POLITECNICO DI TORINO

Corso di Laurea Magistrale in:

Architettura Costruzione Città

Riqualificazione ex complesso industriale Cementi Alta Italia

Relatore

prof. Elena Piera Montacchini

Correlatore

prof. Manfredo Nicolis di Robilant

Candidato:

Andrea Cantamessa

A.A. 2017/2018

INDICE

1- INTRODUZIONE 3

2- INQUADRAMENTO DEL TERRITORIO E DELLA CITTA'

2.1 - Casale Monferrato tra paesaggio e storia 5
2.2 - Considerazioni 8

3- INQUADRAMENTO DEL SITO DI PROGETTO

3.1 - Premessa 9
3.2 - Storia e localizzazione 9
3.3 - Stato di fatto 11

4- STRATEGIE DI PROGETTO

4.1 - Premessa 15
4.2 - Il mercato enogastronomico 15
4.3 - Il centro di ricerca 23
4.4 - Dossier di presentazione 26

5- I MEETING

5.1 - Premessa 60
5.2 - Incontro con: UFIM 60
5.3 - Incontro con: Dott.ssa Daniela Degiovanni 60
5.4 - Incontro con: Assessore Daria Carmi 61
5.5 - Incontro con: Buzzi Unicem 61

6- IL PROGETTO

6.1 - La strategia definitiva 63
6.2 - Relazione di progetto 63

7- CONCLUSIONE 69

8- BIBLIOGRAFIA e SITOGRAFIA 70

1_ INTRODUZIONE

La decisione di impostare la mia tesi di laurea su una realtà provinciale come quella di Casale Monferrato dipende principalmente dallo stretto legame emotivo ed affettivo che provo verso questo contesto territoriale.

Casale è, infatti, la città in cui sono nato ed il Monferrato è il luogo in cui ho trascorso gran parte della mia vita e nel quale vorrei impegnarmi professionalmente in futuro.

E' da molto tempo, fin da quando ero poco più di un ragazzino, che immagino come riuscire ad intervenire in prima persona sul territorio e sulla città nel tentativo di migliorarla.

Personalmente ho reputato che la tesi potesse essere un'interessante opportunità da sfruttare per cercare di esporre il mio pensiero, tramite un progetto di riqualificazione urbana, che possa fungere da contributo alla rinascita casalese.

Vivere in prima persona il territorio mi ha facilitato a comprendere le grandi potenzialità ma anche i numerosi punti deboli che lo contraddistinguono. Questi ultimi al momento sembrano avere la meglio: la dinamica cittadina industriale degli anni '70, a causa della crisi, ha ceduto il posto ad un centro opaco da cui i giovani vogliono evadere: un luogo quasi privo di stimoli.

Solamente negli ultimi anni la città tenta di riscoprirsi e di sfruttare al meglio le risorse che ha a disposizione per riprendersi e tornare vivace e radiosa come un tempo.

Il rilancio di Casale però è strettamente legato alla vicenda per cui la nostra città è tristemente nota: il disastro ambientale dovuto ad Eternit. Questo doloroso episodio ha segnato per molti anni la considerazione di Casale nell'immaginario collettivo fino a creare pregiudizio e timore nell'avvicinarsi a questo luogo.

La situazione ha suscitato nella comunità la volontà di combattere questa ingiustizia e reagire.

Già da qualche anno Casale sta riuscendo a risollevare la propria reputazione cercando di trasformare la tragedia Eternit da dramma a punto di forza.

La città fa della *resilienza* (intesa come capacità di lottare per affermare il diritto alla Giustizia ed alla Salute) il suo vanto; è infatti ormai conosciuta dai più come la Città simbolo mondiale della Lotta all'Amianto e si prefigge di diventare, entro il 2020, la prima città Libera dall'Amianto.

Questi primi passi avanti, uniti alla volontà di mostrare Casale come *«[...] una comunità coesa[...] capace di fare delle sue radici storiche, del suo patrimonio artistico, della bellezza del suo paesaggio, strumenti per affrontare il presente ed immaginare il futuro [...]»* [1] erano parte integrante del dossier di candidatura che ha portato Casale a diventare una delle finaliste per il titolo di "Capitale della cultura 2020". All'interno di questo dossier sono stati presentati diversi programmi finalizzati a *«[...] promuovere uno stile di vita sano, inclusivo, responsabile e solidale, intervenendo sulla riqualificazione urbana in un'ottica ecocompatibile ed efficiente, nel rispetto dei più avanzati criteri di procurement pubblico europei [...]»*[1].

Proprio in questo quadro generale si inserisce la mia tesi che si prefissa due obiettivi molto chiari:

- essere il più realistica possibile; così da comprendere quali siano i meccanismi e gli attori con cui potrei avere a che fare in un futuro lavorativo

- contribuire alla riabilitazione del nome di Casale agli occhi dell'opinione pubblica, cercando di assecondare gli intenti espressi dall'amministrazione comunale

Note:

1 - Comune di Casale Monferrato, Casale Monferrato Capitale Italiana della Cultura 2020, dossier di candidatura.

2_ INQUADRAMENTO DEL TERRITORIO E DELLA CITTA'

2.1_CASALE MONFERRATO TRA PAESAGGIO E STORIA

Casale Monferrato è una città piemontese di 34.000 abitanti in provincia di Alessandria.

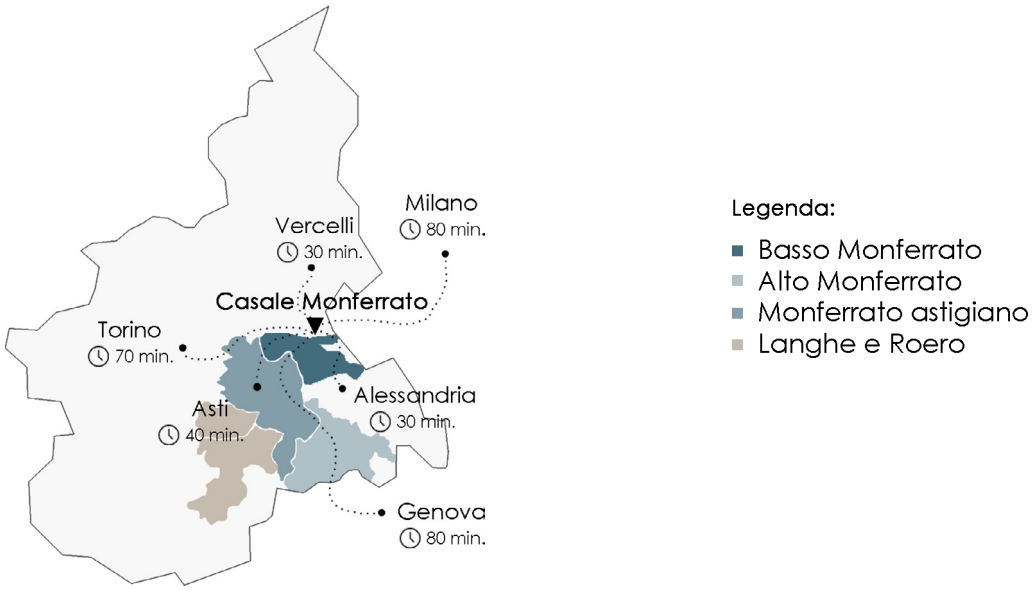
Si colloca tra l'estremità orientale delle colline del Po e la riva destra dello stesso. Proprio questa sua posizione, *«[...]un luogo naturalmente forte[...]»*[1], consente a Casale di diventare *«[...]il centro più importante del Monferrato[...]»* [1].

L'ubicazione geograficamente strategica di Casale le permette di comunicare agevolmente con tutto il territorio monferrino e non solo; si trova, difatti, sulle vie di collegamento principali che portano ad Asti, Vercelli ed Alessandria, ma anche a pochi chilometri dalle porte delle grandi città facenti parte dell'ex triangolo industriale: Genova, Milano e Torino.

La relativa vicinanza a questi grandi centri è stata la variabile che, per anni, ha influito sul successo della città come centro industriale.

Nonostante ciò Casale è riuscita a *«[...]mantenere intatta la propria fisionomia di antica, maestosa e aristocratica capitale del Monferrato[...]»*[1] rimanendo a dimensione d'uomo.

Il territorio che la circonda è la vera fortuna di questa città: un territorio produttivo che nel 2014 è stato insignito, insieme a Langhe e Roero, del titolo di Patrimonio Mondiale dell'umanità da parte dell'UNESCO. Questa nomina permette di capire l'immenso valore paesaggistico e culturale che possiedono le colline confinanti con la città, le quali risultano uniche grazie all' *«[...]armonia e l'equilibrio tra le qualità estetiche dei suoi paesaggi, la diversità architettonica e storica degli elementi costruiti associati alle attività di produzione del vino e un'autentica e antica arte della vinificazione[...]»* [2].



Nel suo piccolo Casale possiede grande importanza storica avendo giocato, durante ogni epoca, un ruolo strategicamente e politicamente rilevante che gli ha permesso di sviluppare un *«[...]patrimonio artistico, architettonico e culturale[...] armonioso e variegato[...]»*[3].

Le sue origini derivano dall'antico municipio romano di Vardacate di cui, purtroppo, non si possiedono molte notizie.

Solamente intorno all'anno mille si instaura un agglomerato urbano di forma ovoidale, governato dalla dinastia degli Aleramici, che i documenti dell'Archivio Capitolare riconoscono come: Casale di Sant'Evasio (988 d.C).

Durante il periodo medioevale il piccolo nucleo si amplia e cerca di ottenere una propria autonomia vincendo la sudditanza della vicina Vercelli.

Nel 1305 d.C., estinta la dinastia degli Aleramici, il Monferrato passa in mano ai Paleologi che, una volta persa Chivasso, fanno di Casale la capitale del proprio marchesato. Nel 1474 d.C, diventato sede di diocesi, il borgo assume titolo di città e *«[...]sede amministrativa del marchesato[...]»* [3]. Proprio in questo periodo Casale gioca un ruolo veramente importante in quanto sede politica, religiosa e culturale. Si appresta così a vivere la sua piena stagione rinascimentale caratterizzata dal vasto piano di costruzione di chiese e palazzi che, ancora oggi, ci vengono invidiate dalle città vicine.

Cessato il fiorente dominio dei Paleologi (1533 d.C.) la città passa in mano alla dinastia dei Gonzaga (1559 d.C.) che si occupa di potenziare le difese della città trasformandola *«[...]in una delle più grandi e prestigiose cittadelle europee[...]»* [4] : protetta per mezzo del Castello e della Cittadella a sei bastioni diventa *«[...] la Cittadella più fortificata d'Europa[...]»* [5].

Durante il '600 Casale si trova al centro di guerre tra le potenze europee dell'epoca (Spagna e Francia) che se la contendono.

Con il trattato di Utrecht (1713 d.C.) diventa parte del regno dei Savoia e perde subito il ruolo di capitale.
Nonostante ciò, in questo periodo, la città conosce comunque un apprezzabile sviluppo e trasformazione: *«[...]vede sorgere ricchi palazzi, pregevoli chiese[...]»* [5] e viene *«[...] sottoposta ad un intensa opera di arredo urbano[...]»*[3]. Tale intervento consisteva nella creazione di edifici di pubblica utilità ed ampie aree verdi, grazie alle quali la popolazione osserva un aumento significativo della qualità della vita.

La città risulta rilevante anche durante l'800 in quanto veste un considerevole ruolo sia per l'impero Napoleonico (in città vengono istituite: Corte di Giustizia, Camera di Commercio e Liceo Imperiale) sia per le vicende risorgimentali quando ha svolto un importante ruolo di roccaforte difensiva.

E' a Casale che nel 1865 grazie ad una donazione della contessa Leardi viene fondato il primo Istituto Tecnico per Geometri in Italia, tuttora attivo.

«[...] dopo l'unità d'Italia inizia un periodo di industrializzazione e la città si circonda prontamente di industrie apprestandosi a diventare la Capitale del Cemento; nel 1907 lo stabilimento Eternit si inserisce in questo contesto favorevole andando a modificare per sempre le sorti casalesi.

Al termine delle guerre la ripresa economica segna la nascita, in città, di aziende ad alta tecnologia e capaci di importanti innovazioni in grado di diffondere benessere ed attrarre lavoratori anche dal Sud Italia.

Oggi la recente crisi economica, la ristrutturazione amministrativa ed i nuovi flussi migratori hanno privato Casale delle sue certezze e hanno costretto i cittadini a ripensare la città.

Si è reso necessario, dunque, prendere consapevolezza di altre risorse che la città esprime: la bellezza del paesaggio, l'importanza del patrimonio artistico, architettonico e culturale , la ricchezza dei prodotti agroalimentari[...]» [3] ed enogastronomici.

2.2_ CONSIDERAZIONI

L'inquadramento appena concluso permette di comprendere il grande valore di Casale e la quantità di risorse grazie alle quali essa può tornare a vestire i panni di una realtà di spicco come lo era in passato.

La città include in sé tutte le caratteristiche utili a diventare un crocevia fondamentale per il Monferrato:

- è facilmente raggiungibile;
- è ricca di storia e di interessanti siti da visitare;
- è circondata da un territorio di grande valore culturale, con cui si amalgama perfettamente essendo rimasta a dimensione d'uomo.

Tutte queste caratteristiche per essere sfruttate a pieno necessitano, però, un background di servizi, promozione ed offerte culturali che devono assolutamente aumentare rispetto all'offerta odierna.

Note:
1 - www.treccani.it
2 - whc.unesco.org
3 - Comune di Casale Monferrato, Casale Monferrato Capitale Italiana della Cultura 2020, dossier di candidatura.
4 - it.wikipedia.org
5 - a cura di Gianni Calvi, La grande storia del Monferrato

3_ INQUADRAMENTO SITO DI PROGETTO

3.1_ PREMESSA

Il sito scelto per ospitare il progetto di riqualificazione proposto in questa tesi è l'ex stabilimento industriale "Cementi Alta Italia", di proprietà dell'azienda Buzzi Unicem, ubicato in Via Aristide Oggero, 18 a Casale Monferrato. La mia attenzione si è concentrata su questo lotto in quanto possiede diversi fattori rilevanti: la posizione, la storia e la possibilità di poter interloquire concretamente ed attivamente con la proprietà, la quale si è resa disponibile ad interfacciarsi con me come un vero e proprio committente reale.

3.2_ STORIA E LOCALIZZAZIONE

Pur non presentando alcun manufatto soggetto a vincoli da parte della soprintendenza, si può affermare che questo sito evochi nei casalesi un intenso valore di memoria.

Il lotto è simbolo del periodo, verso la fine del XIX secolo, in cui Casale era la Capitale del Cemento, titolo acquisito grazie alla grande importanza nella produzione di calce e cementi.

Originariamente proprietà della società Fratelli Palli Caroni Deaglio, che si occupava della produzione di cementi idraulici, il manufatto viene ricostruito nel 1957 quando la società per azioni "Cementi Alta Italia" decide di acquistare lo stabilimento.

Nel 1966 subisce una ristrutturazione dovuta a motivi di innovazione tecnologica: *«[...] gli impianti di macinazione materie prime crude ed i forni di cottura, ormai obsoleti, vengono dismessi ed in parte smantellati. Il ciclo di lavorazione per la produzione di cementi idraulici è ridotta alla macinazione e all'insaccamento[...]»*[1].

«[...] Nel 1979 la proprietà cambia nuovamente; lo stabilimento viene ceduto alla ditta Fratelli Buzzi S.p.A. entrando a far parte di una delle aziende leader del settore[...]»[1].

Nel 1995 lo stabilimento cessa il suo ruolo produttivo e *«[...] la Buzzi crea, in questo luogo storico di produzione, un importante centro di distribuzione al servizio di una vasta clientela locale[...]»*[1].

Da un po' di anni, ormai, con l'interresse della Buzzi Unicem ad un mercato mondiale più che locale, questo stabilimento risulta completamente inutilizzato e destinato alla demolizione.

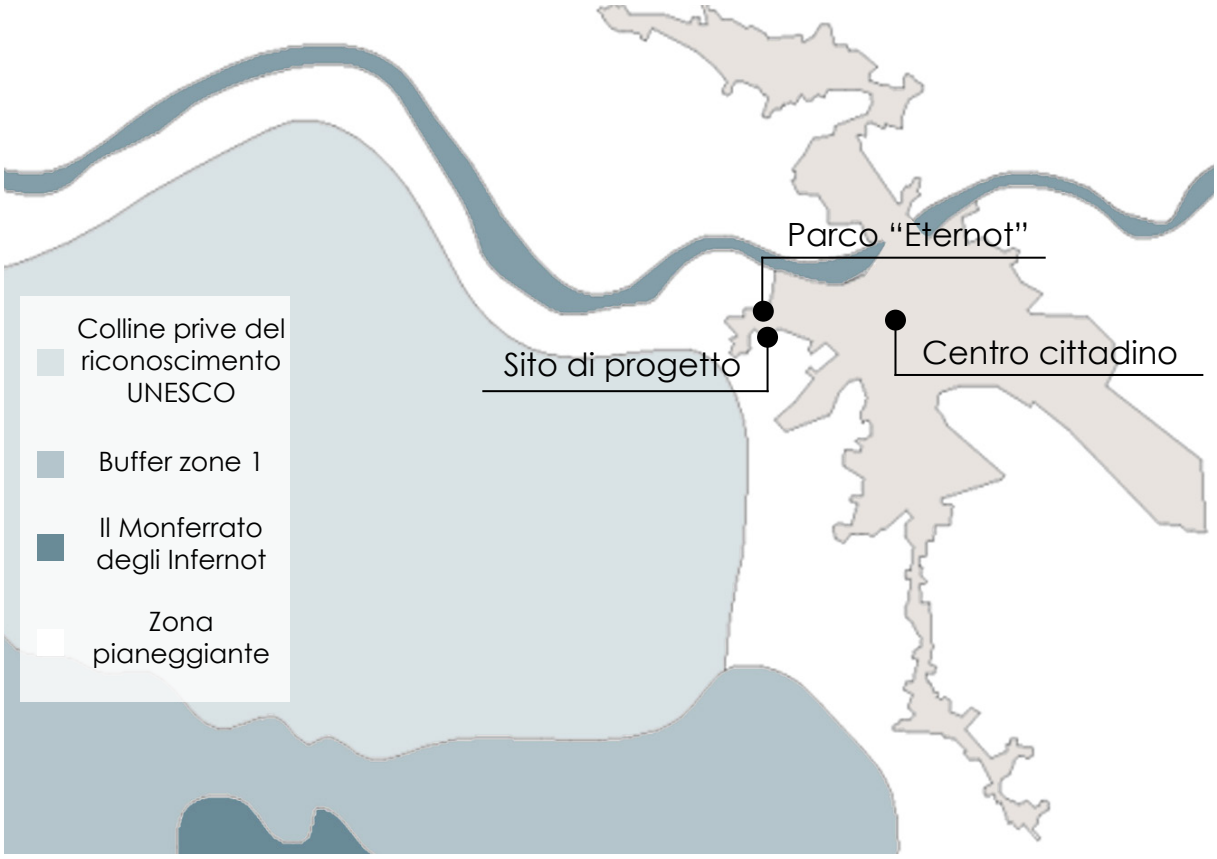
La variabile chiave che mi ha spinto a prediligere questo sito rispetto ad altri è, però, la sua posizione.

Pur essendo collocato ai margini della città si tratta di un luogo facilmente raggiungibile dal centro cittadino e gode di importanti connotati paesaggistici, trovandosi a stretto contatto con i colli confinanti.

Queste caratteristiche evidenziano due aspetti vantaggiosi quali: l'estrema accessibilità e la possibilità di godere di una vista privilegiata che permette di immergersi istantaneamente nel Monferrato.

La motivazione cardine legata alla scelta, tuttavia, è dovuta principalmente al contesto in cui il lotto insiste. Si trova, infatti, a pochi metri dal luogo in cui nel 1907 sorgeva l'industria Eternit che, tra il 2001 e il 2016, è stata demolita e bonificata lasciando il posto al Parco Eternot, simbolo della rinascita cittadina.

Ciò permette di capire l'estrema rilevanza intrinseca di questo sito che, una volta riqualificato, potrebbe contribuire attivamente alla rigenerazione del quartiere Ronzone e dell'intera città di Casale Monferrato modificando definitivamente la percezione del luogo.



Note:

1- De Blasi M. , Strumenti e metodi per la trasformazione-valorizzazione di un patrimonio industriale nel Monferrato casalese. Il caso del Palli Alta Italia, tesi di laurea

3.3_ STATO DI FATTO

Allo stato di fatto il lotto si presenta come una grande area piana su cui sono edificati 9 fabbricati ma anche molte tettoie e pensiline.

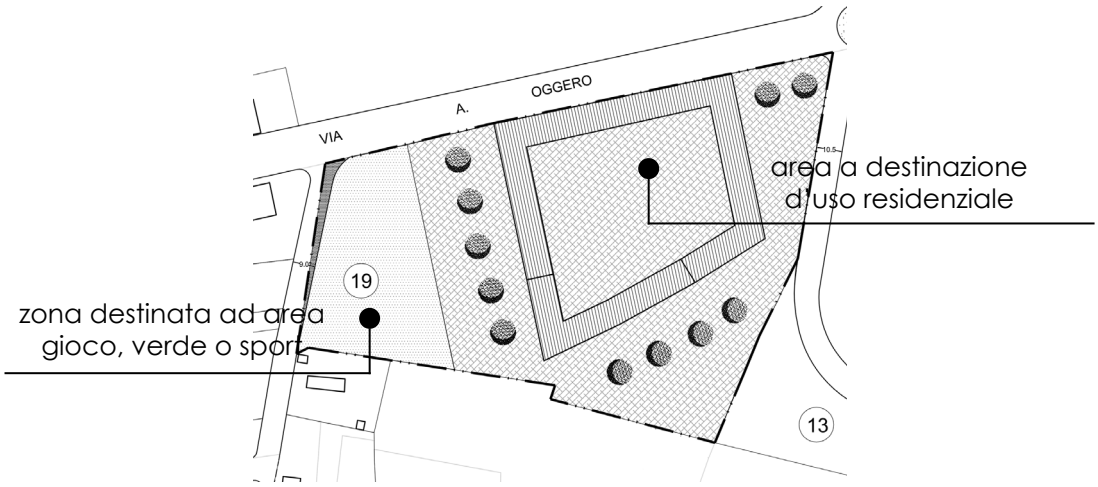
Verso la zona meridionale del lotto il terreno presenta un dislivello che, gradualmente, raggiunge i 4 m di altezza. Questa zona ospita un gran numero di alberi ed arbusti che fungono da schermatura per le villette retrostanti il cementificio.

La superficie del lotto è molto vasta; presenta un'area totale lorda di 22.100 mq di cui:

- 7.250 mq sono coperti
- 1.213 mq sono occupati da tettoie
- 13.637 mq sono dedicati a passaggi e spazi di manovra

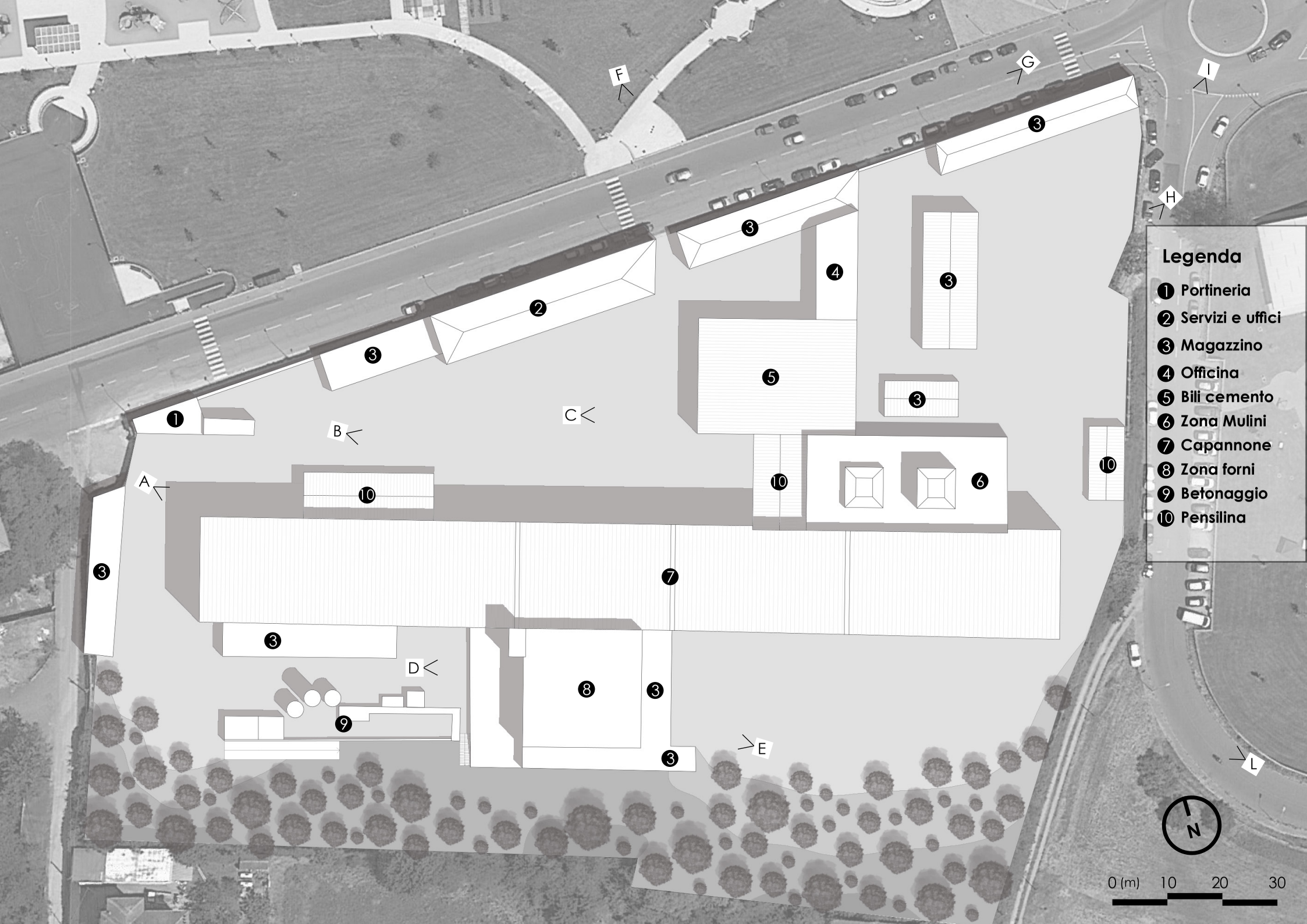
Con la Variante n.18 riguardante gli ambiti d'intervento nel quartiere Ronzone, il Piano Regolatore Generale del Comune di Casale ha attribuito al lotto (Sub ambito 2B) una destinazione d'uso residenziale.

Nonostante la destinazione d'uso prevista sia quella residenziale, il PRGC permette di integrarla *«[...]con altre ad essa complementari e comunque tali da rafforzare il carattere di polo di attrazione come: locali per la ristorazione, strutture ricettive, pubblici esercizi, locali di spettacolo e simili[...]»*[1].



Note:

1-Comune di Casale Monferrato, Piano Regolatore Generale, variante n°23, progetto definitivo,norme di attuazione.


F
G
I
H
C
B
A
D
E
L
Legenda
1 Portineria
2 Servizi e uffici
3 Magazzino
4 Officina
5 Bili cemento
6 Zona Mulini
7 Capannone
8 Zona forni
9 Betonaggio
10 Pensilina
N
0 (m) 10 20 30

A

B

C

D

E

F

G

H

I

L

4_ STRATEGIE DI PROGETTO

4.1_ PREMESSA

Per affrontare questa riqualificazione urbana ho concepito, inizialmente, due diverse strategie progettuali da porre al vaglio del committente.

Queste idee si distinguono per il modo, nettamente opposto, in cui si fa riferimento alla questione Eternit e mesotelioma: tema scottante se si ha a che fare con una realtà come quella di Casale Monferrato.

Se in una strategia questo argomento è il soggetto principale dell'idea progettuale e funge da motore della progettazione; nell'altra assume un ruolo marginale.

Se in una si fa riferimento, ancora una volta, alla storia per cui la nostra cittadina è tristemente nota; nell'altra si vuole accantonare tutto ciò, cercando di promuovere Casale per altre caratteristiche quali la qualità e la bellezza del territorio.

4.2_IL MERCATO ENOGASTRONOMICO

Questa strategia fa dell' enogastronomia e del turismo enogastronomico i fuochi del progetto.

Risulta fondamentale, perciò, comprendere immediatamente il significato di questi due termini:

> - *« [...]l' enogastronomia è l'insieme dell'enologia e della gastronomia, riferito ad un territorio [...] è una disciplina che studia i rapporti tra il territorio e le attività umane tese alla coltivazione, trasformazione, commercio e consumo dei prodotti della terra, siano questi bevande o alimenti [...]»*[1].
>
> - *«[...]Il turismo enogastronomico è quella forma di turismo volta all'esplorazione delle realtà enogastronomiche di una particolare regione[...]»*[2].

Una volta chiariti questi aspetti è possibile andare a sviscerare le motivazioni che mi hanno portato a proporre questo tipo di destinazione d'uso.

Perché il mercato enogastronomico?

Tutti possiamo notare come, soprattutto negli ultimi anni, il business legato all'enogastronomia abbia assunto un'importanza sempre più rilevante in ambito turistico.

Come afferma Roberta Garibaldi (professore aggregato e ricercatore presso L'università degli studi di Bergamo e coordinatrice del Tourism Lab) *«[...]l'enogastronomia, nella sua più ampia accezione di esperienza culturale, è entrata con forza tra i trend del turismo.*
Oggi, come afferma la stessa World Tourism Organization, il turismo enogastronomico è un segmento in forte ascesa e uno dei più dinamici all'interno del settore.
La componente enogastronomica ha acquisito una rilevanza considerevole nelle scelte di viaggio:
secondo la World Food Travel Association il 93% dei turisti leisure ha partecipato ad esperienze a tema rilevanti nel corso delle sue più recenti vacanze e il 49% ha indicato il cibo ed il vino la ragione principale di almeno un proprio viaggio negli ultimi due anni[...]»[3].

Turisti che hanno preso parte ad attività legate a food e beverage nel corso delle sue vacanze

Turisti che indicano il cibo ed il vino come ragione principale di almeno un proprio viaggio

«[...]Nella sola Europa sono circa 600mila le vacanze all'insegna dell'enogastronomia e oltre 20 milioni i viaggi che includono attività enogastronomiche[...]»[4].

Ciò permette di capire il ruolo di primaria importanza che sta assumendo questo settore all'interno dell'economia e l'incidenza che il food ed il beverage esercitano nella scelta di una meta turistica.

600 mila le vacanze all'insegna dell'enogastronomia

20 milioni di viaggi includono attività enogastronomiche

In Italia, *«[...] meta di un turismo lento, esperienziale [...] all'insegna della sostenibilità, della natura, delle tradizioni e della cultura[...]»*[5], questi dati internazionali vengono confermati.

Secondo l'Osservatorio Nazionale delle Filiere del Turismo *«[...]quella enogastronomica è una delle principali motivazioni che spingono il turista sia italiano che straniero a scegliere di intraprendere un viaggio[...]»*[5], nel nostro Bel Paese.

Chi è e cosa cerca il turista enogastronomico?

Una volta raccolti i dati sull'importanza di questa tipologia di turismo, mi sono dedicato ad individuare il profilo del turista enogastronomico al fine di comprendere chi è e quali sono le offerte che lo attraggono maggiormente.

Questa analisi svolge un ruolo di primaria importanza: mi permette di ideare un progetto che soddisfi al 100% le richieste dei soggetti a cui è riservata l'offerta.

Citando un altro studio dalla prof.ssa Garibaldi si può affermare l'esistenza di *«[...] sette segmenti principali, caratterizzati da specifici interessi, attitudini ed esigenze enogastronomiche [...]»*[6]:

- turisti gourmet
- turisti enogastro-culturali
- turisti lifestyle
- turisti della cucina sana e responsabile
- turisti enologici e beverage in generale
- turisti con bisogni speciali
- turisti foodies

La stessa afferma l'importanza di *«[...]non offrire al visitatore una proposta generica, ma [...]esperienze segmentate che possano soddisfare al meglio i bisogni di ognuno[...]»*[6]. Quindi mi sono limitato ad osservare le necessità di un unico segmento: il turista enogastro-culturale.

Questo modello di turista *«[...]ricerca la conoscenza del prodotto e al contempo del territorio di produzione, nel quale cerca un'esperienza di vita a contatto con identità e risorse. Associa la degustazione dei vini e prodotti tipici con la visita alle cantine e alle aziende vitivinicole e agroalimentari, vuole scoprire le attrazioni culturali del territorio e partecipa attivamente a eventi culturali e festival [...] questa tipologia di turista bene apprezza l'offerta che lega arte e food[...]»*[6].

Conoscenza del prodotto

Conoscenza del territorio

Degustazione prodotti tipici

Visite guidate alle aziende

Attrazioni culturali

Partecipazione ad eventi

Per avere un'idea più precisa riguardo le caratteristiche del turismo piemontese sono andato, successivamente, a consultare alcune ricerche a cura dell'Osservatorio turistico della regione. (riportati dal sito piemonte-turismo.it)

Secondo i dati di cui ho preso visione, per quanto riguarda il turismo enogastronomico, il mercato risulta perfettamente eterogeneo: il 50% è dovuto al "mercato domestico" e il rimanente 50% al "mercato straniero". Facendo riferimento a quest'ultimo le nazioni che risultano essere più interessate al nostro territorio sono:

- Germania
- Svizzera
- Benelux

Perché il Piemonte?

Come emerge dalla letteratura *«[...]rispetto alla ricchezza del nostro patrimonio enogastronomico, la rilevanza di questa offerta è ancora da ottimizzare[...]»*[3].

Il Piemonte, in questo senso, è una delle regioni italiane che presenta più qualità per quanto riguarda il campo del food e del beverage.

Secondo la rielaborazione di alcuni dati istat (riportati da: i numeri del vino.it) , risulta essere tra le prime regioni italiane per quantità di vino prodotto.

Grazie alle sue 17 DOCG ed alle 44 DOC la nostra si classifica al secondo posto come regione produttrice di vini di qualità con l'11% della produzione totale italiana; cedendo il passo unicamente al Veneto.

Veneto (●), Piemonte (●), Toscana (●) ed Emilia Romagna (●) producono, da sole, il 60% dei vini DOC dell'intera nazione.

Perché il Basso Monferrato?

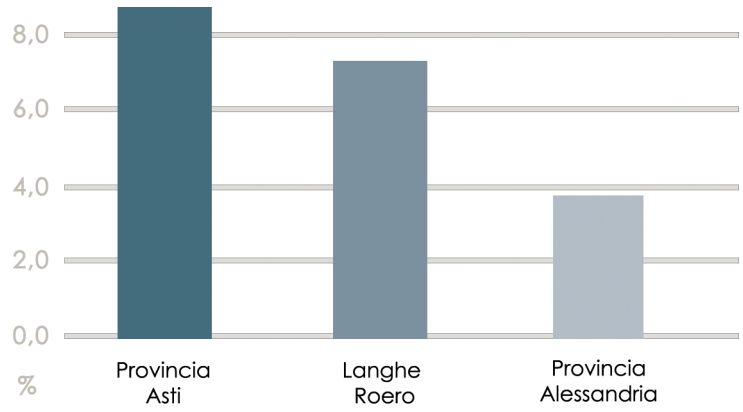
L'idea di progettare una struttura utile alla promozione del basso Monferrato a livello turistico deriva dal fatto che, a mio avviso, questo territorio, al contrario di Langhe, Roero e Monferrato astigiano, non sia riuscito a sfruttare a pieno la grande visibilità ottenuta grazie al riconoscimento dell'UNESCO come patrimonio mondiale dell'umanità.
Una discriminante fondamentale, in tal senso, risulta essere la mancanza di un numero adeguato di servizi sul territorio.

Questa mia impressione è sostenuta da alcuni dati quantitativi forniti dalla regione Piemonte.
Da queste indagini si può notare l'enorme differenza di incremento dei flussi turistici che si registra tra:

- Provincia di Asti, dove l'incremento di presenze nel 2016, rispetto a quelle del 2015, risulta essere dell' 8.7%;

- Langhe e Roero, dove l'incremento di presenze nel 2016, rispetto a quelle del 2015, risulta essere dell' 7.3%;

- Provincia di Alessandria dove l'incremento di presenze nel 2016, rispetto a quelle del 2015, risulta essere del 3.7%.



Dati della regione Piemonte sulla variazione delle presenze turistiche tra 2015 e 2016.

Perché Casale Monferrato?

La scelta del comune di Casale Monferrato come luogo in cui inserire questo progetto dipende dal fatto che la città sembra avere le qualità per garantire il soddisfacimento delle richieste del turista enogastro-culturale.

Come già affermato nei capitoli riguardanti l'inquadramento geografico e storico, Casale risulta essere:

- una città a dimensione d'uomo, ricca di storia e di cultura ed immersa in un territorio capace di offrireuna vasta gamma di esperienze;

- una città facilmente raggiungibile da un vasto bacino d'utenza grazie alla propria posizione geografica.

Note:
1- it.wikipedia.org
2- it.wikipedia.org
3- Garibaldi R. , 2018, Primo rapporto sul turismo enogastronomico italiano. (abstract)
4- www.formazioneturismo.com
5- a cura dell' Osservatorio Nazionale del Turismo, Il turismo enogastronomico in Italia.
6- Garibaldi R. , 2017, In viaggio per cibo e vino, opportunità per un nuovo turismo integrato, volume 1. (abstract)

Esempi suggestivi

Di seguito vengono riportati alcuni progetti che, a mio avviso, possono risultare suggestivi sia per quanto riguarda le forme architettoniche, sia per quanto riguarda le funzioni che ospitano al proprio interno.

Rotterdam Markthal, MRDV, Rotterdam, The Netherlands, 2014

Reputo che il progetto sia notevole per diversi aspetti: la strategia, la maestosità della forma e la combinazione delle funzioni.

Dal punto di vista strategico risulta interessante in quanto questo mercato coperto è stato fondamentale per la rigenerazione del quartiere Laurenskwartier divendandone, fin da subito, il simbolo: un luogo vissuto intensamente dalla comunità.

La forma imponente e maestosa del mercato, lo rende facilmente visibile ed identificabile facendolo diventare una icona, non solo del quartiere, ma della città stessa.

Il modo in cui le diverse funzioni sono combinate ed integrate tra loro lo rende un'esempio di nuova tipologia urbana; Rotterdam Markthal raffigura un innovativo concetto di mercato. Il modo in cui MVRDV sono riusciti a creare un ibrido tra funzioni pubbliche e private potrebbe essere molto utile per il mio progetto.

Fonte: www.archdaily.com

Malmö Saluhall, Wingårdh Arkitektkontor AB, Malmö, Sweden, 2016

Edificio nato dalla riconversione di un vecchio deposito merci nei pressi della stazione di Malmö, questo mercato coperto risulta interessante per il modo in cui l'intervento di riqualificazione sia riuscito a mantenere il carattere industriale che ,per anni, ha contraddistinto il sito. L'utilizzo di determinati

materiali e di determinate forme è apparso fondamentale a tale fine. Oltre ai connotati fisici, l'edificio è interessante per la filosofia di mercato che esprime: un luogo in cui promuovere la qualità e la tradizionalità dei prodotti creati da coloro che lavorano al suo interno.

Fonte: www.archdaily.com

Barnone, Debartolo Architects, Gilbert, Arizona, USA 2016

Antico capannone situato in un terreno di una comunità poco distante da Phoenix; questo "Quonset hut", in alluminio, degli anni '50 è stato trasformato in un centro in cui commercianti e produttori locali possono promuovere e vendere i propri prodotti. Intaressante è il modo in cui gli architetti sono riusciti a ricavare un mercato adattandolo alla forma del capanno.

Fonte: www.archdaily.com

4.3_ IL CENTRO DI RICERCA E CURA

L'ideazione di questa strategia nasce dalla continua necessità di ricerca utile a trovare una cura efficace contro le patologie dovute all'esposizione all'amianto

Perché il centro di ricerca?

Negli ultimi anni, purtroppo, si sta verificando un continuo aumento dei casi di mesotelioma e delle malattie asbesto correlate.

Grazie a dati ricavati dall'Osservatorio Nazionale Amianto (riportati su un articolo di Panorama), si può comprendere la gravità della situazione; solamente nel 2016 sono stati registrati 1900 nuovi casi di mesotelioma e 6000 decessi dovuti a malattie legate alle fibre killer.

1900 nuovi casi di mesotelioma nel 2016

6000 decessi a causa di patologie asbesto correlate nel 2016

Questi numeri devono fare paura in quanto, come dichiara il presidente dell'ONA (alla rivista Panorama) *«[...] si tratta solo della punta dell'iceberg[...]»*[1]. Inoltre, tenendo conto dei tempi di latenza di questo tipo di malattie e del periodo di massimo utilizzo del materiale cancerogeno, il picco di casi è atteso tra il 2020 ed il 2030.

2020/2030 picco atteso per il "boom" di queste patologie

Queste malattie, per di più, a causa del decorso estremamente invalidante, rendono l'emergenza sanitaria anche una piaga sociale ed economica. Si necessita, perciò, di luoghi in cui portare avanti i servizi di assistenza sanitaria, mappatura e ricerca scientifica mirati ad estirparle dalla società.

Quali sono le cure?

Se per curare la maggior parte dei tumori asbesto correlati si possono utilizzare le terapie standard; per guarire il mesotelioma non esiste ancora una cura vera e propria.

Questa *«[...]patologia insidiosa, con un'incidenza in costante aumento[...]al momento non dispone di alternative terapeutiche soddisfacenti[...]»*[2].

A causa dell' assenza di cure efficaci per *«[...]il mesotelioma pleurico maligno[...] la prognosi[...]è infausta, con sopravvivenza a cinque anni dalla diagnosi inferiore al 10% [...]»*[2].

In questo periodo il mondo della medicina sta attuando molte ricerche al fine di scoprire una cura che possa dare speranza ai pazienti colpiti da questa patologia.

Perché Casale Monferrato?

Casale, come è già stato indicato in precedenza, risulta essere estremamente sensibile a queste tematiche. La presenza di un centro interamente dedicato alla ricerca ed alla cura del mesotelioma andrebbe a rafforzare ulteriormente il ruolo di simbolo della Lotta all'Amianto assunto dalla città.

Per di più, proprio all' ospedale Santo Spirito di Casale, nel 2014, è stato attivato l' UFIM (Unità Funzionale Interaziendale Mesotelioma).
Questo ambulatorio si occupa delle attività clinico assistenziali e di ricerca: *«[...]UFIM offre una presa in carico globale del paziente e della famiglia dal punto di vista assistenziale e psicologico, garantendo l'esistenza di un punto di riferimento costante[...]»*[3].

Grazie ai buoni risultati ed al lavoro svolto, nel 2017, la Regione Piemonte ed il consiglio Comunale di Casale Monferrato, hanno approvato un atto mirato a fare diventare UFIM un servizio stabile e permanente al fine di renderlo un *«[...] riferimento di alto livello[...]»*[4].

Ad oggi questa unità funzionale non possiede ancora una sede propria e questo fatto la rende vulnerabile impedendole di ottenere il risalto auspicato.

Note
1- www.panorama.it
2 - www. osservatoriomalattierare.it
3 - www.meso.ospedale.al.it
4 - www.comune.casale-monferrato.al.it

Esempi suggestivi

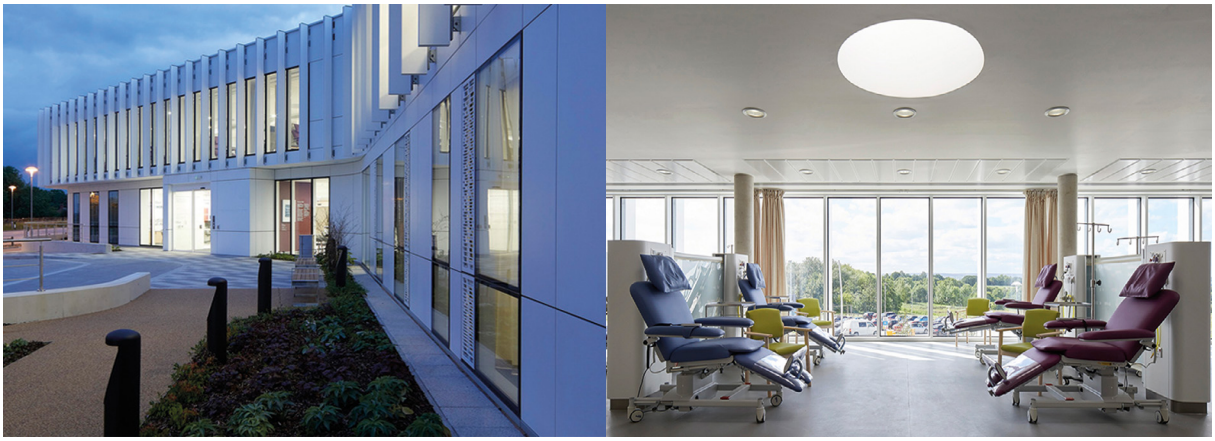
Psychopedagogical medical center, Comaa-Pont Arquitectos, Barcelona, Spain , 2015

Singolare per la semplicità delle forme e per l'estrema somiglianza con il capannone centrale presente nel mezzo del sito di progetto. Questo centro di cura permette di notare come si possa trasformare l'ex capannone delle materie prime in un centro ospedaliero con poche modifiche. Pur nella sua semplicità questo edificio è estremamente interessante per l'attenzione posta all'efficienza energetica tramite l'utilizzo di particolari materiali e tecnologie passive.

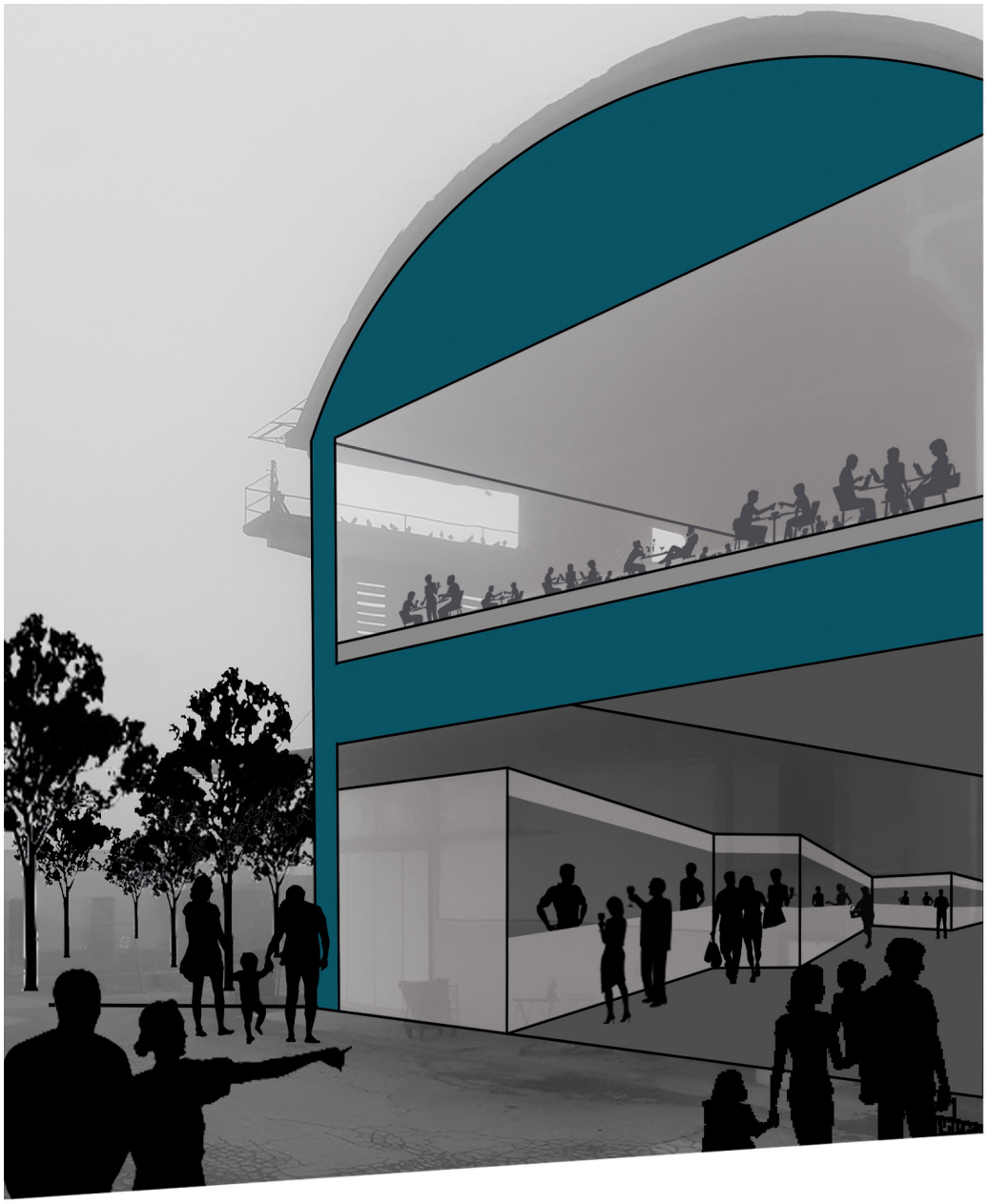
Fonte: www.archdaily.com

Macmillan Unit, The Manser Practice, Chesterfield, UK, 2017

La struttura in questione è l'unità tumori del Chesterfield Royal Hospital, in questo centro si riuniscono tutte le varie strutture per la cura, l'informazione ed il supporto di queste malattie. Degno di nota è il modo in cui gli architetti hanno progettato un centro che offre strutture cliniche di prim'ordine costituite da ampi spazi luminosi e confortevoli mirati ad ottenere una umanizzazione del centro oncologico.



Fonte: www.archdaily.com



RIQUALIFICAZIONE EX AREA

"CEMENTI ALTA ITALIA"

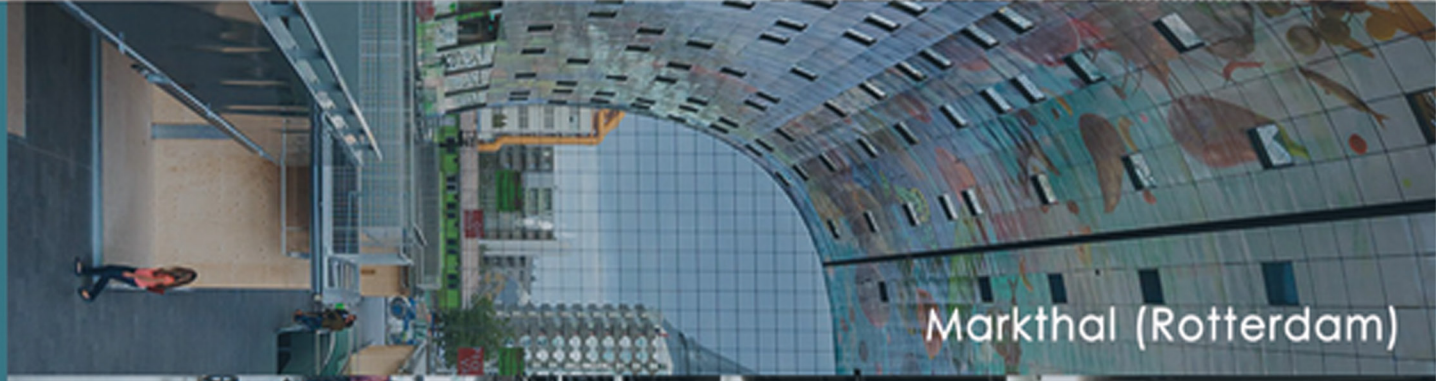
A.a. 2017_2018

Politecnico di Torino

Andrea Cantamessa

Corso di laurea in Architettura
Costruzione e Città

MERCATO ENOGASTRONOMICO


Markthal (Rotterdam)

Saluhall (Malmö)

Barnone (Phoenix)

CENTRO DI RICERCA

Psycopedagogical Medical Center (Barcelona)

NGS Macmillan unit (Chesterfield)

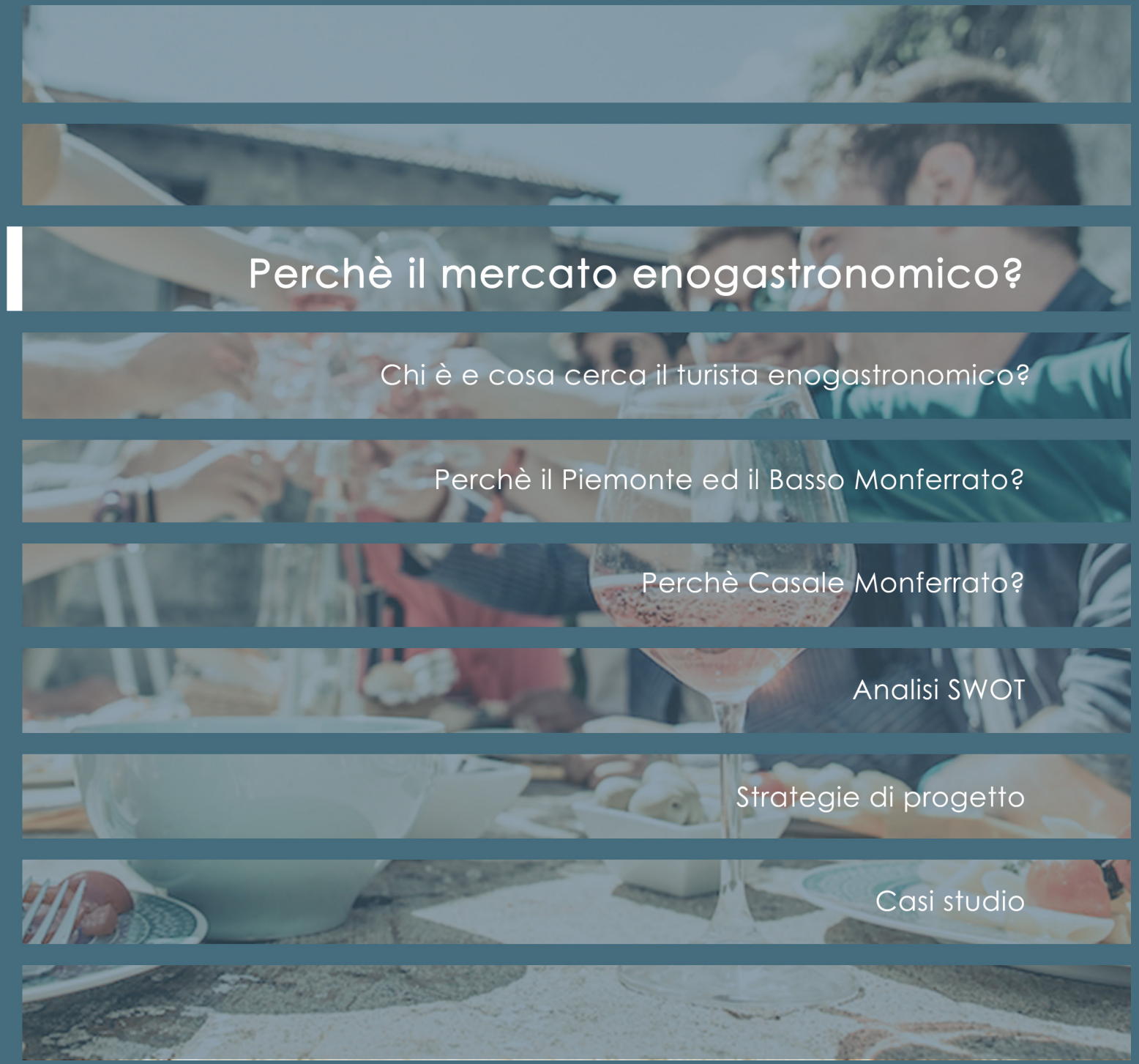
Health Center (Barcelona)

[...] **L'enogastronomia** è l'insieme dell'enologia e della gastronomia, riferito ad un territorio [...] è una disciplina che studia i rapporti tra il territorio e le attività umane tese alla coltivazione, trasformazione, commercio e consumo dei prodotti della terra, siano questi bevande o alimenti [...]

https://it.wikipedia.org/wiki/Enogastronomia

[...] **Il turismo enogastronomico** è quella forma di turismo volta all'esplorazione delle realtà enogastronomiche di una particolare regione[...]

https://it.wikipedia.org/wiki/Turismo_enogastronomico



Perchè il mercato enogastronomico?

Chi è e cosa cerca il turista enogastronomico?

Perchè il Piemonte ed il Basso Monferrato?

Perchè Casale Monferrato?

Analisi SWOT

Strategie di progetto

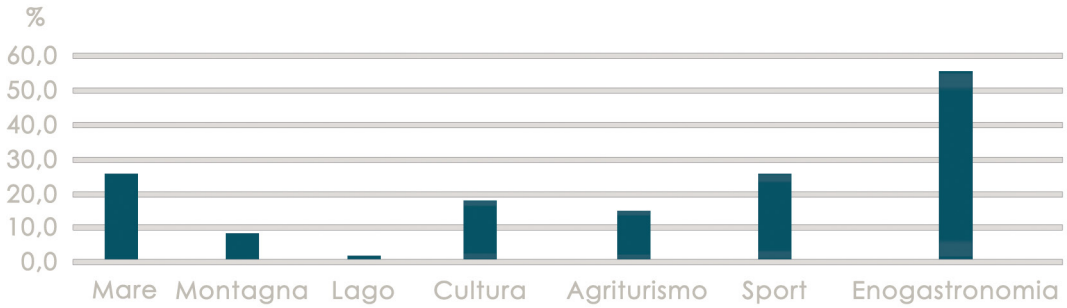
Casi studio

Oggi, **il turismo enogastronomico è un segmento in forte ascesa**; è uno dei più dinamici all'interno del settore.

Nella sola Europa sono circa **600mila le vacanze all'insegna dell'enogastronomia** e oltre **20 milioni i viaggi che includono attività enogastronomiche.**

L'interesse verso le esperienze enogastronomiche è in forte aumento ben il **93% dei turisti ha preso parte ad attività legate al food e al beverage** nel corso delle sue più recenti vacanze.

Il 49% ha indicato il cibo e il vino come ragione principale di almeno un proprio viaggio negli ultimi due anni.



Spesa degli stranieri per motivo del viaggio (variazione % dal 2012 al 2015)

600 mila le vacanze all'insegna dell'enogastronomia

20 milioni di viaggi includono attività enogastronomiche.

il 93% dei turisti ha preso parte ad attività legate al food e al beverage.

il 49% dei turisti ha indicato il cibo ed il vino come ragione principale di almeno un proprio viaggio.

Secondo l'**Osservatorio Nazionale delle Filiere del Turismo**, quella enogastronomica è una delle principali motivazioni che spingono il turista sia italiano che straniero a scegliere di intraprendere un viaggio.

Fonti: - Garibaldi R. , 2018, Primo rapporto sul turismo enogastronomico italiano. (abstract)
- *a cura dell'* Osservatorio Nazionale del Turismo, Il turismo enogastronomico in Italia.
- www.formazioneturismo.com

Chi è e cosa cerca il turista enogastronomico?

Perchè il Piemonte ed il Basso Monferrato?

Perchè Casale Monferrato?

Analisi SWOT

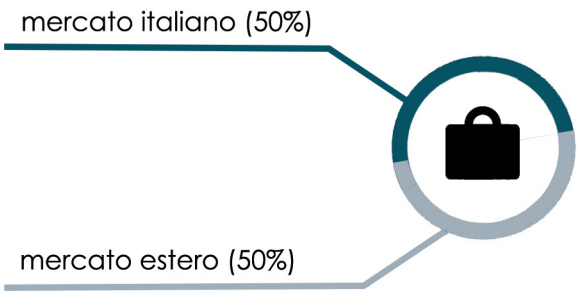
Strategie di progetto

Casi studio

"[...] è un **turista acculturato**, con **maggiore capacità e propensione alla spesa**, che **cerca nell'enogastronomia un'opportunità di conoscenza e contatto con la cultura di un territorio** [...]"

[...]ricerca la **conoscenza del prodotto** e al contempo **del territorio di produzione**, nel quale cerca un'esperienza di vita a contatto con identità e risorse. Associa la **degustazione dei vini e prodotti tipici** con la **visita alle cantine e alle aziende** vitivinicole e agroalimentari, vuole scoprire le **attrazioni culturali del territorio** e partecipa attivamente a **eventi culturali e festival** [...] questa tipologia di turista bene apprezza l'offerta che lega arte e food[...]

- conoscenza del prodotto
- conoscenza del territorio
- degustazione prodotti tipici
- visite guidate alle aziende
- attrezioni culturali
- partecipazione ad eventi



Chi visita il Piemonte per una vacanza enogastronomica?

Il **50%** del turismo è dovuto al **"mercato domestico"** ed il **50%** legato al **"mercato straniero"**;
facendo riferimento a quet'ultimo le nazioni che sono più interessate al nostro territorio risultano essere:

Germania

Svizzera

Benelux

Fonti:
- Garibaldi R. , 2017, In viaggio per cibo e vino, opportunità per un nuovo turismo integrato, volume 1. (abstract)
- Garibaldi R. , 2018, Primo rapporto sul turismo enogastronomico italiano. (abstract)
- www.horecanews.it
- www.piemonte-turismo.it

Perchè il Piemonte ed il Basso Monferrato?

Perchè Casale Monferrato?

Analisi SWOT

Strategie di progetto

Casi studio

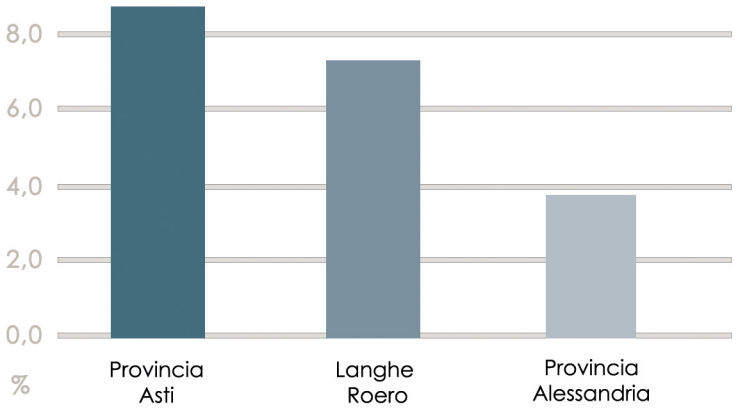
Rispetto alla ricchezza del nostro patrimonio enogastronomico, **la rilevanza di questa offerta è ancora da ottimizzare**.

Veneto (●), Piemonte (●), Toscana (●) ed Emilia Romagna (●) producono il 60% dei vini DOC dell'intera nazione.

Il Piemonte, con il suo 11%, è secondo solo al Veneto.

Molto del vino che rende l'Italia conosciuta in tutto il mondo viene prodotto nella nostra regione. **Il Piemonte produce l'11% dei vini DOC dell'intera nazione**.

Il Piemonte è tra le prime regioni italiane per quantità di vino prodotto; grazie alle sue **17 DOCG** e alle **44 DOC**, è sicuramente **tra le migliori** anche **per quello che riguarda la qualità.**



Perchè promuovere il "Basso Monferrato"?

Nel 2014 l'**UNESCO riconosce a Monferrato, Langhe e Roero il valore di patrimonio mondiale**.

Al contrario di Langhe, Roero e Monferrato astigiano il basso Monferrato non è riuscito a farsi conoscere del tutto.

La zona dei colli in provincia di Alessandria risulta essere ancora quasi del tutto sconosciuta al turismo "di massa".

Incremento dei flussi turistici (prenenze) nel 2016 rispetto all'andamento registrato nel 2015

Fonti:
- Garibaldi R. , 2018, Primo rapporto sul turismo enogastronomico italiano. (abstract)
- www.inumeridelvino.it
- www.piemonte-turismo.it
- www.regione.piemonte.it

Perchè Casale Monferrato?

Analisi SWOT

Strategie di progetto

Casi studio

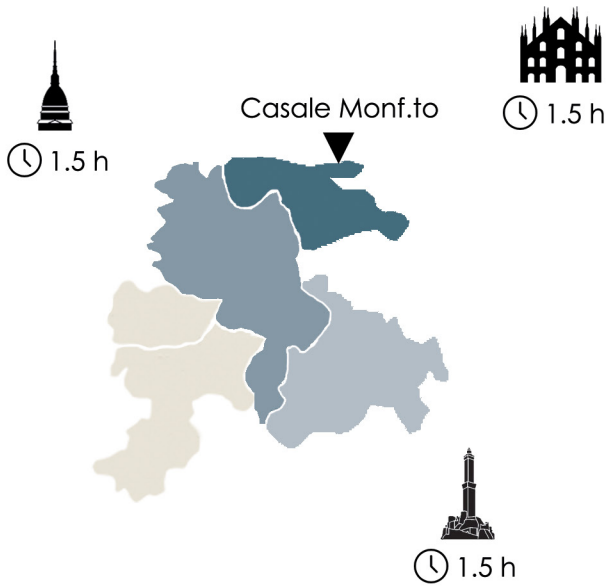
Tutto **il Monferrato Casalese**, compresa la sua "capitale": **Casale Monferrato**, sono riusciti a rimanere **a "dimensione d'uomo";**

E' una **terra ricca di storia** ed affascinante per le **bellezze architettoniche** in aggiunta alle stupende **bellezze naturali.**

a dimensione d'uomo

ricca di storia

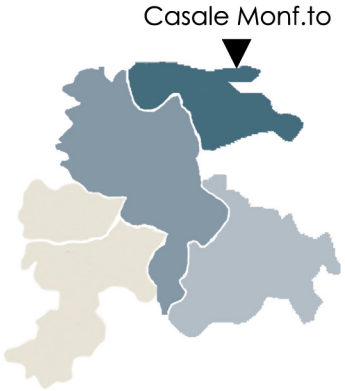
bellezze naturali



Casale Monferrato ha una **posizione strategica**, può raccogliere un **bacino di utenza abbastanza importante**.

Si trova **a pochi chilometri da** tre grandi città come **Genova**, **Milano** e **Torino**.

Fonti: - www.google.it/maps/



E' **facilmente raggiungibile anche da Svizzera, Germania e Benelux** che abbiamo visto essere i mercati esteri più interessati al turismo in Piemonte.

Ma anche da alri paesi che potrebbero diventare parte del mercato come **Francia** e **Austria.**

Fonti: - https://www.google.it/maps/

Analisi SWOT

Strategie di progetto

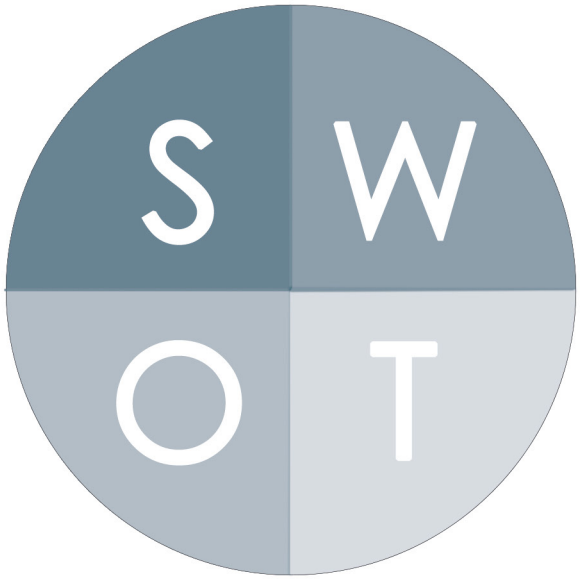
Casi studio

STRENGTHS

- Boom del turismo enogastronomico
- Unicità del Monferrato
- Posizione strategica

WEAKNESSES

- Poca conoscenza del basso Monferrato
- Carenze nel sistema delle reti territoriali
- Quartiere emarginato



OPPORTUNITIES

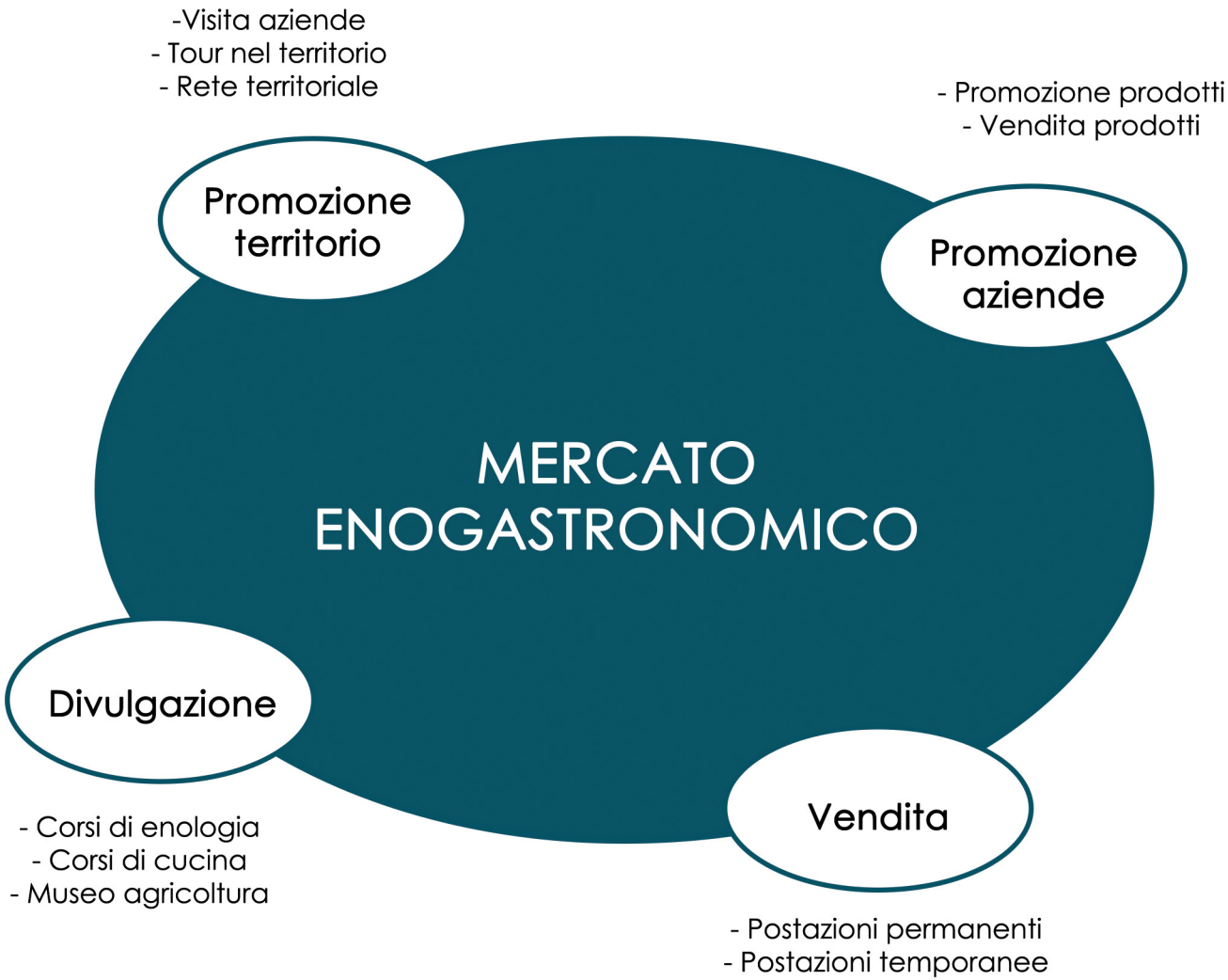
- Promozione del territorio
- Riqualificazione del quartiere
- Rivalutazione di Casale nell'opinione pubblica

THREATS

- Realtà provinciale
- Vicinanza all'ex industria Eternit

Strategie di progetto

Casi studio


-Visita aziende
- Tour nel territorio
- Rete territoriale
- Promozione prodotti
- Vendita prodotti
Promozione territorio
Promozione aziende
MERCATO ENOGASTRONOMICO
Divulgazione
Vendita
- Corsi di enologia
- Corsi di cucina
- Museo agricoltura
- Postazioni permanenti
- Postazioni temporanee

Casi studio

ROTTERDAM MARKTHAL

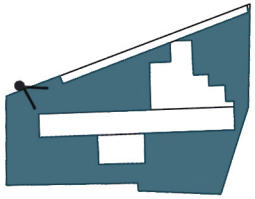
Architects: **MVRDV**

Location: **Rotterdam, The Netherlands**

Project Year: **2014**

Fonti ed immagini:
- www.archdaily.com
- www.domusweb.it

MALMÖ SALUHALL



Architects: **Wingårdh Arkitektkontor AB**

Location: **Malmö, Sweden**

Project Year: **2016**

Fonti ed immagini:
- www.archdaily.com
- www.malmosaluhall.se

BARNONE

Architects: **Debartolo Architects**

Location: **Gilbert, Arizona, United States**

Project Year: **2016**

Fonti ed immagini:
- www.archdaily.com

Perchè il centro di ricerca?

Quali sono le cure?

Perchè Casale Monferrato?

Analisi SWOT

Sreategie di progetto

Casi studio

Oggi il **mesotelioma** e le altre **malattie asbesto correlate** risultano **sempre più pericolose**; **il trend** di queste patologie **è in continuo aumento**.

In Italia nel 2016 sono stati registrati **1.900 nuovi casi di mesotelioma** e **6000 decessi per patologie asbesto correlate**.

Il presumibile picco delle patologie asbesto-correlate, ed in particolare dei mesoteliomi, **si verificherà tra il 2020 ed il 2030.**

1900 nuovi casi di mesotelioma nel 2016

6000 decessi per patologie asbesto correlate nel 2016

2020/2030 picco patologie asbesto-correlate

emergenza sanitaria, economica e sociale

Data la natura ed il decorso di queste patologie si parla di una **emergenza** non solo **sanitaria** ma anche **sociale** ed **economica**.

ricerca scientifica e sorveglianza sanitaria

Per estirpare questa malattia dalla società sono necessarie **mappatura**, **bonifica**, **ricerca scientifica** e **assistenza sanitaria**.

Fonti:
- www.panorama.it
- www.repubblica.it
- www.osservatoriomalattierare.it
- www.today.it

Quali sono le cure?

Perchè Casale Monferrato?

Analisi SWOT

Sreategie di progetto

Casi studio

La prognosi per il mesotelioma pleurico maligno è infausta, con **sopravvivenza a cinque anni dalla diagnosi inferiore al 10%**.

10% sopravvivenza a 5 anni dalla diagnosi del mesotelioma pleurico

Questa patologia insidiosa **per ora non dispone di alternative terapeutiche soddisfacenti**; al momento **non vi sono farmaci e cure efficaci** nel controllare la malattia e nel migliorare la sopravvivenza a lungo termine dei pazienti.

assenza di cure efficaci

Oggi sono **3** le **principali ricerche** condotte **per cercare una cura** più **efficace** per trattare questo tipo di malattia rara:

angiogenesi

- **LUME-Meso**; uno studio basato su di un **farmaco angiogenetico** che agisce a livello dei vasi sanguigni.

immunoterapia

- **NIBIT-MESO-1**; uno studio che tenta di sfruttare l'**immunoterapia**

nanotecnologie

- uno studio che prova ad utilizzare delle **nanoparticelle**

Fonti: - www.osservatoriomalattierare.it
- www.lastampa.it

Perchè Casale Monferrato?

Analisi SWOT

Sreategie di progetto

Casi studio

Nel 1907 Eternit aprì lo **stabilimento più grande d'Europa** per la produzione di cemento amianto.

E' uno dei comuni con **il più alto tasso d'incidenza per il mesotelioma** pleurico; si parla di 81.4 casi ogni 100'000 abitanti contro la media italiana di 3.6 casi oni 100'000 abitanti.

Casale Monferrato è la **città simbolo della lotta all'amianto**.

stabilimento eternit più grande d'europa

81.4
su 100'000

tasso di incidenza per mesotelioma pleurico

simbolo della lotta all'amianto

UFIM

Nel 2014 all'ospedale di Casale viene **attivato l'ambulatorio UFIM** (Unità Funzionale interaziendale per la diagnosi e la terapia del mesotelioma) volto ad **attività clinico assistenziali e di ricerca**.

Nel 2017 il Consiglio comunale di Casale ha approvato un ordine con cui l'**UFIM** diventi "**centro di riferimento nazionale sulle patologie dell'amianto**".

Nel 2017 la **Regione Piemonte** ha **accolto la richiesta** presentata dal sindaco di Casale Monferrato **di rendere l'UFIM stabile e permanente**.

Fonti:
- www.regione.piemonte.it
- www.comune.casale-monferrato.al.it
- www.meso.ospedale.al.it/?page_id=2732
- www.quotidianosanita.it
- www.lastampa.it

Analisi SWOT

Sreategie di progetto

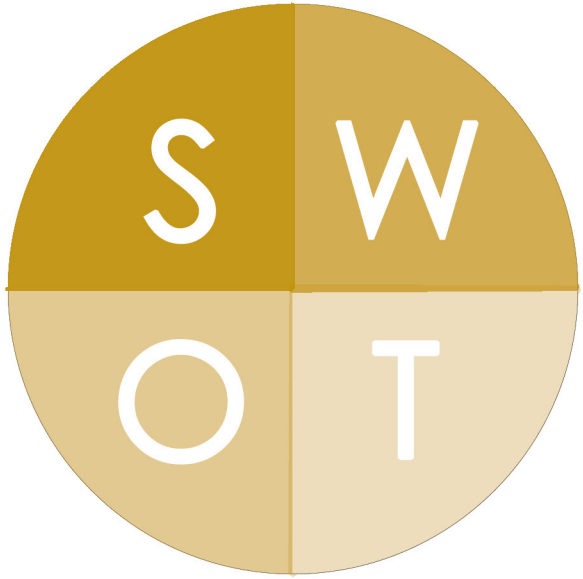
Casi studio

STRENGTHS

- Miglioramento assistenza ai malati
- Promozione di Casale come punto di riferimento per la lotta all'amianto

WEAKNESSES

- Lontananza dall'ospedale S.Spirito
- Difficoltà nel trovare cure efficaci



OPPORTUNITIES

- Trovare una cura adatta
- Creazione di un centro d'eccellenza nazionale

THREATS

- Velocità delle tempistiche
- Presunta temporaneità della malattia

Sreategie di progetto

Casi studio

- Laboratorio
- Centro di analisi
- Assistenza sociale
- Assistenza psicologica
Ricerca
Sostegno
CENTRO DI RICERCA
Divulgazione
Cura
- Sala conferenza
- Auditorium
- Centro diagnostico
- Ambulatorio
- Degenza

Casi studio

PSYCHOPEDAGOGICAL MEDICAL CENTER

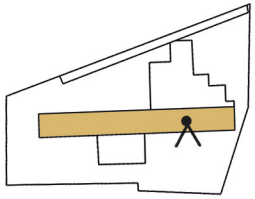
Architects: **Comas-Pont Arquitectos**

Location: **Barcelona, España**

Project Year: **2015**

Fonti ed immagini:
- www.archdaily.com

NGS MACMILLAN UNIT



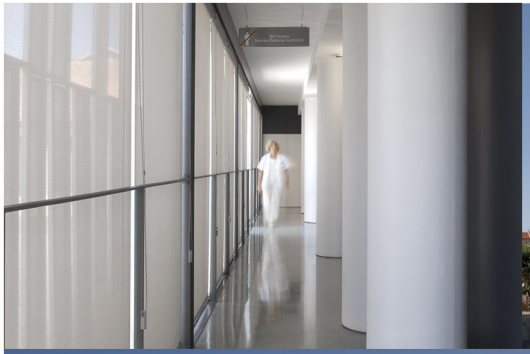
Architects: **The Manser Practice**

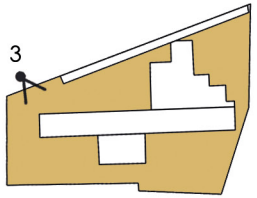
Location: **Chesterfield, United Kingdom**

Project Year: **2017**

Fonti ed immagini:
- www.archdaily.com

HEALTH CENTER IN CANET DE MAR





Architects: **Conxita Balcells Associats S.L.P**

Location: **Canet de Mar, Barcelona, Spain**

Project Year: **2008**

Fonti ed immagini:
- www.archdaily.com

5_I MEETING

5.1_ PREMESSA

Questa fase è stata di fondamentale importanza per lo sviluppo del lavoro. Interfacciarsi con i diversi attori coinvolti nel progetto è stato cruciale per comprendere quale fosse la strategia da seguire, ma anche interessante al fine di capire le dinamiche reali che si instaurano, potenzialmente, tra il progettista ed il committente.

5.1_ INCONTRO CON: UFIM

Il primo soggetto con cui mi sono confrontato è stato UFIM.
L'incontro è avvenuto nel piccolo ambulatorio, a loro dedicato, presso il reparto di oncologia dell'ospedale di Casale alla presenza di 4 dottoresse tra cui la responsabile dell'ente: la dott.ssa Federica Grosso.

Una volta illustrata la strategia di progetto il gruppo è sembrato molto interessato. Le dottoresse risultavano piacevolmente colpite dall'idea di un progetto mirato ad immaginare una sede indipendente in cui l'UFIM potesse attuare le proprie attività di cura e di ricerca.
Significativo appariva anche il sito scelto per ospitare il progetto:

- localizzato di fianco al luogo in cui sorgeva l'industria responsabile della malattia che cercano di curare

- di proprietà della Buzzi Unicem che tramite la Fondazione Buzzi Unicem Onlus è uno dei principali finanziatori dell'UFIM

Una volta concluso il meeting la Dr.ssa Grosso mi ha invitato a discutere di questa idea anche con la dott.ssa Daniela Degiovanni: un'autorità nell'ambiente medico legato al mesotelioma.

5.2_ INCONTRO CON: Dott.ssa Daniela Degiovanni

Il secondo incontro è avvenuto con la dott.ssa Degiovanni; oncologa, ormai in pensione, che ha dedicato l'intera carriera alla studio, alla cura ed al supporto dei pazienti colpiti da mesotelioma.
«[...]Per l'impegno profuso, nel corso della sua vita, alla cura e all'assistenza delle vittime da amianto e delle loro famiglie [...]» [1] la dottoressa è stata insignita, nel 2017, del titolo di Cavaliere della Repubblica dal Presidente Sergio Mattarella.

In questo incontro la dottoressa ha ribadito il grande interesse verso un progetto di questo tipo, ma ha anche esposto alcune

perplessità riguardo la concretezza di un' idea simile.
Dall'alto della sua grande esperienza ha affermato che questo progetto sarebbe utopico in una realtà come quella casalese, sia per gli imponenti costi dovuti ai macchinari ed al personale, sia per la dinamica politica che un' operazione di questo tipo causerebbe, ma anche per il rischio di ottenere una ghettizzazione dei malati. Quest'ultima problematica, di stampo sociale, porterebbe i cittadini ad avere timore del centro di cura, non di percepirlo come un luogo positivo; ottenendo un risultato contrario rispetto a quello auspicato.

In seconda battuta la Dottoressa ha espresso il proprio giudizio personale anche riguardo la strategia legata al settore enogastronomico visto, da lei, come ambito più realistico rispetto a quello della ricerca clinica.
In quest'ottica mi ha suggerito di consultare l'assessore Carmi che si occupa di cultura, turismo e marketing territoriale presso il comune di Casale.

5.3_ INCONTRO CON: Assessore Daria Carmi

Questo incontro è stato utile per comprendere quali fossero le necessità e i progetti del comune di Casale.
Durante il colloquio l'assessore ha confermato che il contesto in cui insiste il lotto di proprietà della Buzzi Unicem è in continua trasformazione al fine di riconnettere questa periferia alla città.
Il motore economico di questa trasformazione è la nascita della ciclovia VENTO (ciclovia che collega Venezia e Torino) che dovrebbe passare attraverso Casale e portare un grande incremento dei flussi di attraversamento, dati i 350.000 passaggi annuali previsti.
Il suggerimento dell'assessore è stato, dunque, quello di tenere conto anche di questo segmento turistico che dovrebbe diventare importante per la città.

5.4_ INCONTRO CON: Buzzi Unicem

Una volta coinvolti ed ascoltati gli attori a margine delle diverse strategie di progetto, c'è stato l'incontro con la proprietà. Questo colloquio, avvenuto alla presenza della prof. Montacchini e del prof. Di Robilant, è stato di fondamentale importanza per la scelta della strategia definitiva.
A questo incontro, svoltosi nella sala riunioni della sede centrale, hanno partecipato: il presidente Enrico Buzzi, l'amministratore delegato Pietro Buzzi ed il geometra Giuseppe Ferrittu responsabile del settore immobiliare Buzzi Unicem Spa.

Dopo una prima parte in cui ho esposto le due strategie di progetto, è iniziato un momento di inteso dibattito in cui i committenti hanno manifestato i propri

punti di vista.

La prima strategia di cui si è discusso è stata quella riguardante il centro di ricerca. La proprietà è risultata scettica rispetto alla destinazione d'uso e ha espresso il suo timore nell'intraprendere questa strada a causa di due principali motivazioni:

− il terreno instabile in cui si stanzia il mondo della ricerca e della cura clinica

− un sentimento sociale legato alla volontà di superare e lasciarsi alle spalle il disastro Eternit che è stato per troppo tempo il protagonista nella nostra città.

Successivamente è stata esaminata la strategia progettuale, legata al mercato enogastronomico.
Questo approccio è stato ritenuto più interessante, da parte dei committenti, che hanno concordato sulla grande importanza che sta assumendo il settore e sulla necessità di promuovere il nostro territorio. Dopo aver espresso il parere positivo la proprietà ha manifestato, però, alcuni dubbi riguardanti la progettazione di un mero mercato enogastronomico cercando di sottolineare la necessità, più volte espressagli dal comune di Casale, di un campeggio attrezzato utile ad ospitare i turisti che vengono a visitare la città ed il Monferrato.

Note

1 - www.ilsecoloxix.it

6_IL PROGETTO

6.1_LA STRATEGIA DEFINITIVA

Conclusi i meeting e rielaborati tutti i suggerimenti forniti dagli stakeholders, mi sono occupato di determinare quale fosse la strategia risolutiva da adottare. Dai dibattiti scaturiti durante i confronti diretti, è parso evidente come l'idea riguardante il mercato enogastronomico avesse suscitato più interesse e fosse reputata la più congeniale al fine di riabilitare Casale agli occhi dell'opinione pubblica. In quest'ottica ho abbandonato l'idea di cimentarmi su di un progetto riguardante la sfera sanitaria dedicandomi ad una progettazione relativa all'ambito turistico e di promozione del territorio.

Al fine di stuzzicare maggiormente l'interesse del committente e del Comune di Casale, ho cercato di coniugare la mia ipotesi iniziale con i suggerimenti indicati dalla delegazione Buzzi Unicem e dall'assessore.

mercato enogastronimico + area campeggio + cicloturisti VENTO

La strategia definitiva che ne risulta è l'ideazione di una grande area esperienziale progettata in modo da soddisfare tutte le necessità dei turisti enogastronomici ed attenta a considerare le dinamiche di rinascita del quartiere.
Con questo tipo di progetto ho tentato di creare un luogo unico, che potesse risultare una tappa obbligatoria sia per i turisti enogastronomici che visitano il Basso Monferrato, sia per chi percorre la VENTO alla scoperta dei prodotti tipici di ogni zona geografico-culturale attraversata dalla ciclovia, ma anche per la comunità casalese stessa.

6.2_RELAZIONE DI PROGETTO

Il progetto, come già affermato nell'introduzione, si propone di contribuire al programma che Casale Monferrato sta attuando al fine di reagire alla catastrofe ambientale e sociale dovuta ad Eternit. L'intervento cerca di inserirsi all'interno delle operazioni comunali mirate a conferire al quartiere Ronzone un ruolo embrionale per la rinascita cittadina. Tutto ciò al fine di ottenere una riconnessione di questo luogo, per anni sinonimo di tragedia, con il centro cittadino.

La grande tematica che permea il progetto è la resilienza. Resilienza intesa nel suo più ampio significato: ecologico, sociale ed urbanistico. La strategia mira a realizzare un intervento a basso impatto ambientale che contribuisca a promuovere la coesione sociale restituendo nuova identità e nuovo carattere ad una zona che, al momento, risulta essere posta ai margini delle dinamiche cittadine. La progettazione è finalizzata alla valorizzazione del patrimonio ambientale e cerca di promuovere una mobilità lenta, mirata alla conoscenza del territorio ed a massimizzare il contatto con la natura. Si vuole fare, perciò, della componente verde il punto di forza; un verde utile sia ad aspetti ambientali ma anche ad aspetti sociali tramite la creazione di aree piantumate che fungano da luoghi di ritrovo.

L'esaltazione della natura e della ricerca di una inclusività sociale sono qualità che contraddistinguono l'intervento già nel percorso urbano ideato al fine di collegare direttamente il sito di progetto alla tratta VENTO. La progettazione è stata particolarmente attenta nel prediligere l'attraversamento di strade e luoghi contraddistinti da particolari connotati ambientali (Rive del Po, Boschi, strade bianche) e nell' arricchire il percorso di zone ombreggiate attrezzate per la sosta, creando luoghi di incontro utili alla collettività.

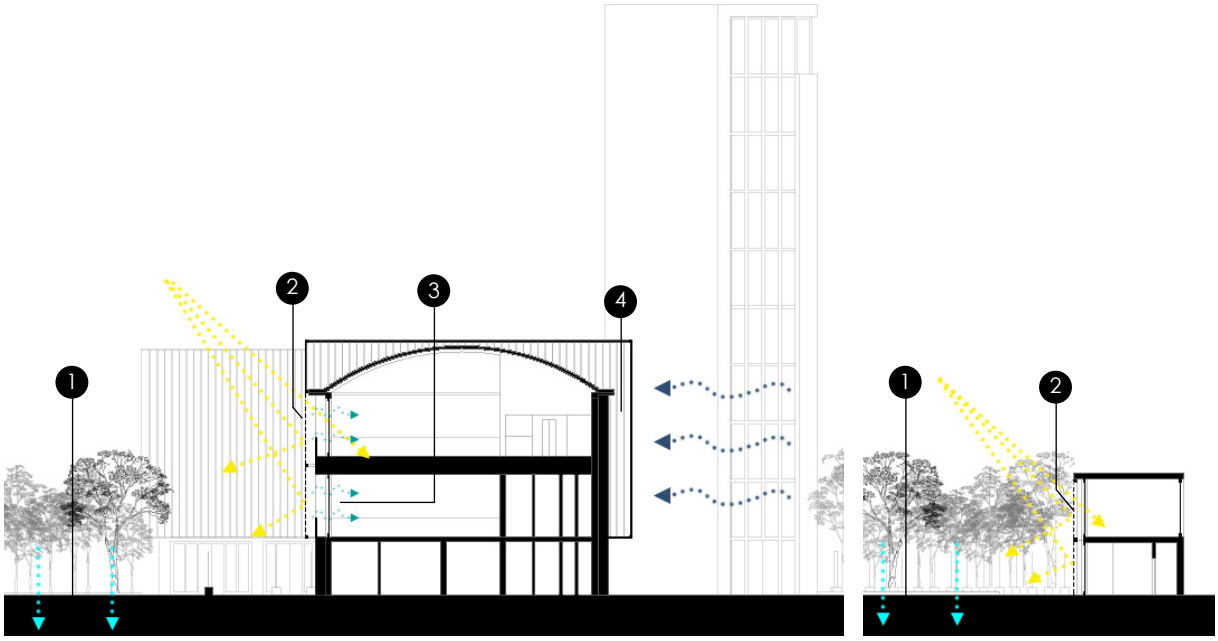
All'interno del sito di progetto lo spazio diventa un luogo semi-pubblico, di centrale importanza per la comunità e di riferimento per i turisti che visitano il basso Monferrato. La cittadinanza può vivere il luogo come una zona di svago, di incontro; i turisti come un complesso che può offrire loro tutto ciò che essi cercano quando si dedicano ad un viaggio enogastronomico. Anche all'interno dell'area il vero protagonista è l'ambiente; la grande superficie, che prima si presentava come una distesa di cemento, è ora dominata da vaste aree verdi. Queste hanno lo scopo di creare una quinta scenica naturale che nasconde lo sprawl urbano caratteristico del quartiere, ma soprattutto quello di aiutare l'assorbimento delle acque piovane, aumentare la biodiversità e contribuire alla diminuzione dell'isola di calore urbana.

Tra stato di fatto ed ipotesi di progetto si registrano:

+300% 300% di aumento del suolo permeabile

+135% 135% di aumento della superficie alberata

Gli edifici sono ideati in modo tale da risultare trasparenti nei lati che si affacciano verso la natura e completamente opachi nelle facciate esposte al disordine edilizio della città diffusa. Inoltre risultano attenti alla sostenibilità ambientale; grazie all'utilizzo di tecnologie passive che garantiscano il raggiungimento del confort termico minimizzando gli sprechi energetici.



1. favorire l'assorbimento delle acque piovane
2. schermature mobili utili al controllo microclimatico e ad evitare abbagliamento
3. vetrate totalmente apribili per garantire controllo microclimatico e favorire la ventilazione naturale
4. spazio tampone utile a schermare i venti freddi provenienti da nord

La grande superficie del lotto risulta essere occupata da una vasta area campeggio e da una piazza pubblica sulla quale si affacciano 4 edifici che svolgono diverse funzioni.

Il campeggio fa del contatto con la natura il proprio vanto. Il rapporto con la componente naturale è massimizzato e la presenza di 2 biopiscine, le quali utilizzano alcune specie arbustive per la fitodepurazione delle acque, offre una stimolante esperienza innovativa per gli amanti della sostenibilità e del contatto con la natura. Progettato facendo riferimento alla legge regionale riguardante la disciplina dei complessi ricettivi all'aperto, il campeggio si compone di: 14 piazzole per camper, 14 piazzole per tende e 6 camere doppie per una capienza totale di 138 persone.

La piazza funge da grande zona di sosta e da collegamento tra i vari servizi presenti all'interno dell' area. E' un luogo che fa parte integrante del progetto. Grazie alle sue dimensioni può essere utilizzata per ospitare eventi fieristici all'aperto permettendo, così, di aumentare la varietà e la tipologia di proposte offerte.

Gli edifici che caratterizzano l'area sono in parte ricavati utilizzando la maglia di pilastri esistenti ed in parte di nuova costruzione. Le condizioni non perfette in cui versano le strutture dell'intero fabbricato mi hanno spinto a considerare di abbattere gran parte del costruito, in accordo con l'intenzione della committenza che da anni prevede l'intera demolizione dell'ex complesso industriale. Di tutto ho deciso di salvaguardare almeno alcuni pilastri e travi di copertura del capannone principale, che risultano ancora in buone condizioni, al fine di preservarne la memoria e proporne un riutilizzo.

Per riqualificare le porzioni di capannone scelte e renderle adatte alle necessità, sono stati aggiunti alcuni nuovi pilastri che hanno permesso una suddivisione della grande campata in spazi più gestibili.

Entrambi gli edifici nati dalla riqualificazione di porzioni del capannone risultano essere, nel nuovo progetto, avvolti da una struttura autoportante di policarbonato.

Questa, oltre a creare spazi tampone utili al controllo microclimatico, ha la funzione di celarne le fattezze originali e di fare apparire la costruzione come nuova. Nonostante ciò il ricordo della fabbrica non sparisce ma viene evocato di sera quando, tramite un gioco di luci ed ombre, il policarbonato, illuminato dall'interno, permette di intravedere la forma dell'ex capannone industriale. La pelle in policarbonato si interrompe solamente nella parte sud degli edifici, il prospetto che si affaccia sul panorama collinare. In queste zone viene sostituita da una struttura composta da pannelli di lamiera microforata, in parte fissi ed in parte mobili, che permettono sia la schermatura dai raggi solari che la possibilità di godere di una vista diretta delle colline monferrine.Gli edifici di nuova costruzione risultano progettati, in setti portanti di calcestruzzo armato facciavista. La decisione di optare per questa soluzione deriva da scelte progettuali ma anche dal fatto che la committenza sia una delle aziende più importanti nel settore della produzione di questo materiale edile. In questi edifici è anche molto importante la presenza della componente trasparente: nell'edificio a torre le grosse vetrate servono a garantire la vista pel panorama, nell'edificio serra servono ad assicurare un microclima adatto alla crescita delle specie vegetali coltivate al proprio interno.

Esaminate le caratteristiche architettoniche è necessario capire quali siano le attività ospitate da questi edifici:

Il Mercato Enogastronomico

All'interno di questa struttura, sono collocate tutte quelle attività utili alla promozione dei prodotti e delle aziende del territorio. Al piano terra troviamo un'area a tutt'altezza adibita a mercato coperto. Qui sono collocati 16 stand atti ad ospitare, a rotazione, aziende e produttori locali desiderosi di pubblicizzare e vendere i propri prodotti artigianali. Al primo piano è collocato un ristorante slowfood con una capienza massima di 50 coperti, destinato a proporre piatti tipici monferrini. Infine, il terzo ed ultimo piano, è adibito ad enoteca; all'interno di questo grande spazio, oltre a zone destinate alla vendita ed all'assaggio dei vini del territorio, vi è una zona adatta ad ospitare, a rotazione, le aziende vitivinicole che desiderano presentare i propri prodotti al pubblico.

Sia il ristorante che l'enoteca sono stati progettati tenendo conto delle norme di riferimento riguardo i locali di somministrazione.

Servizi Campeggio

Questa struttura è destinata ad ospitare tutti i servizi necessari all'area campeggio. Al piano terra, oltre ai servizi igienici e le docce, troviamo la zona uffici, la zona di lavanderia,stireria,lavaggio piatti ed anche un'officina dedicata ai cicloturisti che hanno necessità di sistemare la propria bicicletta. Al piano superiore sono collocate, invece, due sale comuni in cui gli ospiti possono interagire tra loro e la zona dedicata alle 6 camere doppie che il

campeggio può offrire. L'ultimo piano di questa struttura non ospita un servizio connesso al campeggio bensì alla torre belvedere-museo. Questo piano è adibito ad ufficio di promozione del territorio.

Torre belvedere-museo

La costruzione ha come scopo quello di presentare, al turista che la percorre, le caratteristiche territoriali, storiche, culturali, culinarie e sociali dell'intera zona monferrina. Ad ogni piano la torre ospita una grande sala espositiva, queste sono dedicate ad esporre le particolarità storiche e le tradizioni del basso Monferrato. Il percorso conoscitivo culmina con una sala completamente vetrata nella quale i turisti possono godere di un panorama che permette di scoprire a 360° il territorio che li circonda.

Laboratori e serre

Questo edificio è di servizio degli orti urbani. Al piano terra si trovano i laboratori ed i magazzini degli attrezzi per gli utenti degli orti urbani. Il piano superiore è ideato al fine di fungere da serra; un luogo in cui si possono mettere a crescere le specie vegetali appena seminate prima di trapiantarle negli orti urbani all'aperto.

7_ CONCLUSIONE

In conclusione posso affermare che il percorso intrapreso durante la tesi è stato fedele alle premesse iniziali.

Grazie a questa esperienza ho potuto comprendere cosa significhi interfacciarsi con dei committenti reali. Nonostante ciò abbia significato giungere a compromessi e modificare alcune delle mie idee iniziali, reputo sia stata un' esperienza molto stimolante.

E' proprio tramite questo processo che, partendo dalle due strategie iniziali, sono riuscito a giungere ad una soluzione finale ritenuta utile non solo dal sottoscritto ma anche dal committente e dal comune stesso.

Grazie a questo progetto di riqualificazione ho avuto la possibilità di offrire il mio apporto riguardo ad una eventuale soluzione utile a contribuire alla rigenerazione del quartiere Ronzone ed alla rinascita della città di Casale Monferrato.

8_ BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA

Libri:

- Garibaldi R. , 2017, In viaggio per cibo e vino, opportunità per un nuovo turismo integrato, volume 1. (abstract)

- Garibaldi R. , 2018, Primo rapporto sul turismo enogastronomico italiano. (abstract)

Documenti:

- Agenzia delle entrate, Accertamento della proprietà immobiliare urbana.

- Comune di Casale Monferrato, Casale Monferrato Capitale Italiana della Cultura 2020, dossier di candidatura.

- Comune di Casale Monferrato, Piano Regolatore Generale, variante n°18, sviluppi relativi a determinati ambiti di intervento, ambito n.2, Ronzone, planimetria generale.

- Comune di Casale Monferrato, Piano Regolatore Generale, variante n°23, progetto definitivo,norme di attuazione.

- De Blasi M. , Strumenti e metodi per la trasformazione-valorizzazione di un patrimonio industriale nel Monferrato casalese. Il caso del Palli Alta Italia, tesi di laurea

- *a cura di* Gianni Calvi, La grande storia del Monferrato.

- *a cura dell'* Osservatorio Nazionale del Turismo, Il turismo enogastronomico in Italia.

Siti internet:

it.freepik.com

- https://it.freepik.com/icone-gratis

it.wikipedia.org

- https://it.wikipedia.org/wiki/Casale_Monferrato
- https://it.wikipedia.org/wiki/Enogastronomia
- https://it.wikipedia.org/wiki/Turismo_enogastronomico

sabap-to.beniculturali.it

- http://www.sabap-to.beniculturali.it/index.php/vincoli/14-applicazioni/49-gestione-vincoli-monumentali

whc.unesco.org

- http://whc.unesco.org/en/list/1390

www.archdaily.com

- https://www.archdaily.com/553933/markthal-rotterdam-mvrdv

- https://www.archdaily.com/870949/malmo-saluhall-wingardh-arkitektkontor-ab

- https://www.archdaily.com/886534/barnone-debartolo-architects

- https://www.archdaily.com/389326/health-center-in-canet-de-mar-conxita-balcells-associats-s-l-p

- https://www.archdaily.com/870911/psychopedagogical-medical-center-comas-pont-arquitectos

- https://www.archdaily.com/880789/ngs-macmillan-unit-the-manser-practice

www.comune.casale-monferrato.al.it

- http://www.comune.casale-monferrato.al.it/flex/cm/pages/ServeBLOB.php/L/IT/IDPagina/6858

www.domusweb.it

https://www.domusweb.it/it/architettura/2014/10/17/markthal_rotterdam.html

www.formazioneturismo.com

- https://www.formazioneturismo.com/turismo-enogastronomico-italia-un-fenomeno-successo/

www.horecanews.it

- https://www.horecanews.it/presentato-primo-rapporto-sul-turismo-enogastronomico-italia/

www.ilsecoloxix.it

- http://www.ilsecoloxix.it/p/basso_piemonte/2017/11/18/AS5vEgtK-daniela_degiovanni_cavaliere.shtml

www.inumeridelvino.it

- http://www.inumeridelvino.it/2018/05/la-produzione-di-vino-in-italia-nel-2017-dati-finali-istat.html

www.lastampa.it

- https://www.lastampa.it/2017/06/08/scienza/benessere/mesotelioma-piccoli-passi-avanti-grazie-allimmunoterapia-ifhdpSXlx8lOZQXq9JfucP/pagina.html
- http://www.lastampa.it/2017/03/31/edizioni/alessandria/amianto-a-JUvEHPgOJpHT2YD4xstZ7J/pagina.html

www.malmosaluhall.se

- https://www.malmosaluhall.se/en/about-saluhallen/

www.meso.ospedale.al.it

- http://www.meso.ospedale.al.it/?page_id=2732

www. osservatoriomalattierare.it

- https://www.osservatoriomalattierare.it/mesotelioma/12818-mesotelioma-studio-made-in-italy-su-nuova-immunoterapia-di-combinazione
- https://www.osservatoriomalattierare.it/mesotelioma/12379-mesotelioma-pleurico-incoraggianti-dati-di-sopravvivenza-per-nintedanib
- https://www.osservatoriomalattierare.it/mesotelioma/13594-mesotelioma-pubblicati-i-risultati-completi-di-ngr-htnf

www.panorama.it

- https://www.panorama.it/news/cronaca/pericolo-amianto-i-numeri-in-italia/

www.piemonte-turismo.it

- http://www.piemonte-turismo.it/wp-content/uploads/2015/11/TurismoEnogastronomico2014.jpeg
- http://www.piemonte-turismo.it/documenti/market-research-statistics/rapporto-dati-2016/

www.quotidianosanita.it

- http://www.quotidianosanita.it/studi-e-analisi/articolo.php?articolo_id=10911

www.regione.piemonte.it

- http://www.regione.piemonte.it/agri/politiche_agricole/viticoltura/elenco.htm
- http://www.regione.piemonte.it/sanita/cms2/notizie-87209/notizie-dallassessorato/5599-25-11-2017-ufim-e-progetto-mesotelioma-regione-pronta
- http://www.regione.piemonte.it/turismo/cms/strutture-ricettive/campeggi.html
- http://www.regione.piemonte.it/governo/bollettino/abbonati/2008/10/siste/00000148.html

www.repubblica.it

- http://www.repubblica.it/oncologia/diritti/2017/05/15/news/mesotelioma_pleurico_l_unica_arma_e_la_bonifica_dell_amianto-165489686/

www.today.it

- http://www.today.it/cronaca/rapporto-amianto-2017-osservatorio-nazionale.html

www.treccani.it

- http://www.treccani.it/enciclopedia/casale-monferrato_%28Enciclopedia-Italiana%29/