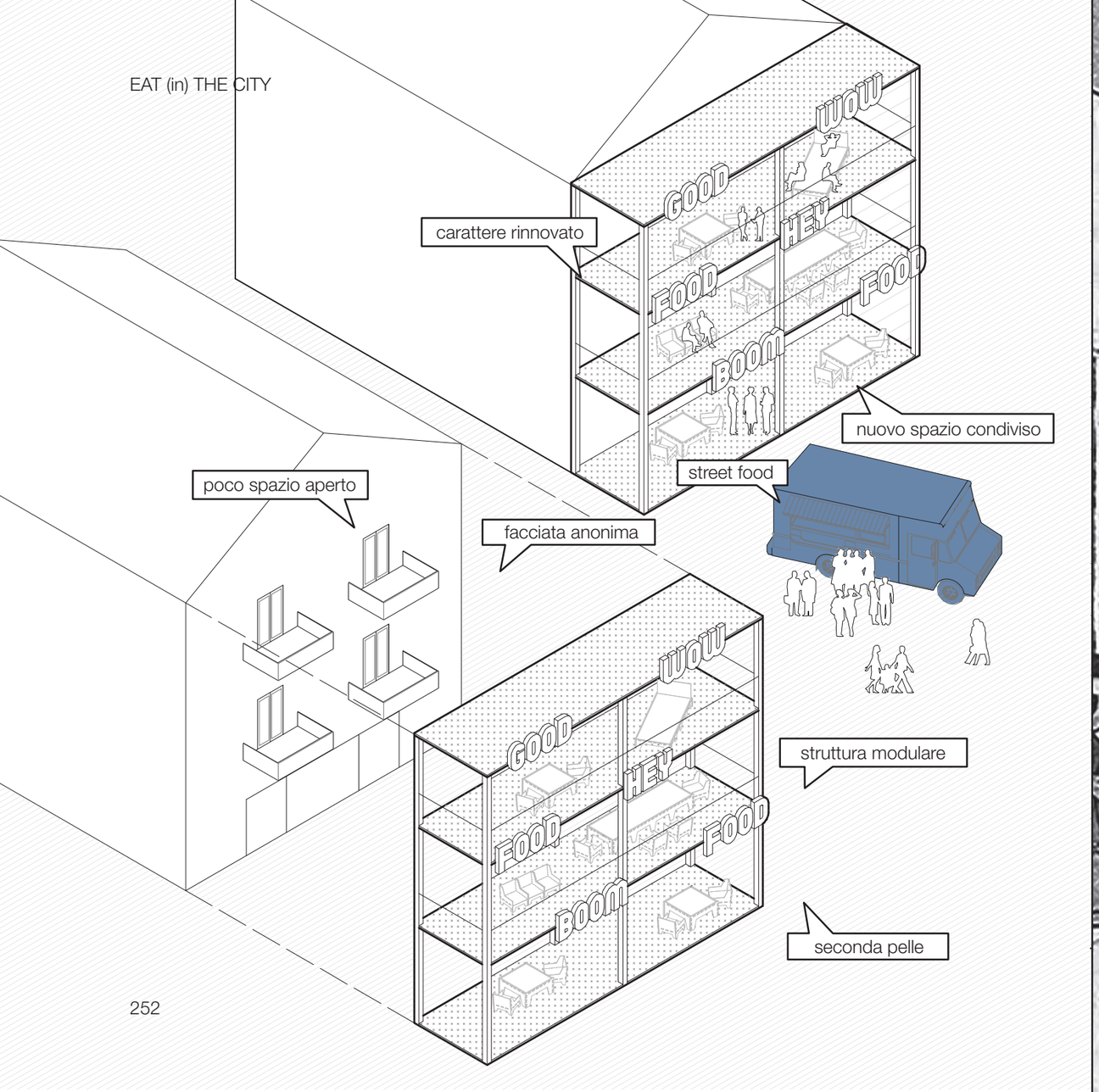


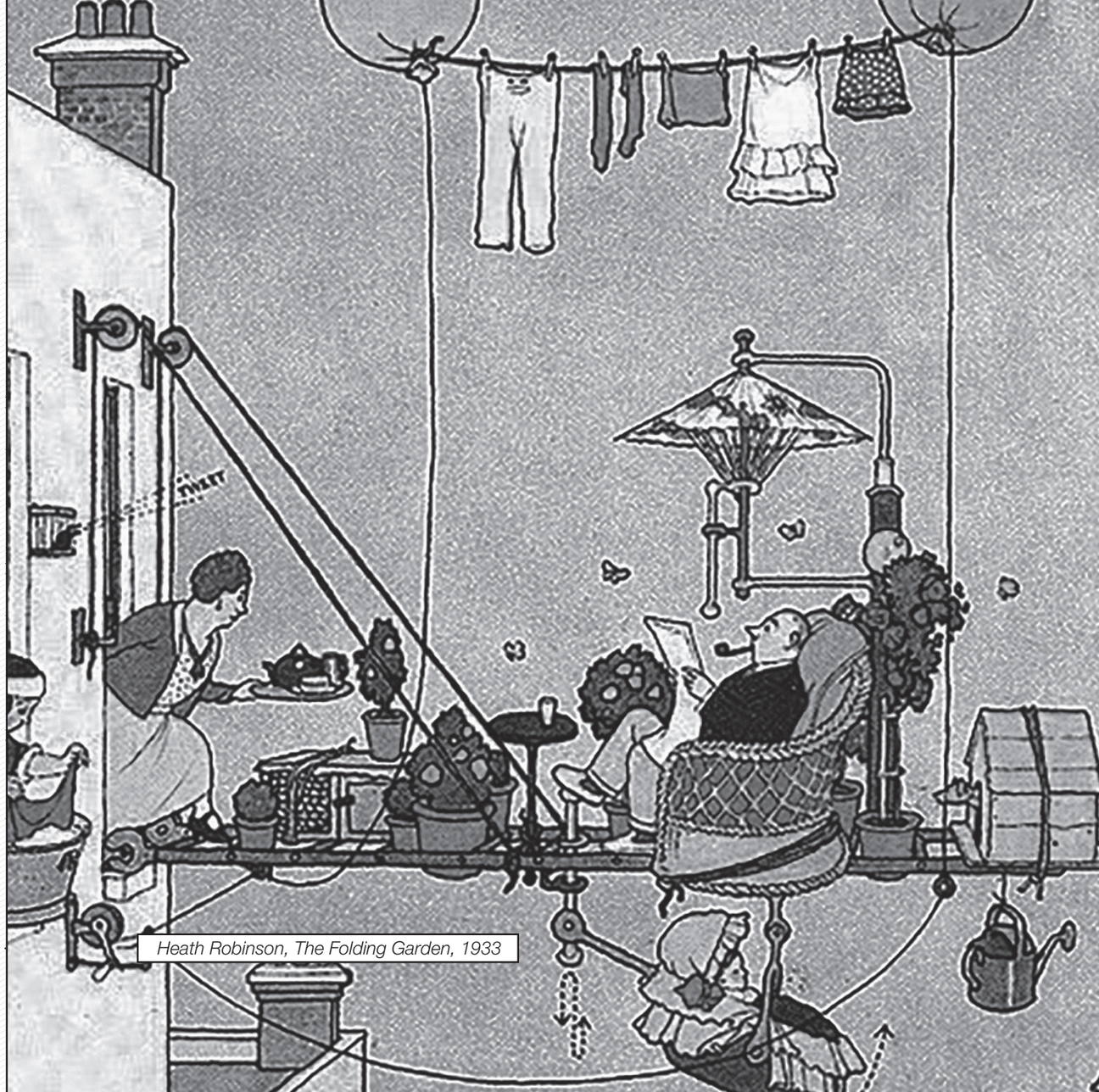
Dove si svolge la colazione?
Tavolo, letto, divano

Divano da esterni, Kartell Bubble Club 6050, Philippe Starck

Attirare lo sguardo
Insegne luminose

Foto di jason leung. Fonte unsplash





Heath Robinson, The Folding Garden, 1933

LUNGO DORA FIRENZE, TORINO

PRIMA

Spazio urbano sottoutilizzato, presenza di locali non valorizzati, il flusso di persone di passaggio non trova stimolo nel fermarsi. Immagine della città spoglia e sterile. Zona periferica non interessata da progetti di rinnovazione, necessità di metterne in luce le potenzialità.

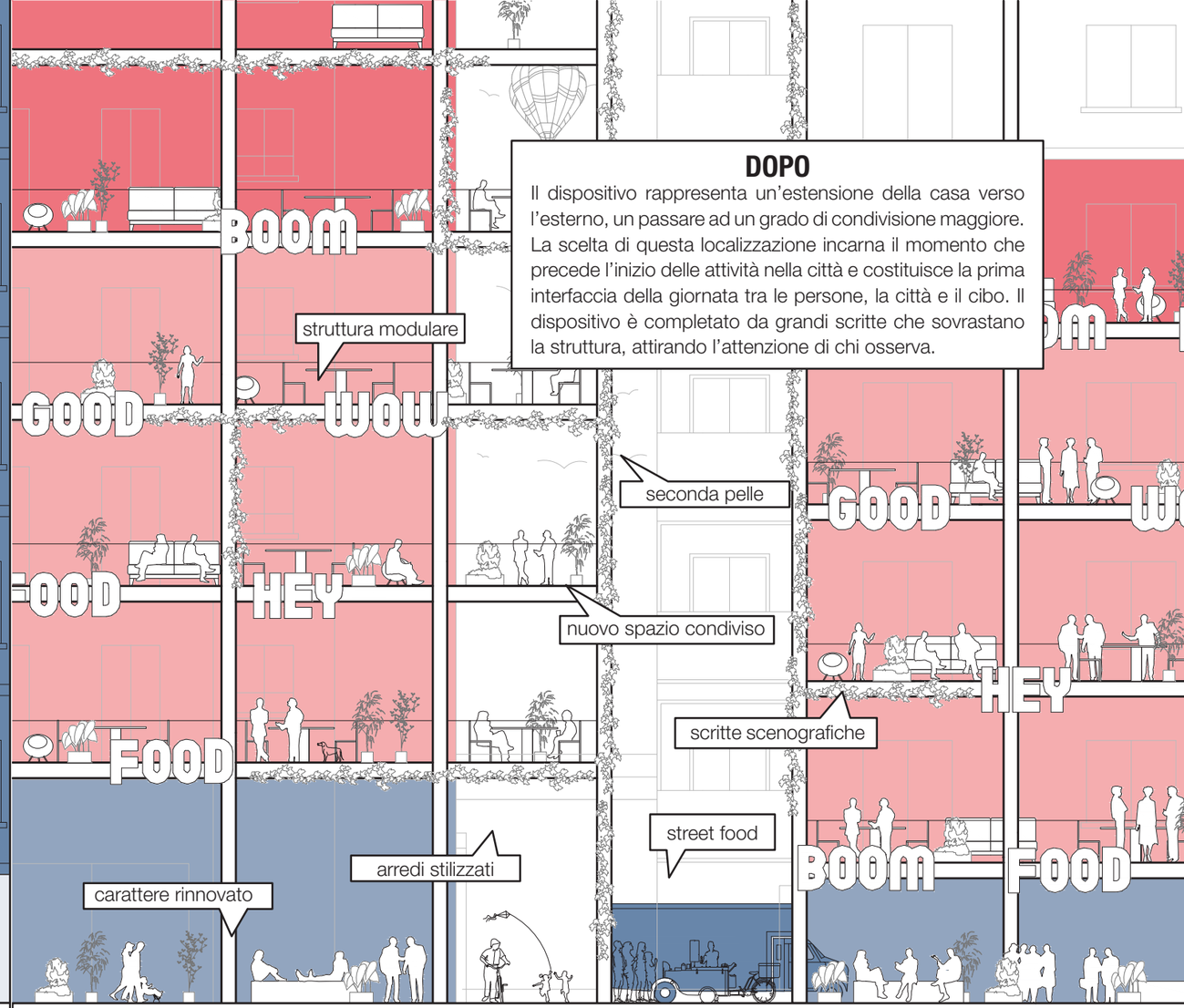
poco spazio aperto

facciata anonima

nessuna occasione di socializzazione

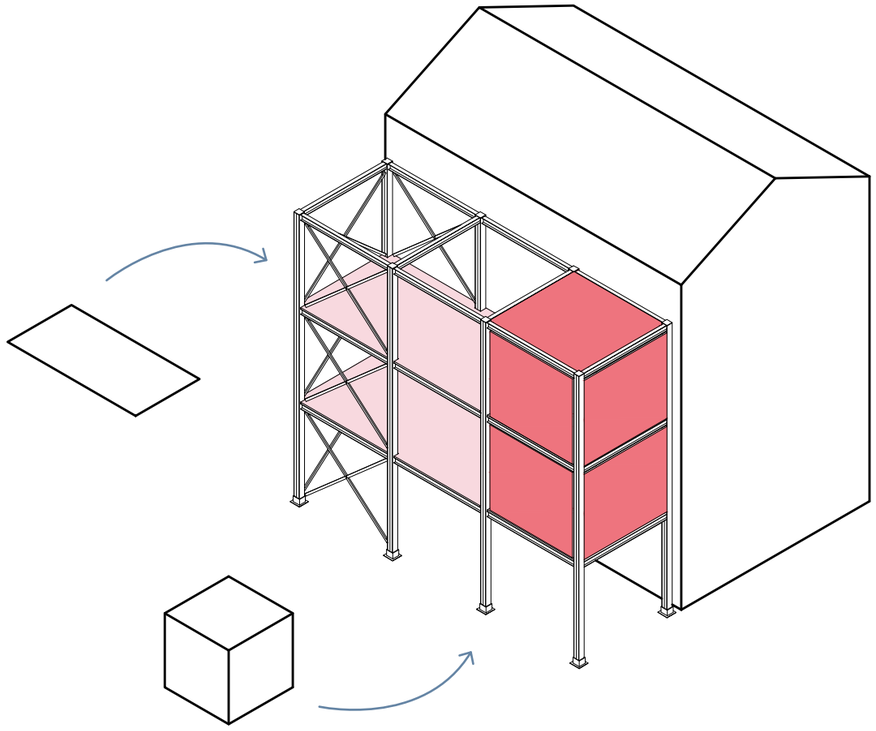
DOPO

Il dispositivo rappresenta un'estensione della casa verso l'esterno, un passare ad un grado di condivisione maggiore. La scelta di questa localizzazione incarna il momento che precede l'inizio delle attività nella città e costituisce la prima interfaccia della giornata tra le persone, la città e il cibo. Il dispositivo è completato da grandi scritte che sovrastano la struttura, attirando l'attenzione di chi osserva.



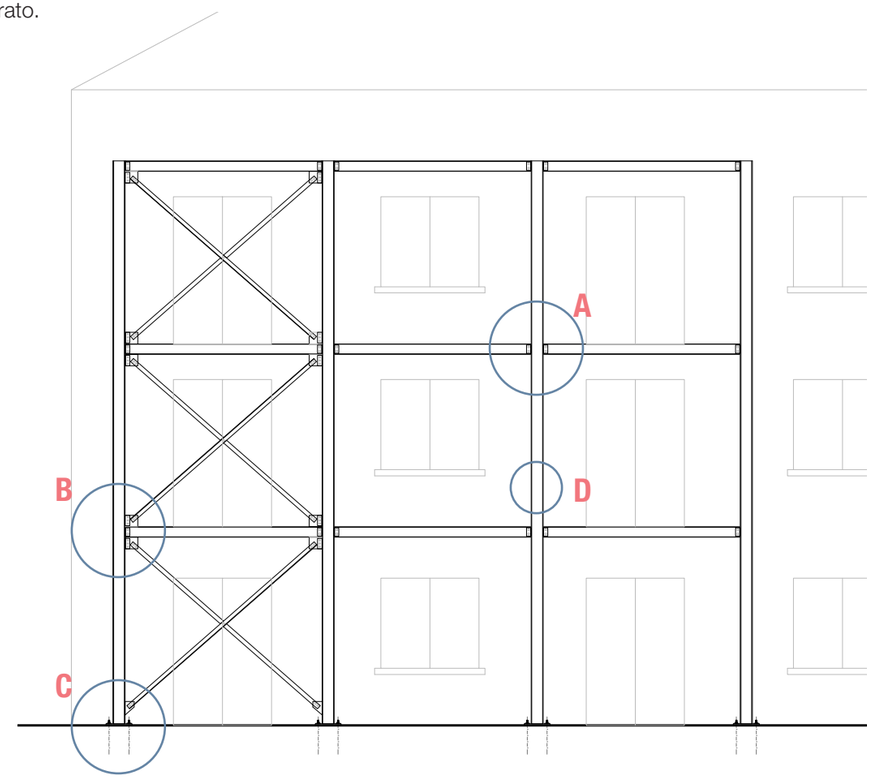
APPROFONDIMENTO TECNOLOGICO
TAMPONAMENTI

Soletta realizzata con lamiera grecata e pareti con pannelli in HPL connesse alla struttura con placche metalliche imbullonate (vedi approfondimento scheda B).



SOLUZIONE TECNOLOGICA

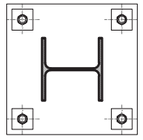
Scheletro metallico staticamente indipendente dall'edificio, con sistema di controventamento. Scarica dei carichi verticali sul terreno e di quelli orizzontali su controventi ed all'edificio retrostante ancorato.



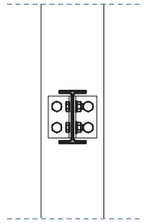
Proseptto scala 1:100

CONNESSIONI scala 1:20

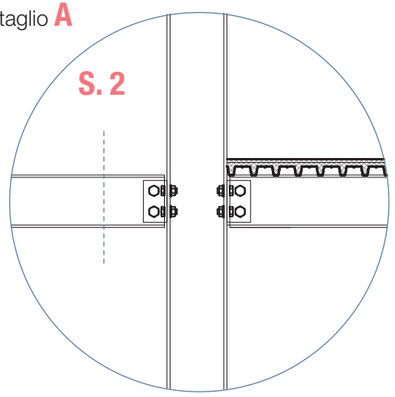
Sezione 1:
Attacco a terra



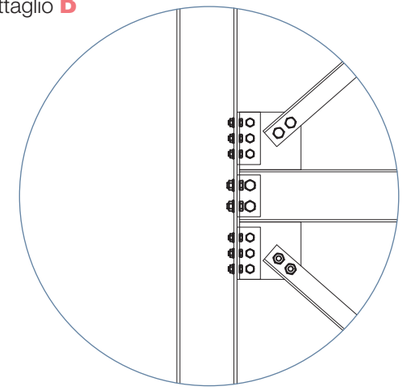
Sezione 2:
Nodo pilastro-solaio



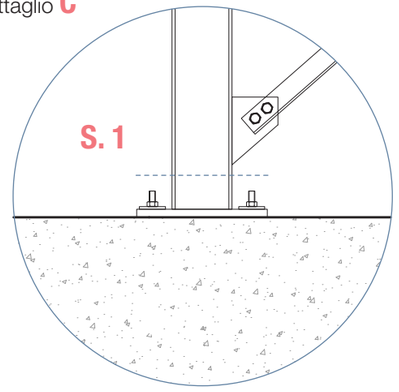
Dettaglio A



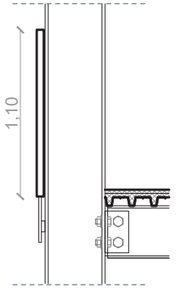
Dettaglio B



Dettaglio C



Dettaglio A:
Parapetto

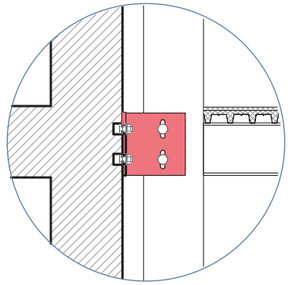


Collegamento con la facciata in calcestruzzo: Staffe SPH con fori asolati (ovalizzati) per compensare le irregolarità delle superfici e mantenere dei gradi di libertà per far fronte ai dislivelli e alle dilatazioni permettendo piccoli scorrimenti. Consentono regolazioni tridimensionali degli elementi di raccordo tra solaio e facciata.

MATERIALE STRUTTURA

della struttura: lo scheletro ha un'orditura portante in colonne in acciaio in profili laminati, le travi principali e secondarie sono in profili laminati aperti. I solai d'interpiano e la copertura sono in lamiera grecata collaborante tipo "hi-bond" 55 mm sp. 10/10 con getto collaborante per un'altezza complessiva di 100 mm. Sono previsti controventi di falda e di parete.

Dettaglio C:
Connesione all'edificio



Esempio di staffa SPH. Fonte: Fisheritalia.it

3.4.
Il valore aggiunto del progetto

3.4.1. Gli orari

Nonostante la crescente desincronizzazione dei tempi dei pasti nella vita urbana e la metastasi globale di alcuni tipi di modello alimentare, come quello americano essenzialmente basato sul cibo veloce e ipercalorico, gli orari dei pasti continuano a scandire, soprattutto nel sud dell'Europa, le diverse velocità nell'arco della giornata. Si tratta di un'attività sempre più presente in città, e in larga misura anche in strada che, a certe ore, può essere completamente definita da questo utilizzo. **Il ritmo nel succedersi delle diverse pause e la loro durata - e quindi anche il loro significato - ha subito varie oscillazioni nel corso della storia e secondo modelli diversi di cultura.** Al di là degli **orari** diurni, che sono al tempo stesso condizionati dallo schema di lavoro, è ancora possibile, in relazione all'ampio ventaglio di ramificazioni legate al fenomeno alimentare, riscontrare anche non poche differenze tra i diversi **giorni della settimana e dell'anno**. La città, ovviamente, non è la stessa in primavera, estate, autunno o inverno. D'altra parte, l'anno è anche pieno di diverse feste specifiche, che, in un modo o nell'altro, ruotano quasi sempre intorno a un certo tipo di cibo. Nei paesi cattolici, il Natale, la Quaresima, la Settimana Santa o la Pasqua servono ancora ad organizzare il nostro calendario, ma in una società sempre più laica ciò che è sopravvissuto sono le usanze alimentari che si sono tramandate. E non si possono dimenticare le differenze tra periodi di vacanza e periodi di lavoro, che imprimono, anche in relazione al cibo, dinamiche urbane nettamente differenziate.

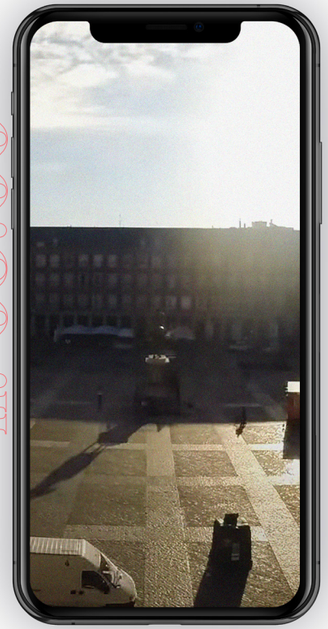
Con l'emergere di **nuovi stili di vita**, il consumatore assume atteggiamenti più critici e si interessa anche ai processi di produzione oltre che alla scelta del prodotto finale. A causa dell'abbondanza di cibo e ad un pluralismo culturale si sono diffuse nuove abitudini alimentari, **si mangia di più fuori casa**, da soli o nei luoghi più disparati, sembrano scomparse le norme rituali del passato, anche se in verità si sono semplicemente moltiplicate. L'omologazione degli orari di alimentazione avviene per diversi motivi, ma paradossalmente il meno influente di tutti è la necessità fisiologica di nutrirsi con frequenze scandite. Ovviamente tutti abbiamo bisogno di mangiare, ma ci sono opinioni diverse su quante volte al giorno e in quale quantità. Senza l'influenza degli orari stabiliti, la cosa normale sarebbe la comparsa di notevoli squilibri tra i momenti in cui le persone hanno fame. La maggior parte degli studi che sono stati fatti a questo proposito arrivano alla conclusione che **la "sincronizzazione alimentare" dell'essere umano ha più a che fare con questioni pratiche, organizzative, collaborative o culturali piuttosto che fisiologiche** (Ascher, 2005, p.64-67).

Lo stesso dispositivo può essere utilizzato per diversi scopi nell'arco della giornata. Se noi ci fermiamo per **24 ore** in una piazza e osserviamo quello che succede possiamo notare come la sua **immagine** cambia drasticamente in base alle attività che si svolgono. In genere le prime ore del mattino sono dedicate ai rifornimenti, si assiste ad una via vai di camion e scatoli che riforniscono i locali con il necessario per la giornata. Verso l'ora di pranzo lo spazio di riempie di dehors e tavoli per il pranzo e di conseguenza arrivano le prime folle che animano la piazza. Nel pomeriggio i flussi di persone sono variabili, verso l'ora dell'aperitivo più persone iniziano a sostare nella zona finché il sole inizia a calare e si accendono le luci della città, l'immagine muta verso i colori della notte.

Lo stesso luogo assume significati e immagini diverse con lo scorrere delle 24 ore e dei 365 giorni.

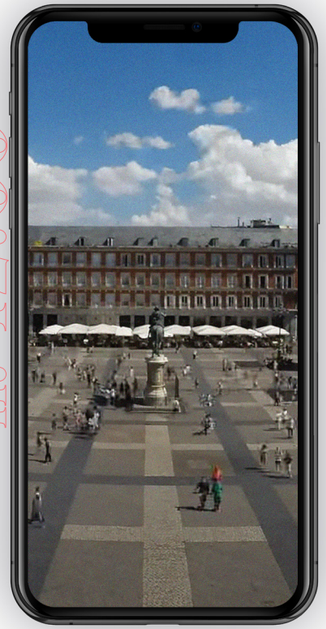
TIME LAPSE 24H, PLAZA MAYOR MADRID. *Video di Marco Valdés Díaz, fonte: Youtube*

h. 08:00



Arrivano i rifornimenti per i locali

h. 12:00



La piazza si riempie di dehors

h. 16:00

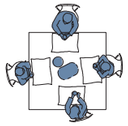
La piazza è piena di turisti di passaggio

h. 21:00

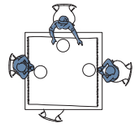
Si accendono le luci e inizia la movida

VARIAZIONE ORARIA DEL DISPOSITIVO CENA

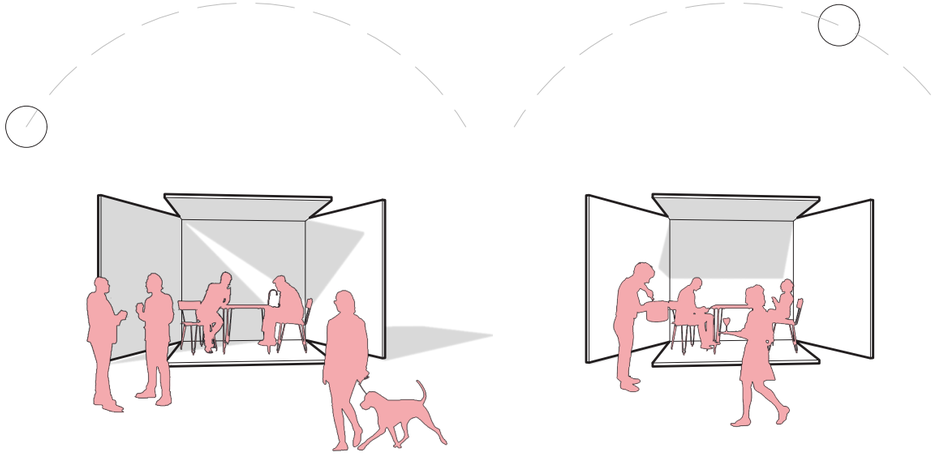
“Per lungo tempo, il consumo è stato visto come un’attività meramente razionale, legato all’attività economica con la conseguenza di escludere a priori la sua rilevanza sociale. Un’ottica sul consumo ben diversa da quella di oggi, dove si consuma sempre di più per differenziarsi, per esprimere il proprio essere, i propri valori, la propria visione del mondo e della società; oggi più che mai, nelle società complesse è chiaramente evidente un desiderio di partecipare”. (I. Kopytoff, 1986)



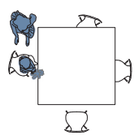
h. 08:00 breakfast



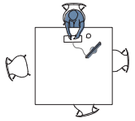
h. 12:00 lunch



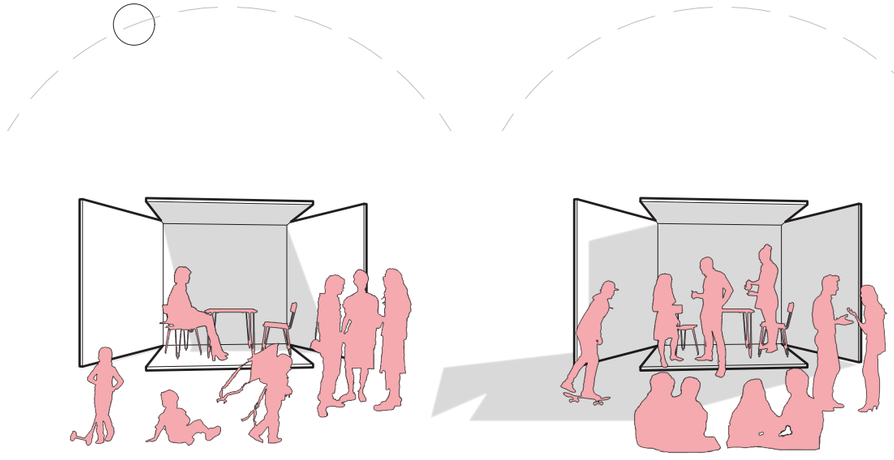
Perciò è particolarmente interessante analizzare i diversi scenari che si susseguono nel corso delle **24 h** in un luogo specifico della città. La nascita di nuovi spazi urbani specializzati nelle attività di consumo alimentare ha portato al mix di popolazioni suburbane, inghiottite dalla crescita delle città; popolazioni dei vecchi centri storici, oggi completamente ridisegnati come quartieri specializzati in una ristretta fascia di significati; e della fascia di cittadini flottanti, ovvero lavoratori e studenti, turisti di passaggio. Questa nuova combinazione di commensali attiva sempre di più la scansione del gioco degli spazi-tempi del cibo, alimentando **l’oscillazione periodica del panorama urbano.**



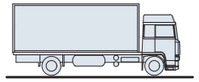
h. 16:00 working and performing



h. 21:00 relax and talking



VARIAZIONE ORARIA DEL DISPOSITIVO APERITIVO

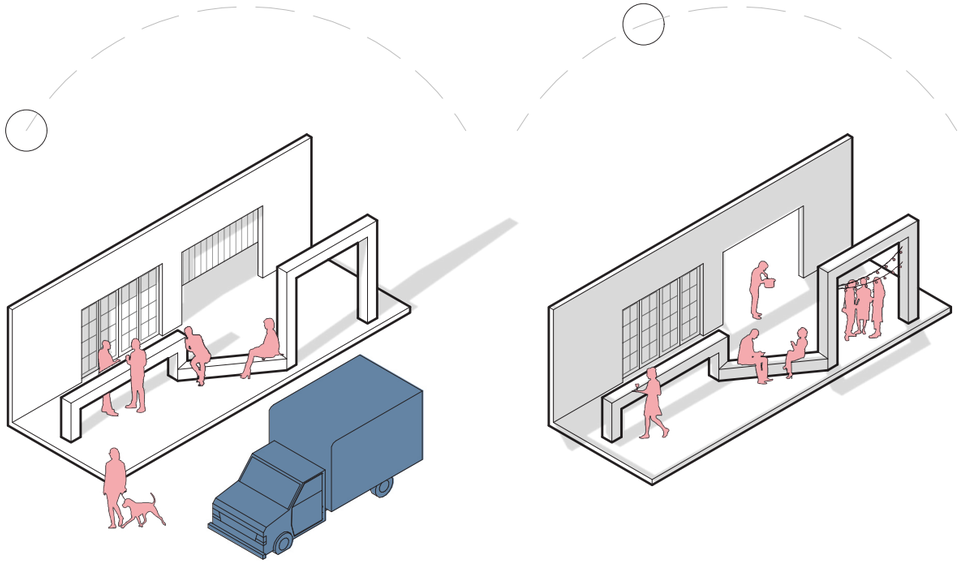


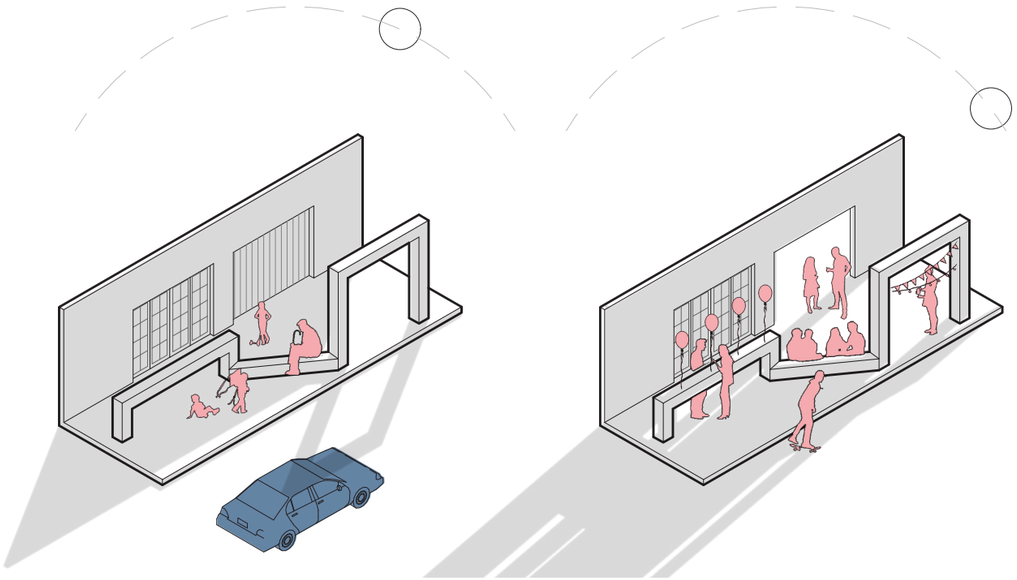
h. 08:00 breakfast

h. 12:00 lunch

h. 16:00 working and performing

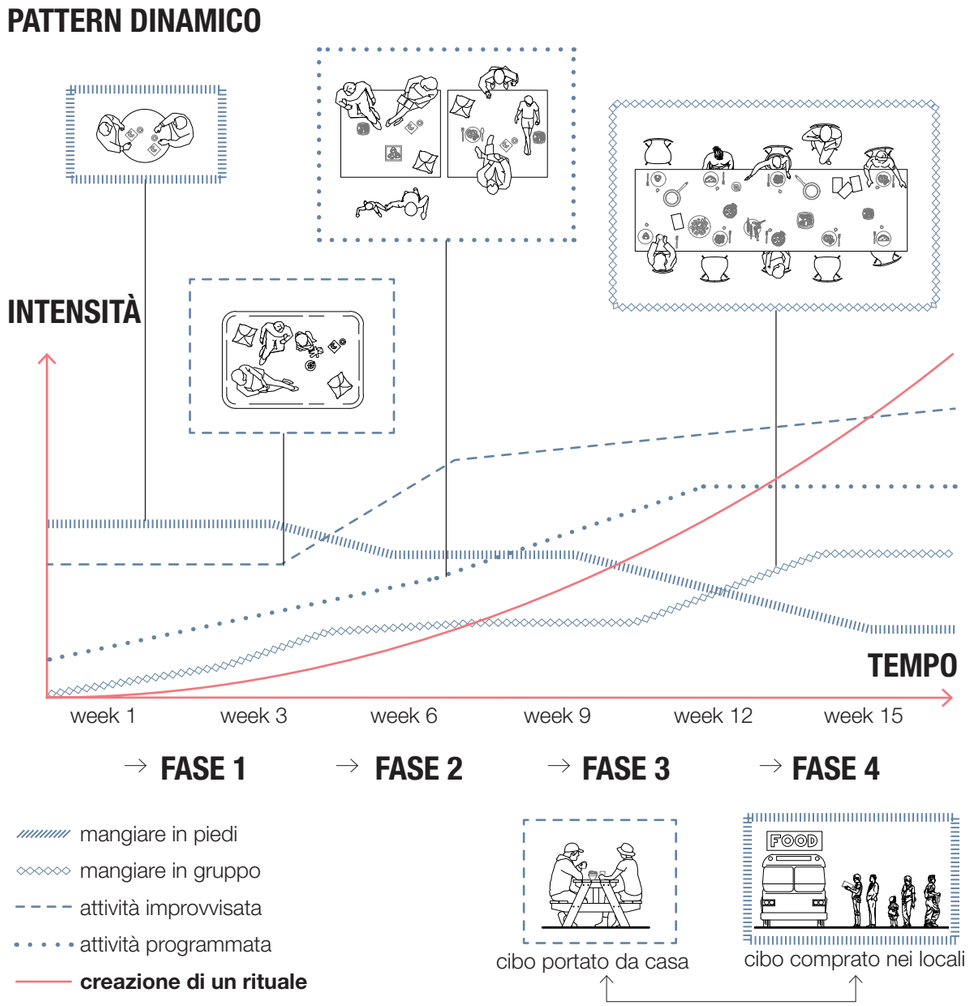
h. 21:00 relax and talking



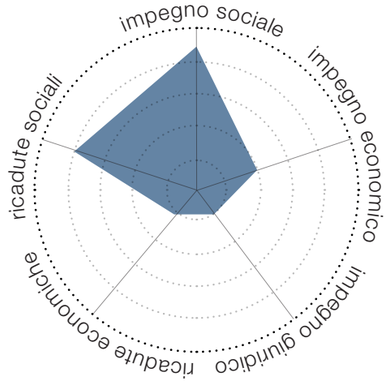


3.4.2. Gradiente di intensità, densificazione e stratificazione

Molti progetti di rigenerazione urbana si sono valsi della **strategia di stratificazione e densificazione di funzioni e significati per avviare il processo di trasformazione**. Un progetto che ha come **fine principale il miglioramento della qualità di vita del quartiere** ottiene facilmente l'approvazione e la **partecipazione** della popolazione, incrementando la percentuale di successo dell'intervento. Tuttavia, sappiamo che la vita del progetto dopo la sua realizzazione è difficilmente controllabile poiché influenzata da processi spontanei difficilmente controllabili e prevedibili dal progettista, è quindi fondamentale porre le migliori basi possibili per auspicare i risultati prefigurati. Renzo Piano, in un'intervista di Matteo Agnoletto per la rivista Espazium del 18-06-2020, afferma che gran parte delle periferie delle nostre città sono state costruite tra gli anni '50 e '80, pensando più agli edifici che allo spazio pubblico che oggi mostra le carenze di spazi di socializzazione. "*A fronte di questo atteggiamento, forse un progetto dal basso può servire a rivalutare queste aree, integrandole in un linguaggio nuovo che fonda l'architettura di un passato recente con quella contemporanea*". Quello della densità è un parametro urbanistico e geografico che vuole concretizzare dei fenomeni più complessi. I parametri di densificazione mettono in relazione le persone e lo spazio, gli oggetti e il territorio, perciò può essere un buon **indicatore per valutare gli effetti di un processo sui luoghi che viviamo**. Il problema dell'occupazione del suolo è centrale per lo sviluppo sostenibile, perciò è necessario lavorare sullo spazio già costruito per migliorarne l'uso, invece che espandersi occupando il suono naturale. I centri urbani sono inequivocabilmente le porzioni di città più dense e stratificate e anche le più funzionali, bisogna perciò attuare sulle periferie delle **strategie di densificazione, lavorando per strati e fasi.** Questa **contaminazione del tessuto urbano con dei dispositivi che si legano alle attività del mangiare** avvia un processo di stratificazione che rende gli spazi condivisi più attrattivi. **Stratificare significa anche mettere in relazione discipline e realtà diverse che convergono nella definizione dello spazio e della vita urbana.**



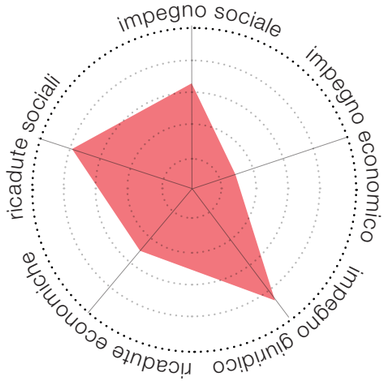
Fase 1: INSTALLAZIONE



PROGETTO TEMPORANEO

Il progetto parte con il posizionamento di un modulo base del dispositivo nell'area selezionata, l'obiettivo è di innescare un processo che mira a trasformare l'immagine dello spazio, sostituendo lo stato di sottoutilizzo con un nuovo spazio di socializzazione. Le caratteristiche negative dello spazio, che ne hanno determinato la scelta, racchiudono il potenziale di trasformazione. Le sue caratteristiche di semplicità di montaggio e sostenibilità dei costi permettono di partire da una fase sperimentale di osservazione, rendendolo un progetto temporaneo, nel caso in cui non si verifichi il processo ambito nel tempo il dispositivo può diventare permanente.

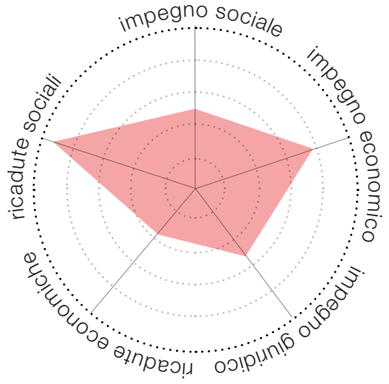
Fase 2: MONITORARE L'UTILIZZO



PROGETTO PARTECIPATO

Le persone saranno attirate dal nuovo utilizzo dello spazio, che fino a quel momento era sterile e non funzionale, inizieranno a sperimentare i diversi modi di mangiare in città e anche le attività preesistenti ne ricaveranno beneficio. Il dispositivo si compone di materiale semplici, le strutture sono facilmente costruibili grazie a tecnologie basilari. Questo permette di progettare in maniera flessibile e a basso impatto economico. Il coinvolgimento della comunità sarà decisivo per constatare l'efficienza del progetto, se le persone si identificheranno nella nuova dimensione spaziale si manifesterà l'esternalità positiva dell'intervento con un grosso impatto sul tessuto sociale della città, e di conseguenza anche sulla sua immagine.

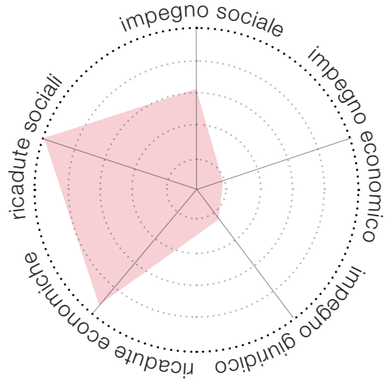
Fase 3: INCREMENTO



PROGETTO MODULARE

La percezione dello spazio è data dagli elementi del rituale ma l'adesione alle esigenze variabili dei partecipanti e del luogo sarà data dal carattere modulare delle parti che lo compongono. Ogni elemento ha forma e dimensione standardizzate, in modo tale da poter essere accostato ad altre unità. Tale aspetto permette anche di poter posizionare il dispositivo in punti diversi della città senza dover riprogettare ogni componente. Le stesse caratteristiche permettono di implementare la dimensione dell'installazione nel caso in cui le prime fasi abbiano riscontato successo e si manifesti la possibilità di implementare il progetto.

Fase 4: MODIFICAZIONE SPAZIALE



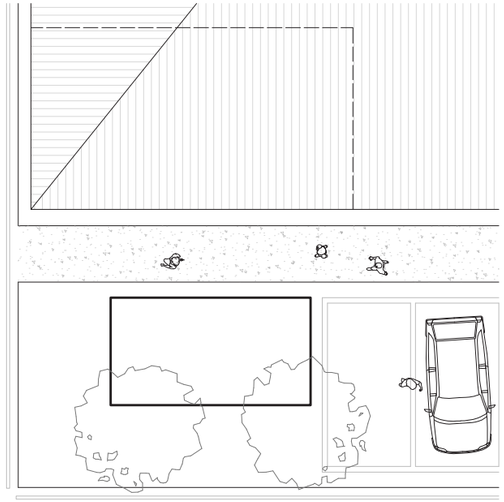
PROGETTO ITINERANTE

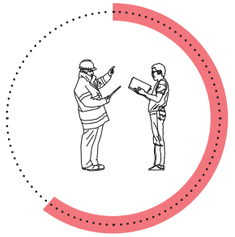
Se il progetto innesca il processo di trasformazione delineato verrà accettato dalla comunità, la sua presenza diventerà parte integrante dello spazio pubblico e componente identitaria delle attività urbane e sociali. La modificazione spaziale avvenuta diverrà permanente e il successo del progetto porterà a occasioni di applicazione del dispositivo in altri luoghi. Lo stesso dispositivo può essere collocato in punti differenti della città e del mondo. Le sue caratteristiche modulari lo rendono un progetto itinerante che vuole dimostrare come un input predeterminato può generare diverse forme di trasformazione, se basato su un comportamento sociale che lega tutte le culture, il cibo.

VARIAZIONE TEMPORALE DEL DISPOSITIVO PIC NIC

Fase 1: Installazione

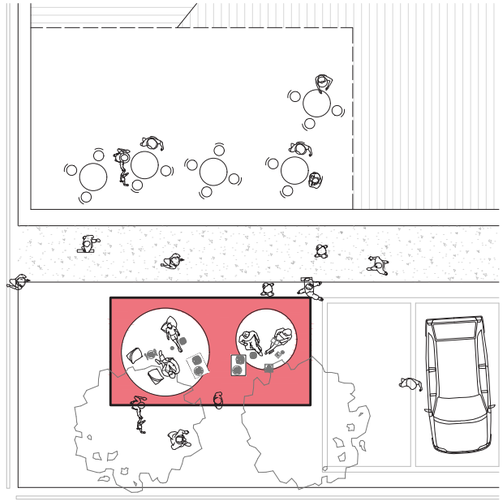
↓

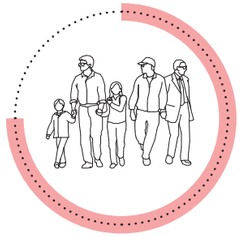




Fase 2: Monitorare l'utilizzo

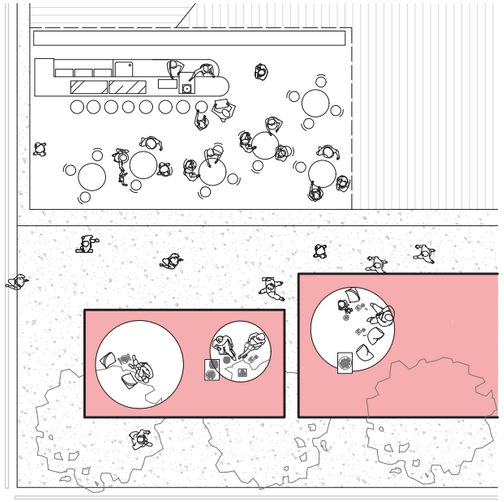
↓

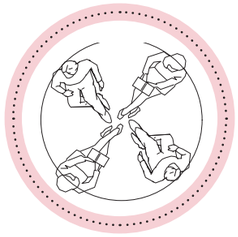




Fase 3: Crescita

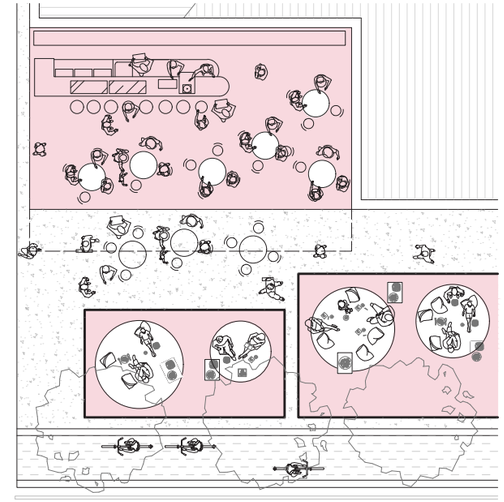
↓



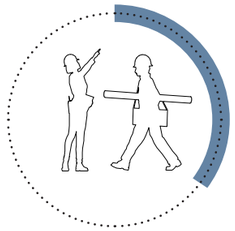


Fase 4: Modificazione spaziale

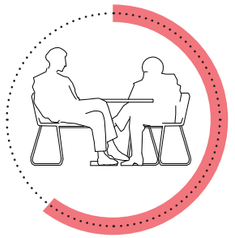
↓



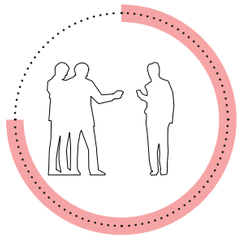
VARIAZIONE TEMPORALE DEL DISPOSITIVO COLAZIONE



Fase 1: Installazione

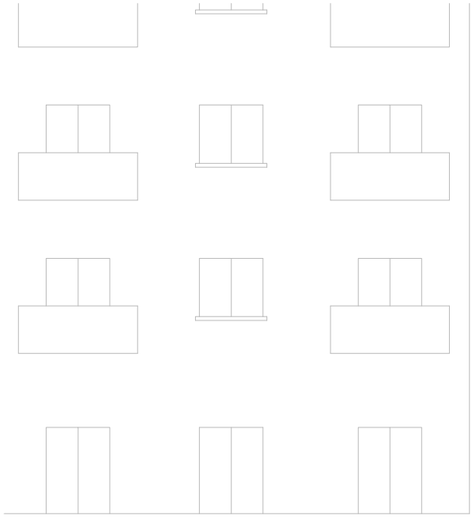


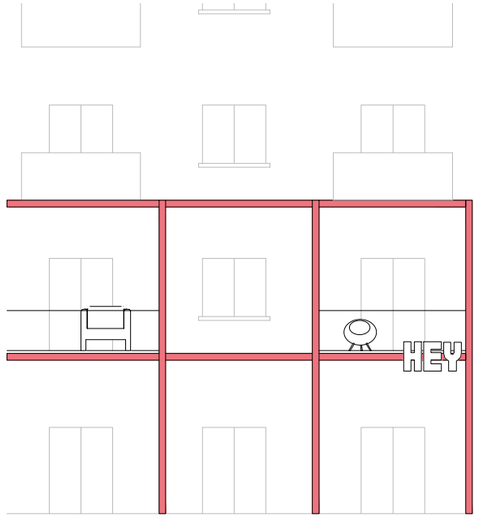
Fase 2: Monitorare l'utilizzo

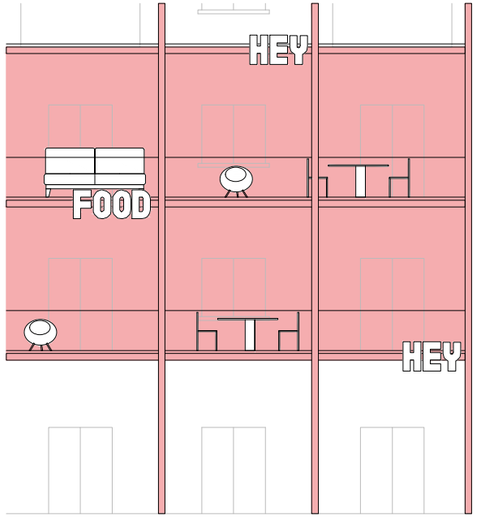


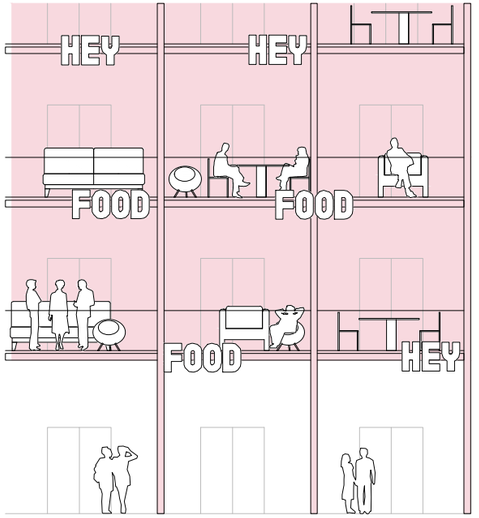
Fase 3: Crescita

Fase 4: Modificazione spaziale









3.4.3. Nuovi scenari in tempi di pandemia

A. ESTENSIONE DELLA CONCESSIONE DELL'UTILIZZO DEL SUOLO PUBBLICO

In questo periodo storico segnato da una pandemia causata dal virus covid19 si sono dovuti riadattare gli spazi dedicati al commercio a causa delle nuove esigenze di prevenzione sanitaria. Ciò che ha maggiormente influito sulle attività è stata l'imposizione di un distanziamento minimo tra i tavoli dei locali per il consumo alimentare. La proposta governativa è stata quella di estendere la concessione di utilizzo del suolo pubblico adiacente alle attività e le giunte comunali hanno sospeso il pagamento della tassa per il suolo pubblico (tosap). Questa ordinanza fa riferimento alle "occupazioni temporanee con dehors di cui all'art.44 Del regolamento n. 257 Cosap (dehors continuativi e stagionali) e per le occupazioni permanenti con chioschi di somministrazione e padiglioni ad uso ristoro" (http://www.Comune.Torino.It). Tale estensione è stata concessa anche alle attività economiche per esporre le loro merci.
Queste concessioni sono entrate in vigore già nella primavera del 2020 e la proroga è prevista fino al fino al 30 aprile 2021, anche se si parla già di un'estensione a tutto l'anno. Questa iniziativa ha portato un cambiamento nell'immagine delle strade, soprattutto in quei quartieri popolati da numerosi bar e ristoranti. I nuovi spazi all'aperto, estensione delle pertinenze interne dei locali, sono stati ricavati su marciapiedi e stalli di parcheggio, talvolta su piazze e aiuole. I locali si sono attrezzati con strutture più o meno complesse, **il progetto di tesi si instaura come proposta vincente per la regolazione di questa trasformazione urbana in atto. I dispositivi precedentemente illustrati possono essere una proposta per spazializzare le nuove potenzialità del mangiare in strada.**

Via Pietro Micca Torino, tavoli e sedie posizionati sotto un portico. Agosto 2020, foto di Federica Carrero

delivery

B. NUOVA CONSAPEVOLEZZA DELL'IMPORTANZA DEL CIBO COME MOMENTO DI SOCIALIZZAZIONE E DEL SUO IMPATTO SULLA VITA IN CITTÀ

La pandemia e lo stato di lock down hanno avuto grandi ripercussioni sul tessuto economico e sociale delle nostre città, lo smart working svuota il centro e ripopola le periferie. I bar e ristoranti costretti alla chiusura si sono dovuti reinventare puntando su delivery e take away. Questa inversione nelle abitudini alimentari dei cittadini ha portato allo svuotamento dei locali nel centro città, in assenza di pranzi di lavoro e movida, facendo riscoprire la vita di quartiere. L'aumento dell'e-commerce ha stabilito una nuova relazione tra il consumatore e i produttori, portando sempre di più pezzi della città all'interno delle case. Questi nuovi flussi di interazione hanno mutato l'immagine della città e il nostro rapporto con il cibo, i centri città non sono più punto nevralgico della socializzazione e il cibo si è riscoperto come pilastro portante della condivisione.

Torino svuotata dal lock down. Foto di Corrado Prever.

distance

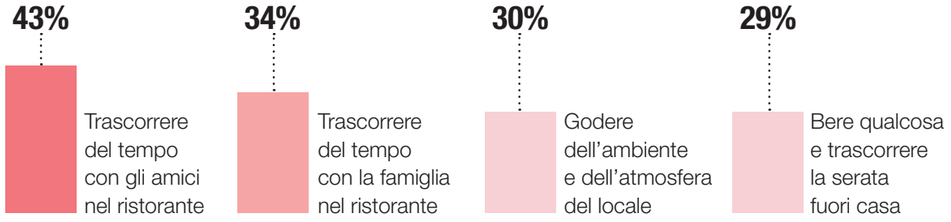
C. NECESSITÀ DI DISTANZIAMENTO

Ciò che impone maggiormente la necessita di adeguare i luoghi delle attività sociale è il distanziamento. Per prevenire il contagio abbiamo ormai assodato che è fondamentale mantenere una determinata distanza dalle altre persone. Perciò uno degli aspetti alla base del progetto di tesi è la progettazione per moduli. Potrebbe apparire contrastante l'obiettivo si stimolare la socializzazione e la condizione dei pasti e il rispetto di queste norme, ma con un progetto sulla misura dei rituali è possibile garantire lo svolgimento di tali attività mantenendo la giusta distanza.

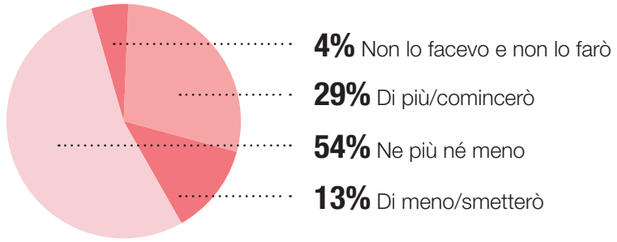
Pareti per il distranziamento tra i tavoli di un ristorante. Foto di Noam Galai

D. SCENARIO POST PANDEMIA

DIVERSE LE MOTIVAZIONI PER RITORNARE A MANGIARE FUORI CASA
(cosa ti manca in particolare del mangiare fuori casa?, % rispondenti)



GLI ITALIANI PRONTI A RICOMINCIARE
(nel 2021 - rispetto al 2019 - come cambierà la frequenza con cui assumerà i seguenti comportamenti in ristoranti, bar e pub?, % rispondenti)

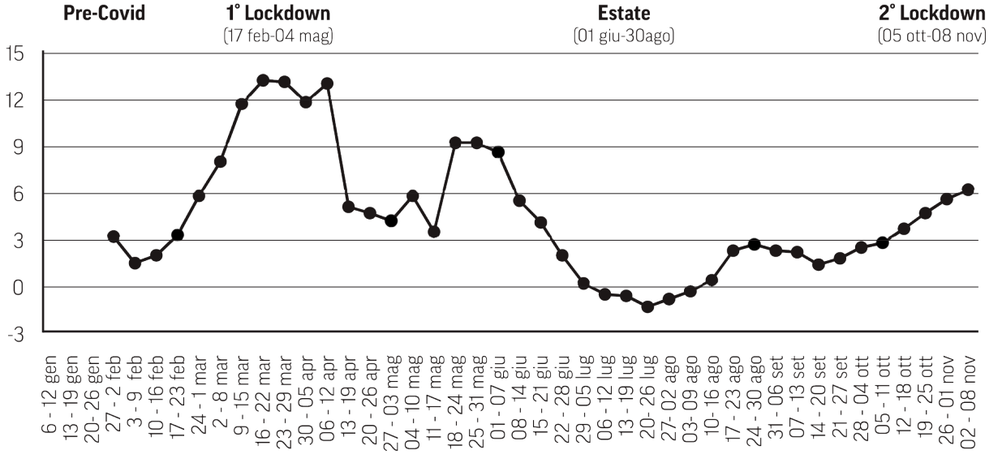


4% Non lo facevo e non lo farò
29% Di più/comincerò
54% Ne più né meno
13% Di meno/smetterò

1 SU 2
gli italiani che una volta rientrata l'emergenza sanitaria aumenteranno gli acquisti di food locale rispetto al pre-covid

Fonte: Nomisma per Ufficio Studi Coop "Italia 2021 il Next normal degli Italiani" Consumer Survey, Dic 2020

CRESCE IL CARRELLO DURANTE I PERIODI DI CHIUSURA
(vendite a valore a rete costante, totale negozio, totale italia i+s+ls+dis+spec, var % 2020 vs 2019 – media mobile, 5 settimane)



Fonte: Nielsen, Novembre 2020

3.4.4. Chi potrebbe interessarsi al progetto?

Analizzando gli scenari di possibile applicazione del progetto ho individuato alcune categorie che potrebbero essere gli attori interessati al progetto, sono figure legate al mondo del food e piè in generale degli aspetti di socializzazione all'interno della città.

COOPERATIVE SOCIALI E ASSOCIAZIONI DI CITTADINI

• TORINOSTRATOSFERICA
https://torinostratosferica.it/

"Un progetto collettivo di city imaging per costruire un potente racconto per immagini, che esalti il potenziale della città"

È un'iniziativa indipendente che ha l'obiettivo di mostrare scenari originali di possibile trasformazione sul territorio di Torino, è un progetto collettivo di city imaging che si pone l'obiettivo di migliorare la vita urbana. La collaborazione che potrebbe nascere si basa sulla proposta di uno scenario di rigenerazione di spazi urbani sottoutilizzati attraverso i rituali del cibo, che come ampiamente dibattuto abbia constatato essere motore principale della socializzazione.

• PLAY WITH FOOD
http://www.playwithfood.it/chi-siamo/

"Lo scopo dell'Associazione è promuovere socialità e partecipazione, realizzando attività di promozione sociale, ricreativa e culturale, e servizi; in particolare, promuovere il valore culturale e relazionale del cibo".

È un festival nato nel 2010 che organizza performance legate al cibo, la proposta è quella di invitare artisti ad utilizzare i dispositivi progettati per interagire con i rituali del cibo e stimolare i momenti di incontro e condivisione.

• BENCHES COLLECTIVE
https://www.bankjescollectief.nl/en/

"Insieme trasformiamo lo spazio pubblico in un luogo di incontro per tutti. Il più grande caffè all'aperto del mondo è costituito da panchine "aperte" sul marciapiede davanti alle case, nel parco o in una piazza cittadina."

Si tratta di un'iniziativa che raggruppa soggetti privati che mettono a disposizione temporaneamente il loro spazio all'aperto per organizzare momenti di socializzazione basati sul cibo. L'idea è proporre l'installazione dei dispositivi di progetto come base di supporto per l'evento, per sperimentarne l'utilizzo e dimostrarne le potenzialità.

AMMINISTRAZIONI PUBBLICHE

• BIENNALE DELLO SPAZIO PUBBLICO
http://www.biennalespaziopubblico.it/

"è un appuntamento biennale per il confronto e la divulgazione delle attività di ricerca e delle azioni svolte sui temi degli spazi pubblici urbani, struttura e cuore delle nostre città, delle quali esprimono i valori di civiltà, di inclusione e di partecipazione".

PRIVATI E ASSOCIAZIONI DEI COMMERCIANTI

• BAR E RISTORANTI

Il progetto può essere proposto come disegno degli spazi di pertinenza degli esercizi di somministrazione di alimenti e bevande, lo scenario che si andrebbe a creare incrementerebbe l'interesse delle persone a recarsi in questo luogo e di conseguenza l'attività del locale.w

• COMPETIZIONI DI ARCHITETTURA

VISTA FINALE
BORGO AURORA, TORINO
Questa assonometria finale vuole mostrare uno scenario ipotetico di densificazione del progetto concentrata su una porzione di quartiere, protagonista di un processo attivo di rigenerazione urbana, veicolata dalle attività di consumo alimentare.

Conclusioni

1 LA DIMENSIONE FISICA E SOCIALE DEL CIBO NELLE SUE DIVERSE SCALE, LE INNOVAZIONI ALIMENTARI IN CASA E IN CITTÀ COME SPECCHIO DELL'EVOLUZIONE DELLA SOCIETÀ

Tutta questa attenzione per il cibo ha conferito all'atto del mangiare un valore di partecipazione che trascende dal suo carattere iniziale di esigenza fisionomica e in seguito di identità comunitaria. Nel corso della storia le innovazioni introdotte nella sfera alimentare si sono rispecchiate nell'evoluzione della società, basti pensare all'introduzione degli elettrodomestici e ai cambiamenti nella progettazione della cucina. La distribuzione dei negozi alimentari e dei ristoranti segue e influenza a sua volta gli usi dello spazio e le complesse reti distributive della città. Il cibo continua ad essere elemento identitario e interconnesso a sistemi più ampi e implica l'instaurazione di un rapporto sempre più complesso tra le nozioni di urbano e domestico, individualità e collettività. La casa si sta aprendo sempre di più alla città e la città sta assumendo connotati più intimi. Le norme di comportamento a tavola sono chiave di lettura dei rapporti sociali tra le persone, fin dall'antichità hanno rispecchiato le gerarchie sociali dei popoli.

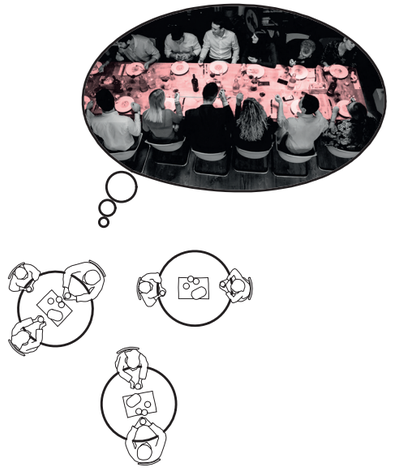
2 INFLUENZA DELLO STILE DI VITA ALIMENTARE SULLA TRASFORMAZIONE DELLA CITTÀ, CIBO COME STRUMENTO DI PROGETTAZIONE

Il cibo riguarda le reti di elementi che collegati insieme formano qualcosa di più della somma delle loro parti. Che ci preoccupiamo o meno del cibo, le conseguenze del modo in cui mangiamo hanno esternalità importanti. Qualunque sia la dimensione e la forma della città in cui viviamo, possiamo usare il cibo come strumento di progettazione fisica e sociale, andando ad agire direttamente sul nostro modo di abitare. Possiamo scegliere quale cibo comprare, dove e da chi, dove mangiamo e quando, con chi mangiamo e come. Tutte queste scelte influenzano i luoghi in cui viviamo, dal loro aspetto fisico fino al tessuto sociale che ne regola la vita quotidiana. Se vogliamo un'esistenza urbana ricca e varia, dobbiamo abbracciare il cibo nella sua totalità. Quindi, se dovessimo progettare una città attraverso il cibo, come potrebbe essere? **Il cibo inteso come strumento di progettazione può essere definito come un cibo urbano.** Una città dovrebbe avere forti legami con il suo entroterra locale attraverso una rete alimentare strutturata, con mercati attivi, negozi con prodotti locali e un forte senso di identità alimentare. Le sue case sarebbero costruite con cucine ampie e confortevoli, ci sarebbero orti di quartiere su tetti e terrazze, le strade sarebbe popolate di spazi dedicati al consumo condiviso dei pasti. Soprattutto, la città riconoscerebbe il cibo come strumento di socializzazione, usandolo per riunire le persone e per innescare processi di condivisione, portando benefici fisici e sociali ai quartieri. La città contemporanea sarebbe così, come in fondo lo è sempre stata in passato, plasmata dal cibo, semplicemente ne avremmo più **consapevolezza** potendo controllare e riconoscere i processi a favore del successo della progettazione.

3 TRASPOSIZIONE DELL'IMMAGINE DEL RITUALE - QUALSIASI LUOGO PUÒ DIVENTARE UNA SALA DA PRANZO

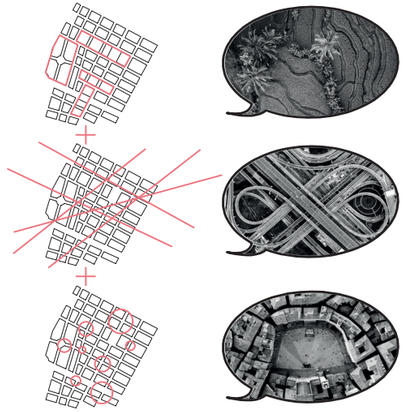
Questo progetto mira a dimostrare che, con la collocazione di determinati elementi spaziali nella città, qualsiasi luogo può diventare una sala da pranzo. L'introduzione di questi elementi, che richiamano alla mente un'immagine domestica, innesca dei processi che attirano l'interesse delle persone a sostare e mangiare in un luogo, mutando l'immagine e il significato di esso. Nella città contemporanea, con i suoi ritmi frenetici, mangiamo sempre di più in strada, l'atto condiviso del mangiare lascia l'immagine antica esclusiva della casa per traslare alla città, dando vita a situazioni urbane nuove che generano forme di socializzazione e appropriazione. I nuovi rituali del cibo sono vari quanto i gruppi sociali che vi partecipano. Possiamo ritrovare l'origine di questo processo nell'introduzione nella storia della città moderna del ristorante, si proiettò in tutta la città il modello domestico della sala da pranzo, si portò così in strada l'atto del mangiare.
Non si tratta solo di costruire nuovi spazi, ma di evidenziare e spazializzare processi intrinsechi alla nostra vita urbana legata al cibo. **In questo senso il progetto non è solo motore di cambiamento ma anche chiave di lettura delle complesse relazioni tra i dispositivi urbani già esistenti e dei processi** che da sempre hanno avuto una grande influenza sulla città.

4 ROTTURA DEI CONFINI TRA SPAZIO PRIVATO-CONDIVISO-PUBBLICO



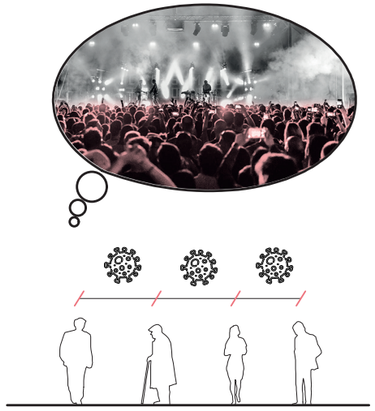
Questo percorso di ricerca vuole sottolineare l'idea che è controproducente non considerare il rapporto tra casa e città nella progettazione architettonica a tutte le scale. La cucina è il punto di partenza e di destinazione finale del progetto urbano, riferendosi a questo spazio allo stesso tempo come posto di comando della casa e principale collegamento con la città. Lo studio del fenomeno urbano del cibo, però, invita a intendere la casa come entità incompleta se non vista attraverso prospettive multidisciplinari. L'Unité d'Habitation, La grande eredità del maestro svizzero nella tipologia multi-residenziale, era pensata affinché i suoi abitanti potessero vivere in modo relativamente autonomo in una vasta città-giardino, difatti era pensata per contenere un programma comunitario volto a promuovere l'attività sociale e commerciale dei suoi abitanti. Le Corbusier non poteva immaginare che la città post-industriale finisse per essere, in un futuro non troppo lontano, fondamentalmente un nucleo di servizi. Negli ultimi decenni la città non è più stata conformata per un determinato modello di nucleo famigliare e un unico stile di vita, ma presenta l'opportunità di vivere secondo forme eclettiche, non più standardizzate dai canoni tradizionali. La strada, in certi luoghi, può essere vista sempre più come parte della propria casa, ciò significa che in questi casi diventerebbe sempre più difficile parlare di pubblico e privato. Il progetto si innesta come spazio di condivisione che mette in discussione il confine tra privato e pubblico, generando nuove relazioni tra gli spazi esistenti. **I dispositivi di progetto vanno a lavorare sul programma delle città**, introducendo nuovi spazi per mangiare insieme, in strada si vanno a **rompere quei confini rigidi che distinguevano e separavano gli usi in base alla proprietà, introducendo la forma ibrida della condivisione.**

5 DENSIFICAZIONE DEGLI USI, STRATIFICAZIONE DI SIGNIFICATI E INCREMENTO DELLO SPAZIO DI CONDIVISIONE



Molti progetti di rigenerazione urbana si sono valsi della strategia di stratificazione e densificazione di funzioni e significati per avviare il processo di trasformazione. Un progetto che ha come fine principale il miglioramento della qualità di vita del quartiere ottiene facilmente l'approvazione e la partecipazione della popolazione, incrementando la percentuale di successo dell'intervento. Tuttavia, sappiamo che la vita del progetto dopo la sua realizzazione non è del tutto prevedibile poiché influenzata da processi spontanei difficilmente controllabili dal progettista, è quindi fondamentale porre le migliori basi per auspicare i risultati sperati. Quello della densità è un parametro urbanistico e geografico che vuole concretizzare dei fenomeni più complessi. I parametri di densificazione possono mettere in relazione le persone e lo spazio, gli oggetti e il territorio, perciò può essere un buon indicatore per valutare gli effetti di un processo sui luoghi che viviamo. Il problema dell'occupazione del suolo è centrale per lo sviluppo sostenibile, perciò è necessario lavorare sullo spazio già costruito per migliorarne l'uso, invece che espandersi occupando il suono naturale. I centri urbani sono inequivocabilmente le porzioni di città più dense e stratificate e anche le più funzionali, bisogna perciò attuare sulle periferie delle strategie di densificazione, lavorando sull'integrazione e l'ibridazione funzionale. **Stratificare significa anche mettere in relazione discipline e realtà diverse che convergono nella definizione dello spazio e della vita urbana.**

6 ATTUALITÀ: ESIGENZE IN PANDEMIA, IL RUOLO DEL CIBO NEI PROCESSI IN ATTO, ASSOCIAZIONI INTERESSATE



Il periodo storico in cui viviamo e le vicissitudini che incorrono devono essere inevitabilmente prese in considerazione dal progettista. L'architetto si occupa di progettare lo spazio in funzione dell'utilizzo che ne fanno le persone, perciò **i fatti che segnano la vita quotidiana della città influenzano direttamente il progetto.** Nel 2020 è stata dichiarata una pandemia mondiale che ha stravolto il nostro modo di vivere e socializzare. Le disposizioni di distanziamento hanno avviato una serie di adattamenti che hanno mutato l'immagine della città, le strade svuotate dal traffico si sono popolate di fattorini del cibo, i centri città si sono spenti lasciando la scena alla vita di vicinato, le attività economiche si sono dovute ripensare riadattando i loro rituali e spazi. In questo scenario abbiamo riscoperto l'importanza del condividere una cena con gli amici, al primo lockdown i supermercati sono stati presi d'assalto e abbiamo desiderato come non mai andare a prendere un caffè al bar. Certamente questa fase arriverà ad una fine, ma **quali tracce lascerà** sul nostro stile di vita? Quali segni fisici e sociali saranno permanenti sulla città? Svolgere una tesi in questo particolare periodo storico ci porta a figurarci i possibili scenari, perciò questo progetto ha tenuto conto di alcune implicazioni che potrebbero influenzare il nostro modo di progettare, e il cibo rimane sempre centrale nelle riflessioni urbane.

L'interesse delle possibili committenze include qualità di sostenibilità e riuscita dell'intervento, perciò è fondamentale pensare a come le persone vivono lo spazio e a quali attività possono svolgere, i rituali legati al cibo occupano in media tre ore della nostra giornata, questo porta ad avere un grosso interesse di investimento e un'ampia riflessione sulla città.

Bibliografia completa

LIBRI

- Appleyard, Donald. Livable Streets, University of California Pr, 1982
- Ascher, François. Le Mangeur Hypermoderne, Odile Jacob, 2005
- Bauman, Zygmunt. Consumo, dunque sono, Laterza, Roma-Bari, 2010, pp. 66-102
- Beecher Catherine E. e Beecher Stowe Harriet. The American Woman's Home or Principles of Domestic Science, 1869, New York, p. 33
- Benvenuty, L. La Boquería se transforma en un gigantesco 'take away'. Redazione online El país (8/2016)
- Blythman, Joanna. Shopped: The Shocking Power of British Supermarkets, Fourth Estate, 2004, pp.73-82
- Bocco, A. Trasformazioni, reti e politiche pubbliche a San Salvario, Torino, Archivio di Studi Urbani e regionali, 2007, fasc. 90, p. 5
- Bossi, Luca. La città plurale. Il cibo come processo in divenire tra culture, religioni e migrazioni, Fondazione Benvenuti in Italia, Torino, 2015
- Bourdieu, Pierre. Raisons pratiques. Sur la théorie de l'action, Seuil, Paris, 1994; Trad. It.: Ragioni Pratiche, Il Mulino, Bologna, 1995, p. 18
- Cirelli C. (a cura), Gli spazi del commercio nei processi di trasformazione urbana, Pàtron, Bologna, 2007.
- Cirio F. e Marchioro C., Cibo, territorio e multiculturalità: uno sguardo geografico alla tradizione, innovazione, trasformazione di San Salvario, in Di Somma A. e Donadelli G. (a cura di), Le nuove geografie, Roma, Valmar, 2013, pp. 103-110
- CJ, Lim. Food City, Routledge, New York, 2014
- Costa N., Mackay M., Navarro G. et al., Urban markets: heart, soul and motor of the cities, Institut Municipal de Mercats de Barcelona (IMMB), Barcellona, 2015
- Cruz, Juan. El tenedor: un cortesano en la mesa, 2011
- Dardi, Domitilla. Zoom. L'alimento come materia prima del progetto. In L'architetto, magazine online,

aprile 2015

- Dagevos, Marianne. E.J. Veen. Sharing a meal: a diversity of performances engendered by a social innovation, Journal of Urbanism, 13:1, 2020
- Dansero E., Pettenati G., Toldo A., La città e le filiere del cibo: verso politiche alimentari urbane in Quali filiere per un progetto metropolitano. Slow tourism, spazi comuni, città, Faccioli M. (Ed.), Scienze geografiche, Franco Angeli, Milano, 2015, pp. 186-208
- De Certeau, M. The Practice of Everyday Life, traduzione S. Rendall. Berkeley, University of California Press, 1984
- De Solà-Morales, M. Comiendo en la metrópolis. Quaderns d'arquitectura i urbanisme 251, Barcellona, 2006
- Dinah Fried, Fictitious Dishes: An Album of Literature's Most Memorable Meals, US, HarperCollins, 2014.
- Douglas, M. The idea of home: a kind of space, in Social Research, vol 58, p 241, 1991.
- E. Greco, Definizione dello spazio urbano: architettura e spazio pubblico, in S. Settis et al. (ed.) I Greci. Storia cultura arte società, vol. II t. 2: Una storia greca. Definizione (VI-IV secolo a. C), Torino 1997, p. 634
- Elshater, A. 2019. Food Consumption in the Everyday Life of Liveable Cities: Design Implications for Conviviality. Journal of Urbanism: International Research on Placemaking and Urban Sustainability.
- Espinet, M., El Espacio Culinario. De la taberna romana a la cocina profesional y doméstica del siglo XX, Los 5 sentidos, 1984
- Fischler, Claude. El (h)omnívoro. El gusto, la cocina y el cuerpo. Anagrama, Barcelona, 1995
- Frederick, Christine. House-hold Engineering Scientific Management in the Home, 1919, 2ª ed., New York, p. 394
- Fried, Dinah. Fictitious Dishes: An Album of Literature's Most Memorable Meals, 2014
- Fyfe, ed., Images of the Street: Planning, Identity and Control in Public Space, Routledge, London-New York, pp. 176-191.
- Garcia A., Lydon M., Tactical Urbanism. Short-term Action for Long-term Change, Washington, IslandPress, 2015.
- Giedion, Siegfried. L'era della meccanizzazione, 1967, Giangiacomo Feltrinelli Editore, Milano, p. 563-5
- Giovanni Semi, Gentrification. Tutte le città come Disneyland?, Bologna, Il Mulino, 2015
- Guàrdia Manel, Fava Nadia, Luís Oyon José, Retailing and proximity in a liveable city: the case of Barcelona public markets system, in REAL CORP 2010: CITIES FOR EVERYONE. Liveable, Healthy, Prosperous, Barcellona, 2010
- Hagen Hodgson, Petra Toyka. Rolf (eds). The Architect, the Cook and Good Taste. Birkhäuser, Basel-Boston-Berlin, 2007
- Hajer, Maarten. Reijndorp, Arnold. In search of new public domain: analysis and strategy, Rotterdam, 2001, p.p. 7-17, 41-53
- Harvey A. Levenstein, Paradox of Plenty: A Social History of Eating in Modern America, 1993
- Hayden, D., The Grand Domestic Revolution. A History of Feminist Designs for American Homes, Neighborhoods, and Cities, The MIT Press, 1982
- Heller, A. Dove ci sentiamo a casa?, in Il Mulino, maggio-giugno 1994, n. 353, pp. 381-399.
- Horwitz, Jamie Singley. Paulette (eds). Eating Architecture. The MIT Press, Cambridge-London, 2004
- Howard, Ebenezer. Garden Cities of To-Morrow (1902), MIT Press paperback edition, 1965, pp. 51, 60-62, 142
- Jackson P., Domesticating the Street: The Contested Spaces of the High Street and the Mall, 1988, in N. R.
- Kiefer, N. M. Echonomics and the Origin of the Restaurant, Cornell University Paper, 2002
- Krier, Léon, and James Howard Kustler. Drawing for Architecture. Cambridge (Massachusetts) London: MIT, 2009
- Koolhas, Rem. AMO (eds). Elements. Marsillo, Venezia, 2014
- Kopytoff I., The cultural biography of things: commoditization as process, in A. Appadurai, The social life of things: Commodities in cultural prospective, Cambridge University Press, Cambridge, 1986

- Kumar K. e Makarova E., Portable Home: The Domestication of Public Space, in Sociological Theory, vol. 26, n. 4 (dicembre 2008), 2008, pp. 324-343.
- La Pietra Ugo, Abitare la città. Ricerche, interventi, progetti nello spazio urbano dal 1960 al 2000, Allemandi & C., Torino 2011
- La Pietra Ugo, Domesticarte. Ambienti e oggetti per abitare con arte, Alinea Editrice, Firenze 1988
- La Pietra Ugo, Il Sistema Disequilibrante, Toselli, Milano, 1970
- La Pietra Ugo, Interno / Esterno, Corraini Edizioni, 2014
- Le Corbusier, Le ville radieuse, Editions de l'Architecture D'aujourd'hui, Boulogne, 1935
- Le Corbusier, The City of To-morrow, and its Planning, (Urbanisme, 1922), trans. Frederick Etchells, Dover Publications, New York, 1987
- Levenstein Harvey A., Paradox of Plenty: A Social History of Eating in Modern America, 1993
- Lévi-Strauss, C. L'Origine des manières de table, Mythologiques I-IV. Plon, 1968
- Lévi-Strauss, C. Mitológicas. Volumen I: Lo crudo y lo cocido. Fondo de Cultura Económica, 1968
- Lévi-Strauss, Claude. Il crudo e il cotto, Il Saggiatore, 2008
- Mandich, G. (a cura di) Culture quotidiane. Addomesticare lo spazio e il tempo, Carocci, Roma, 2010.
- Marc Augé, Non-Places, Introduction to an Anthropology of Supermodernity, trans. John Howe, Verso, New York, 1995, p.33-4
- Maxxi. catalogo della mostra FOOD, dal cucchiaio al mondo, a cura di Pippo Ciorra e Alessio Rosati, Quodlibet, Roma, 2015
- Mela Alfredo, La città con-divisa. Lo spazio pubblico a Torino, Franco Angeli, 2014
- Menzel, Peter. D'Aluisio, Faith. Hungry Planet: What the World Eats, Random House, 2008
- Montanari, Massimo. Il cibo come cultura, Laterza, Roma-Bari, 2004
- Montanari, Massimo. La comida como cultura. Ediciones Trea, Gijón, 2006
- Monteys, Xavier (ed). Quaderns 271. About Buildings and Food. COAC, Barcellona, 2018

- Moore R. V., L'architettura del mercato coperto. Dal Mercato all'Ipermercato, Roma, Officina Edizioni, 1997.
- Morgan, Kevin. International Planning Studies, Feeding the City: The Challenge of Urban Food Planning, 2010, pp. 341-348
- Munari, Bruno. Da Cosa Nasce Cosa. Appunti per Una Metodologia Progettuale. 7.th ed. Roma Bari: Laterza, 2004.
- Munarin R. (a cura di), Un mercato super non è un supermercato, atti del convegno Lezioni aperte. Il commercio di prossimità oggi e il sistema dei mercati milanesi, Milano, 10 aprile 2015.
- Parham S., Designing the Gastronomic Quarter, 2005, Architectural Design 75: 86–95
- Parham S., The Table in Space: A Planning Perspective, 1990, Meanjin 49 (2): 213–219
- Parham, Susan. Food and Urbanism: The Convivial City and a Sustainable Future, Bloomsbury Publishing, 2015
- Perec, Georges. Tentativa de agotar un lugar parisino. Beatriz Viterbo Editora, Rosario, 1992
- Pettenati G., Il rapporto cibo-città: una relazione da ripensare e progettare verso strategie alimentari urbane in Iconemi. Alla scoperta dei paesaggi bergamaschi, Adobati F., Peretti M.C., Zambianchi M. (Eds.), Quaderni 26, Bergamo University press, Bergamo, 2014, pp. 41-46.
- Project for Public Spaces, How to Turn a Place Around: A Handbook for Creating Successful Public Spaces, 2000
- Rappoport, Leon. Come mangiamo, Ponte alle Grazie, Milano, 2003
- Riley Liam, Malawian urbanism and urban poverty: geographies of food access in Blantyre, 2020, Journal of Urbanism: International Research on Placemaking and Urban Sustainability, 13:1, 38-52
- Rybczynski, W. La casa. Historia de una idea, Nerea, 1986
- Salomone M., Il cibo come fattore di sostenibilità in Culture della sostenibilità, n.6, Franco Angeli, Milano, 2010, pp.19-35
- Sassatelli R., Consumo, cultura e società, Il Mulino, Bologna, 2004, p. 98.
- Solà-Morales, M. Espacios públicos/espacios colectivos, 1992

- Spary, Emma. Eating the Enlightenment: Food and the Sciences in Paris, 1670-1760, Chicago, IL, University of Chicago Press, 2012
- Steegmann Enric, Las medidas en la vivienda, Publicaciones del Colegio de Arquitectos de Cataluña, 1986, p.26
- Steel, Carolyn. Hungry City. How Food Shapes our Lives, London, 2008
- Strauss, Levis. Le triangle culinaire, 1965, in «L'Arc 26», pp. 19-29
- Symons, M, The rise of the restaurant and the fate of hospitality, International Journal of Contemporary Hospitality Management, 3/2013
- Turkkan, C., Feeding the Global City: Urban Transformation and Urban Food Supply Chain in 21st-century Istanbul, 2018, Journal of Urbanism: International Research on Placemaking and Urban Sustainability
- Van Gool R, Market Trends: How New and Old Public Markets Stay Relevant in Today's Competitive Marketplace. Rotterdam Market Hall in 9th International Public Markets, atti del convegno, Barcellona, 2015
- Veblen T., The Theory of the Leisure Class, MacMillan Company, London, 1912; Trad. It.: La teoria della classe agiata, Einaudi, Torino, 1981, p. 28.
- Venturi Robert, Scott Brown Denise, Izenour Steven, Imparare da Las Vegas : il simbolismo dimenticato della forma architettonica, Quodlibet, 2010
- Wang, Wayne. Auster, Paul. Smoke. 1995

TESI

- Alvise Barbuio, Future food market. Strategie di rilancio urbanistico e innovazione sociale per i mercati comunali coperti: un progetto per via Lorenteggio a Milano, Politecnico di Milano, tesi di laurea magistrale in Architettura, a.a. 2014-2015, Relatore Luca Tamini
- David Steegmann, Ciudad, Casa, Comida, Universitat Politècnica de Catalunya (UPC), tesi di dottorato in Architettura, a.a. 2017-2018, Relatore Xavier Monteys
- Ilaria Fogliato, Il cibo come occasione di incontro: il progetto di un luogo interculturale del cibo a Torino, Politecnico di Torino, tesi di laurea magistrale in Architettura, a.a. 2015-2016, Relatore Matteo Robiglio, Mariachiara Giorda
- Jacopo Primoli Carretta, L'evoluzione del marketing nei centri commerciali negli ultimi venti anni. Dagli eventi al marketing relazionale. Tesi di Laurea magistrale in economia e gestione delle aziende, Università Ca' Foscari Venezia, A.A. 2013/2014, Relatori Prof. Tiziano Vescovi Prof. Francesco Zirpoli
- Laura Frè, GIFT: educare al cibo di qualità: un modello di ristorazione, Politecnico di Torino, tesi di laurea magistrale in Architettura, a.a. 2012-2013, relatore Marco Vaudetti, correlatrice Patrizia Scarzella
- Monica Dogliani, Feeding the city, A food hub for Lisbon: proposal of industrial reuse, tesi di laurea magistrale in Architettura, Politecnico di Torino, a.a. 2017-2018, Relatrice Roberta Ingaramo
- Roberta Costa, Mercati Storici Caleidoscopio Urbano. Programma di Recupero Urbano dei Mercati Storici di Palermo, tesi di laurea in Architettura, Università degli studi di Palermo, a.a. 2011-2012, relatore Maurizio Carta
- Valentina Zanatta, La valenza sociologica del consumo di cibo come aggregatore sociale ed esperienziale, tesi di laurea magistrale in marketing e comunicazione, Tesi di Laurea magistrale in economia, Università Ca' Foscari Venezia, A.A. 2018-2019, relatrice Michele Bonazzi

SITI WEB

- "The Granary. Food Security, Cities and Architecture", opera esporta al MAXXI nella mostra FOOD, Dal cucchiaio al mondo, 29 Maggio – 8 Novembre 2015. https://www.crimsonweb.org/spip.php?article200
- A movement of communities coming together to reimagine and rebuild our world. https://transitionnetwork.org/
- Action Planning Network. https://urbact.eu/urbact-markets
- Asphalt Art Initiative. https://asphaltart.bloomberg.org/

- Atelier Bow-Wow, White Limousine Yatai, Tokamachi, Japan, 2002, https://architizer.com/projects/white-limousine-yatai/
- BenchesCollective Project. https://www.bankjescollectief.nl/en/
- Biennale dello spazio pubblico 2020. www.biennalespaziopubblico.it
- Comune di Barcellona. https://ajuntament.barcelona.cat/mercats/ca
- Comune di Torino, Programmi di recupero urbano. http://www.comune.torino.it/rigenerazioneurbana/recuperourbano/programmi.htm
- Eataly. https://www.eataly.net/it_it/mondo-eataly/
- Groundplay Project. https://groundplaysf.org/
- Guida alla mostra FOOD dal cucchiaio al mondo, MAXXI, Roma, 2015. https://www.maxxi.art/events/food-dal-cucchiaio-al-mondo/
- Il terzo Piano Strategico “Torino Metropoli 2025”. https://www.torinostrategica.it/
- Med EMPORION Project. http://www.medemporion.eu/
- Mercato Centrale di Torino. http://www.mercatocentrale.it
- MVRDV, Almere Oosterwold, Netherlands, 2011. https://www.mvrdv.nl/projects/32/almere-oosterwold
- Progetto fotografico di Chris Terry, “The family meal – What brings us together?”, 2013. https://www.familymeal.eu/about/
- Progetto fotografico di Henry Hargreaves, “No Seconds”, 2013. https://henryhargreaves.com/No-Seconds
- Project for Public Spaces. https://www.pps.org/
- Publicació Del Col·Legi D’arquitectes De Catalunya, Quaderns d’arquitectura y urbanisme, 2011 – 2016. http://quaderns.coac.net/
- Redazione online, A series of rooms. https://aseriesofrooms.com/#/asset/-MJ1F7SU71jYv7x4J7Ga
- Redazione Public Space. https://www.publicspace.org/
- Report ufficiale di EXPO Milano 2015. http://www.expo2015.org/
- Rigenerazione urbana. https://www.riurban.com/
- Sociologicamente redazione online, Elena Salvini, Le molteplici dimensioni sociali del cibo, 2018. https://sociologicamente.it/le-molteplici-dimensioni-sociali-del-cibo/
- Tesco, Tesco first Virtual Store, Seoul, South Korea, 2012. https://archello.com/project/tesco-opens-worlds-first-virtual-store
- Un progetto collettivo di city imaging, Torinostratosferica. https://torinostratosferica.it/

FILM

- Deborah Koons Garcia, The Future of Food, 2004
- Federico Fellini, Roma, 1972
- Gabriel Axel e Karen Blixen, Pranzo di Babette, 1987
- John Lee Hancock, The Founder, 2016
- Marco Ferreri, La grande abbuffata, 1973
- Ritesh Batra, Lunchbox, 2013

VIDEO

- Ørgen Leth, Andy Warhol eating a Hamburger, 1982, https://www.youtube.com/watch?v=H-t-lxJct-VM
- TEDxSSN Dr. Pawan Agrawal, Mumbai Dabbawalas, https://youtu.be/N25inoCea24
- Ugo La Pietra, La riappropriazione della città, 1972, https://www.youtube.com/watch?v=77JcWzi-PJbU

Ringraziamenti

Ho pensato spesso al momento in cui sarei arrivata a scrivere questa pagina, per me significa guardarsi indietro, a quando tutto è cominciato e alle persone che mi hanno accompagnato lungo la strada. Potrò raccontare di aver scritto questa tesi in un periodo particolare che rimarrà nei libri di storia, in cui la nostra normalità è stata stravolta senza preavviso e ogni cosa rimessa in discussione. La pandemia ci ha insegnato a distinguere le cose davvero importanti in mezzo ad un mondo che corre sempre più veloce e a lavorare su noi stessi per superare le sfide, anche quando tutto sembra remarci contro.

Grazie alla mia relatrice, la Professoressa Roberta Ingaramo, per avermi guidata in questo lavoro e per i suoi consigli sempre pertinenti e costruttivi. Grazie al Professore Valentino Manni, per la disponibilità e il suo supporto tecnico.

Il più grande ringraziamento va alla mia famiglia e miei ai nonni, qualcosa di prezioso e insostituibile. Grazie ai miei genitori che non mi hanno mai fatto mancare nulla, grazie a mia mamma la cui infinita dolcezza e forza sono una sicurezza per me e mio fratello; grazie a mio papà, a tutti i suoi insegnamenti e per essere un solido punto di riferimento.

Grazie agli amici, a quelli di sempre e a chi ho trovato lungo la strada. Grazie in particolare a Nadia e Irene, amiche preziose, sempre pronte a darmi il giusto consiglio senza mai giudicare. Grazie a Matteo, Giulia e Fabio, compagni instancabili di risate, la cui amicizia ha alleggerito gli anni di studio.

A tutti gli altri aspiranti architetti, instancabili compagni di università fin dal primo giorno, grazie a Veronica e Alessia, con le quali le lunghe giornate al Politecnico non erano poi così male. A Elena, che ha supportato e sopportato con me questi mesi di redazione della tesi, sempre pronta ad ascoltare.

A Barcellona, ai tantissimi giorni di sole che mi hanno trasmesso una voglia di vivere immensa, grazie alle persone che ho trovato durante questa avventura e ai ricordi che conservo.

Grazie a Stefano, che più di tutti mi capisce senza bisogno di tante parole, mi spinge a migliorare e credere nelle mie potenzialità anche quando io le metto in dubbio. Alla sua energia e intraprendenza che per me sono di ispirazione, alla sua curiosità contagiosa. Perché alla fine ogni cosa è più bella se condivisa con qualcuno.

Mi ricordo il giorno in cui ho messo piede per la prima volta al Politecnico, ignara di quello che mi avrebbe atteso per i seguenti 5 anni, ora saluto con malinconia la vita da studentessa di architettura e mi auguro di iniziare un nuovo percorso altrettanto pieno di stimoli. Ringrazio quindi me stessa perché se mi guardo indietro penso: quanta strada hai fatto!

Federica.