LE DROIT AU REZ-DE-CHAUSSÉE

POLITECNICO DI TORINO
Dipartimento di Architettura e Design
Tesi di Laurea Magistrale

Corso di Laurea Magistrale in Architettura
Costruzione Città
A.A. 2019 - 2020

Candidata
Federica Blandino, s257390

Relatore
Prof. **Alberto Bologna**, Politecnico di Torino

Correlatore
Prof. **Stefano Pedrini**, Politecnico di Torino

LE DROIT AU REZ-DE-CHAUSSÉE

un bando di concorso per la riqualificazione dei piani terra commerciali e artigianali del quartiere *Sainte-Marthe* di Parigi

Ai miei genitori

“*Le seul véritable voyage,*
le seul bain de Jouvence,
ce ne serait pas d’aller
vers de nouveaux paysages,
mais d’avoir d’autres yeux,
de voir l’univers avec
les yeux d’un autre,
de cent autres,
de voir les cent univers
que chacun d’eux voit,
que chacun d’eux est.”

Marcel Proust, *La prisonnière*

Abstract

Parigi è una città che si vive al piano terra, al *rez-de-chussée*, in questo spazio ibrido di mezzo, all'incrocio di abitudini personali e aspirazioni comuni, dove si costruiscono le relazioni interpersonali e si vive il paesaggio stradale. Questa architettura del quotidiano si trasforma e si modifica ogni giorno, pur conservando la sua identità.

Nel corso del tempo, le differenti regolamentazioni parigine e le aspirazioni degli urbanisti hanno cercato di regolare le altezze, le profondità, le forme, le tipologie di questi luoghi intermedi, proponendo volta per volta un ritorno alla città, alla strada, al passaggio del passante, del pedone, dell'abitante. Ma, al di là delle teorie e delle regolamentazioni, sembra che non vi sia una composizione urbana univoca che possa rispondere in maniera formale all'energia dei fenomeni commerciali, i quali si mescolano e si intersecano con i fenomeni sociali ed economici in continuo mutamento.

È proprio all'interno di questo quotidiano contemporaneo inafferrabile, complesso e dinamico che bisogna interrogarsi sulla questione del piano terra. Per Parigi, il piano terra non è solo uno spazio occupato da attività private, ma è soprattutto una questione di "interesse pubblico", poichè ciò che succede al piano terra degli edifici ha un collegamento diretto con la strada, che rappresenta lo spazio pubblico per eccellenza; un buon intervento a livello del piano terra della città aggiunge valore all'ambiente urbano e determina un'esternalità positiva per esso.

Molte zone della città di Parigi risultano oggi affette da varie problematiche, come la monoattività e l'impoverimento della diversità commerciale, e la presenza di numerosi locali vacanti al piano terra della città è sintomo di questi "mali" che colpiscono oggi il commercio parigino, e, più in generale, il commercio mondiale. Questi spazi hanno bisogno di ritornare ad essere "vivi", per po-

ter contribuire alla vitalità e all'equilibrio della città.

L'area di intervento rappresenta una di quelle aree "a rischio": il quartiere selezionato presenta molti locali vacanti al piano terra, soffre di una mono-attività ed è minacciato da una perdita di identità artistica e artigianale.
Il programma proposto mira alla ricerca di soluzioni che, oltre alla reintroduzione della funzione commerciale nei locali vacanti al piano terra, riescano ad innescare un processo di riqualificazione di un'intera porzione di città.

Il fine ultimo è dunque quello di far emergere come l'attività commerciale possa rappresentare una risposta adeguata alle problematiche odierne, modificando la spazialità del piano terra tradizionale e progettando spazi flessibili che possano adattarsi a diverse realtà in dinamico progresso.
Da qui la decisione di creare un bando di concorso progettuale che sappia dare, attraverso la soddisfazione degli obbiettivi proposti, una risposta al tema di ricerca affrontato: la rivitalizzazione di porzioni di città tramite il ripensamento delle attività commerciali al piano terra. ¶

indice

introduzione 2

metodo 4

materiali di partenza 6

domande di ricerca e intenzioni 8

1_Analisi 12
Parigi 13
I commerci 24
La protezione del commercio e dell'artigianato 36
I locali vacanti 42
Cause 46
Epilogo 52
I quartieri della politica della città 56
Provvedimenti 62

2_Com'è strutturato un bando? 72
Consultazione bandi europei 75
Un bando "alla francese" 80
Perchè utilizzare gli strumenti di Project Management in un Bando 82
Gli strumenti di Project Management 84

3_Bando 94
Bando 98
Descrizioni, Documenti e Allegati 126
Linee guida 186

conclusioni e possibili sviluppi futuri 260

bibliografia 268

introduzione

Il piano terra parigino è un organismo vivente che si evolve costantemente e contribuisce all'identità sociale e culturale della città. Trasmette una certa immagine di Parigi e permette di agire sulla vita quotidiana degli abitanti: l'alta densità commerciale, le piccole dimensioni dei negozi, il loro affaccio su strada, sono specificità parigine che influenzano fortemente l'organizzazione e l'atmosfera urbana.

"La vitalità di Parigi dipende dalla sua capacità di rinnovare costantemente il modo in cui si occupa il piano terra e di sviluppare le interazioni tra i locali commerciali e lo spazio pubblico." [1] Le potenzialità di questi spazi che si affacciano direttamente sulla strada sono infatti notevoli; molte azioni pubbliche e private lo dimostrano quotidianamente. Le regole del *Plan Local d'Urbanisme* (PLU) [2], ad esempio, sono volte a tutelare e consolidare l'attività lungo le vie dello shopping, così come gli interventi della SEMAEST [3] mirano alla manutenzione e allo sviluppo dei negozi locali, con l'obiettivo di dimostrare il valore aggiunto che le strategie commerciali portano all'ambiente urbano e al comfort quotidiano. È qui, in questo spazio, che emerge il potenziale dell'architettura, capace di scaturire fenomeni a scala più ampia attraverso interventi puntuali.
Ci si propone quindi con la seguente tesi di intervenire sugli spazi commerciali, in modo tale da generare nuovi fenomeni urbani. ¶

1. GRAU architectes, *Rez de ville - Rez de vie*, Editions du Pavillon de l'Arsenal, 2013, p.22.

2. Il *Plan Local d'Urbanisme* contiene le linee guida per lo sviluppo della città nei prossimi 10-15 anni; visitata il 15 febbraio 2020. *http://pluenligne.paris.fr/plu/page/PLU?page_id=1*

3. La SEMAEST è una società di economia mista della città di Parigi ed è specializzata nella rivitalizzazione del commercio e dell'artigianato locale. E' stata incaricata dal Comune di Parigi, a partire dal 2004, di un'operazione di manutenzione e sviluppo di negozi in alcuni quartieri parigini con un tessuto commerciale deteriorato; visitata il 15 febbraio 2020. *https://www.semaest.fr/*

metodo

La Città di Parigi da tempo promuove, attraverso l'alleanza con l'*Atelier Parisien d'Urbanisme* [1], un'analisi molto dettagliata del tessuto commerciale parigino e della sua evoluzione. In una delle analisi più recenti [2], svolta nei mesi di marzo e aprile 2017, sono state raccolte molte informazioni riguardo alla natura dei locali commerciali al piano terra e riguardo alle problematiche che attualmente colpiscono questi spazi.
Attraverso l'analisi di questi preziosi documenti, si è arrivati a definire i problemi principali che stanno alla base del sistema commerciale parigino, ed è stato possibile individuare linee d'azione sulle quali poter intervenire. Gli obiettivi preposti sono stati:
- la conservazione del tessuto e della diversità commerciale
- la reintroduzione della diversità in quartieri di monoattività
- la lotta contro l'inattività e la vacanza
- la sopravvivenza di spazi commerciali a rischio
- sostenere e proteggere l'artigianato d'arte a Parigi

A seguito dell'individuazione degli obiettivi, si è scelto di intervenire in un quartiere particolarmente "a rischio" dal punto di vista della mono-attività commerciale e della lotta contro la vacanza.
Per fare ciò si è scelto di introdurre un bando di concorso con determinati requisiti che potessero soddisfare e risolvere le problematiche individuate.
Per la sua redazione sono stati consultati altri bandi europei degli anni passati, dai quali si è potuto discernere la struttura di un bando e le fasi o parti stesse che lo caratterizzano. Sono stati inoltre utilizzati gli strumenti di Project Management per comprenderne gli obiettivi, gestire le fasi e le attività previste dal Bando.
Il bando rappresenta in questo caso uno strumento che prende in considerazione tutte le micro istanze analizzate a livello di quartiere, ma, allo stesso tempo, tramite il quale è possibile anche ragionare sul problema globale rispetto alla città, il problema, appunto, legato al tessuto commerciale. Il sistema analitico proposto vuole andare a risolvere e a colmare proprio quella distanza individuata tra l'Ente banditore, rappresentato dalla città di Parigi, e le piccole realtà locali, rappresentate in particolare dalle associazioni che si mobilitano a favore della conservazione dell'identità artigianale del quartiere analizzato. ¶

1. *Atelier Parisien d'Urbanisme*; visitata il 4 febbraio 2020. *https://fr.wikipedia.org/wiki/Atelier_parisien_d%27urbanisme*

2. *Observatoire du commerce à Paris* (*BDCOM*), Atelier Parisien d'Urbanisme, visitata il 20 febbraio 2020. *https://www.apur.org/fr/nos-travaux/observatoire-commerce-paris-bdcom*

materiali di partenza

Il concorso nasce per ricercare delle soluzioni progettuali a un problema legato agli spazi commerciali della città, individuato dalla città di Parigi attraverso gli studi e le ricerche svolti sull'evoluzione commerciale a partire dagli anni Duemila.

L' *Atelier Parisien d'Urbanisme* (Apur) è un'associazione senza scopo di lucro, fondata nel 1967, che studia e dialoga con i principali attori della metropoli sui temi dei cambiamenti urbani e sociali e partecipa alla definizione delle politiche di pianificazione e sviluppo pubblico [1]; dal 1997, insieme alla Città di Parigi e alla Camera di Commercio e dell'Industria di Parigi, ha creato una banca dati comune chiamata B*anque de données sur le commerce* (*BDCom*), il cui scopo è quello di analizzare il tessuto commerciale parigino e la sua evoluzione. I censimenti e le indagini sul commercio, vere e proprie indagini sul campo, si svolgono ogni tre anni e sono denominati "*Inventaires Des Commerces et Évolutions*". Sette indagini hanno già avuto luogo nel 2000, 2003, 2005, 2007, 2011, 2014 e 2017. Nella più recente, svolta nei mesi di marzo e aprile 2017, una ventina di ricercatori ha attraversato tutte le strade parigine e ha raccolto informazioni sull'ubicazione, sulla natura, sull'attività svolta e sulla superficie dei locali. [2]

Queste indagini hanno messo in luce le problematiche che colpiscono il tessuto commerciale e hanno posto le basi per la formulazione delle esigenze e delle intenzioni progettuali del bando di concorso. ¶

1. *Atelier Parisien d'Urbanisme*; visitata il 5 febbraio 2020. *https://fr.wikipedia.org/wiki/Atelier_parisien_d%27urbanisme*

2. *Observatoire du commerce à Paris* (*BDCOM*), Atelier Parisien d'Urbanisme, visitata il 20 febbraio 2020. *https://www.apur.org/fr/nos-travaux/observatoire-commerce-paris-bdcom*

domande di ricerca e intenzioni

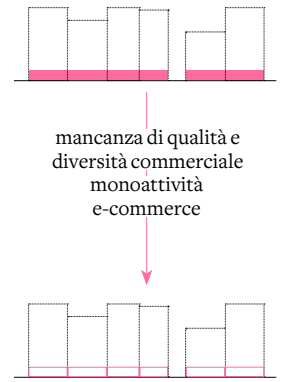
Le patologie di cui oggigiorno sono affetti gli spazi commerciali al piano terra della città di Parigi (mono-attività, mancanza di diversità commerciale, aumento delle vendite online) hanno provocato un aumento considerevole del numero di locali vacanti. Il piano terra della città, in cui si situano i locali commerciali, e lo spazio pubblico della strada creano un legame indissolubile: è in questo scambio continuo tra commercio e spazio pubblico, tra programma e architettura che nuove pratiche e modi operatori possono emergere. Dall'analisi di questo concetto nasce l'articolazione degli obiettivi, sulla base di quattro questioni fondamentali:

In che maniera il piano terra della città può contribuire a creare lo spazio pubblico e, nello stesso tempo, arricchirsi da questo per progettare nuovi luoghi del commercio?

Come intervenire sulla desertificazione delle strade e sulla vacanza dei locali?

Come portare qualità e animazione al piano terra della città per rendere le strade più attraenti?

Le attività commerciali assicurano ancora oggi la frequentazione delle strade?



La conseguente decisione dell'introduzione di un bando di concorso per affrontare le questioni sollevate ha portato ad interrogarsi su ulteriori tematiche, e a trovare una risposta ai seguenti quesiti:

Come deve essere strutturato un bando di concorso ?

In che modo un bando di concorso può garantire la qualità architettonica degli interventi sul territorio?

Parigi

commerci

quartieri prioritari della città

provvedimenti

consultazione bandi europei

strumenti di Project Management

bando

1

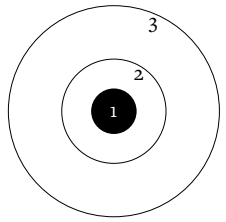
ANALISI

PARIGI

Parigi è la capitale, la città più popolata della Francia e il capoluogo della regione dell'*Île-de-France*; secondo l'INSEE [1], "in Francia vi sono 354 aree urbane e 41 "grandi aree" strutturano il territorio" [2]. Le più grandi, dodici di queste, sono qualificate come "aree metropolitane" (*aires métropolitaines*): Parigi, Lione, Marsiglia, Lilla, Tolosa, Bordeaux, Nizza, Nantes, Strasburgo, Rennes, Grenoble e Montpellier, le quali accolgono ognuna più di 500.000 abitanti. L'Area urbana di Parigi è di gran lunga la più grande della Francia: comprende 1.764 comuni e si estende per 17.177,6 km². Essa è strutturata secondo tre parti differenti: un centro città, che si sviluppa all'interno del *Boulevard Périphérique* (strada comunale a scorrimento veloce a forma di anello), la periferia, che insieme al centro città forma l'unità urbana di Parigi, e un insieme di comuni che gravitano attorno alla città, i quali rappresentano la "corona periurbana". Tuttavia, se consideriamo solamente il "centro città", il comune di Parigi si ritrova ad essere solamente quarto per superficie nella classifica delle città francesi più estese, con una superficie di 105,4 km².

1. L' *Institut national de la statistique et des études économiques* è un'agenzia governativa francese, istituita nel 1946, sotto la direzione del Ministero dell'economia e delle finanze; visitata il 25 febbraio 2020. *https://it.wikipedia.org/wiki/Institut_national_de_la_statistique_et_des_%C3%A9tudes_%C3%A9conomiques*

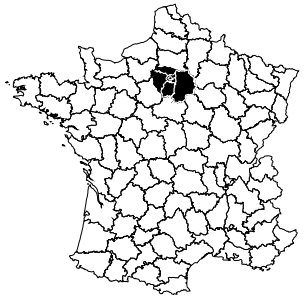
2. Area metropolitana di Parigi e Aree metropolitane francesi; visitate il 25 febbraio 2020. *https://it.wikipedia.org/wiki/Area_metropolitana_di_Parigi e https://it.wikipedia.org/wiki/Aree_metropolitane_francesi*



1: Centro città o *intra-muros*
1+2: Agglomerazione urbana
1+2+3: Area metropolitana

500

France

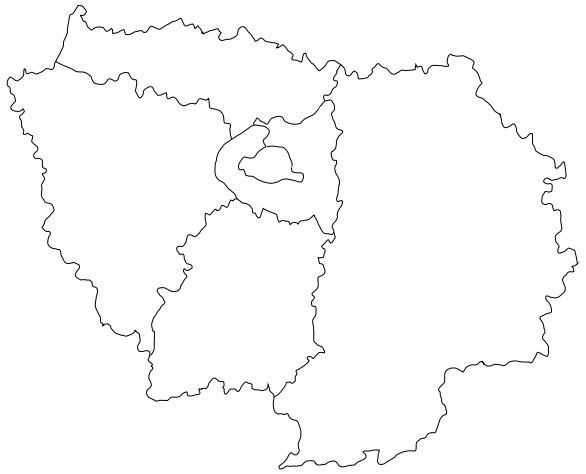


0

km

30

Île-de-France



0

km

10

Petite Couronne

0

km

Marsiglia
Marseille
241 km²

Nimes
Nîmes
161,8 km²

Tolosa
Toulouse
118,3 km²

Parigi
Paris
105,4 km²

Strasburgo
Strasbourg
78,27 km2

Nizza
Nice
71,92 km2

Nantes
Nantes
65,19 km2

Montpellier
Montpellier
56,88 km2

Rennes
Rennes
50,39 km2

Bordeaux
Bordeaux
49,36 km2

Lione
Lyon
47,87 km2

Lilla
Lille
34,83 km2

Nonostante questa posizione in classifica, il centro di Parigi ha una delle densità abitative più alte: 20.790,6 abitanti al Km², rispetto ai 4.023 di Tolosa, i 3.609 di Marsiglia e i 936 di Nîmes [2].

La trasformazione urbana della città, avvenuta tra il 1852 e il 1870 per opera del Barone Haussmann, la cui portata ha comportato una rifondazione della capitale, ha radicalmente ridefinito la forma urbana. Mantenendo alcuni assi fondatori, sono stati aggiunti e modificati tracciati urbani dando vita a una sorta di armatura urbana. Lo sviluppo dei tracciati, poi dei tracciati metropolitani, ha seguito una struttura coerente, dalla quale sono risultati numerosi punti di convergenza e una densità elevata di nodi di connessione, i quali assicurano una forte correlazione tra la logica del tessuto "al di sopra" (sistema tranviario) e una logica del "di sotto" (sistema fognario, linee della metropolitana), costituendo un tessuto urbano fine e ramificato, leggibile e identificabile da tutti.
I tracciati parigini possono essere classificati in tre categorie, in base a una logica dimensionale (larghezza delle strade) e una logica di connessione (punti che collegano).
Il sistema primario corrisponde ai grandi tracciati e agli assi principali che connettono gli elementi "permanenti"; questo sistema struttura tutta l'organizzazione urbana e si compone di corsi e boulevards, dei quali la larghezza è compresa tra i 70m e i 21m.
Il sistema secondario è costituito dalla via generica che assicura l'accesso agli isolati: è il tracciato più diffuso nella capitale, e comprende vie di larghezza tra i 20 m agli 8 m. Questo sistema secondario generico permette un'armonizzazione del modello di strada e di facciata degli edifici. Infine, il tracciato terziario è quello interno agli isolati; le strade sono lastricate e senza marciapiede e la loro dimensione varia tra i 7 m e gli 0,8 m.
L'efficacia geometrica di questa rete assicura un'alta accessibilità e percorribilità del tessuto urbano: l'indice di percorribilità pedonale è molto alto poichè questi tracciati generano un urbanismo adatto alle pratiche pedonali, di corta distanza. Questa capacità della rete in termini di servizio, accessibilità e percorribilità si traduce in una mobilità maggiore e in una effettiva mobilità pedonale [3].

2. Urbistat, visitata il 25 febbraio 2020. *https://ugeo.urbistat.com/AdminStat/it/fr/demografia/dati-sintesi/paris/75/3*

3. Benoit Jallon, Umberto Napolitano, Franck Boutté, *Paris Haussmann. A model's relevance*, Pavillon de l'Arsenal e Park Books, Zürich, 2018.

▲ Immagine tratta dal testo di Benoit Jallon, Umberto Napolitano, Franck Boutté, *Paris Haussmann. A model's relevance*, Pavillon de l'Arsenal e Park Books, Zürich, 2018.

tessuto urbano

5
4
3
2
1
0
km

linee di trasporto pubblico

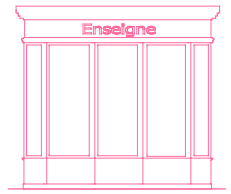
i commerci

L'immagine urbana della capitale francese è ben nota a tutti, grazie al sistema dei *grands boulevards* e allo stile architettonico inconfondibile che si ripetono su tutto il suolo parigino.
La mostra intitolata *Paris Haussmann: modèles de ville* [1], allestita dallo studio di architettura LAN nel 2017 all'interno del *Pavillion de l'Arsenal* di Parigi, ha avuto come scopo proprio quello di indagare sul modello urbano, proposto e attuato dal prefetto della Senna Georges Eugène Haussmann, che ha ridefinito la morfologia, la struttura e l'organizzazione della città. La questione alla quale gli architetti Jallon e Napolitano hanno voluto rispondere è se la sempre più complessa e affollata città di Parigi sia ancora in grado di rispondere alle necessità della società contemporanea.
Come l'analisi proposta alla mostra è stata fortemente incentrata sul centro di Parigi, cioè sulla parte della città situata entro il limite dell'attuale Boulevard Périphérique, risulta importante anche oggi, in un momento in cui l'interesse progettuale per il *Grand Paris* [2] e per quelle parti della metropoli francese situate al di fuori dei suoi limiti amministrativi comunali è forte, continua-

1. Benoit Jallon, Umberto Napolitano, Franck Boutté, *Paris Haussmann. A model's relevance*, Pavillon de l'Arsenal e Park Books, Zürich, 2018.

2. Il *Grand Paris* è un progetto immaginato e promosso dal Presidente Sarkozy dal 2008 che mira a trasformare Parigi e la sua agglomerazione in una grande metropoli mondiale del XXI secolo, visitata il 25 febbraio 2020. *https://it.wikipedia.org/wiki/Grand_Paris*

re a ripensare anche il nucleo della metropoli e soffermarsi sulla rilevanza culturale delle sue trasformazioni per il cambiamento urbano futuro.

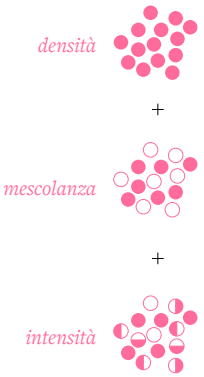


L'attività commerciale è sempre stata, all'interno di questa complessa città, una forza trainante per l'animazione e lo sviluppo della vita locale, ed è sempre stata in grado di adattarsi ai cambiamenti sociali. Il modello di negozio tipico parigino, al piano terra degli immobili, con ampio affaccio su strada, garantisce ancora oggi la frequenza e l'affollamento dei viali e delle strade e rappresenta l'emblema dello spazio pubblico parigino.
Si parla oggi e da tempo della qualità degli spazi pubblici: se sono accessibili, attraenti e sicuri, possono ispirare una vasta gamma di usi e attività. Jane Jacobs [3] ha studiato e scritto riguardo a questo rapporto nel suo libro "The Death and Life of Great American Cities" del 1961, in cui ha sviluppato il concetto di "*eyes on the street*"; secondo la scrittrice, una delle caratteristiche chiave di un centro urbano fiorente è che le persone si sentano al sicuro negli spazi pubblici, anche se sono tra loro completi estranei. La logica è semplice: più persone sono in strada, più la strada è sicura. I loro "occhi sulla strada" forniscono una sorveglianza informale dell'ambiente urbano. Affinché i residenti possano muoversi in sicurezza per le strade, devono essere presenti altre persone, il che contribuisce a creare un'atmosfera di sicurezza. Di conseguenza, più attività ci sono per le strade, più persone ci sono, e più l'ambente risulta sicuro.
Vi sono delle condizioni che Jacobs definisce "generatori di diversità" [4], delle quali il soddisfacimento genera quella ricca diversità nelle strade e nei quartieri di una città. I commerci al piano terra di una città rappresentano sicuramente uno dei fattori più importanti per la diversità urbana e svolgono un'azione fondamentale nel creare l'affollamento e la frequenza delle strade.

In questo contesto, anche la densità urbana gioca un ruolo chiave poiché produce una vicinanza spaziale di risorse diverse che favoriscono combinazioni creative; la densità, tuttavia, oggi può contribuire alla prosperità e al dinamismo di una città solo se accompagnata da un programma di "intensità". L'intensità urba-

3. Jane Jacobs (1916–2006), antropologa e attivista statunitense naturalizzata canadese. Le sue teorie e i suoi scritti, tra i quali il più famoso è quello citato nel testo, hanno influito profondamente sui modelli di sviluppo urbano delle città nordamericane; visitata il 25 febbraio 2020. *https://it.wikipedia.org/wiki/Jane_Jacobs*

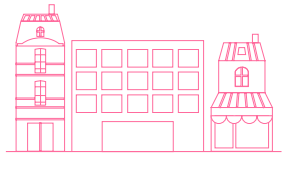
4. I quattro *generatori di diversità* introdotti da Jacobs sono:
1. un quartiere che serva a più di due funzioni primarie
2. isolati piccoli e strade frequenti
3. edifici di diverse età e condizioni in uno stesso quartiere
4. una densità di popolazione sufficientemente elevata
Jane Jacobs, *Vita e morte delle grandi città*, Torino:Einaudi, 2009.



na non ha una definizione scientifica; potrebbe essere descritta come l'espressione della densità in termini di qualità. In effetti, quando oggi si parla di città, inevitabilmente si gravita intorno alla questione della densità. Tuttavia, la densità da sola non può mai qualificare la città. L'intensità urbana va oltre la semplice nozione di densità urbana quantitativa, mantenendo o portando nel tessuto mescolanza e multifunzionalità. Essa permette di integrare nella politica urbanistica un approccio fenomenologico alla pianificazione urbana con l'obiettivo di aumentare la qualità degli spazi di vita quotidiana: qualità degli spazi di servizio, qualità degli spazi pubblici e quindi qualità delle relazioni e qualità della vita culturale e sociale. La questione essenziale dell'intensificazione è quindi quella di lavorare su una densificazione che porti un miglioramento qualitativo dello spazio attraverso lo sviluppo di spazi pubblici di qualità in grado di mescolare strettamente più funzioni (culturali, commerciali o residenziali).
Legata alla nozione di intensità è quella di "mescolanza" (*mixité*), l'integrazione di tipologie miste all'interno della rete urbana, la possibilità di avere nello stesso quartiere una grande varietà di situazioni finanziarie, culturali e professionali. Il sistema commerciale di una città permette di soddisfare queste tre dinamiche e, facendolo, contribuisce alla prosperità dei quartieri di una città.

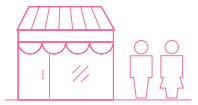
Secondo l'ultima indagine svolta per conto della *Banque de données sur le commerce* (*BDCom*) [5], nel 2017 la città di Parigi presenta un totale di 83.720 locali al piano terra, di cui 62.507 sono negozi e servizi commerciali e 21.213 sono altri locali al piano terra (vendita all'ingrosso, uffici dentro a negozi, locali liberi, ecc.).
Come città globale e innovativa, Parigi attira ogni giorno un numero crescente di persone, le quali beneficiano di una insolita e rara densità di negozi e servizi commerciali. L' elevata densità commerciale a Parigi è notevole anche rispetto alle zone limitrofe, poiché la capitale ospita il 58,3% dei negozi e dei servizi commerciali. Questa densità commerciale è eccezionale, sia in termini di numero di negozi per abitante (28 negozi per 1.000 abitanti) sia in termini di numero di negozi per chilometri di vie (4,3 negozi per 100 metri di via).

5. Observatoire du commerce à Paris, Atelier Parisien d'Urbanisme, *L'évolution Des Commerces À Paris: Inventaire Des Commerces 2017 et Évolutions 2014-2017*, Marzo 2018.

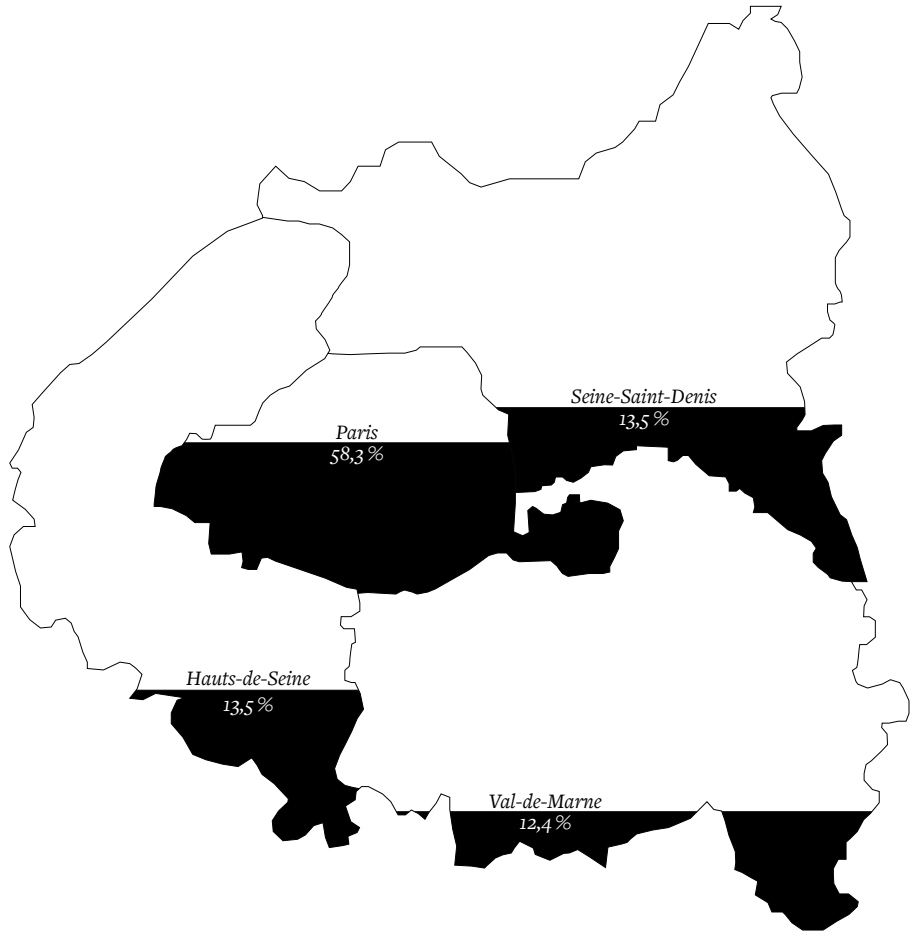


83.720
locali
al piano terra

62507
commerci
e servizi commerciali



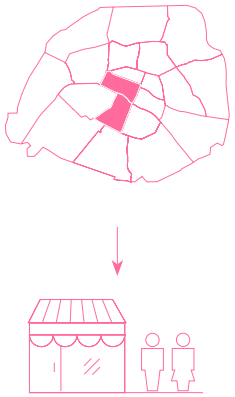
28
commerci
e servizi commerciali
per **1000** abitanti



▲ La superficie commerciale in nero rappresenta la superficie commerciale a Parigi e nella Piccola Corona.Rielaborazione dell'autore basata sui dati di Apur, BDCom 2017.

▲ Le principali vie commerciali di Parigi

I quartieri del centro di Parigi (dal 1° all'11°) sono quelli con la più alta densità di negozi e servizi commerciali. Si tratta di circa 6 negozi ogni 100 metri di strada e più di 50 negozi ogni 1.000 abitanti. Al contrario, questa densità commerciale è più bassa nei quartieri periferici, con una media di poco più di 3 negozi ogni 100 metri di strada e 20 negozi ogni 1.000 abitanti.

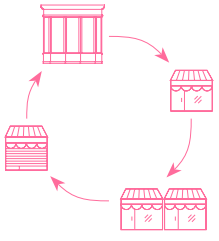


139
negozi ogni
1000 abitanti

Le densità più elevate si trovano nel 6° arrondissement (8,1 negozi per 100 metri di strada) e nel 1° arrondissement in termini di densità di commerci per abitante (139 negozi per 1.000 abitanti). Al contrario, le densità più basse si trovano nel 19° arrondissement con una media di 2,2 negozi ogni 100 metri di strada e 12 stabilimenti ogni 1.000 abitanti.

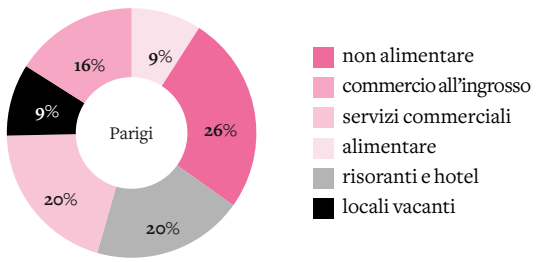
La rappresentazione cartografica a lato mostra la distribuzione della densità commerciale calcolata sulla base delle aree di vendita dei negozi, dei servizi commerciali e dei caffè-ristoranti. Inoltre, l'alta densità di popolazione (21 148,91 ab./km2) e il modo di spostarsi a Parigi, per lo più a piedi, favoriscono laconservazione dei vari e piccoli negozi locali.

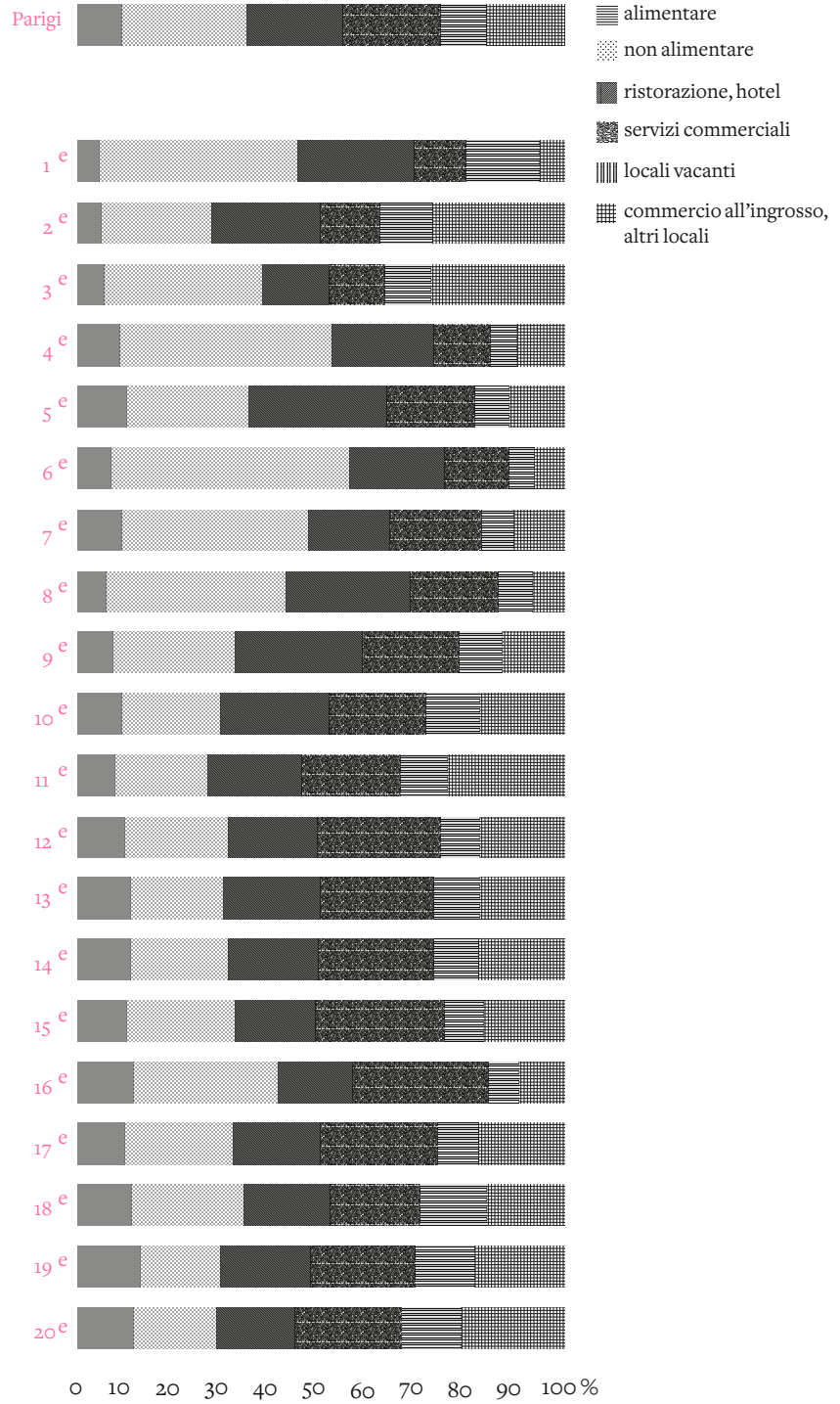
▲ Densità commerciale per 1000 abitanti; rielaborazione dell'autore basata sui dati di Apur, BDCom 2017.



I principali cambiamenti rilevati nell'indagine del 2017 riflettono i cambiamenti degli stili di vita dei francesi e dei parigini. Per quanto il numero di negozi a piano terra sembri essere stabile, nel periodo di indagine considerato vi sono stati molti cambiamenti: sono stati effettuati 19.100 movimenti tra i diversi settori di attività, molti locali hanno cambiato attività, nuovi commerci sono stati creati e altri sono scomparsi.

Ciò che emerge dall'osservazione della struttura dell'apparato commerciale parigino nel 2017 è che, in media, a Parigi, un locale su quattro corrisponde a un commercio non alimentare (26%), ovvero i commerci specializzati nell'attrezzatura della persona, nella casa, commerci relativi alla cultura, al tempo libero, al fai da te o alla mobilità. Altri due settori rappresentano ciascuno circa il 20% dei locali: i servizi commerciali e il commercio al dettaglio da un lato, e ristoranti e alberghi dall'altro. I negozi di alimentari rappresentano il 9% di tutti i locali. I locali rimanenti (25%) sono o locali occupati da un'attività non commerciale o locali vacanti e locali in fase di ristrutturazione (9%). ¶





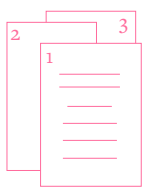
▲ Struttura commerciale per *arrondissement*; rielaborazione dell'autore basata sui dati di Apur, BDCom 2017.

“Quanto più vasta e ricca sarà la gamma d’interessi legittimi che le strade urbane riusciranno a soddisfare con le loro iniziative commerciali, tanto meglio sarà per le strade stesse e tanto più sicura e civile sarà la città.”

Jane Jacobs, 2000

La protezione del Commercio e dell'Artigianato nel PLU

Il piano urbanistico locale (PLU) è uno strumento fondamentale per la città di Parigi: rappresenta sia un documento di pianificazione urbanistica normativa, sia un documento strategico con le linee guida per lo sviluppo della città nei prossimi 10-15 anni. Esso regola l'evoluzione di parti di terreno, in particolare attraverso il trattamento dei permessi di costruzione e demolizione. È una sorta di "progetto di città", accompagnato dalle regole su cui si basano le decisioni pubbliche e private in materia di urbanistica. [1]



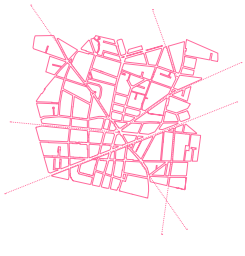
Questo piano è composto da tre parti: 1. il rapporto di presentazione, che presenta la diagnosi della situazione parigina, in particolare in termini urbani; 2. il progetto di pianificazione e sviluppo sostenibile (PADD)[2], che definisce le linee guida di pianificazione urbana a lungo termine; 3. il regolamento, che applica nella pratica le linee guida del progetto attraverso regole generali applicate a livello locale.

Uno degli obiettivi principali del PLU è quello di ridurre le disuguaglianze per dare vita ad una "Parigi inclusiva": in questa direzione vanno, oltre a tutte le politiche degli alloggi, le creazioni di strutture locali, l'adattamento della città al ritmo della vita degli abitanti, anche la difesa del commercio locale e la diversità commerciale. La vitalità del commercio è infatti uno dei punti fondamentali delle strategie della città, la quale persegue una politica proattiva di tutela nei confronti dei negozi e dell'artigianato locale, per garantire la diversità economica e l'animazione della vita urbana.

A Parigi, più di 4.250 locali beneficiano della protezione dell'artigianato. Esistono, infatti, delle "vie protette" dal *Plan Local d'Urbanisme*, caratterizzate dalla presenza di commerci o artigianato, sulle quali agiscono dei meccanismi di protezione e salvaguardia.

A differenza della BDCOM che effettua le analisi per la totalità delle vie commerciali di Parigi ogni tre anni, il Plu richiede di svolgere ogni anno un'indagine sulle vie protette, con il fine di monitorare in dettaglio e più frequentemente gli sviluppi e l'efficacia dei meccanismi di protezione. Di questi 4.253 locali al piano terra censiti nel giugno 2018, la stragrande maggioranza è rappresentata da negozi e servizi commerciali (94%).

La politica di protezione definita "Protezione del Commercio e dell'Artigianato" [3] mira, da un lato, a combattere lo sfratto delle attività commerciali e produttive dall'area densa e, dall'altro, a proteggere, incentivare o diversificare il commercio e l'artigianato. Esistono, ad esempio, nel regolamento del PLU, rigide linee di protezione per il commercio e l'artigianato che obbligano i locali al piano terra a mantenere l'uso di determinate attività in esclusiva, o altre misure volte a proteggere il commercio e l'artigianato in aree densamente popolate.



Il regolamento distingue tre livelli di protezione:

- protezione semplice: nelle strade con questo tipo di protezione è vietato, in caso di trasformazione, cambiare la destinazione d'uso dei locali commerciali o artigianali al piano terra sulla strada. Questa misura di protezione fa parte degli obiettivi della diversità delle funzioni e mira a garantire il mantenimento della vita e l'animazione dei quartieri.

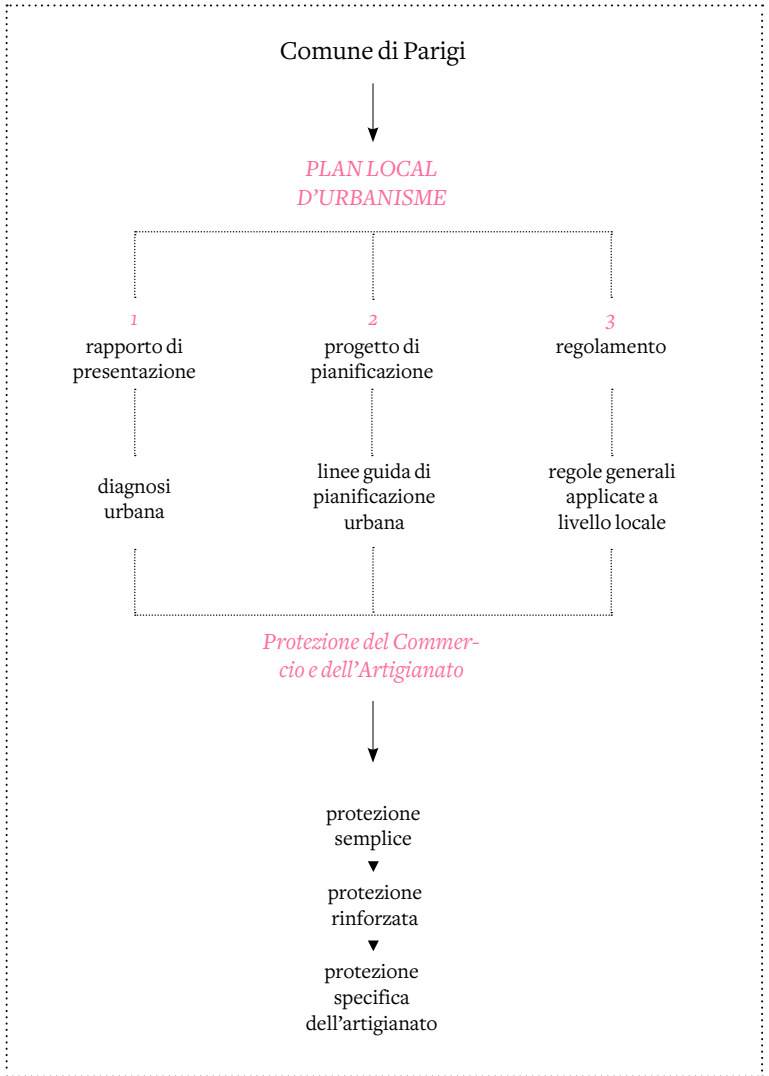
- protezione rinforzata: si tratta di una protezione semplice abbinata all'obbligo, in caso di grandi ristrutturazioni o riabilitazioni,

1. *Plan Local d'Urbanisme*, Mairie de Paris, visitata il 24 marzo 2020. *http://pluenligne.paris.fr/plu/page/PLU?page_id=1*

2. *Projet d'aménagement et de développement durable*, Mairie de Paris, visitata il 24 marzo 2020. *http://pluenligne.paris.fr/plu/sites-plu/site_statique_37/pages/page_776.html*

3. *La protection du commerce et de l'artisanat dans le PLU parisien*, Labo du SCot métropolitain, Métropole du Grand Paris, Dicembre 2018.

di produrre piani terra per l'artigianato; il PLU, infatti, richiede che alcuni locali al piano terra, ad eccezione dei locali per l'accesso agli edifici, siano destinati al commercio o all'artigianato. Lo scopo, oltre alla semplice protezione dell'esistente, è riaffermare la funzione commerciale dei piani terra. Si tratta di evitare una destrutturazione del tessuto commerciale comportata da progetti che porterebbero a interrompere la continuità commerciale.



- protezione specifica dell'artigianato: la trasformazione di locali commerciali o artigianali al piano terra sulla strada comporta i seguenti limiti: un'attività artigianale può essere sostituita solo da un'attività commerciale, e un locale può essere trasformato per mantenere l'attività commerciale o per creare un'attività artigianale. È vietata inoltre la conversione di aree artigianali nei siti di protezione definiti in una funzione diversa dall'artigianato; in caso di ricostruzione, la proporzione di aree artigianali nella superficie totale del pavimento non può essere inferiore alla proporzione originaria [4].

I programmi "*Paris Commerces*", il Contratto di Rivitalizzazione Artigianale e Commerciale o le azioni svolte dalle SEMAEST, che verranno presentati in seguito, rappresentano strumenti messi in atto per semplificare il processo di manutenzione o modifica dei locali commerciali e artigianali.

Un'altra strategia portata avanti dalla città di Parigi in questo campo è rappresentata dal coinvolgimento degli abitanti nello sviluppo di modalità di commercializzazione adeguate alle esigenze locali. All'origine della questione sulla protezione del commercio e dell'artigianato nel PLU di Parigi, si tratta di proteggere le vie commerciali emblematiche della città e l'identità di alcuni quartieri con un passato artigianale, ma si tratta anche di conservare condizioni accettabili che consentano ai giovani artigiani e negozianti di riprendere i locali commerciali.
L'inclusione di questo tipo di disposizioni normative nel PLU dà una direzione agli attori locali e contribuisce alla stabilità economica di una città. Tuttavia, è sempre necessario adattare questo dispositivo al contesto locale e valutare sempre le condizioni al contorno. Se da un lato può apparire utile o addirittura necessario per proteggere il commercio e alcune forme di diversità economica, dall'altro può anche apparire necessario per facilitare la trasformazione o l'acquisizione di locali vacanti, che rappresentano una problematica non indifferente nel quadro commerciale parigino. ¶

4. *Plan Local d'Urbanisme PLU*, approvato con delibera del Consiglio di Parigi nel luglio 2018, *Rapport de présentation, 3ème partie: Les choix retenus pour établir le projet d'aménagement et de développement durable et la justification des règles, Les zones urbaines, MÉCANISME DE PROTECTION DE LA FONCTION COMMERCIALE ET ARTISANALE*, p. 24.

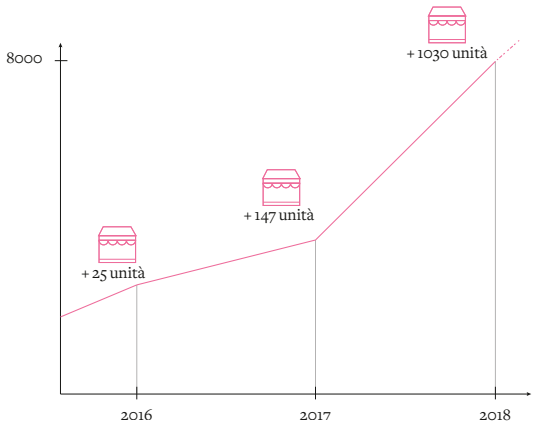
▲ Le vie sottoposte alla protezione dell'artigianato e del commercio secondo il Plan Local d'urbanisme.

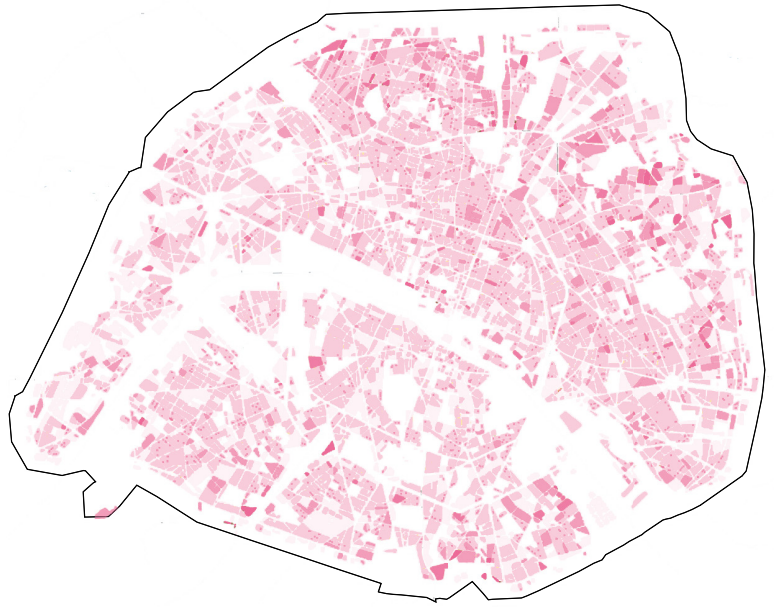
i locali vacanti

62.507
commerci
e servizi commerciali

di cui il
9,3 %
locali vacanti

Nell'indagine della BDCOM del 2017 1 una sezione importante è dedicata all'analisi dei locali vacanti. I locali vuoti di Parigi, circa 7.800, sono infatti in aumento dal 2014 (+147 locali). Dopo una diminuzione della loro quota tra il 2011 e il 2014 (dal 9,6% dei locali al 9,1%), il periodo 2014-2017 ha visto un lievissimo incremento della loro quota (dal 9,1% al 9,3%), individuando un'elevata percentuale di posti vacanti a nord e ad est di Parigi.





▲ Mappatura del fenomeno della vacanza dei locali; rielaborazione dell'autore basata sui dati di Apur, BDCom 2017.

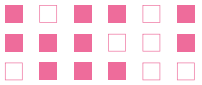
Prima di analizzare i dati sui locali vacanti è bene introdurre un'analisi sulla natura dei locali commerciali al piano terra: vi sono, infatti, fattori legati all'identità di questi locali che, molto probabilmente, influenzano il fatto che molti locali commerciali sono diventati, con il passare del tempo e l'evolversi delle abitudini sociali, vacanti.

Secondo l'indagine del 2017 è infatti possibile tracciare un collegamento causale tra la vacanza dei locali e le caratteristiche tipiche degli stessi. Una possibile causa è riconducibile al fatto che molti locali commerciali al piano terra abbiano una mono-attività, ossia sono specializzati nella vendita di determinati prodotti e non presentano attività accessorie diverse da quella principale.

Tramite l'indagine sono state individuate complessivamente 344 attività accessorie, che riguardano solo lo 0,4% di tutti i locali situati al piano terra di Parigi. Queste 344 attività ausiliarie possono essere così suddivise: il 25% riguarda un'attività ausiliaria

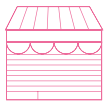
1. Observatoire du commerce à Paris (BDCOM), Atelier Parisien d'Urbanisme, *L'évolution Des Commerces À Paris. Inventaire Des Commerces 2017 et Évolutions 2014-2017*, Marzo 2018, pp.18-19.

mono-attività



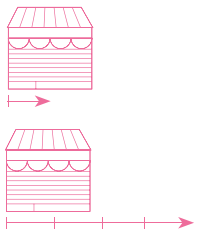
attività accessorie

alimentare, il 14% un'attività ausiliaria relativa alle attrezzature della persona, mentre la maggior parte delle attività ausiliarie è nella categoria "altro" (61%).
Pochissimi locali a Parigi hanno quindi una doppia attività, e questo influisce molto sulla loro frequentazione, essendo gli spazi commerciali direttamente legati allo spazio pubblico poichè assicurano la densità delle strade della città. Questo fattore ha conseguenze immediate su quello che Jane Jacobs aveva definito la "sicurezza nelle strade".



48,3 %
già vacanti dal 2014

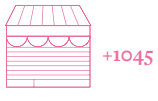
Dopo aver individuato le principali cause alla vacanza dei locali, si può passare all'analisi dei locali stessi, avvalendosi sempre dei dati della BDcom del 2017: l'analisi dei posti vacanti mostra che la metà (48,3%) dei posti vacanti del 2017 era già vacante nel 2014 e che il 36,9% di questi posti erano attività commerciali e servizi commerciali. Inoltre, risulta dalle indagini che il 33,6% dei posti vacanti nel 2014 è stato convertito in commercio e in servizi commerciali (2.573 locali), il 12,5% è stato convertito ad altri tipi di locale (959 locali) e lo 0,4% è stato convertito in commercio all'ingrosso (31 locali).



Si può distinguere tra i posti vacanti per il rinnovo, dove i locali rimangono non occupati per un breve periodo di tempo a causa di lavori in corso o di cambiamenti nelle attività, e i posti vacanti a più lungo termine che a volte si trasformano in posti vacanti a lunghissimo termine.

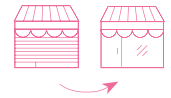
La mappa a lato mostra le trasformazioni che hanno subito i locali al piano terra nel periodo di tempo compreso tra il 2014 e il 2017. Le aree per le quali è stato osservato un posto vacante dal 2000 e fino ad oggi, quindi un posto vacante a lungo termine, sono le zone del distretto di Épinettes(17°), del distretto di Belleville (a cavallo tra l'11° e il 20° arrondissement), e del distretto di Reunion (20°).
Secondo il sondaggio del 2017, la differenza tra il numero di locali nuovi e la scomparsa di locali ai piedi degli edifici mostra un bilancio negativo. Il numero di locali creati tra il 2014 e il 2017 è di 520, mentre il numero di locali che scompaiono ammonta a 1.045 unità.

+520

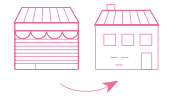


+1045

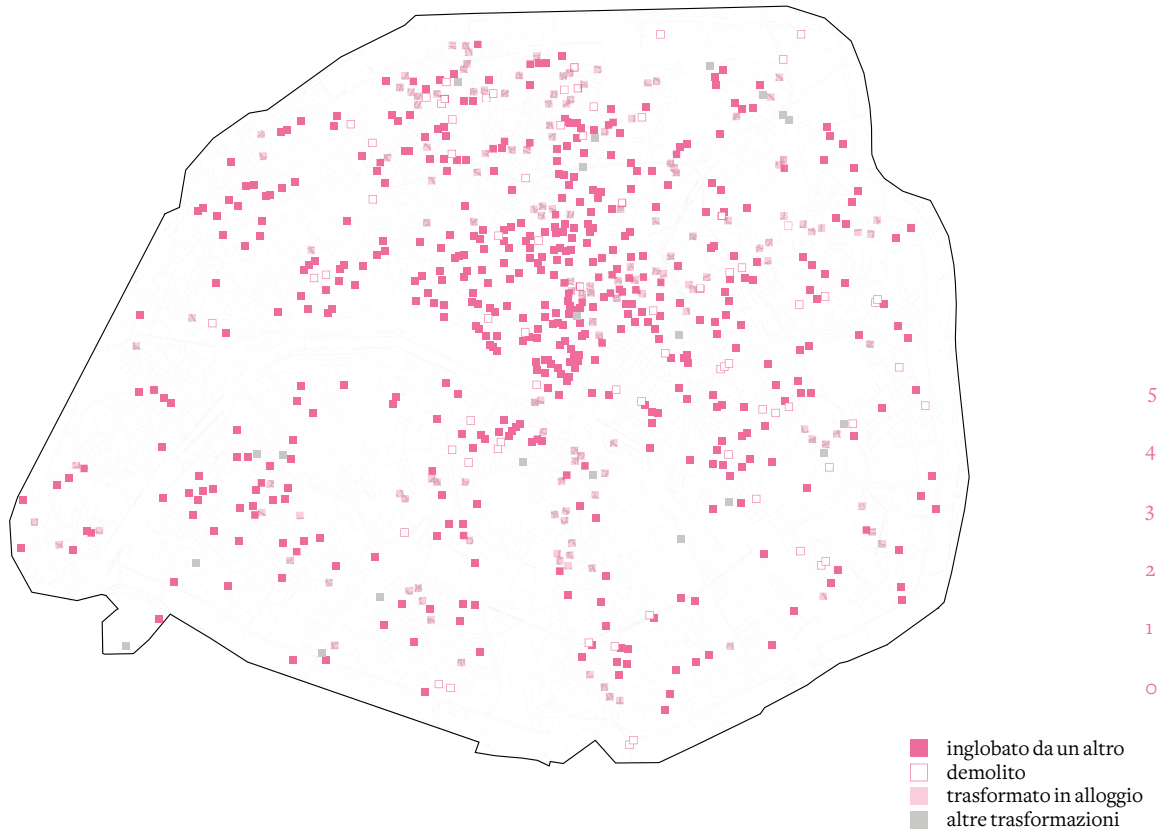
Ma quali sono state le trasformazioni che hanno subito questi locali? Secondo i dati, le tendenze sono principalmente due: l'annessione di un locale da un altro locale confinante, con la creazione un uno spazio commerciale più esteso, e la conversione degli spazi commerciali in spazi abitativi. I locali che risultano annessi da un locale confinante rappresentano il 60% di tutti i locali vacanti, mentre quelli convertiti in abitazioni rappresentano solo il 4,1%. ¶



+ di 600
locali annessi
da uno vicino

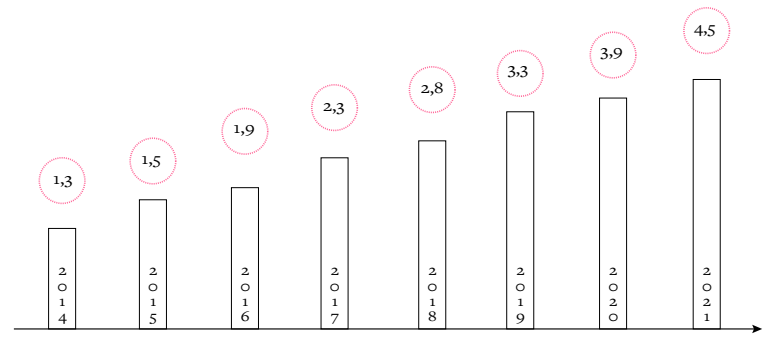


4,1%
trasformati
in abitazioni



▲ Trasformazione dei locali al piano terra tra il 2014 e il 2018; rielaborazione dell'autore basata sui dati di Apur, BDCom 2017.

l'e-commerce



▲ Trend crescita globale e-commerce 2014-2021 in miliardi di dollari.

L'e-commerce è ormai un attore chiave nell'atto di acquisto dei francesi e dei cittadini mondiali più in generale. Nel 2019, la Francia è stata il terzo paese europeo in termini di vendite online (72 miliardi di euro), appena dietro la Germania (77 miliardi) ma molto più indietro del Regno Unito, che è in testa (174 miliardi); a livello mondiale, inoltre, secondo le ultime analisi svolte nel 2019 da Statista, la Francia rientra nei più grandi mercati online e si posiziona, per le vendite online, al settimo posto. I leader mondiali rimangono la Cina, con 740 milioni di dollari, e gli Stati Uniti d'America, con 561 milioni di dollari di vendite online.

La continua crescita dell'E-Commerce in Francia continua a progredire e cresce anno dopo anno. Gli ultimi dati [1] mostrano un aumento del 16% nel terzo trimestre 2017 rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Questo fatturato record dell'E-Commerce nel 2016 corrisponde, per la prima volta, a più di un miliardo di transazioni online (+23% rispetto al 2015) ed è caratterizzato principalmente da una quota sempre più importante di transazioni effettuate tramite terminali mobili (smartphone, tablet, ecc.); questi ultimi rappresentano il 16% di tutte le transazioni nel 2016. Nel 2016, più di 36 milioni di francesi hanno effettuato acquisti online, pari a quasi l'83% degli utenti di Internet.

Il commercio al dettaglio deve adattarsi a questa crescente concorrenza dell'E-Commerce, le cui vendite in Francia rappresentano l'8%. Sempre secondo l'indagine svolta dalla BDcom, a Parigi alcuni settori di attività sono maggiormente influenzati da questa quota di E-Commerce: i prodotti e servizi più acquistati riguardano la moda (59%), i prodotti culturali (49%), i prodotti tecnici, gli elettrodomestici (39%) e i viaggi (38%).

Lo shopping online ha aperto enormi nuove possibilità di scelta per i consumatori, non solo in termini di ciò che acquistano, ma anche di come lo acquistano. Internet ha dato potere al consumatore in tre modi: durante il processo decisionale che porta all'acquisto, al momento dell'acquisto vero e proprio e per tutto il periodo di proprietà del prodotto, compresa la consegna, la ma-

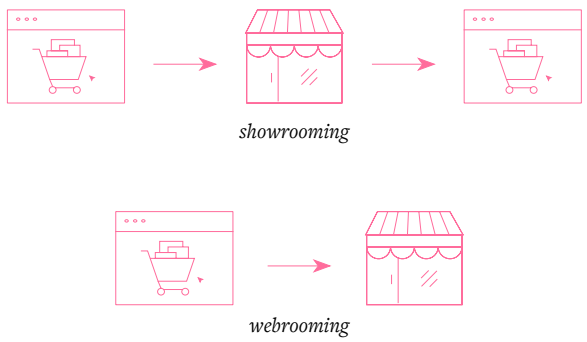
+23%
di transazioni online

1. Observatoire du commerce à Paris (BDCOM), Atelier Parisien d'Urbanisme, *L'évolution Des Commerces À Paris. Inventaire Des Commerces 2017 et Évolutions 2014-2017*, Marzo 2018, pp.24-27.

nutenzione e la restituzione del prodotto.
Lo scenario futuro più probabile è che i negozi possano servire a due scopi distinti. Il primo è come uno showroom dove i clienti vengono a cercare ispirazione, per interagire fisicamente con i prodotti e per testarli. Il secondo è come un comodo punto di transazione e come centro di assistenza clienti dove i clienti vengono per completare un viaggio iniziato sul web o per cercare un servizio per i prodotti acquistati indipendentemente dal canale di acquisto. Essi utilizzano il negozio semplicemente come veicolo per completare la transazione e ottenere un'assistenza personale che non riescono a trovare, o non sono disponibili, sul web. Gli utenti di Internet, infatti, sperimentano già nuove pratiche di acquisto che si stanno diffondendo in tutto il mondo: si tratta delle tendenze denominate "*showrooming*" e "*webrooming*".
Lo showrooming è "la pratica di esaminare la merce in un tradizionale negozio fisico per poi acquistarla online, a volte ad un prezzo più basso. In questo caso il negozio viene utilizzato come se fosse uno showroom, uno spazio espositivo nel quale le persone si recano per chiedere tutte le informazioni di cui hanno bisogno".

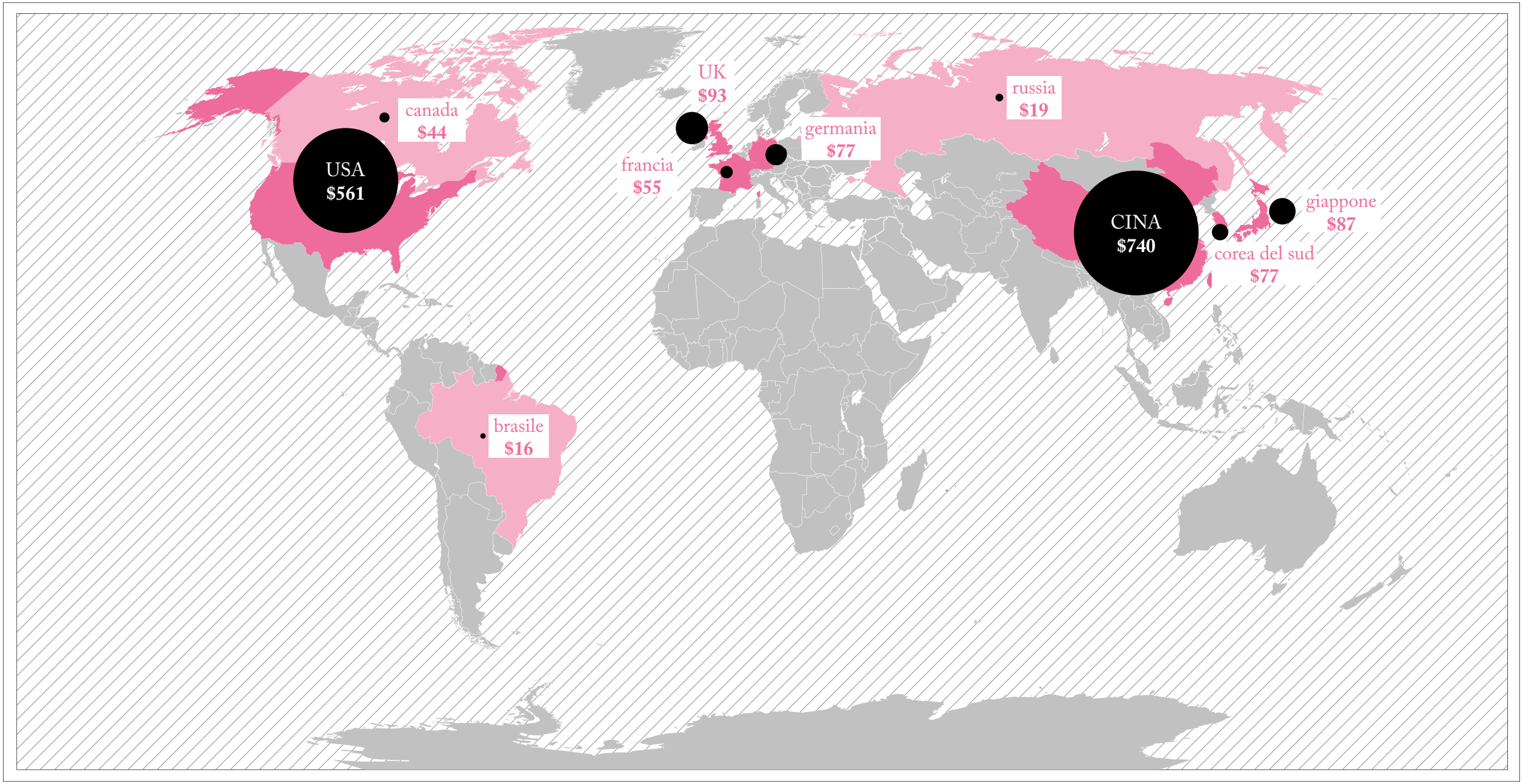
2. *Showrooming*, visitata il 25 febbraio 2020. *https://www.insidemarketing.it/glossario/definizione/showrooming/*

Il fenomeno inverso dello showrooming è il webrooming. "Il webrooming consiste nel cercare i prodotti online per poi recarsi nel negozio fisico per l'acquisto. In questo modo è possibile leggere diverse recensioni, valutare l'affidabilità di marchio e prodotto e confrontare diversi prezzi, come anche verificare la disponibilità



in negozio prima di recarvisi." [3]
A causa di queste tendenze, soprattutto della prima, il negozio fisico perde di giorno in giorno la sua importanza.
Tuttavia, anche se la paura è quella che i negozi fisici vengano fagocitati dall'E-Commerce, si potrebbe pensare che il negozio fisico andrà semplicemente modificandosi, ad esempio riducendo lo spazio espositivo, poiché le merci sono "esposte" online, aumentando lo spazio dedicato al magazzino. In questo modo ci sarebbe la possibilità di inserire nel negozio altre attività che garantiscano una frequenza durante tutte le ore della giornata. ¶

3. *5 differenze tra showrooming e webrooming che dovresti conoscere*, E-commerce Nation, visitata il 25 febbraio 2020. *https://www.ecommerce-nation.it/5-differenze-tra-showrooming-e-webrooming-che-dovresti-conoscere/*



▲ I 10 principali paesi legati all'e-commerce (dati in miliardi di dollari). Reinterpretazione personale basata sui dati di Statista.it (2019)

epilogo

Le città hanno la necessità di possedere una complessa e armonica diversità di usi costantemente interdipendenti tra loro sia dal punto di vista economico sia da quello sociale, e le componenti di questa diversità devono sempre integrarsi fra loro [1]. I quartieri di maggior vitalità sono caratterizzati da uno straordinario dinamismo, poichè offrono un terreno fertile alle iniziative di molte persone; tuttavia, proprio questi quartieri sono quelli in cui la complessa interdipendenza fra la diversità di usi è in crisi.

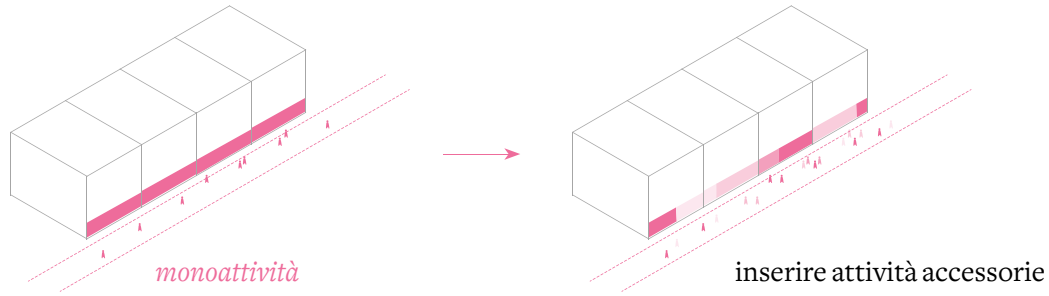
I *mali* di cui sono affetti gli spazi commerciali si ripercuotono direttamente sulle strade e sullo spazio pubblico, quindi su questa armonia economica sociale che è alla base della città.

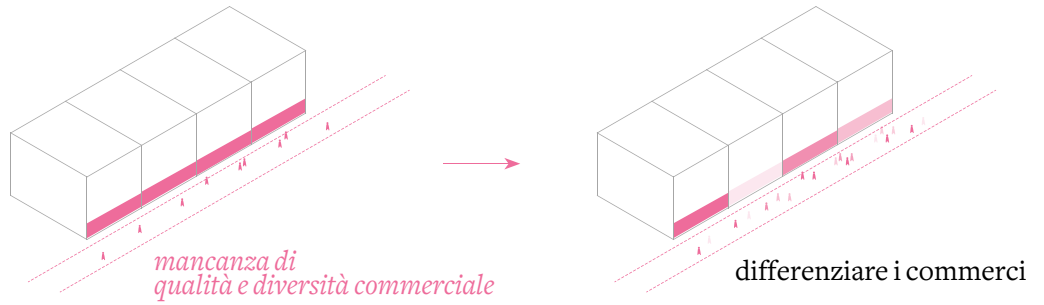
La *monoattività* è alla base della desertificazione delle strade; come scrive Jane Jacobs, "*le differenze, non le ripetizioni, favoriscono lo scambio di usi e quindi l'identificazione degli individui con una zona più vasta che non la rete di strade immediatamente prossima; la monotonia è nemica degli scambi di usi* [2]." E' infatti necessario e fondamentale che in ogni parte di un quartiere vi siano attrezzature commerciali e culturali differenti e scenari di diverso aspetto, per evitare che solo una ristretta fascia di utenti lo frequentino oppure che venga frequentato solo in certi orari della giornata. In questo modo, offrendo una vasta gamma di scelta, la frequenza degli utenti, residenti e non, sarà ripartita sull'intero arco della giornata.

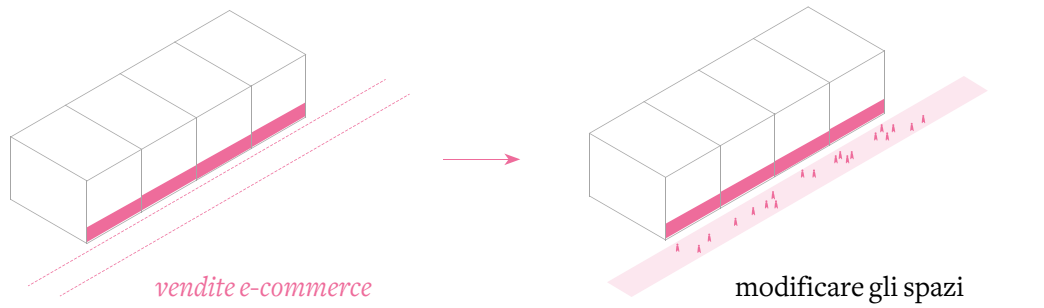
Poichè gli esercizi commerciali offrono ragioni concrete per frequentare le strade su cui si affacciano, un'offerta povera o non variegata può provocare una mancata frequentazione delle stesse. Bisogna incentivare una mescolanza di usi e una *diversità* sufficienti a mantenere in vita lo spazio pubblico, e garantire differenti attività commerciali affinché possa formarsi una rete di percorsi che si intersecano fra loro.

Un terzo problema individuato, ossia l'introduzione delle *vendite online* a discapito delle vendite in negozio, è un problema difficilmente risolvibile dal punto di vista architettonico e urbanistico, poichè rappresenta una questione più sociale ed economica. Tuttavia, ciò che si potrebbe fare per arginarlo sarebbe intervenire sugli spazi commerciali stessi e sul loro contesto, in modo tale che l'utente sia invogliato a frequentare il negozio, piuttosto che acquistare merce online, poichè l'esperienza in negozio e fuori da esso gli offre qualcosa in più. ¶

1. Jane Jacobs, *Vita e morte delle grandi città*, Torino: Einaudi, 2009, p.12.
2. Ivi, p.120.

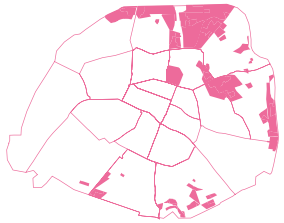






“Condizione essenziale per attuare la sorveglianza di una strada e il controllo reciproco dei suoi utenti è che lungo i marciapiedi di un quartiere sia disseminato un congruo numero di negozi e di altri luoghi pubblici frequentati anche nelle ore serali e notturne.”

Jane Jacobs, 2000



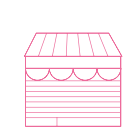
I quartieri di politica urbana prioritaria

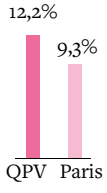
I “*quartiers de la politique de la ville*” (QPV o QPPV) [1], in italiano “quartieri di politica urbana prioritaria”, sono dei quartieri “prioritari” della città, ossia dei quartieri che richiedono più interventi rispetto ad altri, in ambito sociale ed urbanistico.

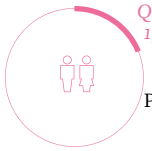
La legge di programmazione per la città e la coesione urbana [2], votata nel febbraio 2014, ha definito una nuova cartografia per la politica della città: i quartieri prioritari, in vigore dal 1° gennaio 2015, hanno infatti sostituito le zone urbane sensibili (ZUS) e i quartieri oggetto di contratti di coesione sociale urbana (CUCS) [3].
La scelta dei quartieri è stata effettuata con l’obiettivo di concentrarsi sulle aree in cui si condensa un numero massimo di disfunzioni sociali; il criterio principale per l’individuazione e la suddivisione delle aree è stata la concentrazione della povertà definita dall’INSEE confrontando il reddito degli abitanti con il reddito medio di riferimento. I confini devono essere rivisti ogni sei anni.

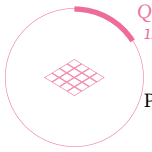
Vi è da aggiungere che, le aree urbane sensibili (ZUS) e i quartieri oggetto di contratti di coesione sociale urbana (CUCS) che non sono stati sostituiti da quartieri di politica urbana prioritaria (QPV) sono inseriti nel sistema di monitoraggio attivo dei quartieri (QVA) [4], a condizione che i loro contorni non si sovrappongano a quelli dei quartieri di politica urbana prioritaria.
L’obiettivo di questa misura politica è quello di concentrare gli sforzi pubblici dello Stato, degli enti locali e dei loro partner associativi sulle aree più in difficoltà, in cui si concentrano di più le disuguaglianze sociali e urbane. Si tratta quindi di un meccanismo della politica urbana francese per ridurre le disuguaglianze territoriali, sviluppando progetti locali corrispondenti alle esigenze degli abitanti e degli attori dei quartieri. Un fattore fondamentale di questo meccanismo è quindi il coinvolgimento diretto della popolazione e degli abitanti dei quartieri: viene infatti promossa la loro partecipazione alla preparazione, al monitoraggio e alla valutazione dei programmi d’azione.

In totale, la geografia della politica della Città di Parigi riguarda 362.000 abitanti, ovvero il 17% della popolazione parigina, su una superficie di 1.270 ettari, ovvero il 12% del territorio parigino.
In generale, gli indicatori [5] mostrano la presenza di una popolazione molto modesta in questi quartieri, con più di un abitante su quattro che vive al di sotto della soglia di basso reddito (26% contro l’11% in media a Parigi). Sono anche contraddistinti dalla giovinezza della loro popolazione: un abitante su tre ha meno di 25 anni (32% contro il 28% di Parigi).
Queste zone, secondo l’ultima indagine svolta dall’Atelier Parisien d’Urbanisme nel Gennaio 2020 [6], ospitano solo l’8% dei negozi e dei servizi commerciali; il tessuto commerciale, infatti, è meno denso e meno diversificato di quello di Parigi nel suo complesso. In particolare, in questi quartieri si assiste, oltre ad un livello inferiore di animazione commerciale, anche ad un alto tasso di locali vacanti (12% rispetto al 9% di Parigi).









1. *Quartier prioritaire de la politique de la ville*, visitata il 28 febbraio 2020. *https://fr.wikipedia.org/wiki/Quartier_prioritaire_de_la_politique_de_la_ville*

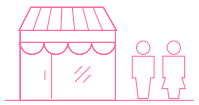
2. *LOI n° 2014-173 du 21 février 2014 de programmation pour la ville et la cohésion urbaine*, visitata il 3 marzo 2020. *https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000028636804&categorieLien=id*

3. Misure di politica urbana francese attive fino al 2014; visitate il 3 marzo 2020. *https://fr.wikipedia.org/wiki/Zone_urbaine_sensible* ; *https://fr.wikipedia.org/wiki/Contrat_urbain_de_coh%C3%A9sion_sociale*

4. *Quartiers de veille active* (QVA), visitata il 28 febbraio 2020. *https://www.data.gouv.fr/fr/datasets/quartiers-de-veille-active/*

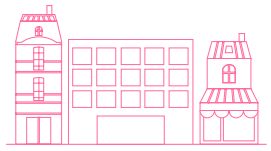
5. *Quartiers prioritaires de la politique de la ville et nouveau programme national de renouvellement urbain à Paris*, visitata il 28 febbraio 2020. *https://www.data.gouv.fr/fr/datasets/quartiers-prioritaires-de-la-politique-de-la-ville-et-nouveau-programme-national-de-renouvellement-urbain-a-paris/*

6. *Les commerces dans les quartiers de la politique de la ville à Paris (BDCOM)*, Atelier Parisien d’Urbanisme, Gennaio 2020.

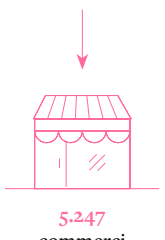


11
commerci
per **1000** abitanti
rispetto ai **28** per la
totalità di Parigi

Inoltre, la densità commerciale è di 11 negozi ogni 1 000 abitanti rispetto ai 28 negozi ogni 1.000 abitanti di Parigi. Due eccezioni, tuttavia, sono il settore della Goutte D'Or nel 18° arrondissement e il settore di Grand Belleville nel 10°, 11° e 20° arrondissement, che hanno una densità commerciale superiore a quella di Parigi, con 31 locali per 1.000 abitanti nel primo e 22 locali per 1.000 abitanti nel secondo.

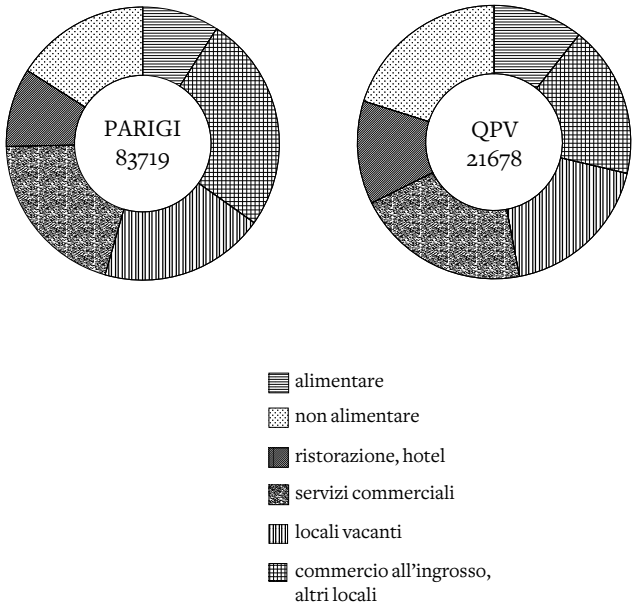


7.762
locali
al piano terra



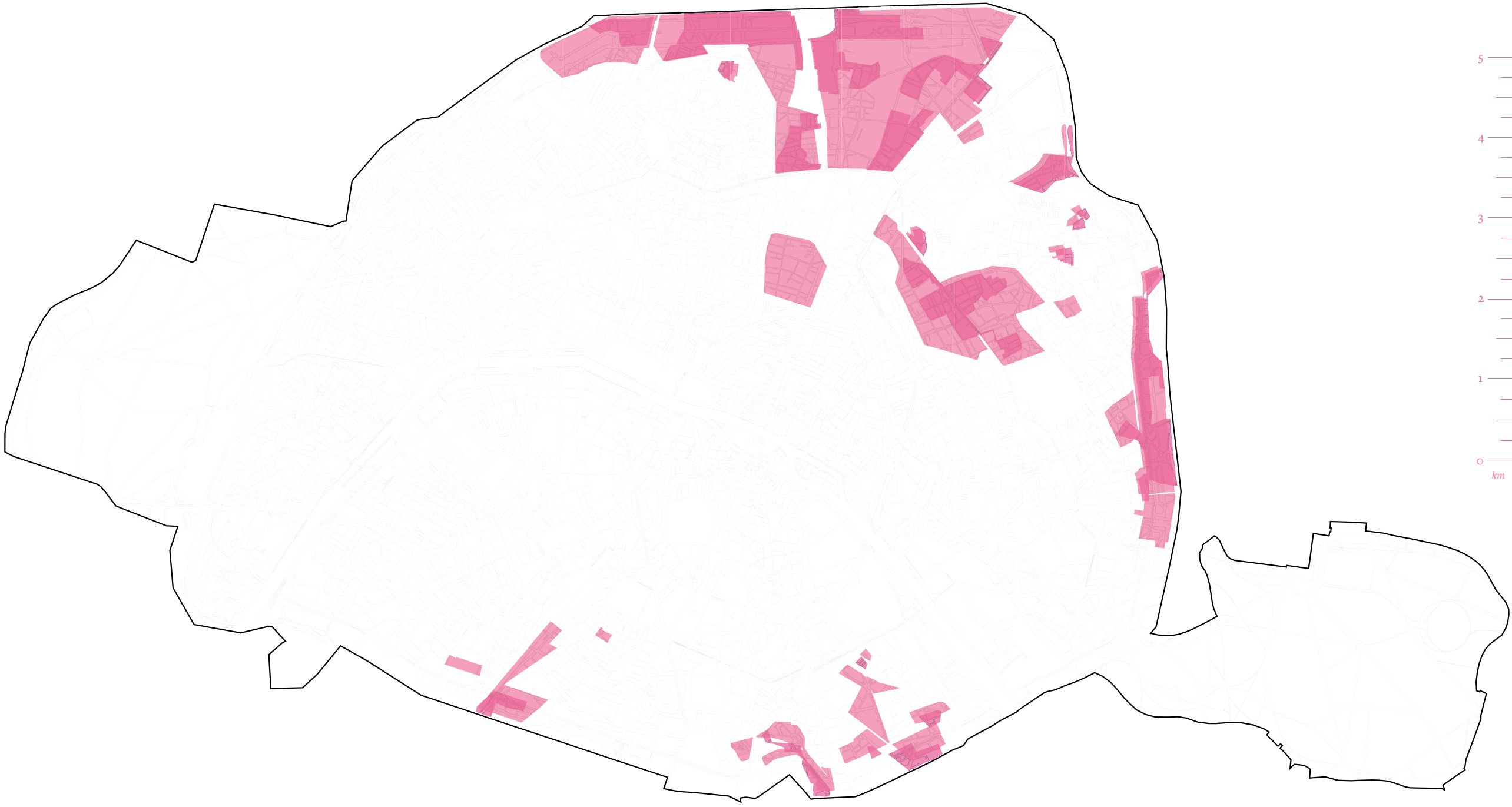
5.247
commerci
e servizi commerciali

Le analisi svolte per conto della BDCOM hanno considerato una zona di 300 metri intorno a ciascuno dei quartieri prioritari, includendo così un perimetro più ampio e meglio corrispondente allo spazio frequentato dagli abitanti dei quartieri prioritari.
I risultati indicano che nel 2020 i quartieri politici della città presentano un totale di 7.762 locali al piano terra, di cui il 68% (5.247 locali) è costituito da negozi e servizi commerciali a disposizione dei residenti.



▲ Struttura commerciale dei QPV; dati prelevati da Apur, BDCom 2017.

I quartieri prioritari della politica della città sono quindi meno attrezzati in termini di negozi e servizi commerciali rispetto alla media degli altri quartieri parigini, ma la loro evoluzione è più rapida che a Parigi; infatti, nonostante l'alto tasso di vacanza registrato in queste aree, le recenti dinamiche commerciali hanno mostrato una tendenza alla riconquista dei punti vendita al dettaglio a discapito dei posti vacanti: +19 esercizi all'anno, il doppio rispetto alla totalità di Parigi. La tendenza è quindi quella della riconquista dei negozi nei quartieri, il più delle volte a scapito dei locali liberi.
Le diverse azioni realizzate dalla Città di Parigi (Vital'Quartier 1 e 2, il piano Paris'Commerces, il Contratto di rivitalizzazione artigianale e commerciale e il bando Coup de Pouce Commerce), alle quali è dedicato il capitolo successivo, sono senza dubbio la spiegazione di alcuni cambiamenti in diversi settori, in particolare per quanto riguarda i locali vacanti, che hanno continuato a diminuire notevolmente tra il 2003 e il 2014 nei quartieri prioritari della città. ¶



▲ I quartieri prioritari della città di Parigi.

provvedimenti

A seguito dell'individuazione dei confini dei quartieri politici della città e delle problematiche legate al loro tessuto commerciale, la Città di Parigi ha messo in piedi un sistema di interventi puntuali, conferendo determinati poteri di intervento a diversi altri enti, per andare a intervenire e per risolvere i problemi identificati; nel corso degli anni, sono stati presi diversi provvedimenti e le politiche attuate da queste iniziative nate su sollecitazione della Città sono risultate efficienti e hanno raggiunto risultati molto positivi.

VITAL'QUARTIER (1 e 2)

La SEMAEST è una società di economia mista della città di Parigi ed è specializzata nella rivitalizzazione del commercio e dell'artigianato locale [1]. Questa società è stata incaricata dal Comune di Parigi, a partire dal 2004, di un'operazione di manutenzione e sviluppo di negozi locali in alcuni quartieri parigini con un tessuto commerciale deteriorato. Le operazioni che ha lanciato, chiamate *Vital'Quartier* e *Paris Commerces*, hanno rappresentato un grande successo ed hanno introdotto una vera e propria filosofia di sviluppo locale.

1. *Semaest*, visitato il 28 febbraio 2020. *https://www.semaest.fr/*

Le operazioni *Vital'Quartier 1* (2004-2015) e 2 (2008-2021) sono state realizzate da SEMAEST per combattere, su un insieme di 11 perimetri, vari mali che colpiscono i locali al piano terra, tra i quali la monoattività e la vacanza, e per assistere le attività culturali in difficoltà. La BDCOM 2017 [2] permette di valutare queste azioni realizzate da SEMAEST negli ultimi quindici anni e permette, inoltre, di analizzare le attività e le iniziative introdotte in campo commerciale.
Sviluppata dal 2004 al 2015 in 6 quartieri parigini (Vital'Quartier 1), poi estesa nel 2008 fino al 2021 a 5 nuovi settori (Vital'Quartier 2), questa operazione consiste nel mantenere e incoraggiare i negozi locali nei quartieri interessati dalla mono-attività e/o dalla scomparsa del commercio. Questi locali rappresentano una superficie totale di circa 10.000 metri quadrati. L'obiettivo è quello di valorizzare questi locali preservando l'attuale diversità commerciale, i negozi locali e la presenza di negozi culturali nei quartieri centrali della capitale.
Il Comune di Parigi ha delegato il suo diritto di prelazione urbana [3] a Semaest, permettendogli di acquistare i muri dei locali commerciali, di riabilitarli e poi di affittarli a imprese locali indipendenti. Semaest firma anche protocolli con i proprietari privati che si impegnano ad affittare i loro locali alle imprese locali.
Secondo l'indagine, in molte delle strade dove si è sviluppato Vital'Quartier, i negozi locali della Semaest hanno portato alla nascita spontanea di nuovi esercizi commerciali, contribuendo ad amplificare i risultati di questa azione e mettendo in moto un circolo virtuoso. Nei quartieri in cui l'obiettivo era quello di combattere la desertificazione commerciale, il numero di locali vacanti è diminuito drasticamente; nel Quartiere Latino (5°- 6° arrondissement), dove l'obiettivo è quello di preservare la presenza storica dei commerci culturali, in particolare delle librerie, la scomparsa di queste è stata in parte arrestata. La città di Parigi ha quindi concesso, nel 2015, un aiuto supplementare di 1,9 milioni di euro a Semaest per continuare il suo lavoro con i negozi di

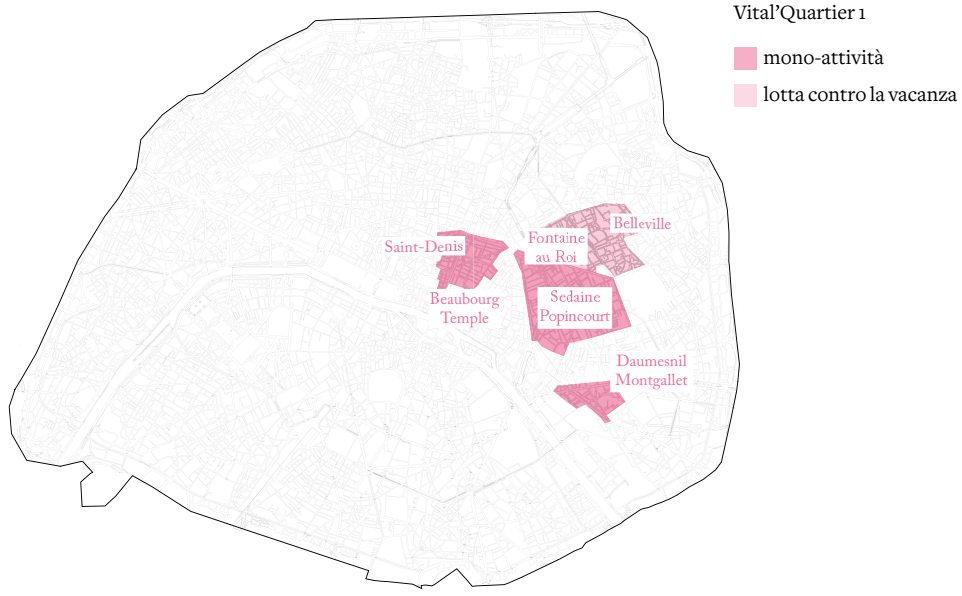
2. Observatoire du commerce à Paris (BDCOM), Atelier Parisien d'Urbanisme, *L'évolution Des Commerces À Paris. Inventaire Des Commerces 2017 et Évolutions 2014-2017*, Marzo 2018, pp.62-70.

3. Il diritto di prelazione consiste nel diritto di essere preferiti ad altri nella conclusione di un contratto; le parti possono stabilirlo convenzionalmente (prelazione volontaria) o, in altri casi, è previsto dalla legge (prelazione legale), con garanzie più preganti a favore del prelazionario; visitata il 2 marzo 2020. *www.notariato.it*

cultura. Nell'ambito di questa missione, SEMAEST interviene in 11 settori, raggruppati secondo due grandi problematiche:
1. La presenza di una mono-attività, ossia di un numero importante di commerci della stessa natura in uno spazio ridotto; questa problematica concerne i settori seguenti:
- Saint-Denis (1° e 2° arrondissement),
- Beaubourg-Temple (3°),
- Sedaine-Popincourt (11°),
- Daumesnil-Montgallet (12°),
- Lancry e Entre-deux-Gares (10),
- Daumesnil-Félix Eboué (12°)
2. La devitalizzazione commerciale, ossia la scomparsa progressiva dei commerci locali e l'aumento del numero dei locali vacanti, concerne i settori seguenti:
- Fontaine-au-Roi (11°),
- Belleville (20°),
- Jonquières-Epinettes (17°)
Infine, il Quartiere Latino (5° e 6°), in cui la problematica è legata alla protezione e alla messa in valore del commercio culturale.
I quartieri di Fontaine-au-Roi e Belleville appartengono, inoltre, ai "quartieri politici della città", poichè concentrano al loro interno non solo delle difficoltà di ordine commerciale ma anche sociale ed economico.

settore	superficie (ettari)
VITAL'QUARTIER 1	
Saint-Denis	28,4
Beaubourg-Temple	51,4
Fontaine-au-Roi	50,3
Sedaine-Popincourt	200,0
Dausmenil-Montgallet	38,0
Belleville	86,5
VITAL'QUARTIER 2	
Quartier Latin	236,1
Entre-deux-Gares	67,4
Lancry	49,5
Dausmenil-Félix-Eboué	29,6
Jonquières-Epinettes	71,5

▲ Tabella con la superficie dei locali vacanti per settore. Rielaborazione personale basata sui dati di APUR e SEMAEST.



▲ Mappatura delle operazioni Vital'Quartier 1 e 2.

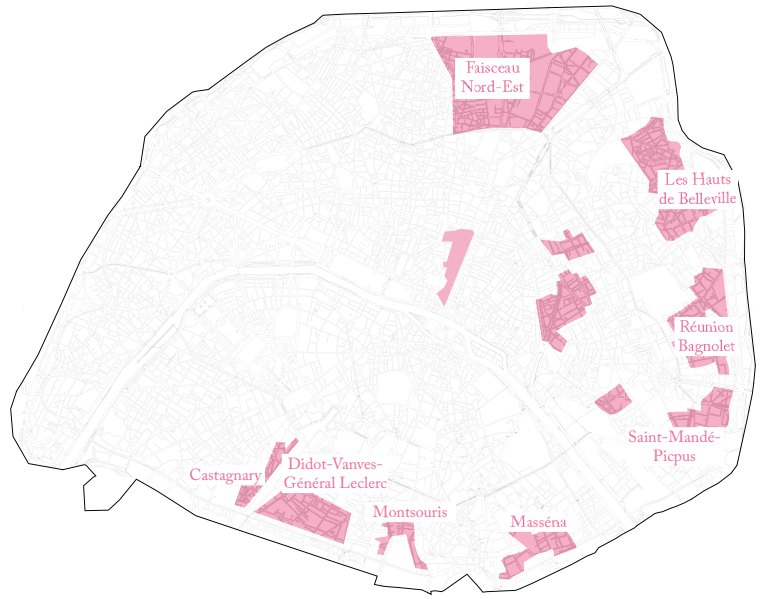
L'altro piano d'azione che il Comune di Parigi ha deciso di attuare a partire dal 2017 è denominato "Paris Commerces" ed è volto a rivitalizzare il commercio attraverso un Contratto per la Rivitalizzazione Artistica e Commerciale su un principio simile a quello utilizzato per le operazioni Vital'Quartier 1 e 2. Firmato nel marzo 2017, estende il campo d'azione della Semaest a 12 nuovi settori fortemente interessati da posti vacanti, monoattività o mancanza di negozi locali. Nonostante l'alta densità di negozi e servizi commerciali, infatti, il territorio parigino presenta settori con pochi negozi, altri in cui la vacanza è elevata e infine altri settori in cui le attività sono sproporzionate. Il contratto fornisce a Semaest un quadro e dei mezzi di intervento per acquisire i locali commerciali, al fine di continuare la dinamica di rivitalizzazione avviata dal 2004[4].

I settori interessati sono :
- *Saint-Denis* (1°-2°)
- *Fontaine-au-Roi* (11°)
- *Sedaine-Popincourt* (11°)
- *Daumesnil-Montgallet* (12°)
- *Saint-Mandé-Picpus* (12°)
- *Masséna* (13°)
- *Montsouris* (14°)
- *Didot-Vanves-Général Leclerc* (14°)
- *Castagnary* (15°)
- F*aisceau Nord-Est* (18°-19°)
- *Les Hauts de Belleville* (19°-20°)
- *Réunion -Bagnolet* (20)

Fa parte del programma "Paris Commerces" anche lo strumento GIE Paris Commerces: esso raggruppa i tre locatori sociali della città di Parigi (Paris Habitat, RIVP e Elogie-Siemp) in un'unica struttura responsabile della commercializzazione dei loro locali in tutti i quartieri parigini[5]. Si tratta di un nuovo strumento che permette ai negozianti di aprire un negozio nei 6.800 locali commerciali al piano terra degli edifici gestiti da questi locatori.

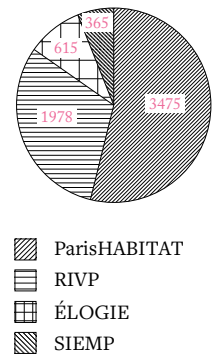
4. Observatoire du commerce à Paris (BDCOM), Atelier Parisien d'Urbanisme, *L'évolution Des Commerces À Paris. Inventaire Des Commerces 2017 et Évolutions 2014-2017*, pp.71-79.

5. GIE Paris Commerces; visitata il 2 marzo 2020. *https://www.gie-pariscommerces.fr/*



▲ Mappatura delle operazioni Paris Commerces.

Ogni anno vengono pubblicate circa 250 offerte di locali vacanti; le azioni del GIE Paris Commerces contribuiscono a ridurre i posti vacanti e a migliorare l'offerta commerciale attraverso l'installazione di nuove attività.
I principali locatori della città, PARIGI HABITAT, RIVP, ÉLOGIE-SIEMP, gestiscono quasi 6.500 locali commerciali ai piedi di edifici situati in tutta Parigi, in 12 perimetri di che rappresentano il 10,4% di tutti i negozi parigini su una superficie di 948 ettari, ovvero il 9% del territorio parigino. Questi enti hanno accettato di fornire all'Apur statistiche dettagliate sui loro locali e sulla loro occupazione. La collaborazione con i locatori sociali per intervenire ai locali ai piedi degli edifici contribuisce a promuovere l'installazione di locali commerciali e artigianali.
Con quasi 3.500 locali, PARIS HABITAT rappresenta il 6,4% dei 62.000 negozi di Parigi. Il RIVP ha quasi 2.000 locali (3,2%), ÉLOGIE ne ha 615 (1%) e con 365 locali il SIEMP rappresenta lo 0,6% dei locali parigini.



CONTRATTO DI RIVITALIZZAZIONE ARTIGIANALE E COMMERCIALE (CRAC)

I Contratti di Rivitalizzazione Artigianale e Commerciale (Crac) sono schemi sperimentali che sono stati attuati dalle autorità locali fino al giugno 2019; essi ricordano la procedura Vital'Quartier, ma sono attuati con mezzi legali rafforzati. Il testo della legge di riferimento, la legge Pinel [6], in particolare l'Articolo 19 del 2015 relativo all'artigianato, al commercio e alle piccolissime imprese, specifica che "i quartieri prioritari della politica urbana sono tra le aree interessate da questo schema sperimentale". Gli enti pubblici possono definire i settori interessati dalla mono-attività, dalla devitalizzazione o dal deterioramento dell'offerta commerciale e possono definire un quadro di intervento. L'obiettivo è quello di rivitalizzare il commercio e l'artigianato in aree definite, in particolare nei quartieri prioritari della città.

A sostegno di questa iniziativa vi è anche la *"Charte des devantures commerciales"* [7] . Il miglioramento del commercio può essere ottenuto attraverso il miglioramento dell'ambiente urbano e specialmente dello spazio pubblico, il quale è spesso rappresentato dalle vie dello shopping. Per garantire l'armonia e l'attrattiva di queste vie, il Comune di Parigi mette a disposizione una guida che è un vero e proprio strumento pratico, in cui vi sono le regole da rispettare e i consigli da seguire per il successo e la valorizzazione delle vetrine e delle insegne. Lavorare sull'aspetto estetico delle vetrine degli spazi commerciali permette quindi di valorizzare la vita degli utenti della strada. Inoltre, in alcuni quartieri prioritari della Politica Urbana, su iniziativa degli attori della riqualificazione urbana, sono state istituite commissioni ad hoc con l'obiettivo di installare negozi la cui natura sia in linea con le esigenze individuate dagli abitanti del quartiere interessato.

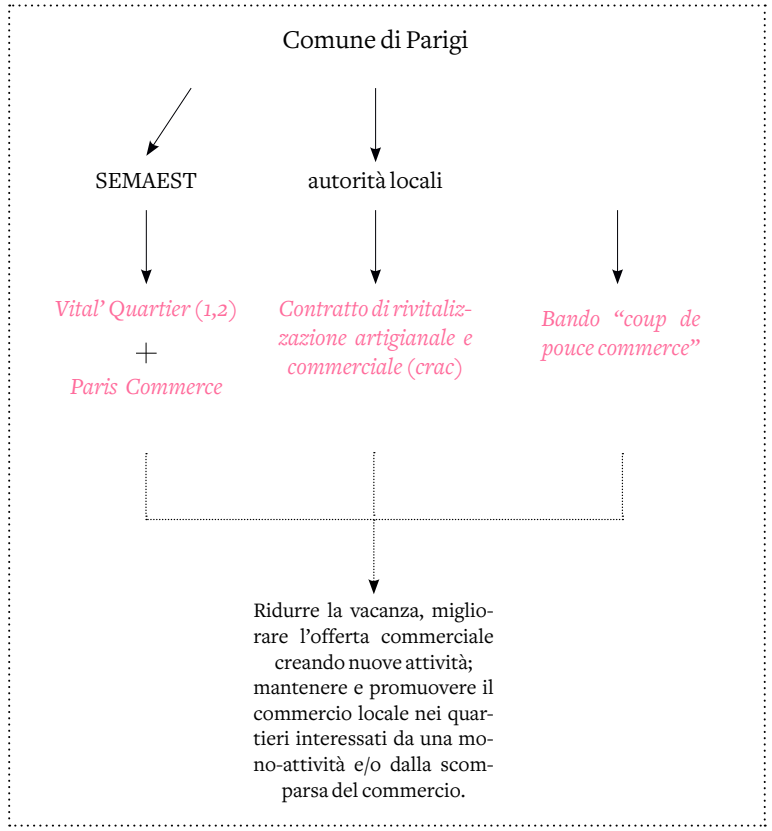
6. La Legge Pinel, introdotta nel 2014, è una legge che incoraggia gli investimenti in locazione immobiliare attraverso una riduzione fiscale; visitata il 23 marzo 2020. *https://fr.wikipedia.org/wiki/Dispositif_Pinel*

7. *Charte des devantures commerciales*, Mairie de Paris, 2017.

IL BANDO PER I PROGETTI "*COUP DE POUCE COMMERCE*"

Il bando "*Coup de Pouce Commerce*" [8] è stato lanciato nel 2016; con un budget di 200.000 euro, è un programma rivolto ai negozianti dei quartieri popolari per finanziare il loro progetto di investimento. I candidati devono avere come progetto la realizzazione di lavori per migliorare e/o trasformare i loro locali commerciali per accogliere meglio i clienti, per adattare l'ambiente di lavoro del rivenditore e dei suoi dipendenti, o per raggiungere gli obiettivi ambientali e di sviluppo sostenibile attraverso lo smistamento selettivo, il riciclaggio dei diversi rifiuti e l'utilizzo di apparecchiature che consumano meno energia. Nel 2018, per il primo bando sono stati selezionati 27 vincitori, 23 dei quali si trovano nei quartieri politici della città di Parigi. ¶

8. *Coup de Pouce Commerce*, Ville de Paris, visitata il 2 marzo 2020. *https://www.paris.fr/pages/participez-a-l-appel-a-projets-coup-de-pouce-commerce-4984*



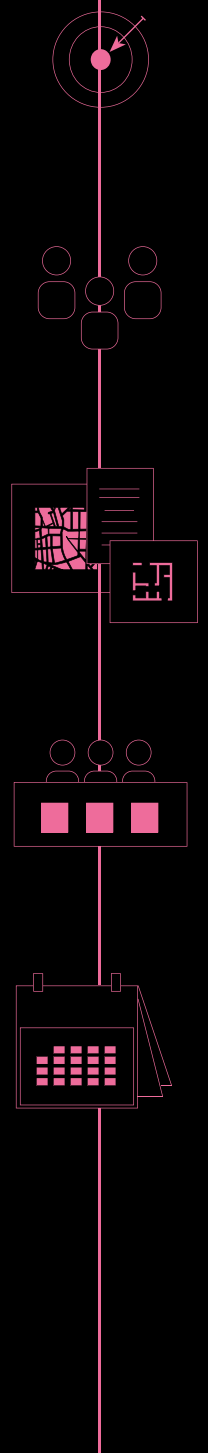
“L’architettura è espressione di cultura.

La creazione architettonica, la qualità degli edifici, la loro integrazione armoniosa nell’ambiente circostante, il rispetto dei paesaggi e del patrimonio naturale o urbano sono di interesse pubblico.”

Loi sur l’architecture, Art.1, 1977

2

com’è strutturato un bando di concorso?



DEFINIZIONE E TEMA
1
tipologia di concorso
modalità di selezione
obiettivi/oggetto del bando

PARTECIPAZIONE
2
sbarramenti

MATERIALI ED ELABORATI
3
materiale fornito
elaborati richiesti

GIURIA ED ESITO
4
commissione giudicatrice
criteri di giudizio

CALENDARIO
5
tempistiche di consegna

Consultazione altri bandi europei

Per la definizione del concorso sono stati considerati altri dieci bandi di concorso europei degli anni passati, selezionati tramite una ricerca online. La grande disponibilità in rete di documenti dettagliati ed esaustivi ha reso possibile questa ricerca, la quale ha rappresentato una fase di studio fondamentale sia per comprendere come è strutturato un concorso di progetto a livello di analisi, richieste ed obbiettivi da conseguire, sia per conoscere i temi su cui gli enti banditori hanno cercato di lavorare in varie città, affrontando tematiche attuali e risolvendo alcuni problemi comuni nelle città europee.
I bandi di concorso analizzati sono stati:

- CONCORSO MANIFATTURA TABACCHI | Bologna, Italia, 2011
- REINVENTER PARIS | Parigi, Francia, 2014
- REINVENTING CITIES | Globale, 2015
- COUP DE POUCE COMMERCE | Parigi, Francia, 2016
- CONCORSO FARINI | Milano, Italia, 2017
- IMAGINE ANGERS | Angers, Francia, 2017

- EUROPAN 15 - CITTA' PRODUTTIVE | Laterza, Italia, 2019
- EUROPAN 15 - BERGISCHE KOOPERATION | Hilden, Germania 2019
- EUROPAN 15 - VISSERIJPLEIN | Rotterdam, Olanda, 2019
- INVENTONS LA MÉTROPOLE DU GRAND PARIS 2 | Paris, Francia, 2019

Tramite la consultazione dei testi integrali di questi bandi è stato possibile delineare in modo preciso i materiali preparatori al bando di progetto per Parigi; ognuno dei bandi utilizzati come esempi, infatti, ha svolto la funzione di riferimento per diversi campi. Alcuni per la struttura e le fasi del bando, altri per i contenuti o gli enti banditori e altri ancora per le tematiche e le richieste esposte. Tutti insieme hanno contribuito a chiarire quale sia l'istruttoria di un bando e come debba essere strutturata.

I materiali relativi alla città in Parigi, in particolare il bando "Inventons la Métropole du Grand Paris 2" e "Réinventer Paris", fanno parte di quello che è stato definito "*Appel à projets urbains innovants*", ossia un appello improntato all'innovazione, per stimolare l'immaginazione, scatenare la creatività e l'emergere di nuovi oggetti urbani e nuovi processi di progettazione della città. Dal punto di vista burocratico, si tratta di una procedura di consultazione avviata da una persona pubblica, una comunità o un'istituzione pubblica, che mira a vendere o a mettere a disposizione di operatori privati terreni o beni edificati, principalmente di proprietà dei comuni, affinché questi ultimi possano realizzare un progetto che risponda agli obiettivi generali definiti nel processo di consultazione iniziale [1]. Lo scopo di questo Bando per Progetti Urbani Innovativi è quello di selezionare progetti o costruzioni urbane innovative in vista della loro realizzazione pratica a breve termine nell'area parigina. Uno dei punti di forza riscontrati nei gruppi che hanno risposto è stata la presenza di nuovi attori e di un lavoro più collaborativo, che coinvolge in particolare gli utenti finali, in precedenza spesso esclusi dal processo.

Questi documenti sono stati utili per la definizione delle tematiche e per l'individuazione del taglio da dare al bando di progetto. I punti in comune che sono emersi dall'analisi dei due documenti sono l'espressione, da parte degli enti banditori, dell'esigenza di un'innovazione a livello architettonico e urbanistico e la volontà di coinvolgere la popolazione in questa innovazione sociale.

1. L'app*el à projets urbains innovants: nouvel équilibre public-privé, nouveaux acteurs*, Institut Paris Region, visitata il 27 marzo 2020. *https://www.institutparisregion.fr/nos-travaux/pubblications/lappel-a-projets-urbains-innovants-nouvel-equilibre-public-prive-nouveaux-ac.html*

L'obiettivo della seconda edizione del concorso "Inventons la Métropole du Grand Paris 2", lanciato nel 2019 dalla Métropole du Grand Paris [2], dalla Société du Grand Paris e dalla Prefettura della Regione Île-de-France (il primo era stato indetto nel 2017), è far emergere e costruire progetti urbani e innovazioni economiche nel cuore di Parigi per la costruzione di una metropoli innovativa, solidale e sostenibile. Il programma mira ad anticipare nuovi usi e "stili di vita" offrendo nuovi concetti, luoghi e servizi e favorendo la diversità funzionale e sociale.Uno degli obiettivi principali è quindi lo sviluppo di servizi urbani innovativi e di negozi innovativi. Un punto importante di questo bando è rappresentato dall'approccio che tende a coinvolgere la popolazione nella questione dell'innovazione sociale: l'obiettivo è anticipare e accogliere i nuovi stili di vita, integrare i nuovi modi di vivere, i progetti dei cittadini e la vita associativa.

Nel bando "Réinventer Paris" [3], promosso dalla Città di Parigi a partire dal 2014, è il sindaco stesso, Anne Hidalgo [4], promotrice dell'iniziativa, a esprimere le esigenze: " [...]La concezione del vivere insieme evolve, la cellula familiare si rimodella, i modi di lavorare, di consumare, di spostarsi, di divertirsi cambiano e trasformano il rapporto collettivo ed individuale nel tempo e nello spazio". Si tratta quindi di modificare gli spazi, in maniera innovativa, per rispondere ai nuovi modi di vivere; l'innovazione rappresenta sicuramente l'obiettivo più importante di questo bando, e può investire diversi aspetti: può riguardare l'uso degli spazi, il modo di valorizzare il patrimonio cittadino ed essere applicata ad aspetti sociali. "Innanzitutto", spiega ancora il sindaco, "bisogna innovare le funzioni, introducendo edifici polivalenti, flessibili e mutevoli. Le mutazioni rapide e i modi di vivere dei cittadini richiedono innovazioni nel modo di abitare, nel modo di lavorare, e nel modo di fare commercio, attraverso, ad esempio, showroom condivisi e negozi effimeri" [6]. ¶

2. *Métropole du Grand Paris*, visitata il 20 febbraio 2020. *https://www.metropolegrandparis.fr/fr/inventons-la-metropole-du-grand-paris-53*

3. *Réinventer Paris*, visitata il 15 gennaio 2020. *http://www.reinventer.paris/*

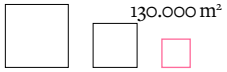
4. Anne Hidalgo è sindaco di Parigi dal 5 aprile 2014; visitata il 20 febbraio 2020. *https://it.wikipedia.org/wiki/Anne_Hidalgo*

5. *Réinventer Paris. La città chiama, il cittadino risponde*; visitata il 26 marzo 2020. *http://grandimagazziniculturali.it/2019/02/reinventer-paris/*

6. *Parigi lancia un bando per riqualificare 23 siti cittadini*; visitata il 26 marzo 2020. *http://www.ediliziaeterritorio.ilsole24ore.com/art/progetti-e-concorsi/2014-11-20/parigi-lancia-bando-riqualificare-114736.php?uuid=AbYqcVfK*

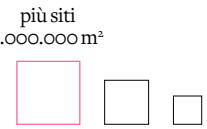
CONCORSO MANIFATTURA TABACCHI

Bologna, Italia, 2011



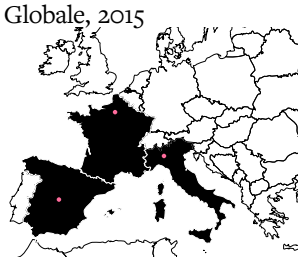
REINVENTER PARIS

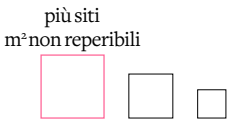
Parigi, Francia, 2014



REINVENTING CITIES

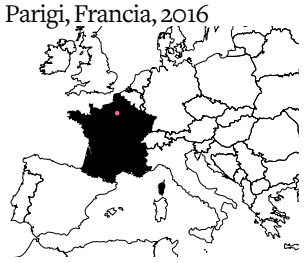
Globale, 2015

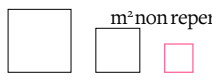


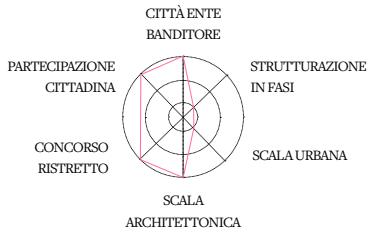


COUP DE POUCE COMMERCE

Parigi, Francia, 2016

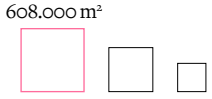


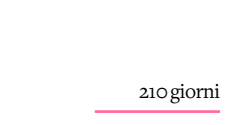




CONCORSO FARINI

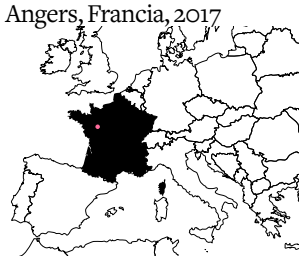
Milano, Italia, 2017

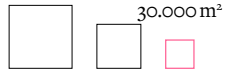




IMAGINE ANGERS

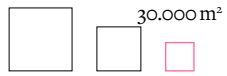
Angers, Francia, 2017





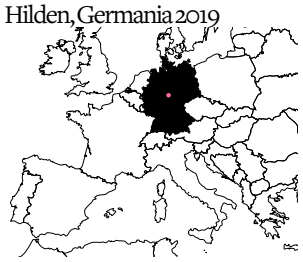
EUROPAN 15 - CITTA' PRODUTTIVE

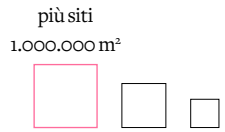
Laterza, Italia, 2019

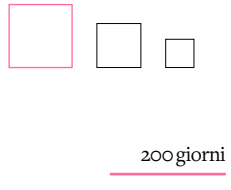


EUROPAN 15 - BERGISCHE KOOPERATION

Hilden, Germania 2019

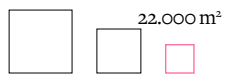


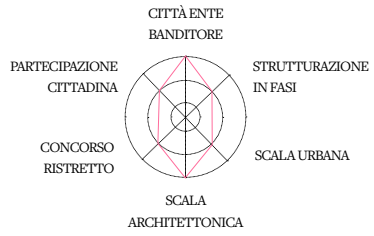




EUROPAN 15 - VISSERIJPLEIN

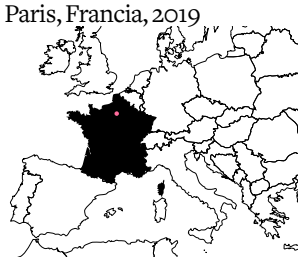
Rotterdam, Olanda, 2019

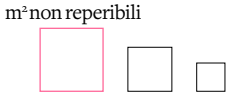


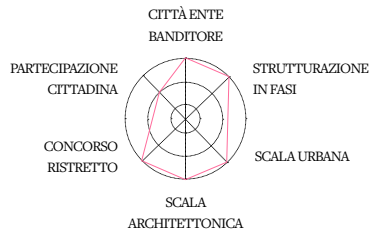


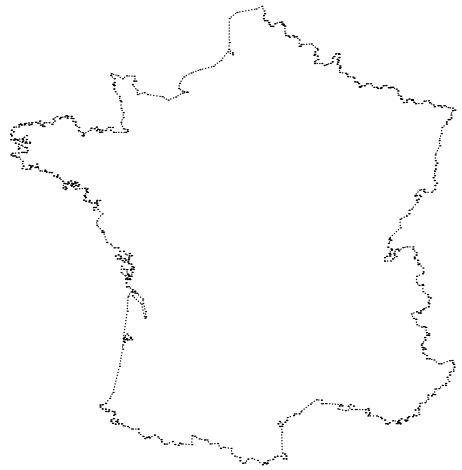
INVENTONS LA MÉTROPOLE DU GRAND PARIS 2

Paris, Francia, 2019









Un bando “alla francese”

la *LOI SUR L’ARCHITECTURE*

Nel 2017 si sono celebrati in Francia i 40 anni della Legge sull’architettura [1], promossa per regolare l’attività pubblica di questa disciplina e attribuire agli architetti un ruolo di primo piano nella trasformazione urbana e nella costruzione degli edifici. Dal 1977, infatti, la Francia si distingue a livello europeo per promuovere concorsi di architettura che garantiscono trasparenza, chiarezza e qualità.

Innanzitutto, questa legge riconosce che il progetto di architettura è un’*opera di ingegno* e non un servizio, quindi sottolinea l’importanza della figura dell’architetto come una figura insostituibile. Dal momento che, secondo questa Legge, per chiunque desideri intraprendere un’opera soggetta a licenza edilizia in Francia, vi è l’obbligo di rivolgersi ad un architetto per la redazione del progetto architettonico oggetto della domanda [2], essa tutela l’autonomia e l’indipendenza del progetto all’interno del processo edilizio, e assegna al progetto un ruolo centrale nei processi di trasformazione del territorio.
Secondo questa legge, vi è l’obbligo in Francia di “promuovere la qualità architettonica attraverso politiche esemplari nel settore della costruzione pubblica” [3]; si tenta, inoltre, tramite essa, di favorisce tutte le azioni necessarie per una migliore conoscenza e promozione della cultura architettonica.

Una questione importante che questa legge introduce è la questione dei *Concorsi di progettazione*: essa afferma che il Concorso di progettazione è lo strumento ordinario e obbligatorio per l’attuazione degli interventi in cui sono tenute a ricorrere le Amministrazioni Pubbliche.
Questo principio tutela innanzitutto la disciplina architettonica come espressione dell’identità culturale; in secondo luogo, tutela l’interesse pubblico in interventi alla scala urbana, in quanto vengono create in Francia società ad hoc per promuovere e controllare la qualità dell’architettura e del disegno della città.
Questo evita, quindi, che i progetti diventino una questione economica, e che si parli, invece che di progettisti, di ‘operatori economici’, come spesso avviene in altri parti in Europa.
Un’ulteriore importante azione della legge del 1977 è la creazione dei Consigli di Architettura, Urbanistica e Ambiente (*CAUE*), che mirano a diffondere sul territorio “l’informazione, la sensibilità e lo spirito di partecipazione pubblica nel campo dell’architettura, dell’urbanistica e dell’ambiente” [4]. La loro missione è quindi quella di sensibilizzare l’opinione pubblica e di promuovere la formazione e l’aggiornamento dei professionisti.

Con il Bando proposto nella presente Tesi si intende dimostrare esattamente questi principi; inoltre, proponendo un Bando di progettazione a partecipazione ristretta e strutturato in due fasi, si assicura la partecipazione dei soli architetti professionisti iscritti all’Albo, e si promuove una selezione basata su criteri e requisiti di merito, piuttosto che economici. L’obiettivo è fare in modo che gli studi di architettura vengano scelti sulla base delle loro capacità e non del loro fatturato economico, per non penalizzare i professionisti alle prime esperienze e non trasformare la figura dell’architetto in semplice “operatore economico”. Si cerca, inoltre, tramite il Bando, di perfezionare questo strumento come tramite tra le municipalità e i cittadini, per eliminare la distanza tra l’Ente banditore e le realtà locali. ¶

1. *Loi n° 77-2 du 3 janvier 1977 sur l’architecture*, Legifrance, visitata il 27 aprile 2020. *https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000000522423&fbclid=IwAR1AI__N2Txrx-DNxrtMo_WYf-TJC608v-3vWTNTiB07-ljUhujF-FmW9kVmzE*

2. Ivi, Art.3.

3. *Qualità dell’architettura contemporanea nelle città e nei territori europei*, Massimo Pica Ciamarra, 2003; visitata il 27 aprile 2020. *https://www.antithesi.info/onewf/testo_2_pdf.asp?ID=308*

4. Ivi, Art.6.

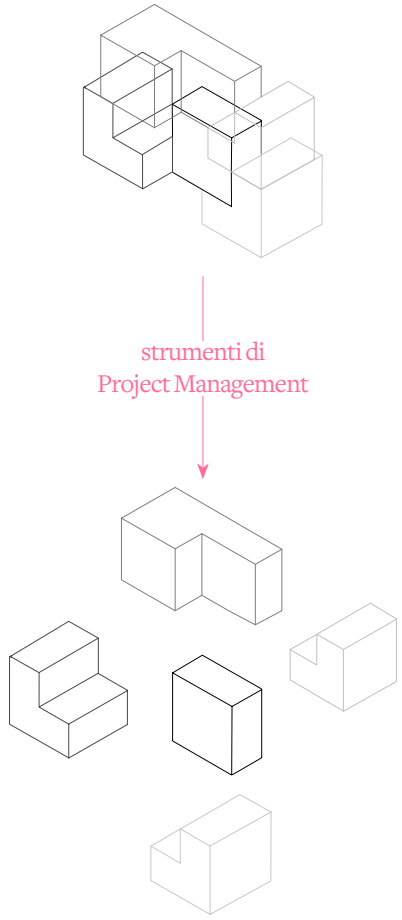
Perchè utilizzare gli strumenti di Project Management in un Bando?

"Il concorso di architettura rappresenta un momento di crescita della cultura collettiva sui temi dell'architettura e della trasformazione delle realtà urbane e territoriali" [1] ; esso è uno strumento democratico che stimola la ricerca della qualità degli interventi pubblici e privati e rappresenta l'occasione migliore per individuare e scegliere valide figure di progettisti, nonché un trampolino di lancio nel mondo del lavoro per i giovani professionisti.
Essendo la formulazione di un articolato di Bando e la scelta della successione delle operazioni concorsuali dei lavori molto complessi, può ritornare utile l'utilizzo degli strumenti di Project Management, principalmente per tre motivi:

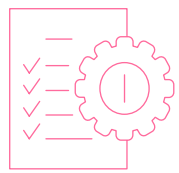
1. per comprendere gli obiettivi alla base del bando e analizzare le varie parti coinvolte
2. per comprendere la struttura stessa del bando, le fasi e le attività previste
3. per riuscire a organizzare nel tempo e quindi associare una durata alle varie attività/fasi previste nel bando

1. *Linee guida per la redazione di bandi di concorso di architettura*, Consulta Regionale Lombarda degli Ordini degli Architetti, p.2.

L'utilizzo di questi strumenti non è obbligatorio, e, inoltre, non si ritrova nei bandi tradizionali, i quali risultano spesso molto complessi, prolissi, di difficile lettura e comprensione. Tramite la presente tesi si dimostrerà che utilizzare gli strumenti di Project Management può rappresentare la chiave di volta per, in prima istanza, la redazione e l'articolazione del bando; in seguito, per la lettura e la comprensione stessa del bando da parte dei concorrenti.
Questi strumenti, apportando ai concorsi di architettura un valore aggiunto, consentono di sfruttare al meglio la loro utilità e le loro potenzialità, e permettono di affrontare la COMPLESSITA' della costruzione e redazione di un bando, facilitando, inoltre, la comprensione dei significati e dei risultati attesi. ¶



gli strumenti di Project Management



Il Project Management rappresenta, per definizione, "*l'insieme di conoscenze, attitudini, tecniche e strumenti per la gestione di un progetto* [1] ".

Un progetto è definito come "un'impresa unica costituita da più attività correlate tra di loro, con uno specifico inizio e una fine determinata, che si prefigge il raggiungimento di un determinato obiettivo con l'uso delle specifiche risorse identificate per lo sviluppo del progetto stesso".

Seppur la maggior parte delle volte gli strumenti del Project Management vengano utilizzati in contesto aziendale e riferiti alle logiche aziendali, risultano tuttavia essere molto efficaci anche per affrontare i progetti e gli interventi relativi al mondo dell'architettura.

Nello specifico caso in esame, essendo possibile paragonare il bando di concorso a un *progetto* vero e proprio, risulta, di conseguenza, possibile affrontare e supportare la sua costruzione tramite gli strumenti di Project Management.

1. Fabrizio Bencini e Vincenzo Ferragina, *Il Project Management: tecniche e strumenti*, Pianificazione, finanza e controllo, 1° Dicembre 2009.

BANDO DI CONCORSO COME PROGETTO

In che senso la creazione di un bando di concorso può essere definita un *progetto*? Vi sono principalmente cinque caratteristiche, proprie di un progetto, che si possono individuare anche nella creazione di un bando di concorso.
Innanzitutto, l'*output*, ossia il risultato finale, che è unico e richiede quindi l'applicazione di nuove regole e modelli e indica la difficoltà o impossibilità di applicare modelli validi per precedenti progetti; così anche il bando è unico, poichè propone un tipo di intervento architettonico specifico per il quale non è possibile utilizzare modelli già proposti per interventi precedenti.
Anche la *realizzazione* è unica, poichè si tratta sempre di un bando di concorso riferito a una particolare area o un particolare edificio di una città, perciò le attività saranno definite e articolate specificatamente per quell'area/quell'edificio.
La *temporaneità* è pianificata, poichè viene creata una "struttura organizzativa" temporanea; in un bando, la struttura organizzativa, rappresentata dall'ente banditore, dai partecipanti e dalla giuria, come anche dalla suddivisione in fasi dello stesso, è qualcosa di pianificato nel tempo poichè presenta un calendario, delle scadenze specifiche, un inizio e una fine.
Le *competenze* devono essere nuove e differenti: bisogna far collaborare o integrare competenze diverse e magari reperirne di nuove ad hoc. Anche in un bando di concorso le competenze, rappresentate dai partecipanti, sono di vario tipo e gli interventi richiesti sono innovativi.
La *finalizzazione* si esprime nella definizione di obiettivi specifici e nella loro traduzione in compiti e responsabilità; un bando di consorso nasce per il raggiungimento di obiettivi specifici e gli attori in esso coinvolti ricoprono delle responsabilità.

BANDO = PROGETTO

output	→	unico
realizzazione	→	unica
temporaneità	→	pianificata
competenze	→	nuove
finalizzazione	→	obiettivi specifici

ENTE BANDITORE COME PROJECT MANAGER

Il Project Manager rappresenta il responsabile di un progetto; "*si occupa dell'avvio, della pianificazione, dell'esecuzione, del controllo e della chiusura di un progetto facendo ricorso a tecniche e metodi di project management* [1] ".
È possibile paragonare la figura del Project Manager, fondamentale nei processi di sviluppo di qualsiasi progetto, a quella dell'Ente Banditore di un concorso di progettazione.
Il ruolo di questa figura all'interno del processo di costruzione di un bando è fondamentale, in quanto essa stabilisce chiaramente il livello e gli obiettivi del concorso e l'importo di spesa previsto per la realizzazione dell'opera. Inoltre, stabilisce la composizione della Giuria, nominandone i componenti ed i loro sostituti [2].

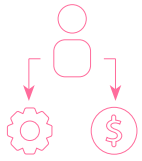
L'Ente Banditore stabilisce con precisione:
- il tema e gli obiettivi del concorso
- i vincoli (urbanistici, ambientali o di altra natura)
- le modalità di partecipazione e le incompatibilità
- la documentazione di base del concorso
- gli elaborati richiesti
- la composizione della Giuria

ENTE BANDITORE = PROJECT MANAGER

stabilisce	→	tema e obiettivi
	→	vincoli
	→	modalità di partecipazione
	→	documentazione
	→	composizione Giuria

1. Project Manager, visitata il 21 aprile 2020. *https://it.wikipedia.org/wiki/Project_manager*

2. *Linee guida per la redazione di bandi di concorso di architettura*, Consulta Regionale Lombarda degli Ordini degli Architetti, p.11.



Più precisamente, la figura che più si accosta a quella del Project Manager all'interno del processo di un concorso è quella del *Programmatore di Concorso*, stabilito dall'Ente Banditore come suo "rappresentante", incaricato di seguire tutta la procedura del concorso: è una figura tecnica che mette in pratica i compiti dell'Ente Banditore. Il suo compito, inoltre, è la stesura del bando stesso. Redige anche il 'programma del concorso' da fornire ai concorrenti in allegato al bando.

In funzione di quanto si vuole avere un controllo del progetto si può scegliere il peso che il project manager deve avere. Esso può avere un ruolo leggero, ad esempio, se l'Ente Banditore è incaricato solo dell'autorizzazione ad avviare i lavori ed al controllo dell'avanzamento di questi. Al contrario, si può stabilire un ruolo più importante se l'Ente Banditore controlla anche la parte relativa ai costi.

Se il peso è leggero, il Project Manager non "vede" le risorse e non gestisce gli aspetti tecnici di progetto; al contrario se il peso è massimo, il PM "vede" le risorse, pianifica e controlla in dettaglio le attività e gestisce gli aspetti tecnici di progetto.

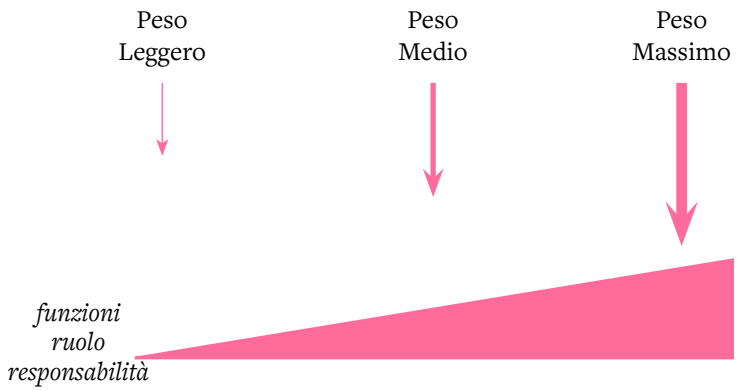
Tipo di PM	Peso leggero	Peso medio	Peso massimo
Ruolo	Facilitatore Sollecitatore	Coordinatore Pianificatore Negoziatore	Decisore
Responsabilità	Presidia i tempi	Presidia i tempi e i costi	Gestisce i tempi, i costi e la qualità

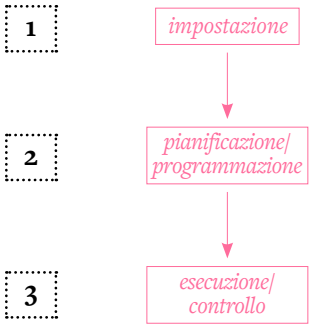
"L'opera di gestione del progetto da parte del Project Manager si basa sulla sua *autorevolezza*, cioè sulla capacità di orientare le risorse e le decisioni di altre persone agli obiettivi del progetto [1]".
Al crescere del "peso" del project manager e delle sue responsabilità deve anche crescerne l'autorevolezza. L'autorevolezza, inoltre, può essere di due tipi: di merito, data dalle qualità proprie della persona, oppure di diritto, data dalle variabili organizzative.

Nel caso specifico di un bando di concorso, l'autorevolezza dell'Ente Banditore è per la maggior parte dei casi un'autorevolezza di merito: questa figura si situa, infatti, a un livello organizzativo ed è rappresentata quasi sempre dalla committenza.

Il peso di questa figura è leggero o massimo in base ai parametri che essa può controllare e gestire; in un bando di concorso in cui l'ente banditore stabilisce i tempi, i costi e la qualità dei progetti, ad esempio, il peso sarà massimo. In particolare, se il Project Manager stabilisce un budget e i costi previsti per i lavori, il suo peso e la sua influenza saranno ancora più alti.

1. Ferdinando Azzariti, *Manuale di economia e organizzazione aziendale. Strumenti, teorie, modelli di analisi*, Libreriauniversitaria.it edizioni, 2013, p. 181.





Lo sviluppo e la gestione di un progetto ha tre momenti fondamentali: *impostazione*, *pianificazione* e *progettazione*, *esecuzione* e *controllo*.

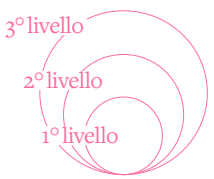
1

La fase di impostazione rappresenta il momento di nascita e ideazione del progetto: in essa viene espressa la missione del progetto e vengono esplicati gli obiettivi a essa connessi.
Gli obiettivi si dividono in obiettivi *strategici* e *specifici*. Quelli strategici rappresentano le motivazioni strategiche che portano ad attivare il progetto; quelli specifici esprimono il risultato atteso al termine del progetto.

obiettivi strategici

Per capire gli *obiettivi strategici* è fondamentale identificare e gestire gli *stakeholders* dentro e fuori al progetto; questi attori sono tutti coloro che potenzialmente sono portatori di interesse nei confronti del progetto, e sono definiti come "*Tutti i soggetti, individui od organizzazioni, attivamente coinvolti in un'iniziativa economica, il cui interesse è negativamente o positivamente influenzato dal risultato dell'esecuzione, o dall'andamento, dell'iniziativa e la cui azione o reazione a sua volta influenza le fasi o il completamento di un progetto o il destino di un'organizzazione*." [2] È essenziale rilevare con precisione quali sono questi attori, i quali si suddividono in interni ed esterni. A questa prima suddivisione si aggiunge un'ulteriore distinzione in tre livelli principali:

stakeholders



1° livello – categorie di attori che intrattengono rapporti economici diretti con l'organizzazione.
2° livello – figure che possono influenzare o essere influenzati dal progetto in modo diretto, ossia non mediato.
3° livello – figure che interagiscono con l'organizzazione in modo indiretto.
L'analisi degli stakeholders identifica e classifica tutti gli stakeholders, interni ed esterni, e le loro esigenze riguardo al progetto; la loro gestione è attuata tramite un modello di classificazione basato sul livello di influenza, sul potere e sul grado di responsabilità che ogni stakeholder ha nelle varie fasi del progetto.

2. Definizione di stakeholder sull'Enciclopedia Treccani, visitata il 21 aprile 2020. *http://www.treccani.it/enciclopedia/stakeholder/*

obiettivi specifici

Dopo aver determinato gli obiettivi strategici e individuato gli stakeholders, si passa agli o*biettivi specifici*. Per determinarli correttamente si rispetta una regola affinché essi risultino "*SMART*":
– la lettera S sta per "specifico", ossia ogni obiettivo deve essere definito in modo chiaro e collegato a criteri di raggiungimento;
– M significa "misurabile", ossia per ogni obiettivo si deve essere in grado di verificarne il raggiungimento;
– A sta per "raggiungibile", adatto al contesto in esame e alle risorse disponibili;
– R significa "realistico", ossia l'obiettivo sia possibile da raggiungere;
– T sta per "pianificato nel tempo", ossia l'obiettivo deve dipendere da termini e scadenze nel tempo.

S
M
A
R
T

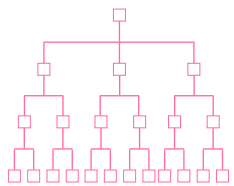
La seconda fase in ogni progetto è quella di pianificazione/progettazione. In questa fase si identificano le attività/fasi del progetto e la struttura organizzativa e si formula il programma di lavoro in termini di tempi.

2

Per scomporre le fasi e le attività è possibile utilizzare varie tecniche, tra le quali vi è la *Work Breakdown Structure* (*WBS*), che esprime in modo chiaro e sintetico quali sono le attività da svolgere.
Tramite questa tecnica, infatti, "il progetto viene scomposto in fasi e poi in attività per ottenere una rappresentazione gerarchica a livello di dettaglio crescente, in quanto ogni livello inferiore consiste nella definizione sempre più specifica di un componente del progetto" [3]. In base alle esigenze di progetto, ogni attività può essere scomposta in ulteriori componenti elementari.
I vantaggi di questa tecnica sono principalmente legati al fatto che essa aiuta ad individuare le attività principali e secondarie e

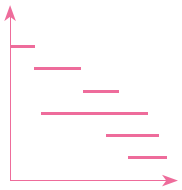
WBS

3. Fabrizio Bencini e Vincenzo Ferragina, *Il Project Management: tecniche e strumenti*, Pianificazione, finanza e controllo, 1° Dicembre 2009.



facilita la visione d'insieme attraverso l'adozione di un sistema grafico molto chiaro e leggibile per tutti.

diagramma di Gantt

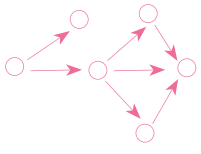


3. Diagrammi di Gantt e Pert, visitata il 21 aprile 2020. *https://sites.google.com/site/programmazionesociale/home/box-di-approfondimento/57-diagrammi-di-gantt-e-pert-1*

La WBS presenta però dei problemi legati al fatto che essa non tiene in considerazione la variabile tempo. Una volta identificate le attività, per ovviare al problema, si procede a stimarne la durata (*project schedule*) attraverso molteplici strumenti: il più comune è il *diagramma di Gantt*, una rappresentazione su scala temporale dell'evoluzione del progetto. "Ogni attività è rappresentata da una barra, la cui lunghezza è proporzionale alla durata dell'attività che rappresenta" [3].
I vantaggi dell'utilizzo di questo strumento sono rappresentati dalla semplicità dello stesso e dalla sintesi e leggibilità che lo caratterizzano; i problemi sono legati alla sua struttura intrinsecamente deterministica, in quanto vengono fatte stime fisse della durata delle attività e si pianifica la schedulazione sulla base di suddette durate. Un altro grande svantaggio è il fatto che il diagramma di Gantt non valuta un aspetto fondamentale dei progetti, ossia l'interdipendenza e il collegamento tra le attività, ma anzi dimostra una scarsa visibilità delle relazioni tra queste.

PERT

4. Milestone è un termine inglese che letteralmente significa pietra miliare, visitata il 21 aprile 2020. *https://it.wikipedia.org/wiki/Milestone_(project_management)*

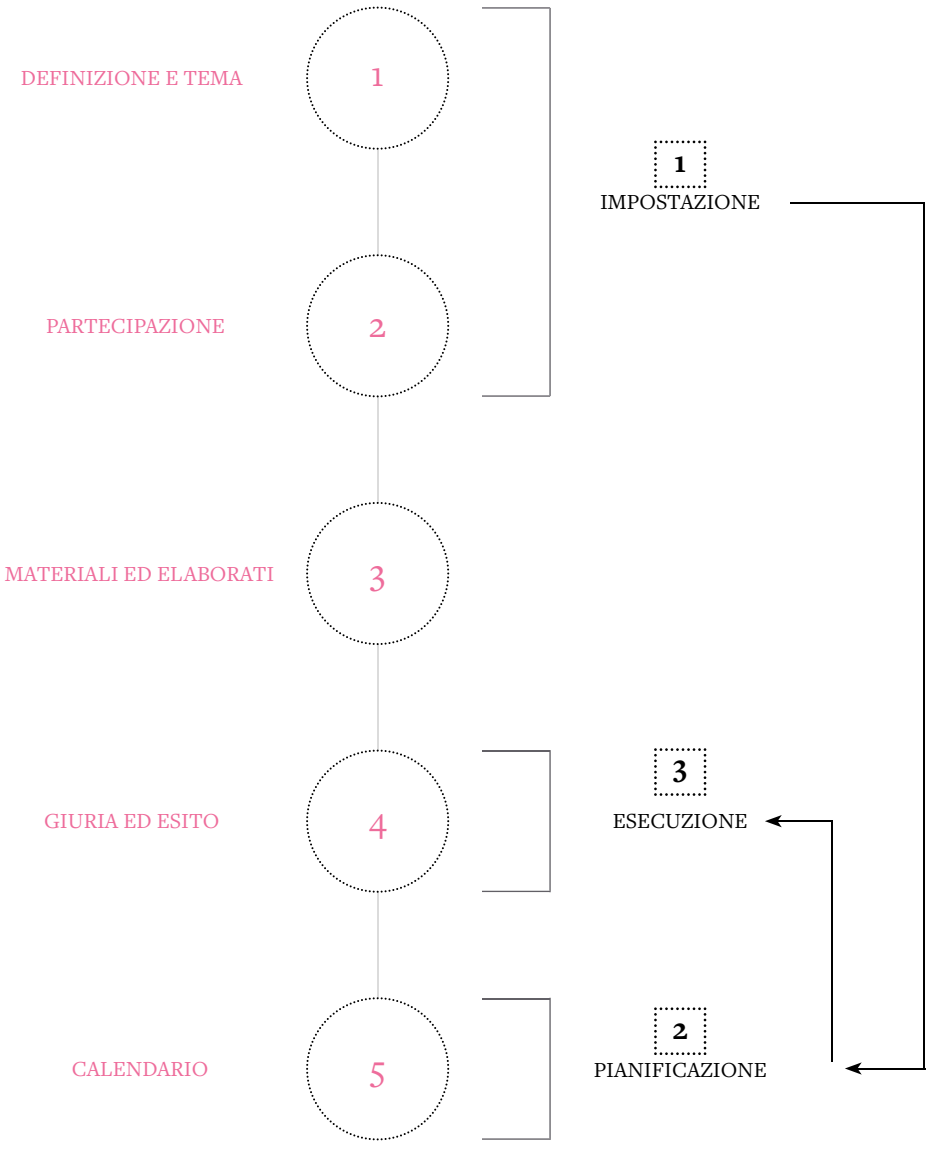


Una tecnica utilizzata per ovviare ai problemi rilevati nel diagramma di Gantt e per un'ottimizzazione dello schedule è il *Project Evaluation and Review Technique* (*PERT*): questa tecnica risulta più avanzata in quanto tiene conto anche dell'incertezza relativa alla durata delle attività. Essa è incentrata sulle date e scadenze di un progetto, definite *milestones* [4], le quali indicano "importanti traguardi intermedi da realizzare per raggiungere il risultato finale" [3]. Questo strumento si presenta come un insieme di linee che collegano nodi che indicano le milestones.
I diagrammi di Gantt e Pert sono dunque due strumenti essenziali da utilizzare sia in fase di pianificazione del progetto che in fase di esecuzione e controllo per monitorarne l'andamento.

3

La terza fase è appunto quella di esecuzione e controllo e rappresenta la vera e propria realizzazione del progetto; in essa si cerca di rispettare la tempistica e gli obiettivi stabiliti in fase di pianificazione/progettazione. ¶

applicazione degli strumenti di PM alla costruzione del Bando



3

BANDO

CONTENUTI

Bando

Introduzione

1. Ente banditore
2. Tipologia di Concorso
3. Partecipazione al Concorso
   3.1 Requisiti di Partecipazione
   3.2 Cause di incompatibilità
4. Oggetto del Concorso
5. Obiettivi del Concorso
   5.1 Obiettivi strategici
   5.2 Obiettivi specifici
6. Calendario
7. Prima fase del Concorso
   7.1 Domande di chiarimento
   7.2 Criteri di valutazione
   7.3 Esito della Prima Fase di Concorso
8. Seconda fase del Concorso
   8.1 Elaborati richiesti
   8.2 Commissione Giudicatrice e Criteri di valutazione
   8.3 Esito della Seconda Fase di Concorso
9. Pubblicazione
10. Accettazione del Bando

impostazione

pianificazione

esecuzione

Descrizioni, Documenti e Allegati

Contesto territoriale
Settore
Quartiere

Linee guida

Premessa
Decalogo

obiettivi specifici preliminari

“Sono i rez-de-chaussée che sono in grado di stabilire complicità con lo spazio pubblico a cui aprono gli occhi, sicurezza e vitalità. Ed è attraverso di loro che la strada si arricchisce e si anima. [...] *Sono l’interfaccia tra gli elementi costruiti e lo spazio pubblico, un’interfaccia complessa ed essenziale.”*

Michel Jean-Marc, 2013

introduzione

i rez-de-chaussée [1]

I piani terra della città fondano l'identità, la qualità e il valore di ogni città. Livelli principali di scambio tra l'interno e l'esterno, tra la sfera privata e quella pubblica, sono luoghi d'espressione, di scambi culturali, di attività sociali, di incontri. Sono luoghi di intreccio, poiché sono in grado di stabilire delle relazioni con lo spazio pubblico sul quale si affacciano ed è grazie a loro che la strada si arricchisce e si anima. Il commercio rappresenta da sempre un elemento motore di questi spazi, ma non l'unico; la soluzione ottimale per la loro vitalità è infatti una mescolanza di utilizzi e attività.

Questi spazi sono tuttavia anche fragili, poiché sono lo specchio del contesto sociale ed economico e sottostanno alle sue costanti mutazioni, modificandosi in base ad esse. A Parigi, in particolare nei quartieri più sensibili, i quartieri prioritari della città, il loro valore è spesso trascurato, e, invece che ricercare tramite essi un contatto diretto con la strada e lo spazio pubblico, si tende a ripiegare sull'interno degli edifici, aumentando la frontiera tra il carattere privato dell'edificio e il carattere pubblico della strada. La poca considerazione del valore piano terra parigino provoca spesso fenomeni di desertificazione e vacanza a livello dei quartieri più a rischio, come nel quartiere oggetto di questo bando. Situato in uno dei quartieri prioritari della città, il quartier *Buisson Saint-Louis Sainte-Marthe* è caratterizzato da sempre da una forte identità artigianale e artistica, ma si trova oggi a lottare contro la vacanza dei suoi piani terra.

Combattere la vacanza dei locali del piano terra significa riattivare questo livello zero per rendere la città piacevole al cittadino, al pedone. La qualità dei piani terra è infatti essenziale per invitare il pedone a camminare, fermarsi e partecipare con la sua presenza a rendere le strade attraenti e più sicure; il concetto inglese di *Walkable city* [2], deve applicarsi a tutto lo spazio urbano, per restituire ai cittadini il piacere della "*deambulatio*" [3]. ¶

1. Parola francese che indica il piano terra degli edifici.

2. Jeff Speck, *Walkable City: How Downtown Can Save America, One Step at a Time*, North Point Pr, 2013.

3. Dal lat. *deambulatio, -onis*, «il passeggiare», Treccani, visitata il 27 marzo 2020. *http://www.treccani.it/vocabolario/deambulazione/*

N.d.A:
il linguaggio utilizzato per la redazione del presente bando di concorso è stato adattato e modellato sulle modalità terminologiche e linguistiche proprie dei bandi di concorso di architettura presenti sul web; la presenza di alcune frasi e diciture ufficiali, rintracciabili anche negli altri bandi, ne è la conferma e dimostra l'attendibilità e la fondatezza del bando in questione.

Soggetti banditori

Ville de Paris
con sede in Place de l'Hôtel de Ville, Parigi

Mairie du 10e
con sede in 72 rue du Faubourg St Martin 75010, Parigi

Société Immobilière de Normandie (**SIN**)
con sede in 75 rue de Courcelles 75008, Parigi

Responsabile Unico del Concorso
Arch. Federica Blandino

Segreteria del Concorso
segreteriaconcorsosaintemarthe@gmail.com

a metà tra
Peso leggero
e Peso Medio:
Facilitatore
Sollecitatore
Coordinatore
Pianificatore
Presidia i tempi

1. Ente Banditore

- *Ville de Paris*, con sede in Place de l'Hôtel de Ville, Parigi [1].
- *Mairie du 10e,* Amministrazione Comunale del 10° arrondissement di Parigi, con sede in 72 rue du Faubourg St Martin 75010, Parigi [2].
- la *Société Immobilière de Normandie* (SIN), nella sua qualità di proprietaria delle aree oggetto del Masterplan posto a Concorso, con sede in 75 rue de Courcelles 75008, Parigi.

In particolare, la Città di Parigi richiede il bando per andare incontro alle richieste dell'associazione *OCbaux* (*Oh ces baux*), con sede nel quartiere *Sainte Marthe* a Parigi, la quale viene sostenuta anche dall'*Association des Ateliers d'Artistes de Belleville* (AAB), dall'*Association des Artisans de Belleville* e dal *Collectif Ramponeau*. Questi enti hanno lanciato nell'ottobre 2019 la petizione "*PRÉSERVER SAINTE-MARTHE COMME QUARTIER POPULAIRE D'ART ET D'ARTISANAT*"[3], nella quale è stato richiesto l'intervento della Città di Parigi per salvaguardare l'identità del quartiere.

1. *https://www.paris.fr/*

2. *https://www.mairie10.paris.fr/*

3. *https://www.change.org/p/anne-hidalgo-pr%C3%A9servons-sainte-marthe-paris-xe-quartier-populaire-d-art-et-d-artisanat*

2. tipologia di concorso

La procedura concorsuale del presente Bando di progettazione è di livello Europeo, quindi rispetta le norme europee del codice (D.Lgs. n. 163/2006 [1]). La tipologia della procedura concorsuale è di tipo *ristretto*, in quanto opera una restrizione iniziale del numero dei partecipanti, ed è a sua volta articolata in due fasi:

- la PRIMA FASE, in forma palese, ha lo scopo di selezionare tra i candidati un numero di Gruppi di progettazione non oltre a 5, secondo le modalità di partecipazione e selezione previste nel presente Bando.
- la SECONDA FASE, in forma anonima, ha il fine di selezionare, tra le proposte dei Concorrenti, il progetto vincitore.

In entrambe le fasi la selezione e la scelta avvengono mediante il giudizio di una Commissione Giudicatrice, differente per le due fasi; la Giuria della seconda fase sarà nominata e resa pubblica solo dopo il deposito delle candidature per la prima fase.

La lingua ufficiale del presente Concorso è l'italiano.

1. Decreto legislativo 12 Aprile 2006 N.163, Codice dei contratti pubblici relativi a lavori, servizi e forniture in attuazione delle direttive 2004/17/CE e 2004/18/CE.

3. partecipazione al concorso

La partecipazione è aperta a Gruppi di progettazione formati da architetti e ingegneri, i quali possono avvalersi di ulteriori professionalità e competenze necessarie, e devono includere professionisti appartenenti agli Stati membri dell'Unione Europea, regolarmente iscritti ai relativi Ordini Professionali, in possesso della abilitazione all'esercizio della professione in Francia, ai quali non sia vietato l'esercizio della professione alla data di pubblicazione del Bando. I suddetti soggetti sono invitati a partecipare in gruppi interdisciplinari, con particolare riferimento alle competenze inerenti all'urbanistica, all'architettura e all'architettura di interni.

3.1 REQUISITI DI PARTECIPAZIONE

Per essere ammessi al Concorso i concorrenti devono possedere i seguenti requisiti minimi:
1) non incorrere in alcuna delle cause di esclusione di cui all'art.38 del D.Lgs. n. 163/2006 [1].
2) disporre di una struttura numericamente e qualitativamente adeguata al compimento dell'incarico di progettazione, contando su un numero di personale maggiore di 5 unità e con l'impegno di mettere a disposizione per l'esecuzione del servizio la seguente struttura tecnica minima:
- 1 responsabile di progetto
- 1 progettista architettonico
- 1 progettista strutturale
- 1 coordinatore della sicurezza in fase di progettazione

oltre al necessario personale di ausilio, computazione, segreteria, etc.

3.2 CAUSE DI INCOMPATIBILITÀ DEL CONCORRENTE

Non possono partecipare al concorso: i componenti della Commissione Giudicatrice, i loro coniugi e i loro parenti ed affini fino al quarto grado compreso; i datori di lavoro o coloro che abbiano qualsiasi rapporto di lavoro, o di rapporto accademico-scientifico, o collaborazione continuativa con membri della commissione giudicatrice.

1. Decreto legislativo 12 Aprile 2006 N.163, Codice dei contratti pubblici relativi a lavori, servizi e forniture in attuazione delle direttive 2004/17/CE e 2004/18/CE.

4. oggetto del concorso

Il Concorso richiede l'intervento all'interno della Zona Prioritaria di Parigi del 10° distretto, come perimetrata nell'allegato relativo al *Plan Local d'Urbanisme* (Allegato 1 - Settore di Case e di Ville), in particolare nel quartiere definito di *Sainte-Marthe*.
L'intento è promuovere una strategia di rigenerazione urbana, con particolare riferimento ai piani terra degli edifici, soprattutto quelli vacanti, da porre in relazione con le aree pubbliche e le strade; di questi locali, inoltre, è richiesta la formulazione di diversi scenari di possibile sviluppo, così come descritti nel documento di Linee Guida, parte integrante del presente Bando.

In sostanza, gli interventi richiesti sono due: uno indirizzato alla creazione del Masterplan del quartiere *Sainte-Marthe*, che tenga in considerazione in particolare le questioni dello spazio pubblico, della mobilità, e del verde pubblico, e uno più specifico per l'intervento architettonico sui locali vacanti, indirizzato alla riqualificazione di questi spazi dal punto di vista compositivo e tecnologico.

5. obiettivi del concorso

Esplicitazione della richiesta di redazione di un progetto che promuova una strategia di rigenerazione urbana, con particolare riferimento alle aree pubbliche, ai locali del piano terra e alle strade. Il fine è difendere l'identità artistica ed artigianale del quartiere di *Sainte-Marthe*, consolidarne il tessuto commerciale, introdurre nuove funzioni e combattere la vacanza dei piani terra.
Le questioni fondamentali sulle quali articolare gli obiettivi sono:

In che maniera il piano terra della città può contribuire a creare lo spazio pubblico e, nello stesso tempo, arricchirsi da questo per progettare nuovi luoghi del commercio?

Come intervenire sulla desertificazione delle strade e sulla vacanza dei locali?

Come portare qualità e animazione al piano terra per rendere le strade più attraenti?

Le attività commerciali assicurano ancora oggi la frequentazione delle strade?

Come preservare l'identità artigianale del quartiere?

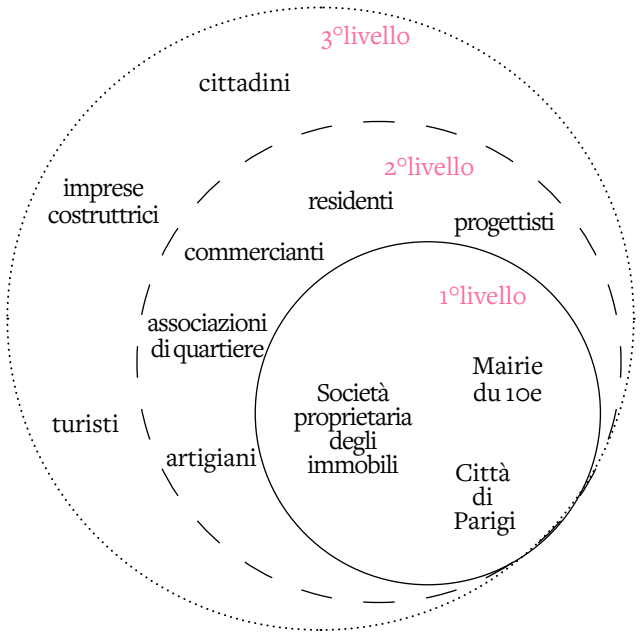
5.1 obiettivi strategici

= motivazioni strategiche che portano ad attivare il progetto

analisi degli *stakeholders*

classificazione in livelli

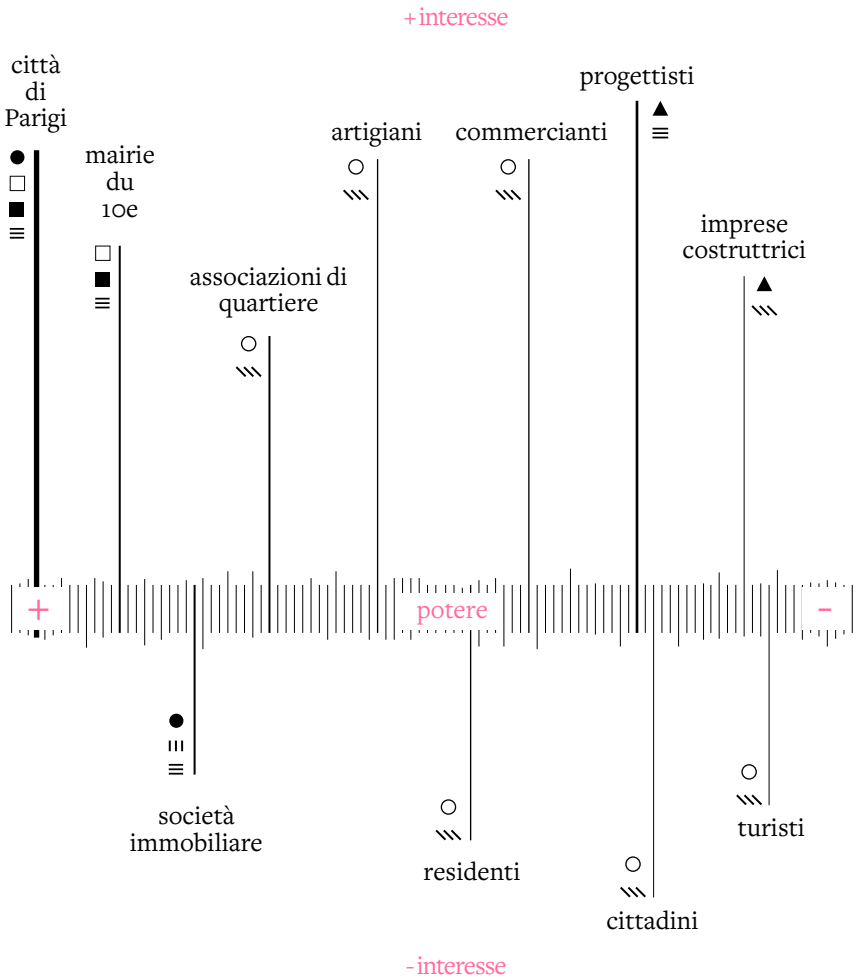
classificazione per grado di interesse



interni

esterni diretti

esterni indiretti



Posizione di coinvolgimento nel progetto

≡ promotore ≋ alleato ≡ oppositore

Risorse

■ legale □ politica ● economica ○ sociale ▲ conoscitiva

5.2 obiettivi specifici

= risultato atteso al termine del progetto

↓

rispetto della regola "*SMART*"

specifico *misurabile* *raggiungibile* *realistico* *pianificato*

La proposta di Progetto dei Concorrenti dovrà contenere soluzioni orientative in merito:

- al sistema degli spazi, dei servizi pubblici e di interesse generale, in particolare al disegno delle funzioni qualificanti gli spazi pubblici;
- alle relazioni tra gli spazi del piano terra e la strada;
- al rapporto tra i locali commerciali vacanti e lo spazio pubblico che li riguarda;
- al sistema delle connessioni e dell'accessibilità, al sistema viario e ciclo-pedonale;
- al rapporto con il contesto circostante e alle connessioni con i luoghi e i sistemi qualificanti del settore urbano in cui si inserisce.
- alla predisposizione degli spazi interni nei locali vacanti, in particolare all'introduzione di funzioni specifiche in relazione con quelle commerciali;
- alla sostenibilità degli interventi;
- alla relazione dei nuovi spazi progettati con la strada;

Questo elenco rappresenta la formulazione degli obiettivi specifici "*preliminari*", poichè legati ancora a una fase di progettazione; questi obiettivi saranno declinati nella seconda parte del Bando, dedicata alle *Linee guida* di intervento, tramite un Decalogo di punti, da rispettare obbligatoriamente in ogni proposta progettuale, che rappresenta proprio l'esplicitazione dei risultati attesi.

gli obiettivi di progetto presentati si riferiscono al contesto specifico

gli obiettivi di progetto presentati possono essere misurati (misura delle aree e dei locali nelle Linee Guida)

gli obiettivi di progetto presentati possono essere realizzati tramite le risorse a disposizione dei Concorrenti

gli obiettivi di progetto presentati si basano su esigenze reali del quartiere preso in esame

gli obiettivi di progetto presentati devono essere illustrati e raggiunti entro una data limite indicata nel Calendario del Bando

6. calendario

Grazie agli strumenti di Project Management è stato possibile stilare il calendario con le scadenze relative al Bando di Concorso.

Tramite la *Work Breakdown Structure* sono state elencate sinteticamente le attività principali che costituiscono le fasi di avanzamento di un progetto. La struttura suddivide le attività in due grandi macrofasi: fase concorsuale e procedura concorsuale, le quali presentano ulteriori fasi gerarchizzate.
Poichè la WBS non indica le tempistiche corrette delle varie fasi, essa è stata integrata con il diagramma di *Gantt* che ha consentito la rappresentazione delle attività in ordine cronologico. In esso vengono indicate anche le *milestones*, gli "eventi" all'interno della pianificazione, ovvero "quelle fasi che indicano il raggiungimento di obiettivi utili ai fini dell'avanzamento del progetto" [1].

La modalità grafica propria del diagramma di Gantt ha permesso la creazione di un calendario completo, utile ai partecipanti al bando per orientarsi nella fase concorsuale.

1. *Project Management*, visitata il 21 aprile 2020. *https://www.insidemarketing.it/glossario/definizione/project-management/*

PRIMA FASE	
Pubblicazione	31/10/2020
Termine per la richiesta dei chiarimenti	10/11/2020
Termine per la pubblicazione dei chiarimenti	20/11/2020
Termine preiscrizione e presentazione Documentazione	30/11/2020
Valutazione della Commissione Giudicatrice	30/11/2020
Esito della Prima Fase del concorso	20/12/2020
SECONDA FASE	
Sopralluogo congiunto	11/01/2021
Termine per le domande di chiarimento	16/01/2021
Termine per la pubblicazione dei chiarimenti	21/01/2021
Periodo di progettazione	21/01/2021 - 12/03/2021
Consegna elaborati richiesti	12/03/2021
Accettazione elaborati spediti	17/03/2021
GIURIA	
Nomina Giuria	22/03/2021
Periodo lavori della Giuria	27/03/2021 - 12/04/2021
Conclusione lavori della Giuria	12/04/2021
AGGIUDICAZIONE	
Comunicazione risultati	17/04/2021
Liquidazione premi	27/04/2021
Affidamento incarico	27/05/2021
Mostra e pubblicazione progetti	27/05/2021 - 1/06/2021

livello 1 **BANDO DI CONCORSO**

livello 2

1. fase concorsuale

2. procedura concorsuale

livello 3

1.1 Prima Fase

- *livello 4*
  - 1.1.1 pubblicazione
  - 1.1.2 quesiti
    - *livello 5* 1.1.2.1 risposta a quesiti
  - 1.1.3 termine preiscrizione e presentazione documentazione
  - 1.1.4 valutazione da parte della Commissione Giudicatrice
    - 1.1.4.1 criteri di valutazione
  - 1.1.5 esito della Prima Fase del Concorso

1.2 Seconda Fase

- 1.2.1 sopralluogo congiunto
  - 1.2.1.1 domande di chiarimento
  - 1.2.1.2 pubblicazione dei chiarimenti
- 1.2.2 fase di progettazione
- 1.2.3 consegna elaborati richiesti
  - 1.2.3.1 accettazione elaborati spediti

1.3 Fase istruttoria commissione

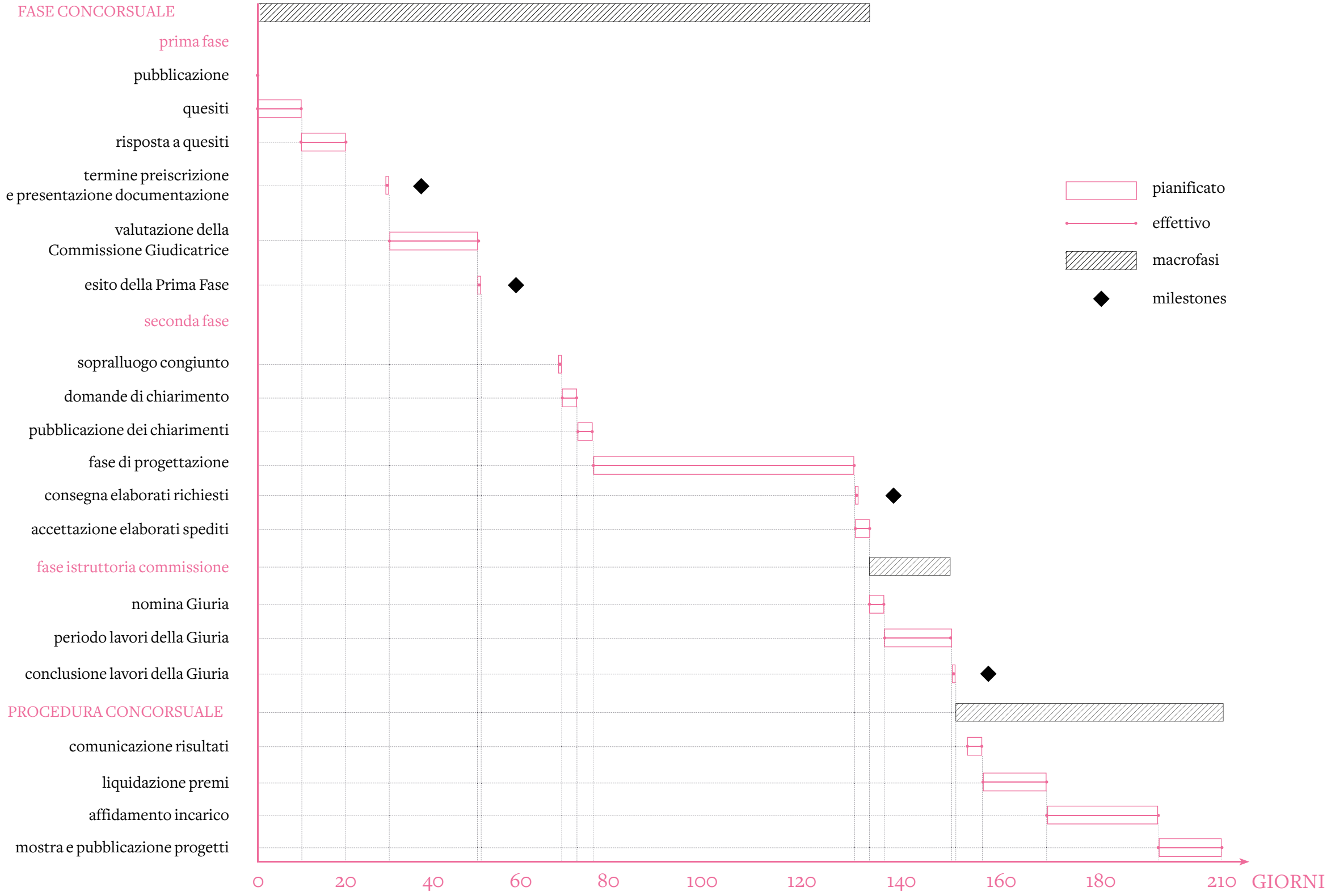
- 1.3.1 nomina Giuria
- 1.3.2 inizio lavori Giuria
- 1.3.3 fine lavori Giuria

- 2.1 comunicazione risultati
- 2.2 liquidazione premi
- 2.3 affidamento incarico
- 2.4 mostra e pubblicazione progetti

attività	titolo attività	inizio	fine	predecessori	durata
BANDO DI CONCORSO					
fase concorsuale	A	0	150 gg		160 gg
PRIMA FASE	A.1	0 gg	50 gg	/	50 gg
pubblicazione	A.1.1	0 gg	0 gg	/	0 gg
quesiti	A.1.2	0 gg	10 gg	A.1.1	10 gg
risposta a quesiti	A.1.3	10 gg	20 gg	A.1.2	10 gg
termine preiscriz. e presentaz. Documentaz.	A.1.4	30 gg	30 gg	A.1.1	0 gg
valutazione della Commissione Giudicatrice	A.1.5	30 gg	50 gg	A.1.1, A.1.4	20 gg
esito della Prima Fase del concorso	A.1.6	50 gg	50 gg	A.1.5	0 gg
SECONDA FASE	A.2	70 gg	130 gg	A.1	65 gg
sopralluogo congiunto	A.2.1	70 gg	70gg	A.1.6	0 gg
domande di chiarimento	A.2.2	70 gg	75 gg	A.2.1	5 gg
pubblicazione dei chiarimenti	A.2.3	75 gg	80 gg	A.2.2	5 gg
periodo di progettazione	A.2.4	80 gg	130 gg	A.2.3	50 gg
consegna elaborati richiesti	A.2.5	130 gg	130 gg	A.2.4	0 gg
accettazione elaborati spediti	A.2.6	130 gg	135 gg	A.2.5	5 gg
FASE ISTRUTTORIA COMMISSIONE	A.3	135 gg	155 gg	A.2.6	20 gg
nomina Giuria	A.3.1	135 gg	140 gg	/	5 gg
periodo lavori della Giuria	A.3.2	140 gg	155 gg	A.3.1	15 gg
conclusione lavori della Giuria	A.3.3	155 gg	155 gg	A.3.2	0 gg
procedura concorsuale	B	160 gg	210 gg	A	50 gg
comunicazione risultati	B.1	160 gg	165 gg	A.1.17	5 gg
liquidazione premi	B.2	165 gg	175 gg	B.1	10 gg
affidamento incarico	B.3	175 gg	205 gg	B.2	30 gg
mostra e pubblicazione progetti	B.4	205 gg	210 gg	B.3	5 gg

▲ Elenco delle attività.

ATTIVITA’


FASE CONCORSUALE
prima fase
pubblicazione
quesiti
risposta a quesiti
termine preiscrizione
e presentazione documentazione
valutazione della
Commissione Giudicatrice
esito della Prima Fase
seconda fase
sopralluogo congiunto
domande di chiarimento
pubblicazione dei chiarimenti
fase di progettazione
consegna elaborati richiesti
accettazione elaborati spediti
fase istruttoria commissione
nomina Giuria
periodo lavori della Giuria
conclusione lavori della Giuria
PROCEDURA CONCORSUALE
comunicazione risultati
liquidazione premi
affidamento incarico
mostra e pubblicazione progetti
0
20
40
60
80
100
120
140
160
180
210
GIORNI
pianificato
effettivo
macrofasi
milestones

7. Prima fase del Concorso

I concorrenti intenzionati partecipare al Concorso devono presentare la seguente documentazione entro il termine delle ore 13.00 del 30/11/2020 con invio all'indirizzo *segreteriaconcorsosaintemarthe@gmail.com*:
- un massimo di n.3 facciate formato A4 contenenti dati identificativi del partecipante e/o dei partecipanti; per ciascuno dei componenti dovranno essere indicati i dati anagrafici, l'iscrizione all'Ordine professionale, le specifiche competenze e qualifiche, il relativo *curriculum vitae*;
- immagini e testi per un massimo di 5 facciate formato A4, riguardanti le proprie opere realizzate che suggeriscano la loro attitudine verso il progetto della città e gli ambiti di rigenerazione urbana in relazione alla qualità degli spazi pubblici o alla qualità degli spazi interni;
- un documento di massimo n. 3 facciate formato A3 nel quale venga descritto l'approccio metodologico che il concorrente intende adottare per sviluppare il progetto, e come il Gruppo intende gestire le principali criticità, tenendo conto delle condizioni e dei vincoli contenuti nelle Linee Guida e nei documenti allegati.

In presenza di carenze e/o irregolarità nella documentazione presentata, ai partecipanti sarà richiesto di procedere all'opportuna regolarizzazione entro il termine massimo di dieci giorni. In caso di inutile decorso del termine assegnato per la regolarizzazione, il partecipante sarà escluso dal Concorso.

7.1 DOMANDE DI CHIARIMENTO

I concorrenti possono rivolgere alla Segreteria del Concorso domande di chiarimento sul Bando entro il 10/11/2020 utilizzando l'indirizzo e-mail *segreteriaconcorsosaintemarthe@gmail.com* e specificando l'oggetto "Concorso Sainte-Marthe - domande di chiarimento".

7.2 CRITERI DI VALUTAZIONE

Le candidature presentate saranno oggetto di valutazione da parte della Commissione Giudicatrice sulla base dei seguenti criteri e dei relativi punteggi:

competenze del Gruppo di progettazione: sarà valutata la completezza, multidisciplinarità e qualità nella composizione del Gruppo	Max 35 punti
precedenti esperienze: saranno valutate le esperienze maturate dal concorrente nell'ultimo anno, con particolare attenzione alla comparabilità delle medesime con quella oggetto del Masterplan in relazione al grado di complessità richiesto	Max 20 punti
approccio metodologico: saranno valutate la chiarezza e la completezza della metodologia di redazione del Masterplan proposta in relazione agli obiettivi descritti nelle Linee Guida	Max 45 punti

7.3 ESITO DELLA PRIMA FASE DEL CONCORSO

Entro 20 giorni successivi alla scadenza per la presentazione delle candidature, la Commissione Giudicatrice selezionerà in seduta riservata un numero di candidati non superiore a 5 e non inferiore a 2. Dell'esito dei lavori della prima fase verrà data notizia ai concorrenti selezionati via posta elettronica.

8. Seconda fase del Concorso

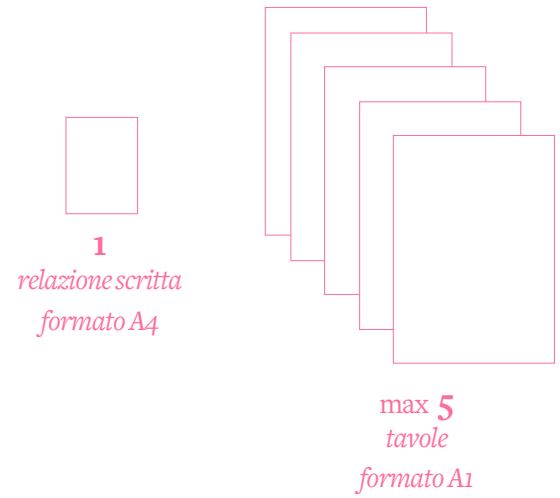
I Concorrenti selezionati per il passaggio alla seconda fase (in seguito "I Concorrenti") dovranno elaborare, sulla base delle Linee Guida e della documentazione fornita, un Masterplan dell'Area di intervento e una proposta di riqualificazione dei locali vacanti individuati al piano terra. Qualora la Commissione Giudicatrice giudicasse che nessuno dei progetti depositati risponda alle Linee Guida, la Commissione medesima può non aggiudicare il Concorso, con parere motivato; ai concorrenti sarà comunque riconosciuto un rimborso spese, a condizione che gli elaborati prodotti siano completi ed in linea con le prescrizioni del Concorso.
I concorrenti dovranno partecipare a un sopralluogo congiunto dell'Area di Concorso, con il fine di integrare le informazioni contenute nella documentazione allegata al Bando, il giorno 11/01/2021, all'ora che sarà confermata dalla Segreteria; in caso di assenza, il capogruppo dovrà indicare preventivamente un proprio delegato.
Il resoconto delle informazioni aggiuntive rilevanti eventualmente fornite in sede di sopralluogo sarà messo a disposizione di tutti i Concorrenti.

8.1 DOMANDE DI CHIARIMENTO

I Concorrenti Finali possono rivolgere per iscritto alla Segreteria del Concorso domande di chiarimento successivamente allo svolgimento del sopralluogo, scrivendo all'indirizzo e-mail *segreteriaconcorso-saintemarthe@gmail.com* e specificando l'oggetto "Concorso Progetto Sainte-Marthe - domande di chiarimento".

8.2 ELABORATI RICHIESTI

Gli elaborati richiesti sono composti da:
- n. 1 relazione illustrativa, scritta in formato A4 di massimo 20 facciate, che illustri l'approccio progettuale e descriva, con particolare evidenza e attenzione, i concetti espressi graficamente, il rispetto dei vincoli urbani, dimensionali e progettuali dell'area, gli schemi di accessibilità per l'utenza, gli aspetti qualitativi e funzionali del progetto, le tecnologie e i materiali previsti, le soluzioni e metodologie costruttive che si intendono adottare.
- un massimo di n. 5 tavole, in formato A1, composte di disegni, schemi grafici e diagrammi che, con riferimento agli obiettivi illustrati nelle *Linee Guida*.
Queste tavole di progetto devono essere chiare e leggibili e devono illustrare come il progetto affronta:
- il ruolo e le potenzialità della rigenerazione dei piani terra del quartiere *Sainte-Marthe*;
- il disegno di scenari per un nuovo assetto dei piani terra e le logiche di creazione dei nuovi spazi pubblici;
- le soluzioni di superamento dei problemi commerciali come la vacanza, la monoattività e la desertificazione.
- l'approccio progettuale allo spazio pubblico del quartiere tenendo conto, in particolare, della valorizzazione dell'identità artistica e artigianale del quartiere, del disegno del verde urbano e del verde privato e della qualità urbana generale.



8.3 COMMISSIONE GIUDICATRICE E CRITERI DIVALUTAZIONE

I lavori della Commissione Giudicatrice si svolgono in seduta riservata e il giudizio formulato viene reso noto pubblicamente, come anche i giudizi espressi sui singoli progetti. I progetti presentati saranno oggetto di valutazione da parte della Commissione Giudicatrice sulla base dei seguenti criteri e dei relativi punteggi:

Qualità dell'inserimento della proposta progettuale all'interno del contesto urbano esistente, valutata sulla base del rispetto dei vincoli esistenti, della definizione dell'organizzazione degli spazi esterni, della coerenza ed integrazione della proposta verso il contesto di riferimento.	Max 20 punti
Qualità e innovazione delle scelte architettoniche, in relazione agli spazi interni ed esterni incluse soluzioni di facciata.	Max 15 punti
Qualità architettonica degli spazi interni con riferimento alla funzionalità e all'efficienza delle aree, alla flessibilità d'uso delle suddette, all'accessibilità ed ai flussi di transito degli occupanti, al grado di innovazione della distribuzione e composizione architettonica, alla qualità estetica del progetto.	Max 15 punti
Qualità del sistema dello spazio pubblico e dell'assetto funzionale, con particolare riferimento alle funzioni qualificanti gli spazi pubblici, gli spazi commerciali e all'innovazione urbana.	Max 20 punti
Qualità del sistema delle connessioni e dell'accessibilità, sostenibile e integrato con gli spazi pubblici.	Max 15 punti
L'innovazione nel progetto urbano e la capacità di adattarsi ai mutamenti sociali, ambientali ed economici	Max 15 punti

8.4 ESITO DELLA SECONDA FASE DEL CONCORSO

Dell'esito dei lavori della seconda fase verrà data notizia ai Concorrenti Finali selezionati via posta elettronica.

9. Pubblicazione

I Soggetti Banditori si riservano il diritto di esporre e/o pubblicare i progetti presentati. I progetti saranno esposti in forma pubblica, tramite una mostra opportunamente allestita e pubblicizzata, prevista in data 27/05/2021. Durante la mostra potrà essere previsto un dibattito che prevedrà la partecipazione dei progettisti premiati. La partecipazione al Concorso di Progettazione vale quale autorizzazione all'esposizione dei progetti e alle relative pubblicazioni senza oneri né riconoscimento alcuno per gli autori partecipanti. A tale scopo i concorrenti, partecipando al Concorso, autorizzano il trattamento dei dati ai fini della divulgazione.
La mostra riguarderà la pubblicazione di tutti gli elaborati presentati, relativamente ai vincitori e a tutti i soggetti premiati, e la pubblicazione di alcuni elaborati per gli altri concorrenti.
I Soggetti Banditori si riservano di presentare l'iniziativa alla stampa e a valorizzare i risultati del Concorso attraverso le azioni che si riterranno più opportune.

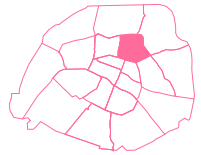
10. Accettazione del Bando

Con la partecipazione al Concorso tutti i concorrenti accettano, senza alcuna riserva, tutte le norme e i vincoli contenuti nel presente Bando.

DESCRIZIONI, DOCUMENTI E ALLEGATI

struttura

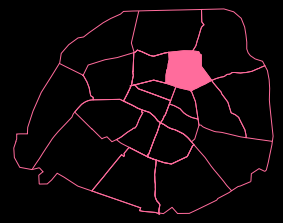
Contesto territoriale
e urbano



Settore

Quartiere

1. Documenti ufficiali
2. Descrizione dell’Area di intervento
3. Vincoli e indicazioni nei Piani



CONTESTO TERRITORIALE E URBANO

Il 10° arrondissement e le zone prioritarie

Il 10° arrondissement è uno dei distretti più centrali della città di Parigi e si installa a cavallo delle due componenti principali del rilievo della riva destra della Senna: la collina di *Montmartre* e il parco di *Buttes Chaumont*. Quasi totalmente pianeggiamente nella parte meridionale, esso si eleva poco a poco verso queste colline, delle quali sfrutta la doppia pendenza naturale per la costruzione del tessuto urbano.

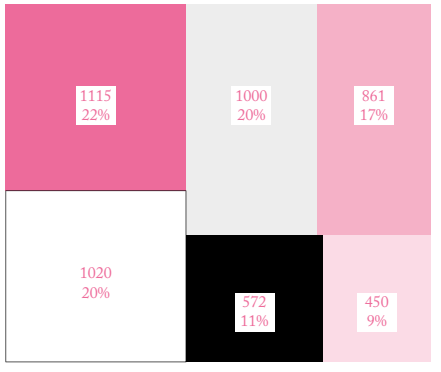
Tre linee di comunicazione ne costituiscono l'ossatura principale: la *Gare del'Est*, la *Gare du Nord* e il *Canalde l'Ourcq*.

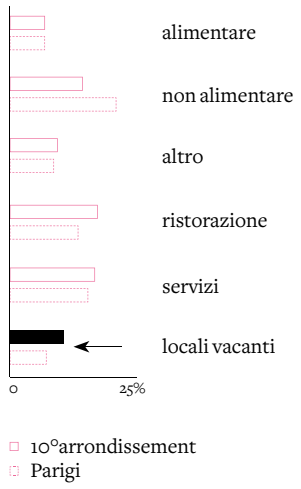
Si accede a questo arrondissement grazie a delle porte (*Saint Denis* e *Saint Martin*) e delle piazze (*de la République*, d*u Colonel Fabien, de Stalingrad*), che appartengono al grande paesaggio della capitale. I suoi limiti si confondono in parte con dei grandi boulevards. Gli isolati sono molto differenti a seconda della loro datazione: i lotti del diciannovesimo secolo si organizzano a partire da un sistema denso di strade pubbliche, con isolati piccoli, costruzioni dense e corti interne molto piccole. I lotti più antichi sono invece costituiti da isolati più grandi e complessi.

2,89 km² superficie

88.000 abitanti

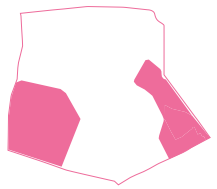
Il tessuto commerciale di questo distretto è importante e diversificato, tuttavia la sua ripartizione geografica è disomogenea, con una forte concentrazione dei commerci nella parte sud ed ovest. Come si osserva dalla struttura commerciale sottostante, inoltre, la vacanza dei locali è più alta in questo arrondissement rispetto alla media di Parigi.





▲ Struttura commerciale del 10° arrondissement.
◀ Curve di livello. Scala 1:15000
Costruito e linee dei principali trasporti. Scala 1:15000

Il 10° arrondissement comprende due settori che appartengono ai quartieri prioritari della città, secondo il "Contratto urbano di coesione sociale 2007-2014" [1], e rappresentano quartieri misti, caratterizzati dalla presenza di residenze, piccole attività e commerci.
Questo contratto della politica urbana è un contratto tra lo Stato e le autorità locali che impegna ciascuna delle parti ad attuare azioni per migliorare la vita quotidiana degli abitanti dei quartieri in difficoltà (disoccupazione, violenza, alloggi, ecc.).
La geografia dei quartieri prioritari è la seguente:



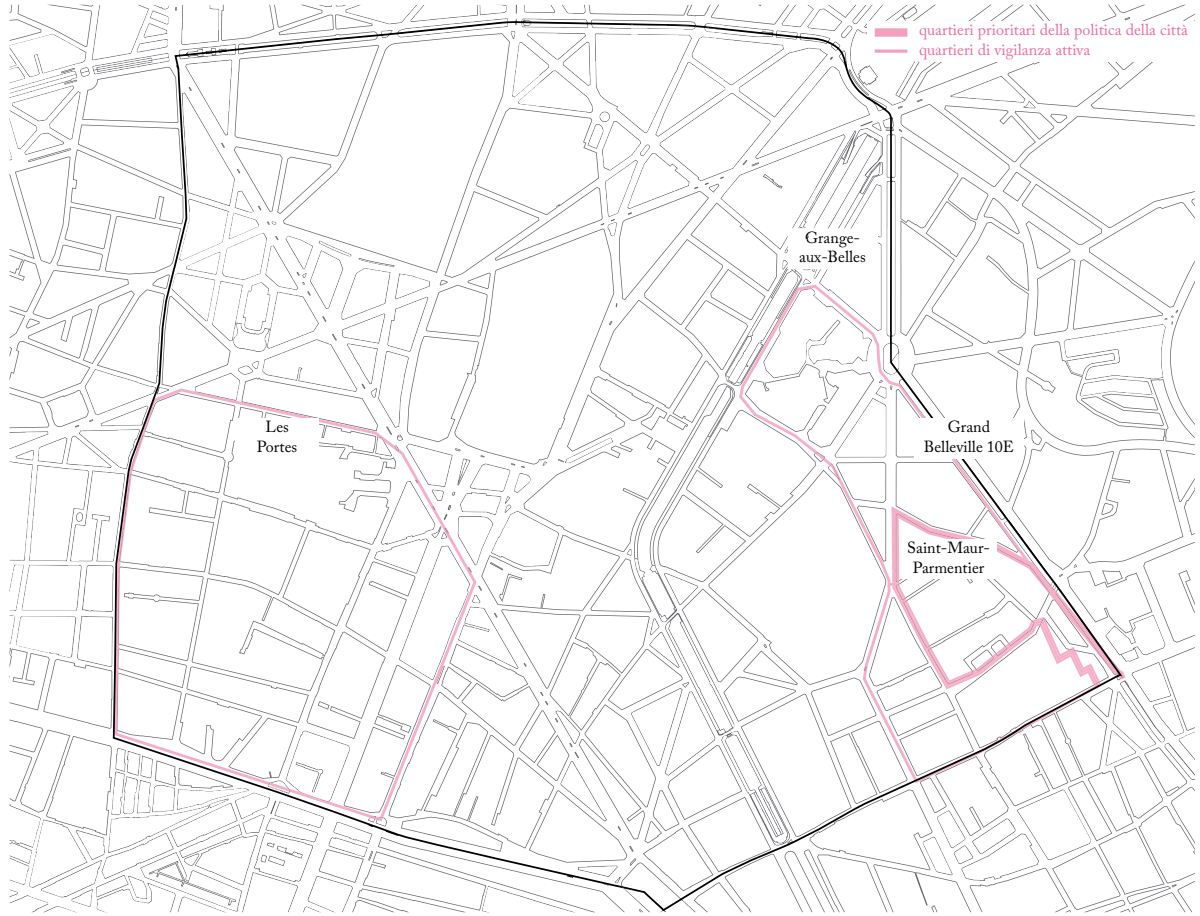
1. Il settore *Est*, costituito dal quartiere di priorità *Buisson Saint-Louis-Sainte-Marthe* (*Grand Belleville 10e*), dai quartieri di vigilanza attiva di *Grange-aux-Belles* e *Saint-Maur-Parmentier*
2. Il settore *Ovest*, costituito dal quartiere di vigilanza attiva chiamato *Les Portes Ouest*.

In totale, la geografia prioritaria del Il 10° arrondissement riunisce 38.600 abitanti, ovvero il 41% della popolazione dell'intero arrondissement, su un'area di 97 ettari, ovvero un terzo della superficie del distretto (34%). ¶

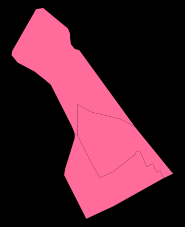
1. *Contrat urbain de cohésion sociale,* visitata il 28 marzo 2020. *https://sig.ville.gouv.fr/page/45*

38600 abitanti
41% della popolazione dell'arrondissement

33% della superficie dell'arrondissement



Il 10° arrondissement con evidenziate le zone relative ai "quartieri prioritari della politica della città". Scala 1:15000.



SETTORE

Il settore Est

Il settore *Est*, costituito dal quartiere di priorità *Buisson Saint-Louis-Sainte-Marthe* (*Grand Belleville 10e*) e dai quartieri di vigilanza attiva di *Grange-aux-Belles* e *Saint-Maur-Parmentier*, si estende su una superficie di 270.000 m² e conta una popolazione di 24.000 abitanti.

Il tessuto è principalmente residenziale, con una presenza di attività concentrate nella zona di Sainte-Marthe. Gli edifici sono per la maggior parte edifici antichi, pre-haussmanniani, caratterizzati da alloggi poveri e mal equipaggiati. L'area ha pochi spazi verdi: c'è un basso tasso di vegetalizzazione dello spazio pubblico (dal 5 al 12%, rispetto al 24% di Parigi). Il tessuto commerciale è vario e la maggioranza dei locali commerciali a piano terra ha una superficie inferiore ai 50 m².

In questo settore la densità commerciale è più alta rispetto alla densità commerciale generale delle zone prioritarie della città; tuttavia si osserva un numero maggiore di locali vacanti al piano terra, i quali si concentrano nella zona di Saint-Louis e Sainte-Marthe. ¶

270.000 m2 superficie

24.000 abitanti

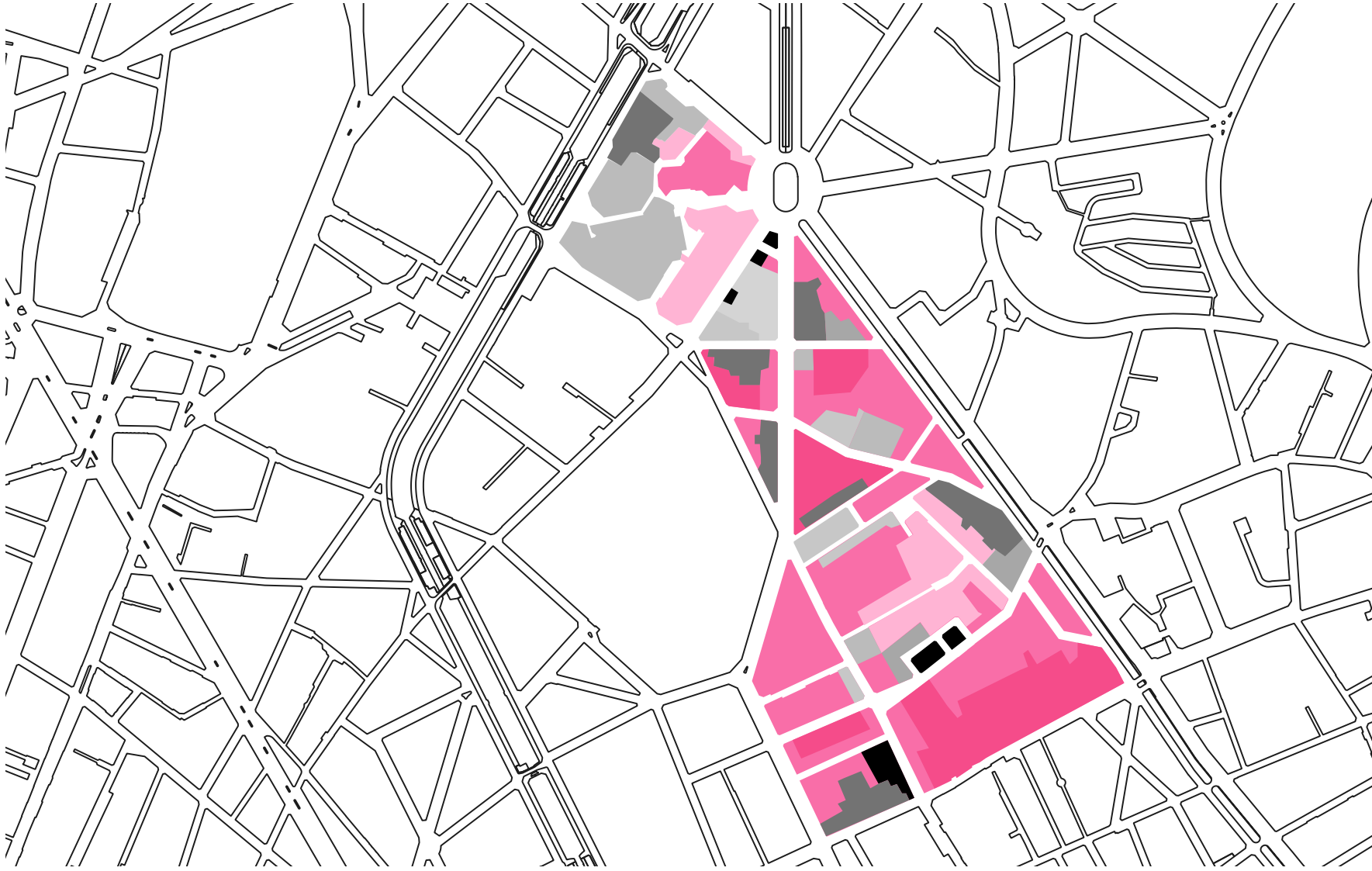
11 %
edifici in cattivo stato

zonizzazione

- Quartiers prioritaires de la Politique de la Ville (QPV)
- Quartiers de Veille Active (QVA)

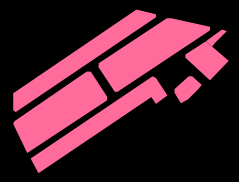
Il settore Est del 10°arrondissement con evidenziate le zone relative ai "quartieri prioritari della città". Scala 1:8000.

Localizzazione dei locali vacanti. Scala 1:8000



- edilizia sociale recente
- immobile haussmaniano
- edilizia sociale altamente eterogenea
- edilizia sociale molto eterogenea
- edilizia sociale mediamente eterogenea
- attrezzature

Rielaborazione personale. Fonte: Institut Parisien d'Urbanisme. Scala 1:8000



QUARTIERE

Sainte-Marthe

CENNI STORICI

Il quartiere di *Sainte-Marthe* è compreso tra *Rue Sainte-Marthe*, *Rue Jean et Marie Moinon*, *Rue de Sambre-et-Meuse* e *Rue Saint-Maur* e si estende su una superficie di 2 ettari (20000 metri quadrati). Costruita negli anni Cinquanta del 1800, durante il processo di modernizzazione complessiva della capitale ad opera del Barone *Haussmann*, rappresenta una delle prime città operaie di Parigi. Il sistema di pianificazione urbana, messo in atto da *Adolphe Joseph Hyacinthe de Madre* [1], un notaio parigino, cercava una soluzione agli alti prezzi degli affitti, alle condizioni antigieniche degli alloggi dei lavoratori e al loro sovraffollamento; tuttavia, una cattiva gestione negli anni '80 e '90 del 1900, combinata con una struttura giuridica e fondiaria inadeguata, sono state all'origine dell'insuccesso e del degrado che ha colpito per molto tempo questo quartiere. Inoltre, le caratteristiche tecnologiche degli immobili hanno contribuito ad aggravare la situazione e ad aumentare le condizioni di insalubrità. All'inizio degli anni '90 del

1. Il notaio *Madre* apparteneva al movimento dei cattolici sociali, attenti a una riflessione sull'edilizia popolare. *La naissance d'une cité ouvrière sous le Second Empire. Le territoire du comte de Madre*, in Histoire urbaine 2013/1 (n° 36), pp. 105-132.

Ventesimo secolo, quando il quartiere fu minacciato di demolizione come isola di insalubrità, è stata la mobilitazione dei suoi abitanti e delle sue associazioni a salvarlo ottenendo tre OPAH [2] successive. L'ultimo piano di salvaguardia, completato nel 2013, rappresenta dieci anni di lavoro e oltre 19 milioni di euro in fondi pubblici [3], grazie ai quali quasi 700 piccoli proprietari sono stati in grado di rinnovare i loro edifici.
Negli ultimi decenni, questo quartiere è diventato un vero e proprio terreno fertile per attività artistiche e artigianali, offrendo ai passanti spazi commerciali e artigianali al piano terra con vetrine colorate e segni caratteristici. Percorrere queste strade significa scoprire botteghe artigiane con facciate colorate, bancarelle di bar popolari, in un'atmosfera da villaggio che i residenti vogliono preservare a tutti i costi.

OGGI

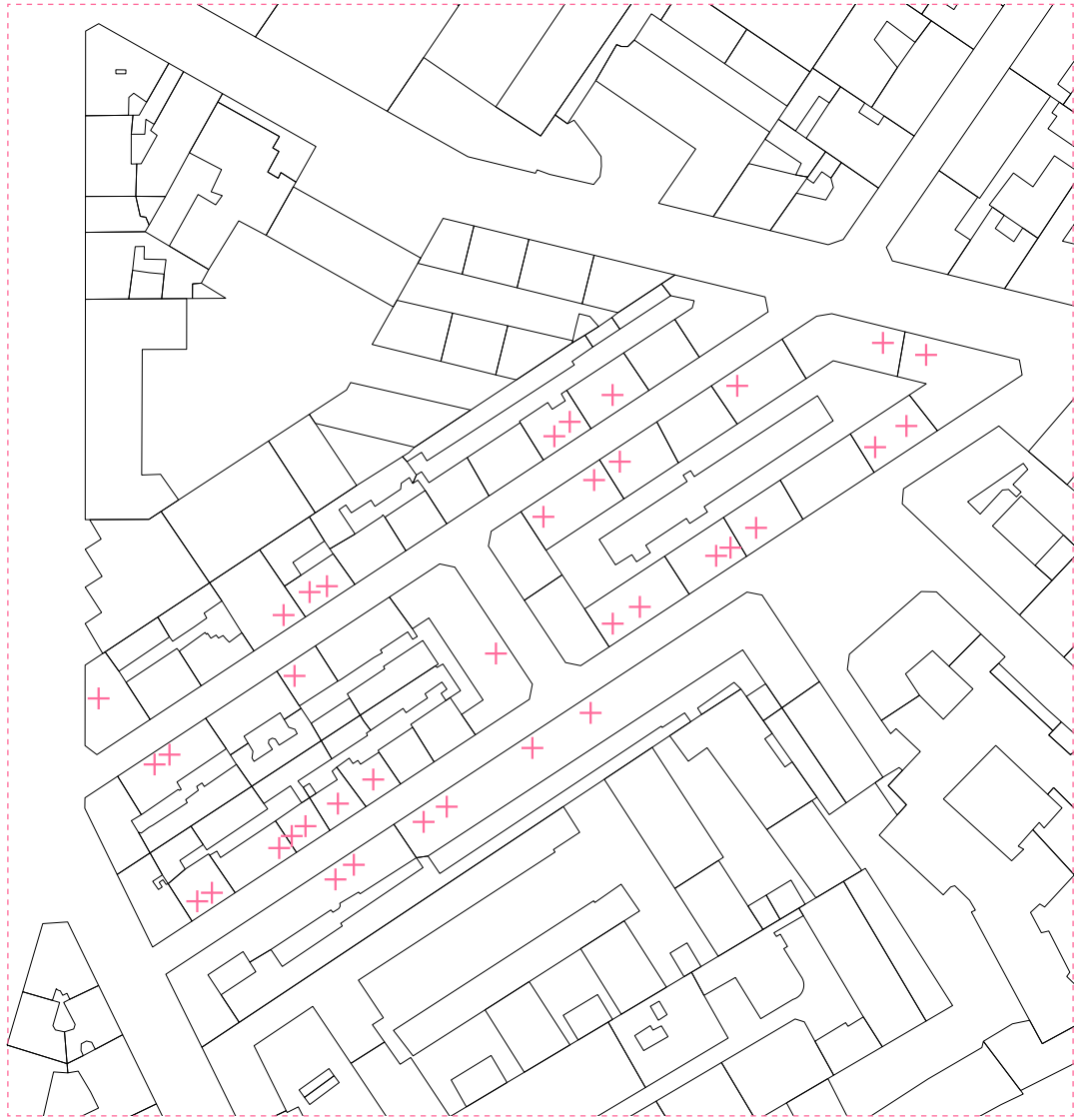
In un contesto in fase di gentrificazione, una minaccia incombe su queste attività e sull'identità del luogo: la *Société Immobilière de Normandie* (SIN), storica proprietaria di questi spazi dagli anni Quaranta, in particolare di ottanta lotti al piano terra e di una quarantina di piccoli appartamenti e locali commerciali ai piani superiori, viene acquistata dalla società immobiliare *Edmond Coignet*, specializzata nella valorizzazione del patrimonio immobiliare. Attualmente vi sono più di 40 locali al piano terra vacanti, e gli abitanti del quartiere temono il progressivo sfratto degli inquilini dal resto dei locali, a causa di un aumento significativo degli affitti e/o una vendita "ritagliata" [4], con conseguente massiccia trasformazione dei piani terra in bar, ristoranti, spazi di co-working o affitti turistici (una sorta di "gentrificazione" [5]).
Temendo di perdere i luoghi di lavoro e di vita, i residenti, gli artigiani, gli artisti e i clienti abituali di Sainte-Marthe, riuniti all'interno dell'associazione *Ocbaux*, si stanno mobilitando con il sostegno dell'associazione degli *Ateliers d'Artistes de Belleville* (AAB), dell'associazione *Artisans de Belleville* e del *Collectif Ramponeau*. La richiesta espressa alla città, nella continuità dell'aiuto che ha portato in precedenza nel quadro dell'OPAH, è di implementare tutti i mezzi a sua disposizione per perpetuare il luogo delle attività artigianali e artistiche e il carattere popolare del distretto. ¶

2. Un *Opération programmée d'amélioration de l'habitat* è un accordo francese approvato tra una comunità, lo Stato e l'Anah (*Agence nationale de l'habitat*) per riqualificare e riabilitare un'area costruita. L'obiettivo è creare condizioni più favorevoli che possano incoraggiare gli investitori, i singoli proprietari o i comproprietari, a investire nel miglioramento o nella riparazione di alloggi esistenti all'interno di un perimetro specifico; visitata il 28 marzo 2020. *https://fr.wikipedia.org/wiki/Op%C3%Aration_programm%C3%A9e_d%27am%C3%A9lioration_de_l%27habitat*

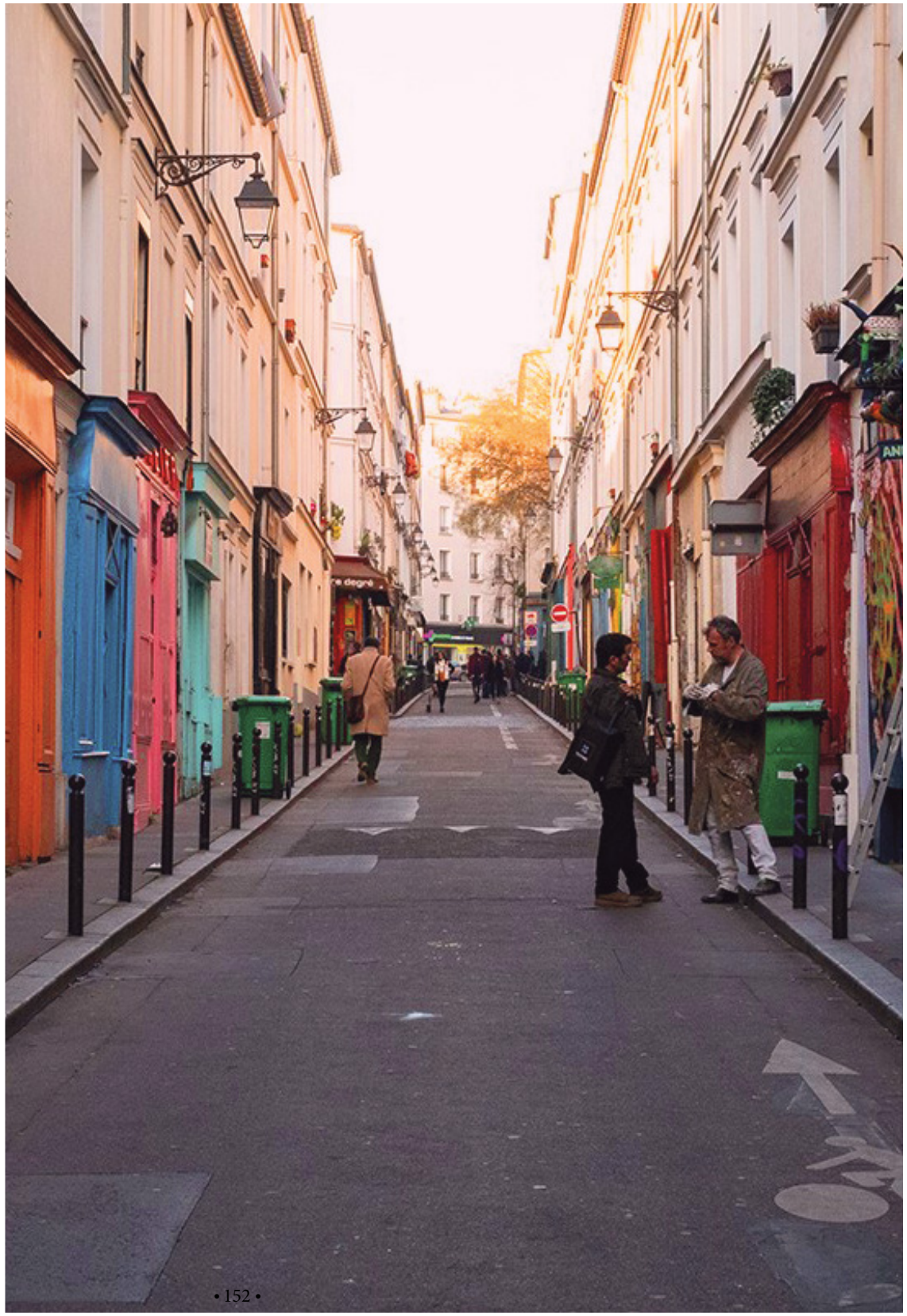
3. Secondo l'articolo del *Parisien "Le quartier Sainte-Marthe renaît"*, del 22 febbraio 2013, ; visitata il 28 marzo 2020. *http://www.leparisien.fr/paris-75/le-quartier-sainte-marthe-re*

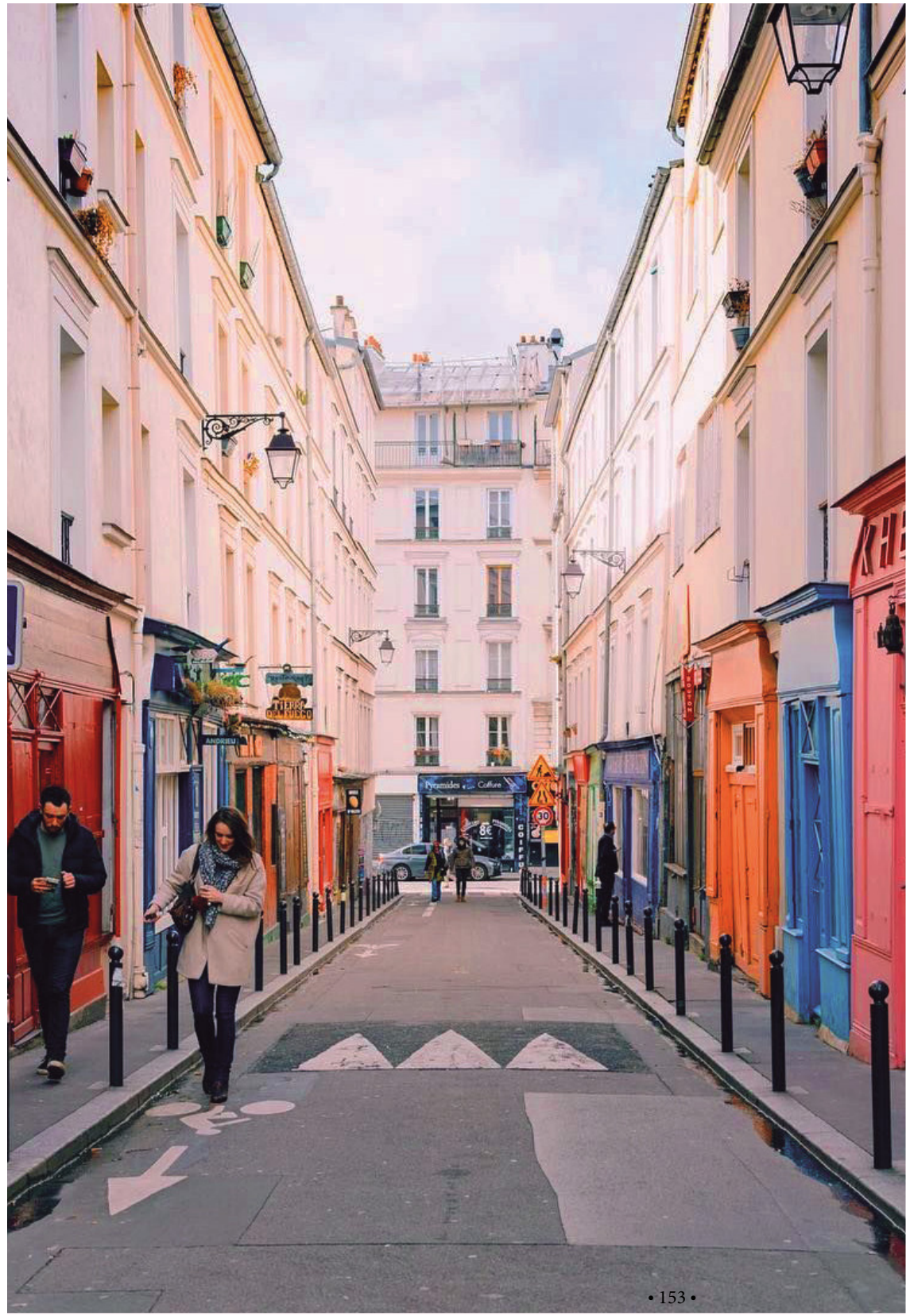
4. La *vente "à la découpe"* o *"vente par appartements"* rappresenta la trasformazione di un edificio al fine di procedere alla vendita dell'intero lotto; il potenziale inquilino può scegliere in seguito se acquistare o meno il suo appartamento, ma è costretto a lasciarlo se non può acquisirlo o pagare il nuovo affitto; visitata il 28 marzo 2020. *https://fr.wikipedia.org/wiki/Vente_%C3%Ao_la_d%C3%A9coupe*

5. *Gentrification*, visitata il 28 marzo 2020. *https://it.wikipedia.org/wiki/Lingua_inglese*



▲ Localizzazione dei locali vacanti al piano terra del quartiere Sainte-Marthe. Scala 1:1500. Rielaborazione personale sulla base dei dati presenti sul sito *https://www.apur.org/dataviz/fiches_commerciales/index2.html#*





DON'T MAKE US HISTORY

Roda do BRASIL
RESTAURANT BRESILIEN

la sardine
la sardine

1856

La *Société immobilière de Normandie* (SIN) - una società per azioni con azionisti di famiglia - acquista gradualmente la proprietà dai discendenti del Conte.

1856

Il *Comte de Madre* avvia la costruzione di 50 piccoli edifici (R +2 o R+3) destinati a ospitare gli operai impiegati nelle grandi opere di Haussmann. Tutti e quattro i gruppi abitativi creati costituiscono un'unica entità giuridica appartenente all'investitore.

1949

La SIN divide il tutto in quattro comproprietà corrispondenti ai 4 gruppi abitativi esistenti e vende parte dei lotti. Nascita del condominio, inizialmente gestito da un unico amministratore.

1972

La SIN si distacca gradualmente dalla gestione dei 4 gruppi per compensare i deficit operativi dovuti al livello molto basso di affitti, ad eccezione della maggior parte dei lotti commerciali che ha ancora oggi. La gestione è affidata ad amministratori professionisti.

1994 - 1997

La comunità di Parigi, grazie alla mobilitazione degli abitanti e delle associazioni di quartiere, lancia un primo OPAH[1]. L'impatto di questa operazione è limitato. Anche se migliora parte dei tetti e delle reti degli edifici, non viene effettuata alcuna separazione di reti raggruppate (compresa l'acqua).

2003

La comunità di Parigi lancia un secondo OPAH di rinnovamento urbano sui 3 gruppi di edifici più degradati, che rappresentano un gruppo di 44 edifici.

2005

Viene lanciato un terzo OPAH. Il numero di edifici inclusi nell'ambito di OPAH aumenta quindi a 50.

2006

La comunità di Parigi lancia un piano di salvaguardia che dura 7 anni. Obiettivo: creare le condizioni per una gestione sostenibile grazie agli sviluppi legali e tecnici nell'organizzazione dei gruppi di edifici.

2010

La SIN rimane proprietaria di un centinaio di lotti (abitazioni e locali commerciali) che si propone di rivendere alla Città di Parigi.

2019

La SIN è in vendita; temendo di perdere i luoghi di lavoro e di vita, gli artigiani e i cittadini riuniti nell'associazione OCBaux, lanciano una petizione alla Città chiedendo di implementare tutti i mezzi a sua disposizione per perpetuare il luogo delle attività artigianali e artistiche e il carattere popolare del distretto.

Pré-conseil d'arrondissement du jeudi 31 octobre 2019

Question de l'association OCBaux
relative à la préservation de Sainte-Marthe
comme quartier populaire d'art et d'artisanat

Au début des années 1990, lorsque le quartier populaire de Sainte-Marthe était menacé de démolition, c'est la rencontre entre la mobilisation de ses habitants, de ses associations et la réactivité des élus qui l'a sauvé en obtenant qu'il bénéficie de deux OPAH successives (en 1994-1997 et 2003-2013). Des millions d'euros d'argent public ont alors été investis, en même temps que le quartier prenait le visage qui fait aujourd'hui sa valeur spécifique, pour ceux qui y habitent et y travaillent, comme pour les touristes qui le visitent : un modèle de mixité sociale, animé par une présence forte d'artistes et d'artisans d'art dans les locaux de rez-de-chaussée : photographes, sculpteurs, peintres, plasticiens, céramistes et stylistes, dessinateur, ébéniste, tapissière, relieuse, métallier, vitrailliste, fabricants de luminaires et de bijoux, etc.

Aujourd'hui, ce modèle est en danger. Au cours de l'année écoulée, de multiples indices concordants viennent confirmer les rumeurs qui, depuis la fin de la dernière OPAH, annoncent la vente imminente de la SIN (Société immobilière de Normandie), propriétaire historique du quartier qui possède encore environ 120 lots, dont 80 locaux de rez-de-chaussée.

Jusque-là, la gestion de la SIN, représentée sur place par Mme Kheira Deffane, a été extrêmement informelle, les baux étant souvent renouvelés au téléphone ou sur simple demande orale. Par conséquent, de nombreux locataires en bail commercial se trouvent aujourd'hui en grande insécurité : en tacite reconduction ou dans une situation contractuelle tout à fait opaque et incertaine. Si la SIN lance une campagne d'évictions, *tous les ateliers pourront être vidés de leurs occupants en l'espace de trois ans*. Sachant que déjà, une quarantaine de locaux sont laissés délibérément inoccupés, certains depuis près de 10 ans et ce malgré de nombreuses demandes d'artistes ou d'artisans désireux de s'y installer, c'est tout le quartier qui pourra être transformé du jour au lendemain. Le 10e arrondissement y perdrait un élément précieux de son patrimoine culturel et humain.

C'est pour tenter d'empêcher cela que nous, artistes, artisans et habitants, nous sommes réunis en association, que nous avons lancé au début du mois une pétition qui a déjà recueilli près de 2 000 signatures, en ligne et sur papier.

La Ville possède plusieurs dispositifs qui devraient théoriquement nous protéger. Malheureusement, nous constatons que ces protections ne sont pas efficaces.

Nous sommes en périmètre de préemption renforcée. Pourtant, trois locaux commerciaux sur rue, appartenant à la SIN, ont récemment été vendus à la découpe sans intervention municipale : au 8 rue Jean-et-Marie Moinon, au 10 et au 21 de la rue Sainte-Marthe. À cette dernière adresse, la vente est en cours, et le local n'est pas destiné à une activité artisanale.

Depuis la dernière modification du PLU, nos rues bénéficient d'une « protection particulière de l'artisanat ». Pourtant, depuis, un rez-de-chaussée inoccupé au 21 rue Jean-et-Marie-Moinon a été transformé en hébergement touristique et, tout dernièrement encore, un local au 11 rue Sainte-Marthe, occupé jusque-là par une céramiste, a été reloué à une profession libérale.

Mais notre situation est urgente.

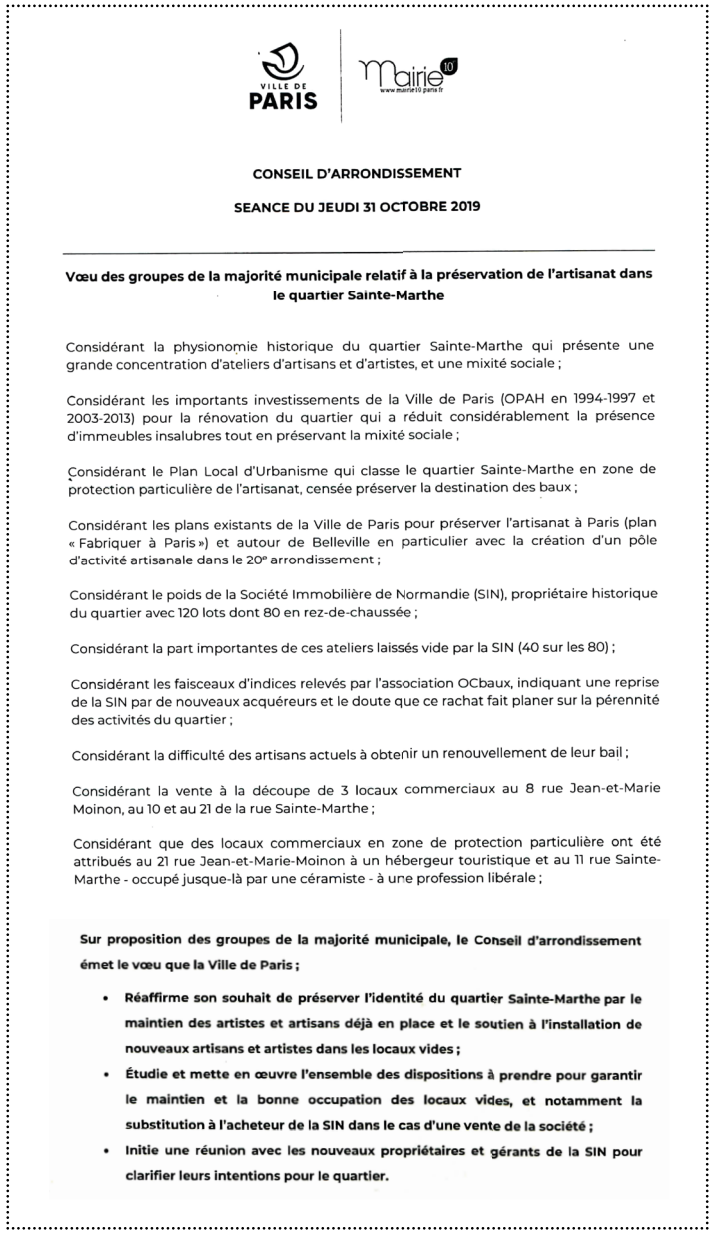
Aussi, afin de sauvegarder nos activités et prévenir l'opération spéculative qui se profile, nous vous demandons:
- en premier lieu, et compte tenu de l'engagement de *« maintien dans les lieux des occupants »* et de *« modération des loyers »* - engagement pris par les propriétaires bailleurs pour bénéficier d'aides, dans la convention signée entre la Ville de Paris, l'État et l'Agence nationale pour l'amélioration de l'habitat le 21 mai 2004 -, de prendre attache avec la SIN, afin de négocier la préemption de nos locaux, ce qui permettrait de sécuriser les occupants actuels et de favoriser l'installation de nouveaux arrivants dans les locaux vides ;
- dans un second temps, de rattacher le quartier Sainte-Marthe au Pôle d'activité artisanale de Belleville prévu pour 2021 entre le 48 rue Ramponeau et le 37 rue Bisson dans le 20e arrondissement. Ce Pôle a pour projet, entre autres, de « développer une dynamique dans *tout* le quartier de Belleville » et par sa politique de loyers très modérés, de permettre à des artistes et des artisans de développer sereinement leur activité. Ces préoccupations sont les nôtres, l'artisanat est inscrit dans l'histoire de nos quartiers et la synergie entre les Belleville des 10e et 20e arrondissement n'est plus à démontrer. Elle se réaffirme à chaque édition des Portes ouvertes des Ateliers d'Artistes de Belleville, des Journées de l'artisanat à Belleville, et déjà, au tout début des années 1990, la Bellevilleuse a soutenu les premiers pas de l'association Saint-Louis Sainte-Marthe dans sa lutte contre la démolition programmée du quartier.
–

Comptez-vous, Madame la Maire, mettre en œuvre, *sans tarder*, tous les moyens à votre disposition, et encourager Mme Anne Hidalgo, Maire de Paris, à faire de même, pour garantir le caractère populaire du quartier Sainte-Marthe et y pérenniser la place des activités artisanales et artistiques ?

Nous vous remercions de votre écoute.

▲ Verbale del "pre-consiglio" di amministrazione del 10° distretto, 31 ottobre 2019. Fonte: *https://stopmonop.wordpress.com/documents-divers/*

Il quartiere, che rappresenta un modello di *mixité* sociale, animato da una forte presenza di artisti e artigiani nei locali al piano terra, è in pericolo.
La SIN (*Société immobilière de Normandie*), proprietaria storica del quartiere, è proprietaria di 80 locali al piano terra (di cui più di 40 sono vacanti), ma è in vendita; già in due locali è avvenuta una trasformazione in albergo turistico o altro, non rispettando quindi le prescrizioni del *Plan Local d'Urbanisme*, secondo le quali la zona beneficia di una protezione del commercio e dell'artigianato. Viene richiesto, quindi, al Comune, di mettere in opera urgentemente tutti i mezzi a disposizione per garantire il carattere popolare del quartiere e perpetuare il luogo delle attività artigianali e artistiche.



VILLE DE PARIS | Mairie 10 www.mairie10.paris.fr

CONSEIL D'ARRONDISSEMENT

SEANCE DU JEUDI 31 OCTOBRE 2019

Vœu des groupes de la majorité municipale relatif à la préservation de l'artisanat dans le quartier Sainte-Marthe

Considérant la physionomie historique du quartier Sainte-Marthe qui présente une grande concentration d'ateliers d'artisans et d'artistes, et une mixité sociale ;

Considérant les importants investissements de la Ville de Paris (OPAH en 1994-1997 et 2003-2013) pour la rénovation du quartier qui a réduit considérablement la présence d'immeubles insalubres tout en préservant la mixité sociale ;

Considérant le Plan Local d'Urbanisme qui classe le quartier Sainte-Marthe en zone de protection particulière de l'artisanat, censée préserver la destination des baux ;

Considérant les plans existants de la Ville de Paris pour préserver l'artisanat à Paris (plan « Fabriquer à Paris ») et autour de Belleville en particulier avec la création d'un pôle d'activité artisanale dans le 20e arrondissement ;

Considérant le poids de la Société Immobilière de Normandie (SIN), propriétaire historique du quartier avec 120 lots dont 80 en rez-de-chaussée ;

Considérant la part importantes de ces ateliers laissés vide par la SIN (40 sur les 80) ;

Considérant les faisceaux d'indices relevés par l'association OCbaux, indiquant une reprise de la SIN par de nouveaux acquéreurs et le doute que ce rachat fait planer sur la pérennité des activités du quartier ;

Considérant la difficulté des artisans actuels à obtenir un renouvellement de leur bail ;

Considérant la vente à la découpe de 3 locaux commerciaux au 8 rue Jean-et-Marie Moinon, au 10 et au 21 de la rue Sainte-Marthe ;

Considérant que des locaux commerciaux en zone de protection particulière ont été attribués au 21 rue Jean-et-Marie-Moinon à un hébergeur touristique et au 11 rue Sainte-Marthe - occupé jusque-là par une céramiste - à une profession libérale ;

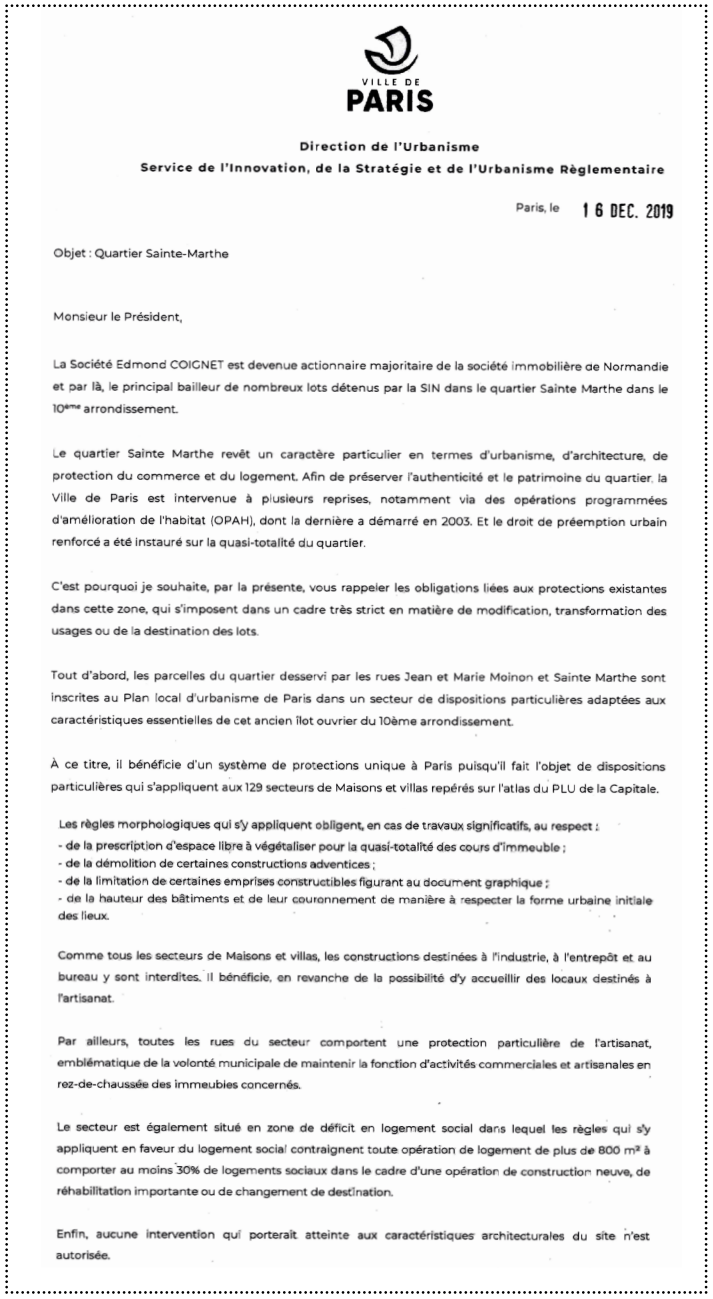
Sur proposition des groupes de la majorité municipale, le Conseil d'arrondissement émet le vœu que la Ville de Paris ;

- **Réaffirme son souhait de préserver l'identité du quartier Sainte-Marthe par le maintien des artistes et artisans déjà en place et le soutien à l'installation de nouveaux artisans et artistes dans les locaux vides ;**
- **Étudie et mette en œuvre l'ensemble des dispositions à prendre pour garantir le maintien et la bonne occupation des locaux vides, et notamment la substitution à l'acheteur de la SIN dans le cas d'une vente de la société ;**
- **Initie une réunion avec les nouveaux propriétaires et gérants de la SIN pour clarifier leurs intentions pour le quartier.**

▲ Verbale del consiglio di amministrazione del 10° distretto, 31 ottobre 2019. Fonte: *https://stopmonop.wordpress.com/documents-divers/*

Su proposta dei gruppi della maggioranza municipale, il consiglio comunale esprime il desiderio che la Città di Parigi:

- ribadisca il suo desiderio di conservare l'identità del quartiere Sainte-Marthe mantenendo artisti e artigiani già ivi locati e il supporto per l'installazione di nuovi artigiani e artisti nei locali vacanti
- analizzi e metta in opera l'insieme delle disposizioni da attuare per garantire il mantenimento e la buona occupazione dei locali vacanti, e in particolare per la sostituzione all'acquirente della SIN in caso di vendita della società



VILLE DE
PARIS

Direction de l'Urbanisme
Service de l'Innovation, de la Stratégie et de l'Urbanisme Règlementaire

Paris, le 16 DEC. 2019

Objet : Quartier Sainte-Marthe

Monsieur le Président,

La Société Edmond COIGNET est devenue actionnaire majoritaire de la société immobilière de Normandie et par là, le principal bailleur de nombreux lots détenus par la SIN dans le quartier Sainte Marthe dans le 10ème arrondissement.

Le quartier Sainte Marthe revêt un caractère particulier en termes d'urbanisme, d'architecture, de protection du commerce et du logement. Afin de préserver l'authenticité et le patrimoine du quartier, la Ville de Paris est intervenue à plusieurs reprises, notamment via des opérations programmées d'amélioration de l'habitat (OPAH), dont la dernière a démarré en 2003. Et le droit de préemption urbain renforcé a été instauré sur la quasi-totalité du quartier.

C'est pourquoi je souhaite, par la présente, vous rappeler les obligations liées aux protections existantes dans cette zone, qui s'imposent dans un cadre très strict en matière de modification, transformation des usages ou de la destination des lots.

Tout d'abord, les parcelles du quartier desservi par les rues Jean et Marie Moinon et Sainte Marthe sont inscrites au Plan local d'urbanisme de Paris dans un secteur de dispositions particulières adaptées aux caractéristiques essentielles de cet ancien îlot ouvrier du 10ème arrondissement.

À ce titre, il bénéficie d'un système de protections unique à Paris puisqu'il fait l'objet de dispositions particulières qui s'appliquent aux 129 secteurs de Maisons et villas repérés sur l'atlas du PLU de la Capitale.

Les règles morphologiques qui s'y appliquent obligent, en cas de travaux significatifs, au respect :
- de la prescription d'espace libre à végétaliser pour la quasi-totalité des cours d'immeuble ;
- de la démolition de certaines constructions adventices ;
- de la limitation de certaines emprises constructibles figurant au document graphique ;
- de la hauteur des bâtiments et de leur couronnement de manière à respecter la forme urbaine initiale des lieux.

Comme tous les secteurs de Maisons et villas, les constructions destinées à l'industrie, à l'entrepôt et au bureau y sont interdites. Il bénéficie, en revanche de la possibilité d'y accueillir des locaux destinés à l'artisanat.

Par ailleurs, toutes les rues du secteur comportent une protection particulière de l'artisanat, emblématique de la volonté municipale de maintenir la fonction d'activités commerciales et artisanales en rez-de-chaussée des immeubles concernés.

Le secteur est également situé en zone de déficit en logement social dans lequel les règles qui s'y appliquent en faveur du logement social contraignent toute opération de logement de plus de 800 m² à comporter au moins 30% de logements sociaux dans le cadre d'une opération de construction neuve, de réhabilitation importante ou de changement de destination.

Enfin, aucune intervention qui porterait atteinte aux caractéristiques architecturales du site n'est autorisée.

▲ Documento di delibera della direzione dell'Urbanistica, 16 dicembre 2019.
Fonte: *https://stopmonop.wordpress.com/documents-divers/*

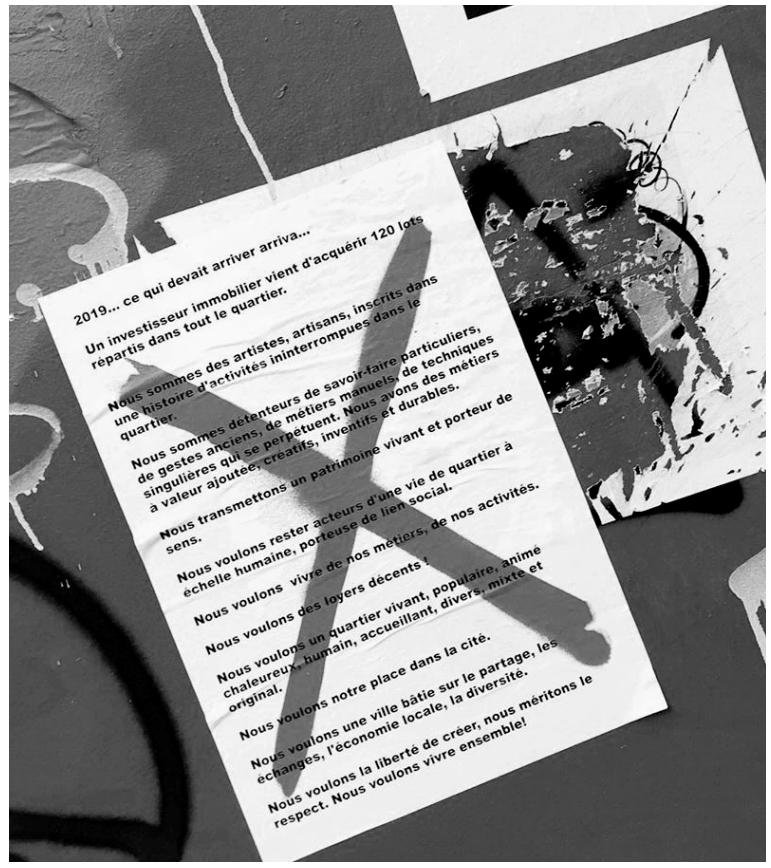
Sistema di obblighi, prescrizioni e disposizioni
particolari da rispettare

VIETATE le costruzioni destinate all'industria, ai magazzini e agli uffici; possibilità di accogliere locali destinati all'artigianato

Protezione particolare dell'artigianato
al piano terra degli edifici

VIETATI gli interventi a danno delle caratteristiche architetturali del sito

▲ Affissioni stradali per la petizione lanciata dall’associazione OCbaux.



▲ Affissioni stradali per la petizione lanciata dall’associazione OCbaux.

5 settembre 2019

Le Parisien

Paris : les artistes de la rue Sainte-Marthe poussés vers la sortie

Plusieurs artistes et artisans sont en conflit avec le bailleur privé de l'ancien îlot ouvrier Sainte-Marthe. Les riverains redoutent une « gentrification » du quartier.

10 ottobre 2019

Ménil.info
L'actualité à Ménilmontant

PÉTITION DE SOUTIEN

PRÉSERVONS SAINTE-MARTHE

JEUDI 10 OCTOBRE

Artisanat | Logement | Paris-Est | Solidarités | Vie municipale

PRÉSERVER SAINTE-MARTHE COMME QUARTIER POPULAIRE D'ART ET D'ARTISANAT

▲ Articoli di giornale sul quartiere di Sainte Marthe.

5 dicembre 2019

l'Humanité

TÉ | SOCIAL-ECO | CULTURE ET SAVOIRS | SPORTS | MONDE | PLANÈTE | EN DÉBAT | VOS DROITS

SOCIÉTÉ

#paris #spéculation immobilière

Jeudi, 5 Décembre, 2019

PARIS. LES ARTISTES ET ARTISANS DU QUARTIER SAINTE MARTHE VEULENT RESTER DANS LA PLACE

10 gennaio 2020

Le Parisien

Paris : les artisans du quartier Sainte-Marthe vont faire du bruit pour leur survie

La majorité des pas-de-porte commerciaux de l'ancienne cité ouvrière du Xe ont été rachetés par une société de valorisation immobilière. Leurs occupants, qui redoutent de devoir partir, manifestent ce samedi.

▲ Articoli di giornale sul quartiere di Sainte Marthe.

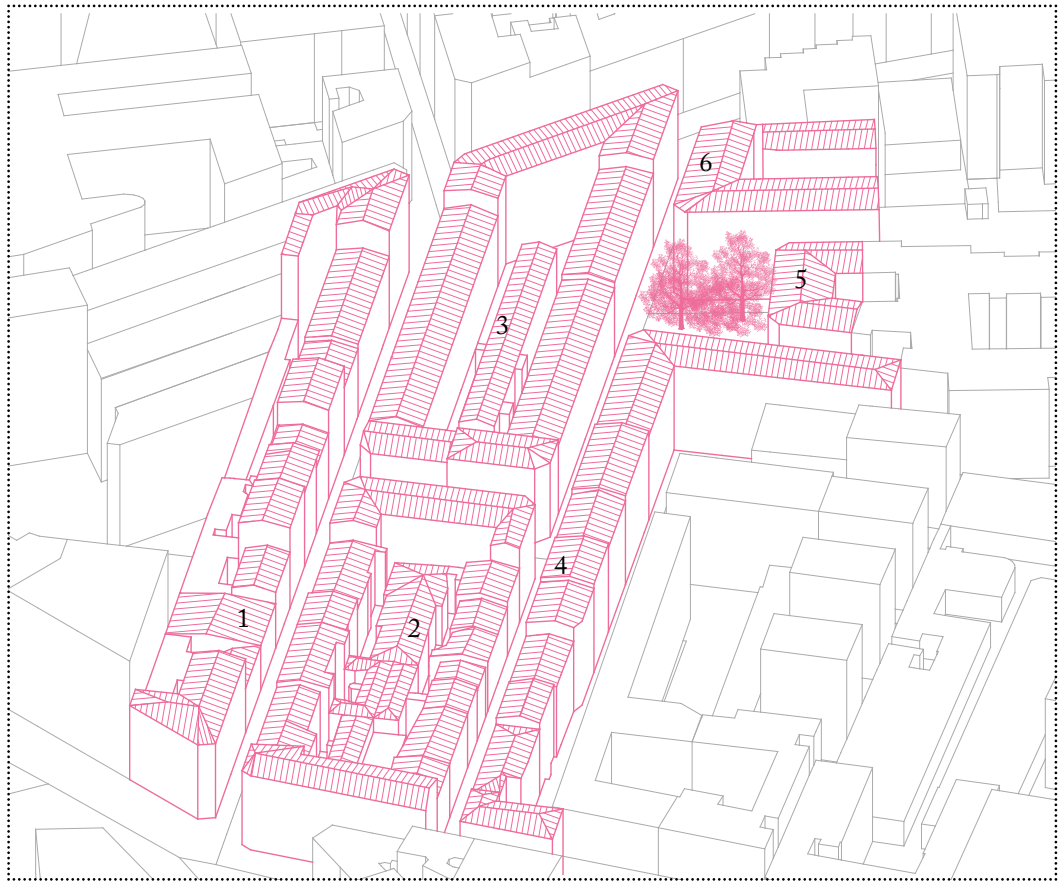
2. Descrizione dell'area di intervento

Il quartiere di Sainte-Marthe, perimetrato come dalle tavole in seguito proposte, è composto da sei Unità, di diversa proprietà, e dalle relative strade adiacenti:

- il Lotto 1, di proprietà della SIN, ad eccezione di 4 locali al piano terra in possesso della Società immobiliare ELOGIE-SIEMP (*1,2,13,19 Rue Jean et Marie Moinon*)
- il Lotto 2, nel quale la SIN possiede i locali al piano terra numerati dal 5 al 15 *Rue Sainte-Marthe* e la ELOGIE-SIEMP possiede gli altri; comprende al suo interno una corte con laboratori artigianali, il cui collegamento con l'esterno è uno degli obiettivi del presente Concorso.
- il Lotto 3, interamente di proprietà della SIN, al cui interno è presente un capannone.
- il Lotto 4, di proprietà della SIN ad eccezione del locale al piano terra al numero civico 2 di *Rue Sainte-Marthe*.
-il Lotto 5, di proprietà della SIN, comprendente anche la *place Sainte Marthe* adiacente.
- il Lotto 6, di proprietà della SIN.

Le quattro Unità sono comunque parte della medesima "Zona urbana" [1] (vedi 3.Vincoli e indicazioni nei piani, Plan Local d'Urbanisme) e come tali sottoposte a progetto unitario.

1. Secondo le *Dispositions Générales Applicables au Territoire Couvert par le PLU*, presenti nel Regolamento del Plan Local d'Urbanisme, il territorio di Parigi è diviso in tre aree urbane e un'area naturale:
a - l'area urbana generale (area UG),
b - l'area dei principali servizi urbani (area UGSU),
c - l'area urbana verde (area UV),
d - la zona naturale e forestale (zona N).



3. Vincoli e indicazioni nei Piani

Il Plan Local d'Urbanisme

L'area di Concorso è classificata nel PLU come "Zona urbana generale (UG)" [1]. La UG copre la maggior parte del territorio parigino e in essa, in applicazione degli orientamenti generali definiti dal *Projet d'aménagement et de développement durable* (PADD) [2], vengono attuate misure per garantire la diversità delle funzioni urbane, per sviluppare il mix sociale dell'edilizia abitativa e per preservare le forme urbane e il patrimonio della storia parigina, consentendo al contempo l'espressione architettonica contemporanea.
L'area di progetto è sottoposta, oltre che alle disposizioni della UG, ad altre cinque disposizioni/indicazioni/orientamenti:
- *Projet d'aménagement et de développement durable (PADD)*
- *Secteurs de Maisons et villas* (SL)
- *Protection du commerce et de l'artisanat*
- *Périmètre de Droit de préemption urbain (DPU)* (alcune parcelle)

1. *Plan Local d'Urbanisme PLU*, approvato con delibera del Consiglio di Parigi nel luglio 2018, 3. *Réglement, Tome 1, Réglements par Zone, ZONE URBAINE GÉNÉRALE.*

2. *Plan Local d'Urbanisme PLU*, approvato con delibera del Consiglio di Parigi nel luglio 2018, 2. *Projet d'aménagement et de développement durable.*

Il *Projet d'aménagement et de développement durable* (PADD)

All'interno di questo importante documento, contenuto nel PLU, vengono elencati e spiegati gli orientamenti che la Città di Parigi intende intraprendere e mantenere tramite un progetto globale, sostenibile e condiviso.
Il PADD è organizzato intorno a tre obiettivi principali:
1. Migliorare l'ambiente di vita dei parigini attraverso un design sostenibile di pianificazione urbana.
2. Stimolare la creazione di posti di lavoro per tutti.
3. Ridurre le disuguaglianze per una Parigi più inclusiva.

1
2
3

Nel primo obiettivo 1., è introdotto un punto fondamentale: promuovere le "modalità morbide" di spostamento (camminata, bicicletta, ecc.). Queste modalità non inquinano, sono silenziose e particolarmente adatte al tessuto urbano; costituiscono una leva essenziale per lo sviluppo di una città più conviviale e più tranquilla. Camminare è la principale modalità di spostamento a Parigi e come tale è una priorità; tener conto dei pedoni è al centro degli sviluppi nelle aree verdi, negli spazi pubblici e nel progetto della rete del verde. Anche le strutture ciclabili dovrebbero essere ulteriormente rafforzate, per costruire una rete coerente e continua in grado di soddisfare sia le esigenze quotidiane che gli usi del tempo libero, come dovrebbero essere implementati anche gli spazi per biciclette in condomini e strutture pubbliche. [3]

Nell'obiettivo 3., sono espresse linee d'azione in particolare riguardo ai commerci. Vi è la necessità di promuovere lo sviluppo della diversità commerciale poichè i negozi svolgono un ruolo strutturante nella vita di un quartiere, sia per i servizi che offrono ai residenti sia per l'immagine che gli danno. Questo è il motivo per cui si presta particolare attenzione, soprattutto nei settori più sensibili, alla qualità dei locali commerciali, in particolare alle vetrine e ai dehors.

Le regole di pianificazione e azione comunale convergono in:
- Fornire ad ogni distretto attrezzature commerciali base, in particolare ai quartieri più svantaggiati.

3. *Plan Local d'Urbanisme PLU*, approvato con delibera del Consiglio di Parigi nel luglio 2018, 2. *Projet d'aménagement et de développement durable, 4. Promouvoir les modes doux (marche, vélo, roller...)*, pp.9-10.

- Facilitare la mobilitazione delle aree commerciali nell'ambito sociale per consentire l'installazione di commercianti e artigiani.
- Preservare strade e quartieri con una storia commerciale.
- Limitare la trasformazione dei locali commerciali al piano terra in abitazioni.
- Proteggere i principali lineari commerciali della Capitale.
- Supportare l'installazione di laboratori di produzione artigianale a assicurare il mix di funzioni nei distretti e incoraggiare creazione di posti di lavoro.
- Proibire la trasformazione di attività e commerci in magazzini, penalizzando la qualità della vita di quartiere [4].

4. *Plan Local d'Urbanisme PLU,* approvato con delibera del Consiglio di Parigi nel luglio 2018, *2. Projet d'aménagement et de développement durable, 2. Favoriser l'essor de la diversitécommerciale,*p.23.

Secteurs de Maisons et villas (SL) - ALLEGATO 1

Il regolamento identifica sotto la denominazione SL (settori di Case e Ville o settori di complessi residenziali), seguiti da un numero (distretto e numero di serie), settori di ex lotti, borghi, ville o case le cui forme urbane sono protette per la loro omogeneità e singolarità nel paesaggio dei tessuti parigini. Lo sviluppo di questi settori, essenzialmente residenziali, è disciplinato da specifiche regole scritte (in particolare, le destinazioni vietate dall'articolo UG.1) e da Prescrizioni localizzate sulla base degli articoli L.151-19 e L.151-23 comma 1 del Codice Urbanistico (Massimali diritti di passaggio e Spazi aperti a prevalente vegetazione).

Secondo l'Articolo *UG.1 - occupazioni e usi del terreno vietati*, al punto UG.1.2 - *Disposizioni speciali applicabili in alcuni settori*:
- *Settori di case e ville* (*S.L.*) [5], vengono forniti i divieti vigenti in queste zone, i quali riguardano le costruzioni per l'industria, l'artigianato, il magazzino e l'ufficio, ad esclusione però del settorie di interesse del Bando SL.10.01 (*Rues Sainte-Marthe, Jean Moinon*). Il quartiere di Sainte-Marthe è, in effetti, sottoposto alle regole dei Settori di case e ville, ma in esso prevalgono le disposizioni riguardanti i settori di protezione del commercio e dell'artigianato.

5. *Plan Local d'Urbanisme PLU,* approvato con delibera del Consiglio di Parigi nel luglio 2018, *3. Réglement, Tome 1, Réglements par Zone, ZONE URBAINE GÉNÉRALE*, p. 5.

Protection du commerce et de l'artisanat

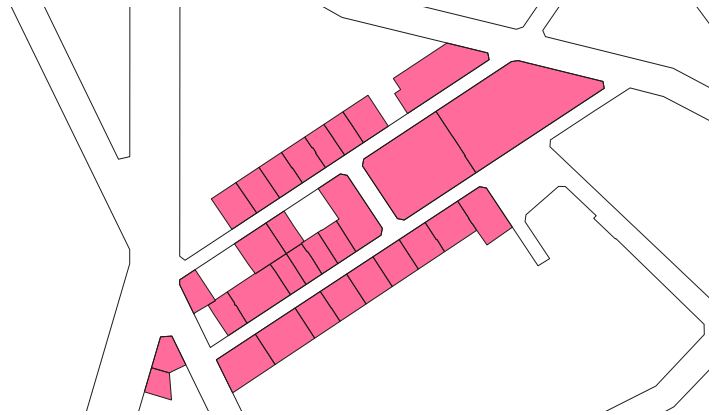
Nelle disposizioni della Zona Urbana Generale, all'Articolo *UG.2 - professioni e usi del suolo soggetti a condizioni speciali* , *UG.2.2 - Condizioni relative alle destinazioni d'uso*, *UG.2.2.2- Altre disposizioni relative alle destinazioni legate all'occupazione,* si trovano le disposizioni generali riguardanti le zone protette dal dispositivo di protezione artigianale e commerciale, secondo le quali è vietata la trasformazione in un magazzino di locali esistenti al piano terra sulla strada; al secondo punto, sono esplicati anche i tre livelli di protezione dei lineari commerciali e artigianali [6].

6. *Plan Local d'Urbanisme PLU,* approvato con delibera del Consiglio di Parigi nel luglio 2018, *3. Réglement, Tome 1, Réglements par Zone, ZONE URBAINE GÉNÉRALE,* p. 8.

Périmètre de Droit de préemption urbain (DPU)

In Francia, il diritto di prelazione urbano (DPU) [7], definito negli articoli L 211-1 e seguenti, R 211-1 e seguenti del Codice Urbanistico, è uno dei diritti di prelazione previsti dal diritto pubblico. Quando un proprietario vende un terreno o una casa a un acquirente, prima che la vendita sia conclusa, il comune deve esprimere la sua volontà di utilizzare il suo diritto; se sceglie di farlo, diventa prioritario per l'acquisizione della proprietà. In caso contrario, la vendita segue il suo corso normale. Grazie al diritto di prelazione urbano, un comune può quindi acquisire i beni di cui ha bisogno per realizzare i suoi progetti di sviluppo, senza ricorrere all'espropriazione [8].
Nell'immagine sottostante sono evidenziate in rosa le parcelle soggette al DPU riguardanti l'Area oggetto del Concorso.

7. *Droit de préemption urbain,* visitata il 5 aprile 2020. *https://fr.wikipedia.org/wiki/Droit_de_pr%C3%A9emption_urbain*

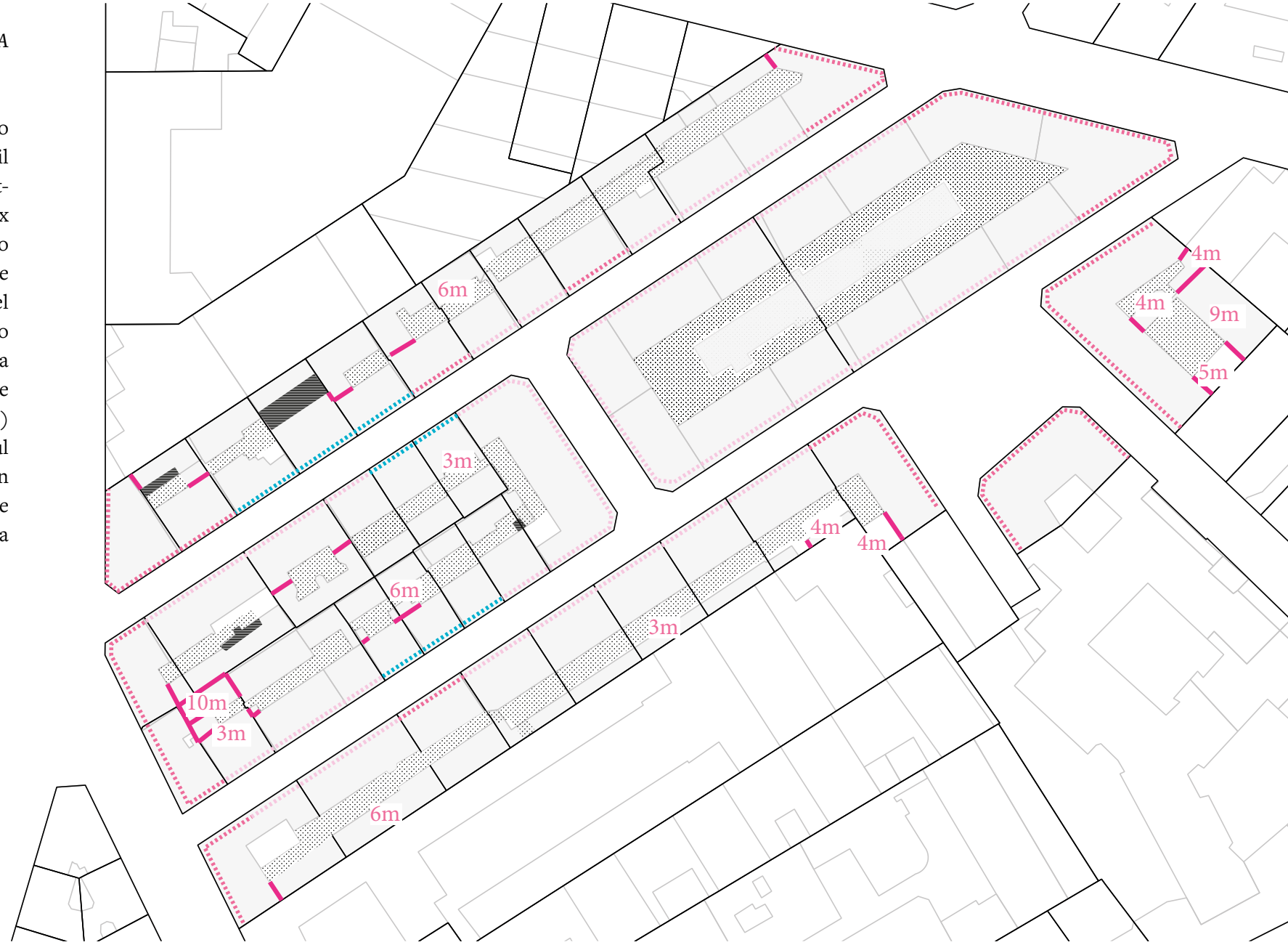


8. *Plan Local d'Urbanisme PLU,* approvato con delibera del Consiglio di Parigi nel luglio 2018, *Annexes, Informations complémentaires. Liste des adresses de terrains soumis au droit de préemption urbain renforcé* (*DPUR*), pp.9-10.

RÈGLEMENT, TOME 2
ANNESSO I - SETTORI SOGGETTI A DISPOSIZIONI PARTICOLARI.

Nei documenti grafici del Regolamento vengono delineati e identificati sotto il nome S.L. (settori di Case e ville o settori di complessi abitativi) settori di ex complessi residenziali, frazioni, ville o case le cui forme urbane sono protette per la loro omogeneità e singolarità nel paesaggio del tessuto parigino. Il loro sviluppo è generalmente inquadrato da specifiche regole scritte (in particolare destinazioni vietate nell'articolo UG.1) e da prescrizioni localizzate basate sul Codice urbanistico (in particolare in relazione alle altezze massime, alle aree massime costruibili e agli spazi liberi da vegetalizzare).

- area massima costruibile
- Altezza = 10 m
  Coronamento P = 1/3,h=2 m
- Altezza = 12 m
  Coronamento P = 1/3,h=2 m
- Altezza = 15 m
  Coronamento P = 1/3,h=2 m
- spazio da liberare (EAL)
- spazio libero da vegetalizzare (ELV)
- settore di case e ville

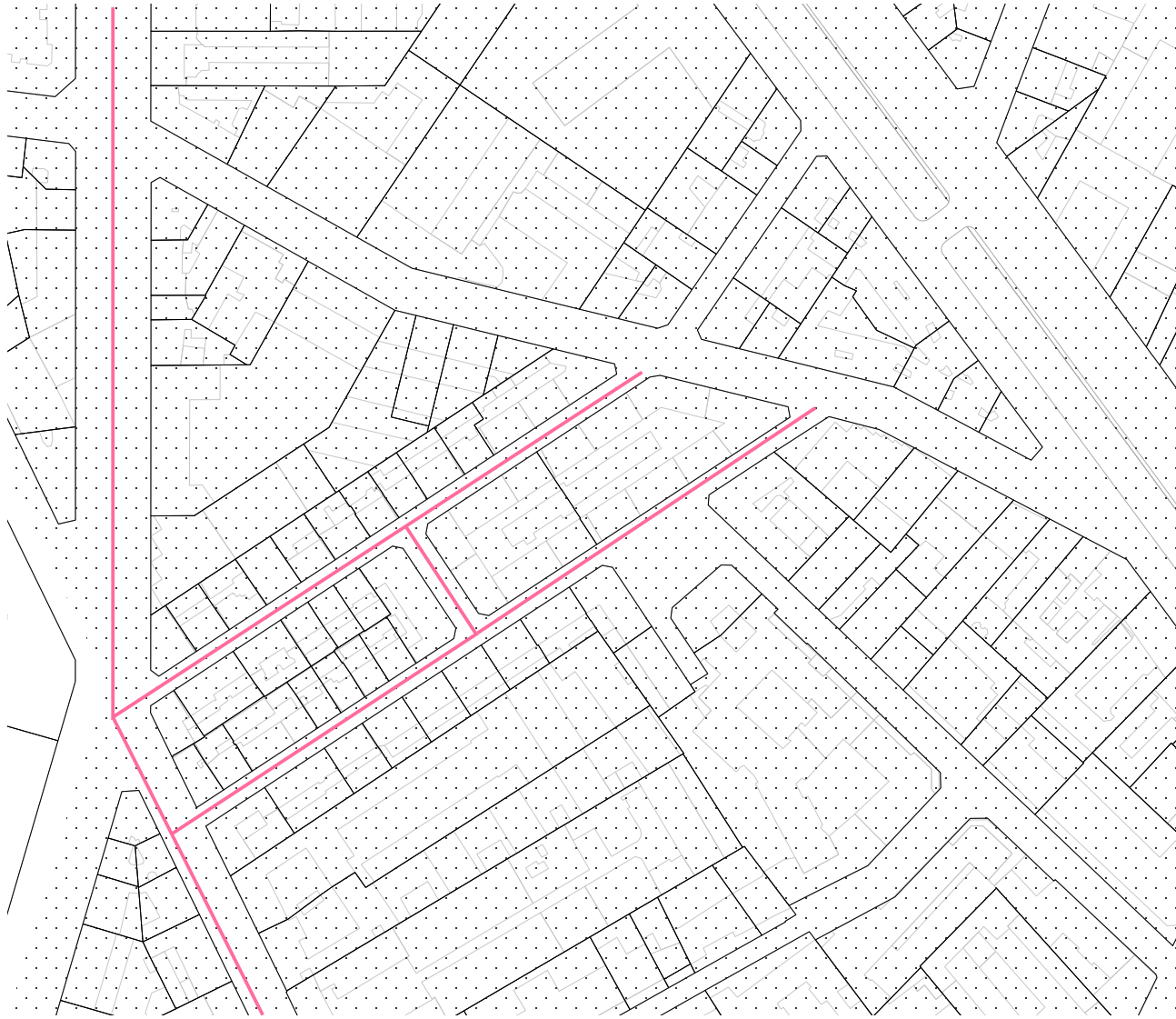


Scala 1:1000

Mescolanza sociale e funzionale nelle aree urbane o da urbanizzare

RÈGLEMENT, TOME 1
ZONA URBANA GENERALE (UG)

La presente prescrizione ha l'obiettivo di gestire sistemi che mirano a garantire la diversità delle funzioni urbane, a sviluppare il mix sociale dell'abitato e a promuovere la diversità commerciale.



settore di diversità commerciale da proteggere

settori del programma di alloggi sociali

Scala 1:2000

Trattamento ambientale e paesaggistico

RÈGLEMENT, ATLAS GÉNÉRALE
CARTE E SCHEDE; FASCI DI PROTEZIONE DEL SITO DI PARIGI

Le zone protettive del sito di Parigi sono prescrizioni che proteggono, in applicazione dell'articolo L.151-19 del codice urbanistico, notevoli viste percettibili dello spazio pubblico (viste panoramiche, raggio di vista o viste su un monumento). Costituiscono superfici o insiemi di superfici che non possono essere superate da nuove costruzioni. Il loro percorso preciso è indicato nel Piano delle zone di protezione del sito di Parigi che appare nell'atlante generale.
Secondo la presente prescrizione, il quartiere è sottoposto ai fasci di protezione che derivano dal punto panoramico del parco di *Buttes Chaumont*.

trattamento ambientale e paesaggistico

Scala 1:2000

Attrezzature, reti e spazi riservati

RÈGLEMENT, TOME 2
APPENDICE III - PIAZZOLE RISERVATE A OPERE PUBBLICHE, IMPIANTI DI INTERESSE GENERALE E AREE VERDI.

In questi spazi riservati la costruzione è vietata; ai sensi dell'articolo L.152-2 del Codice dell'Urbanistica, il proprietario di un terreno su cui è registrato un sito riservato può richiedere alla comunità, al servizio o all'organismo beneficiario di acquisire il sito, secondo condizioni e scadenze precise.

attrezzature e reti

Scala 1:2000

IMPEGNI DI UTILITA' PUBBLICA

allegato 5

Salute e sicurezza pubblica

Secondo un sistema di prevenzione del rischio di movimento del terreno, e ai sensi del Codice Urbanistico, nelle zone caratterizzate da una prescrizione di salute e sicurezza pubblica, se le costruzioni possono influenzare la pubblica sicurezza, i permessi di costruzione possono essere rifiutati o concessi solo nel rispetto di requisiti speciali.

pubblica sicurezza

Scala 1:2000

LINEE GUIDA

obiettivi specifici preliminari

Premessa

Il Concorso per la riqualificazione del quartiere *Sainte Marthe* è legato agli sviluppi del commercio e alle questioni commerciali della città di Parigi. Le analisi e le indagini svolte negli ultimi anni dall'*Atelier Parisien d'Urbanisme*, preziose per chi si candida al Concorso, hanno messo in luce evidenti problemi ed esigenze, primi fra tutti il fenomeno della desertificazione commerciale e della vacanza dei locali commerciali al piano terra.

analisi urbane

A questi problemi individuati se ne sono aggiunti ulteriori, di eguale importanza e urgenza, principalmente grazie alla cospicua corrispondenza con la cittadinanza, e, in particolare, con le associazioni di artigiani del quartiere. Il contatto con l'*Association Saint Louis-Sainte-Marthe e* con l'Associazione *Ocbaux,* le quali hanno fornito importanti informazioni e documenti, è risultato prioritario durante tutto il percorso di studio e ha messo in luce i problemi legati alla progressiva gentrificazione del quartiere e alla minaccia della perdita di identità artigianale e artistica.
Il percorso ha posto le basi per la costituzione delle *Linee Guida* di intervento da dover necessariamente tenere in considerazione dai Concorrenti nella proposta di progetto.

dialogo

Queste Linee guida stabiliscono elementi di invarianza da rispettare in una strategia globale urbana: 10 *punti*/*obiettivi* da rispettare necessariamente allo scopo di risolvere i problemi individuati.

DECALOGO

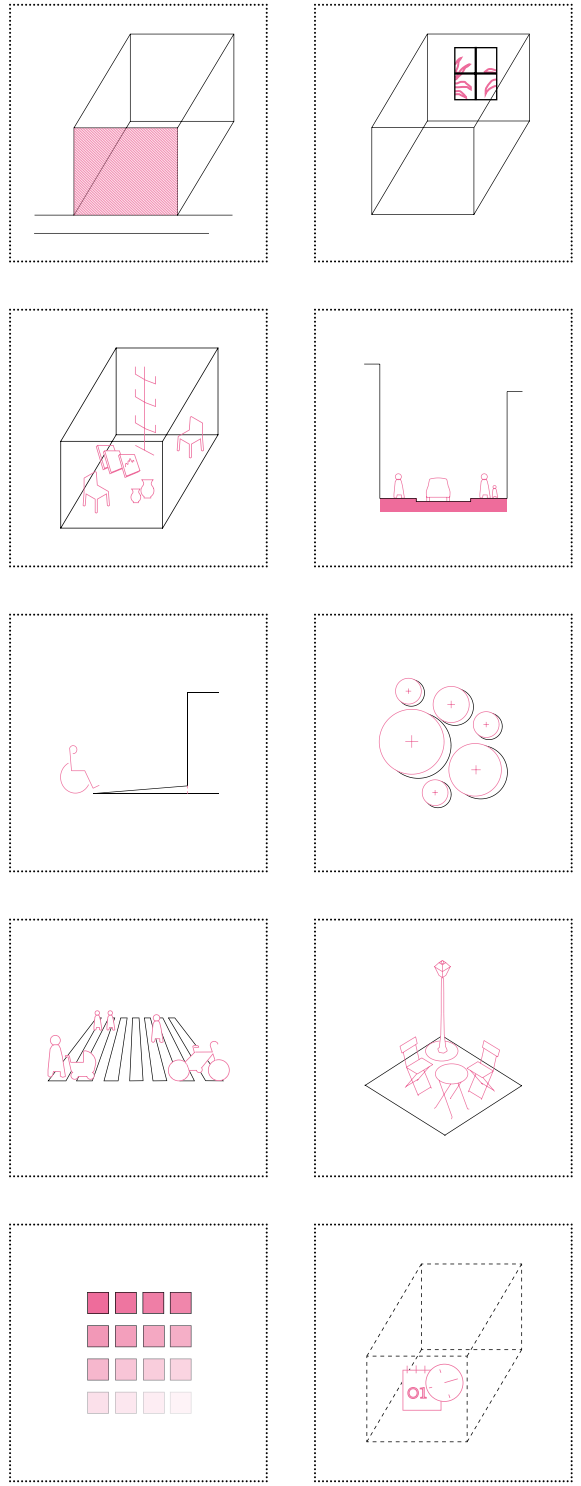
La finalità del Concorso è la rappresentazione di una strategia di rigenerazione del quartiere, che parte da una riqualificazione e riconsiderazione di locali commerciali al piano terra e si estende alle aree pubbliche. ¶

La costruzione del DECALOGO: un nuovo “codice” per il quartiere *Sainte-Marthe*

I dieci punti sviluppati tramite questo decalogo presentano le indicazioni e le aspettative sul futuro sviluppo del quartiere. Ognuno dei dieci punti ha come comune denominatore la valorizzazione delle attività commerciali e artigianali e dello spazio pubblico del quartiere *Sainte-Marthe*.

L’artigiano, il commerciante, il cittadino e il passante sono figure raggruppabili nella categoria del “pedone”: tutti vivono e fanno esperienza del quartiere *Sainte-Marthe* tramite il *rez-de-chaussée*. Rispettando questi punti si arriva a rappresentare la concezione di “città” dal punto di vista del pedone, la concezione dello spazio pubblico dal punto di vista di colui che lo vive in prima persona. L’intento è quindi quello di modificare ciò che il pedone vede e vive tutti i giorni, in particolare cercando di limitare al minimo la “chiusura” degli spazi urbani, la limitazione dell’accessibilità e altri elementi che rivelano un impoverimento della qualità della vita dei cittadini.

I progetti proposti dai Concorrenti, quindi, dovranno essere capaci di disegnare soluzioni in merito al sistema dell’accessibilità, degli spazi e servizi pubblici, al sistema di locali al piano terra e al loro rapporto con i luoghi pubblici e privati. ¶



FACCIATA

POROSITÀ INTERNA

DESTINAZIONE D'USO E MODIFICHE INTERNE

SEZIONI STRADALI

ACCESSIBILITÀ / INCLUSIVITÀ

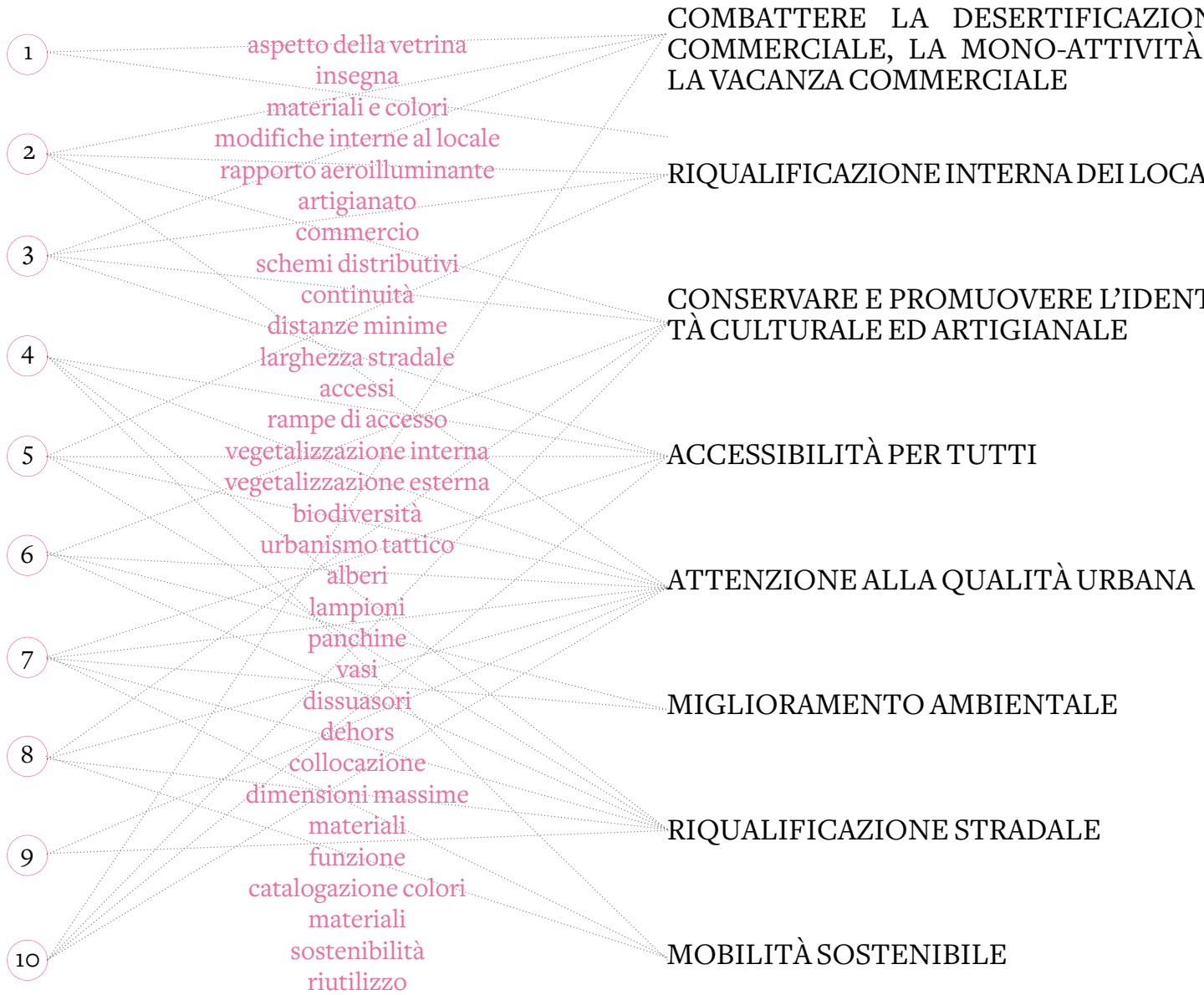
VEGETALIZZAZIONE

PIAZZA

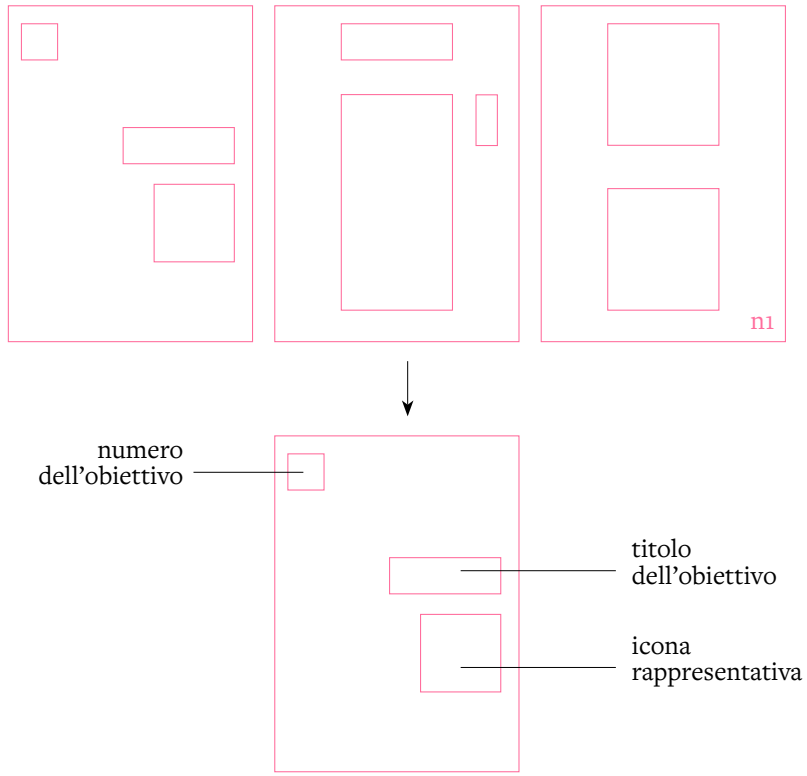
ARREDO URBANO

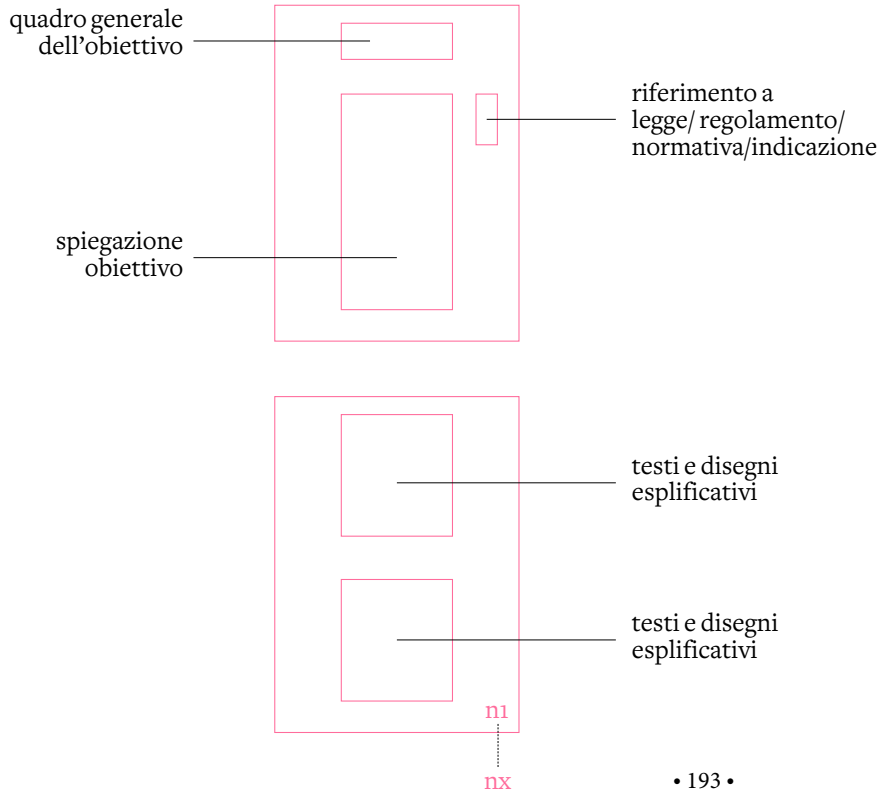
COLORE

COSTRUZIONI TEMPORANEE



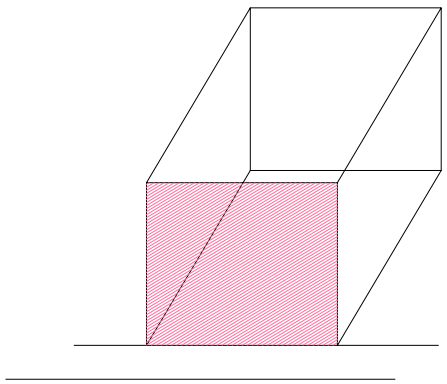
COME LEGGERLO





1

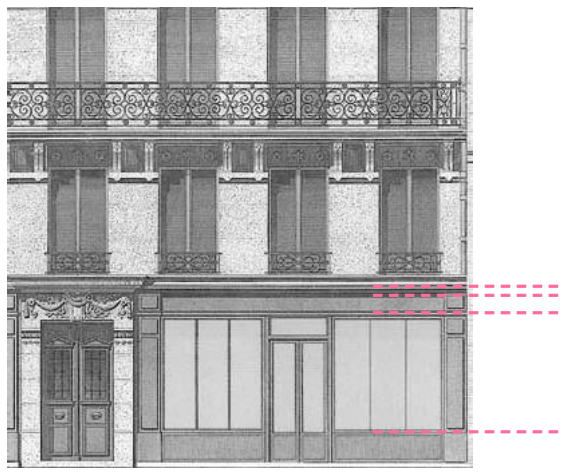
Facciata



Gli spazi commerciali rappresentano la “vetrina della città”: le loro facciate sono elementi fondamentali del paesaggio della strada e contribuiscono in gran parte alla sua identità, perciò bisogna garantirne l’armonia e l’attrattività. Lavorare sull’aspetto estetico delle facciate degli spazi commerciali al piano terra permette la valorizzazione della vita degli utenti della strada.
L’obiettivo di questo punto è attuare un approccio di qualità e innovazione urbano per preservare e valorizzare il suo paesaggio: le facciate dei locali artigianali e commerciali al piano terra del quartiere di *Sainte Marthe* devono essere riqualificate rispettando alcuni vincoli estetici e dimensionali, i quali ne migliorano l’aspetto e la qualità senza rimuoverne i tratti caratteristici.

È richiesto ai Concorrenti di proporre un intervento sulle facciate degli spazi commerciali ed artigianali del piano terra, per riqualificare l’affaccio su strada; i Concorrenti sono tenuti a rispettare, nella proposta progettuale, l’architettura generale della facciata di ogni edificio, e a seguire le regole del *Plan Local d’Urbanisme*, riassunte nel documento prodotto dal Comune di Parigi, la “Carta delle vetrine” [1], un vero e proprio strumento pratico, in cui vi sono principi generali di composizione del disegno architettonico delle facciate commerciali su strada, principi che devono sempre essere rispettati e osservati nell’atto di una riqualificazione o nuova costruzione.

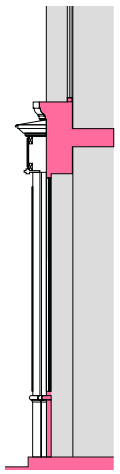
1. *Charte des devantures commerciales*, documento realizzato in partenariato con *les Architectes des Bâtiments de France du Service Départemental de l’Architecture et du Patrimoine -S.D.A.P. de Paris*, Luglio 2007.

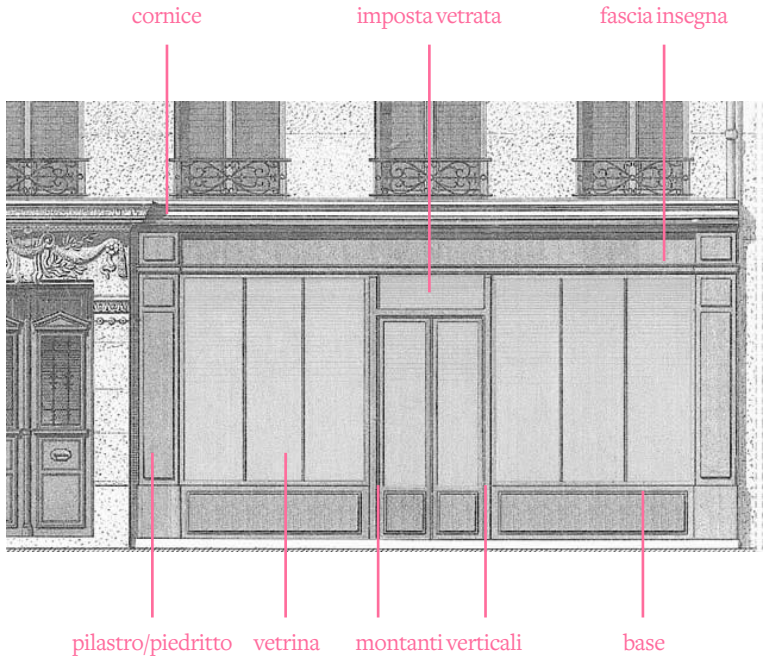


“ Il rapporto tra spazio pubblico e qualsiasi costruzione o proprietà richiede una buona delimitazione dell’allineamento e un trattamento armonioso della parte inferiore della facciata, molto visibile a livello degli occhi per il pedone.”

PLU,UG UG.11.1.4, 2016.

ASPETTO





"I fronti dei negozi devono far parte della composizione architettonica delle facciate senza mascherare o coprire (parzialmente o completamente) finestre, portici, modanature, parti dei balconi..." [2].

Secondo questo regolamento è necessario innanzitutto definire il tipo di vetrina che si vuole utilizzare: "applicata" oppure "a filo" (vedi immagine a lato).

Di conseguenza, è necessario rispettare le linee orizzontali degli elementi, come la fascia per l'insegna, la cornice, l'altezza delle aperture, la base; in caso di scomparsa di questi elementi architettonici è necessario ripristinarli.

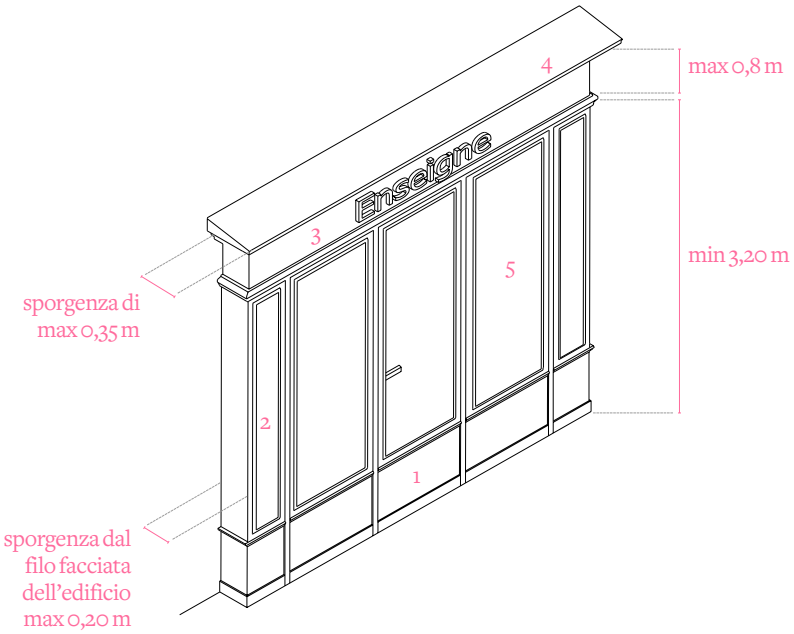
"Nel caso in cui il negozio esistente sia di interesse storico o architettonico, potrebbe essere necessaria la manutenzione o la riparazione del negozio" [2].

Viene richiesto di ripristinare i vecchi negozi; il numero di colori da utilizzare in facciata deve essere limitato ed è sufficiente una sola tonalità principale. Bisogna evitare colori eccessivamente luminosi o fluorescenti (vedere punto 9.*Colore*).

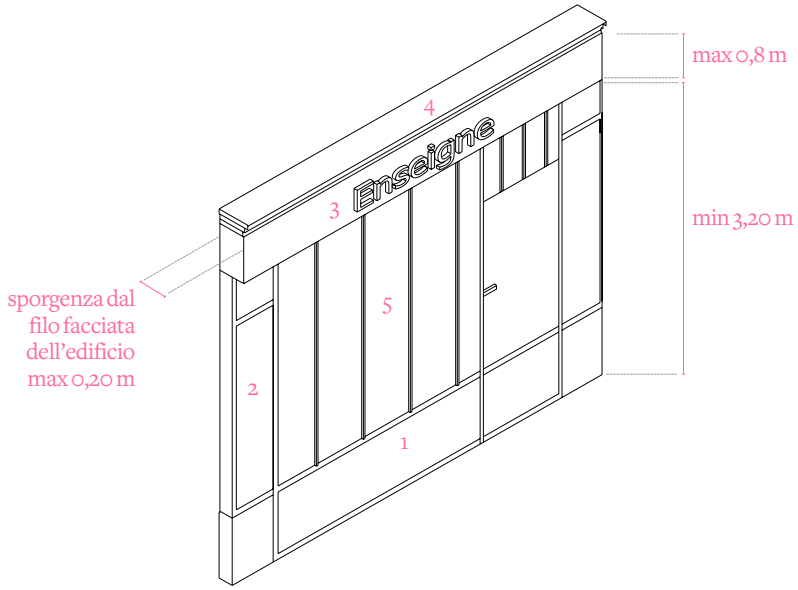
2. *Plan Local d'Urbanisme, Réglément Tome 1, Zone Urbaine Générale, UG.11.1.4 - Traitement des rez-de-chaussée et devantures en façade sur les espaces publics: 2°- Devantures*, Luglio 2016.

"I negozi, che svolgono un ruolo molto importante nell'animazione commerciale e visiva della città, devono essere integrati il più armoniosamente possibile nell'ambiente edificato e nel suo patrimonio."

PLU,UG UG.11.1.4, 2016.



VETRINA "APPLICATA"



VETRINA "A FILO"

1 base
2 pilastro/piedistallo
3 fascia
4 cornice
5 vetrina

MATERIALI

La vetrina “applicata” non deve oscurare il decoro architettonico dell’edificio; deve essere posta sotto la cornice del cornicione al 1 ° piano, che deve essere restituito in caso di scomparsa. Per questo tipo di facciata, “*I materiali scelti devono esprimere la natura non portante del dispositivo (legno, vetro, metallo, ecc.)*” [3].
Se si utilizza invece una vetrina “a filo” bisogna rispettare l’architettura dell’edificio e non modificare la muratura e il suo decoro [4], stabilire sistemi di protezione all’interno del locale, ripristinare gli elementi della facciata in caso di scomparsa.
In entrambi i casi, “*I vetri devono essere il più chiaro possibile e non riflettenti*” [3].

3. *Plan Local d’Urbanisme, Réglément Tome 1, Zone Urbaine Générale, UG.11.1.4 - Traitement des rez-de-chaussée et devantures en façade sur les espaces publics: 2°- Devantures*, Luglio 2016.

4. Come previsto dal *Plan Local d’Urbanisme, Réglément Tome 1, Zone Urbaine Générale*, Luglio 2016.

“I materiali e i colori delle vetrine proposte devono essere conformi all’architettura dell’edificio che li supporta.”

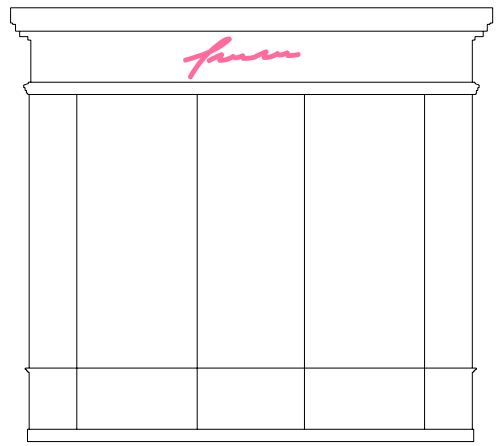
COLORE

Vedere punto *9. Colore*.

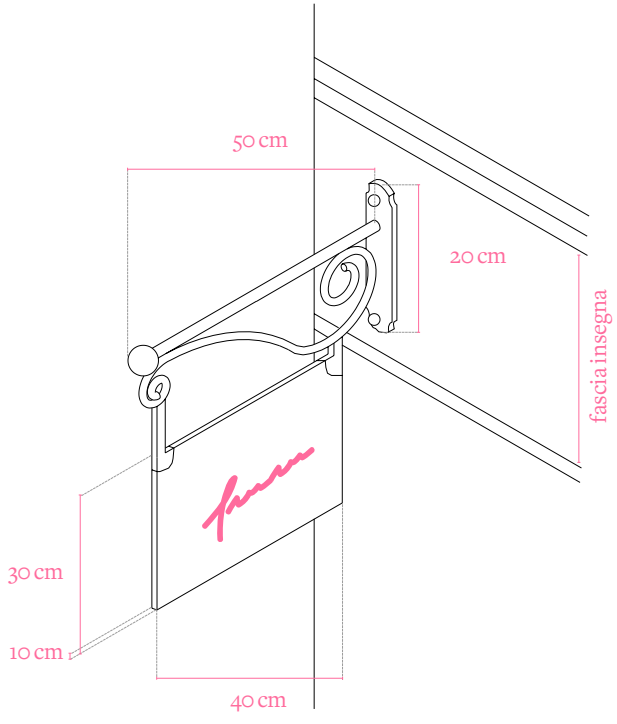
INSEGNE

PLU,UG UG.11.1.4, 2016.

Le insegne vengono utilizzate per segnalare, identificare e personalizzare l’attività. Costituiscono sia un invito per il passante, sia un elemento di riconoscimento e identità.
Vi è la possibilità, per i Concorrenti, di scegliere se utilizzare o meno nei progetti l’insegna *“frontale”*, la quale andrebbe posizionata nella fascia dedicata all’insegna, come da modello nella figura a lato.
È reso obbligatorio, invece, introdurre un modello di insegna *“a bandiera”* bifacciale, per tutte le attività del quartiere. Quest’obbligo ha l’obiettivo di facilitare per i pedoni l’individuazione a livello visivo delle attività dei locali, ma anche una loro valorizzazione e appartenenza al quartiere.
L’insegna a bandiera deve seguire il modello presentato a lato per quanto riguarda le forme generali e il dimensionamento, mentre la grafica sarà da proporre dai Concorrenti, i quali dovranno favorire una grafica semplice, ben progettata, senza lettere troppo grandi, uguale per tutte le insegne; l’insegna sarà da posizionare a livello della fascia superiore dei negozi e non al piano di sopra.



INSEGNA FRONTALE



INSEGNA A BANDIERA

SQUAIRE DAY

TOURNAGE DE BIBELOTS

FERRONNERIE CHABANE

PHOTO

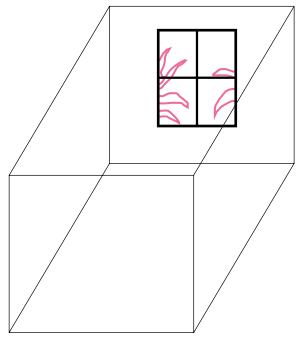
ORTHOPHONIE

REFUZ

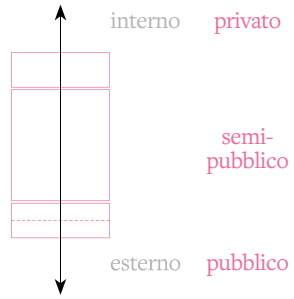
N4U9

2

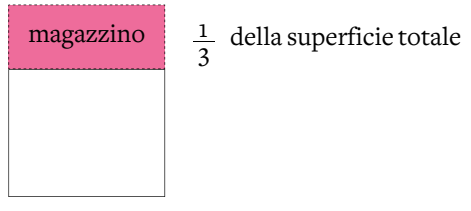
Porosità



Questo punto ha come obiettivo il "prolungamento" dello spazio pubblico tramite interventi di trasformazione dei locali artigianali e commerciali al piano terra, introducendo una sorta di collegamento tra lo spazio pubblico, rappresentato dalla strada, e lo spazio privato, rappresentato dalle corti interne. È necessaria la ricerca di una porosità/permeabilità tra lo spazio privato, lo spazio semi-pubblico rappresentato dal locale al piano terra e lo spazio pubblico per eccellenza rappresentato dalla strada.



Viene richiesto per raggiungere questo scopo di modificare, ove possibile, la configurazione interna dei locali, con il fine di collegare spazialmente e visivamente lo spazio della strada allo spazio della corte interna, la quale, in questo modo, non rimarrà un elemento di cui solo i piani superiori godono ma sarà fruibile anche dai piani terra.
Per fare ciò viene richiesto innanzitutto di posizionare il magazzino o deposito (*entrepôt*)non più sul retro del locale, ma su uno dei lati, tenendo sempre presente che, secondo il Regolamento per i locali commerciali/artigianali presente nel *Plan Local d'Urbanisme*, "*I locali di deposito non devono rappresentare più di 1/3 della superficie totale del locale* [1]."



1. *Plan Local d'Urbanisme PLU*, approvato con delibera del Consiglio di Parigi nel luglio 2018, 3. *Réglement, Tome 1, Dispositions générales, DISPOSITIONS GENERALES APPLICABLES AU TERRITOIRE COUVERT PAR LE PLU*, p. 9.

Di conseguenza, il locale si svilupperà più in lunghezza e meno in larghezza e si affaccerà direttamente sulla corte interna; questa azione permetterà una porosità dei piani terra e una dilatazione significativa dello spazio pubblico condiviso.

Il posizionamento del magazzino a lato del locale ha lo scopo di facilitare anche il deposito di materiale all'interno del locale direttamente dalla strada; è necessario quindi prevedere un ulteriore accesso (privato) dalla strada, con una larghezza minima pari a 0,90m e altezza minima pari a 2,5m.

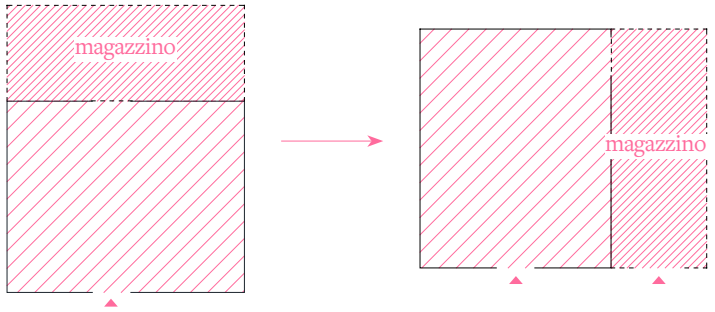
Le corti interne dell'area, inoltre, sono descritte nel *Plan Local d'Urbanisme* come "*Spazio libero da vegetalizzare*" (ELV) [2], come è indicato anche nell'Allegato 1 - Settore di Case e Ville. Queste aree sono quindi classificate come aree da modificare per migliorare la qualità del paesaggio urbano [3], in particolare introducendo o aumentando la componente vegetale; in esse è richiesto dal presente Bando l'inserimento di piante in vaso come specificato al punto 6.*Vegetalizzazione*, "*interno*" e 8. *Arredo urbano*, "*piante in vaso per corti interne*".

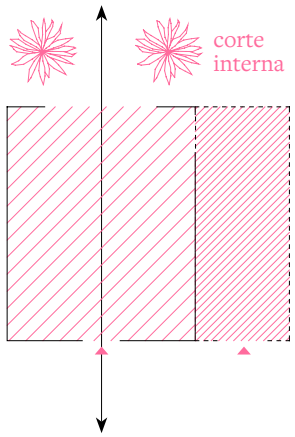
2. *Plan Local d'Urbanisme PLU*, approvato con delibera del Consiglio di Parigi nel luglio 2018, 3. *Réglement, Tome 1, Dispositions générales, DISPOSITIONS GENERALES APPLICABLES AU TERRITOIRE COUVERT PAR LE PLU, Espace libre à végétaliser*, p. 13.

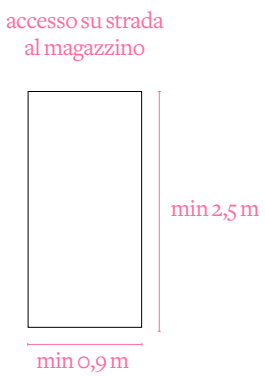
3. Spazi protetti in conformità agli articoli L.151-19 e L.151-23 3 del *Code de l'urbanisme, Paragraphe 1: Qualité du cadre de vie*; visitata il 29 maggio 2020. *https://www.legifrance.gouv.fr/affichCode.do;jsessionid=554A5A77A97BC895BF013906761CEC.tplgfr31s_1?idSectionTA=LEGISCTA000031211888&cidTexte=LEGITEXT000006074075&dateTexte=20200529*

scala 1:2000

POROSITÀ





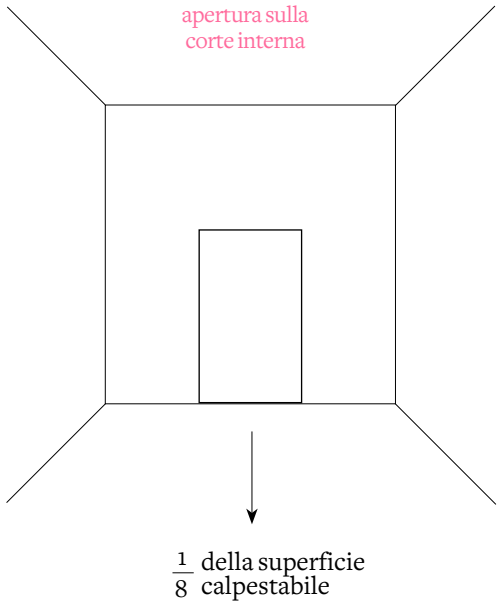


accesso
semi pubblico
privato

Dove non è possibile intervenire sul riposizionamento degli spazi del locale, viene richiesto di agire esclusivamente sulle aperture del locale stesso.

Secondo la Normativa Nazionale Italiana sull'edilizia, "per i locali a destinazione commerciale e artigianale la superficie apribile deve corrispondere ad almeno 1/8 della superficie utile del locale se la superficie del locale è inferiore a mq 100" [2].
Essendo il rispetto del rapporto aerollimunante obbligatorio quando si realizza una nuova costruzione, quando si effettua una ristrutturazione edilizia o quando si modifica la distribuzione interna di un locale, viene richiesta quindi la presenza di un'apertura che possa assicurare un rapporto aeroilluminante pari e non inferiore a 1/8 della superficie calpestabile.

2. Secondo il *DM 75 - Decreto ministeriale 1975, Art. 5. Superficie finestrata.* Vista la mancanza di una regolamentazione edilizia a livello europeo, e vista la mancanza di una normativa specifica francese relativa al rapporto aeroilluminante, si è scelto di rifarsi alla normativa italiana in quanto in essa si trovano indicazioni relative agli spazi interni dei locali.

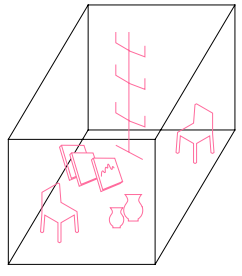


Gardienne

136

3

Destinazione d'uso e modifiche interne

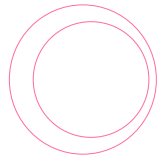


Come indicato nella prima parte del presente Bando di Concorso, al capitolo *3. Vincoli e indicazioni nei Piani*, paragrafo "*Protection du commerce et de l'artisanat*", il quartiere *Sainte-Marthe* rientra nelle aree, definite dalla Città di Parigi, sottoposte alla protezione del commercio e dell'artigianato. Secondo le indicazioni presenti nel *Plan Local d'Urbanisme*, in queste zone "*È vietata la trasformazione di aree commerciali o artigianali al pianterreno della strada in una destinazione diversa dalle attività commerciali o artigianali*" [1]. Anche nel terzo obiettivo del *Projet d'aménagement et de développement durable* (*PADD*), si ritrovano le direttive relative ai commerci, secondo le quali è proibita la trasformazione di attività e commerci in magazzini poichè si penalizza la qualità della vita di quartiere [2].
Alla luce di queste indicazioni, è richiesto ai Concorrenti di rispettare i divieti e gli obblighi mavdi proporre modifiche innovative interne ai locali commerciali senza alterarne la destinazione d'uso.

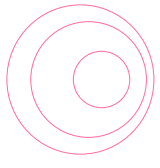
1. *Plan Local d'Urbanisme PLU, Réglement, Tome 1, Réglements par Zone, ZONE URBAINE GÉNÉRALE, UG.2.2- Conditions relatives aux destinations, UG.2.2.2- Autres dispositions relatives aux destinations liées à l'emploi, 2°-Protection du commerce, de l'artisanat et de l'industrie*, Luglio 2016.

2. *Plan Local d'Urbanisme PLU*, approvato con delibera del Consiglio di Parigi nel luglio 2018, *2. Projet d'aménagement et de développement durable, 2. Favoriser l'essor de la diversité commerciale.*

Lungo le vie principali del quartiere vi sono spazi commerciali al piano terra di due tipi: negozi come luogo di esposizione e vendita e "botteghe" come luogo di vendita e laboratorio. Gli spazi artigianali e artistici solo perlopiù assimilabili a delle vere e proprie botteghe poichè la produzione avviene all'interno degli stessi.
Ai Concorrenti è richiesto di ragionare sugli spazi necessari all'interno delle due tipologie di spazio commerciale, proponendo soluzioni innovative nel disegno della distribuzione interna.

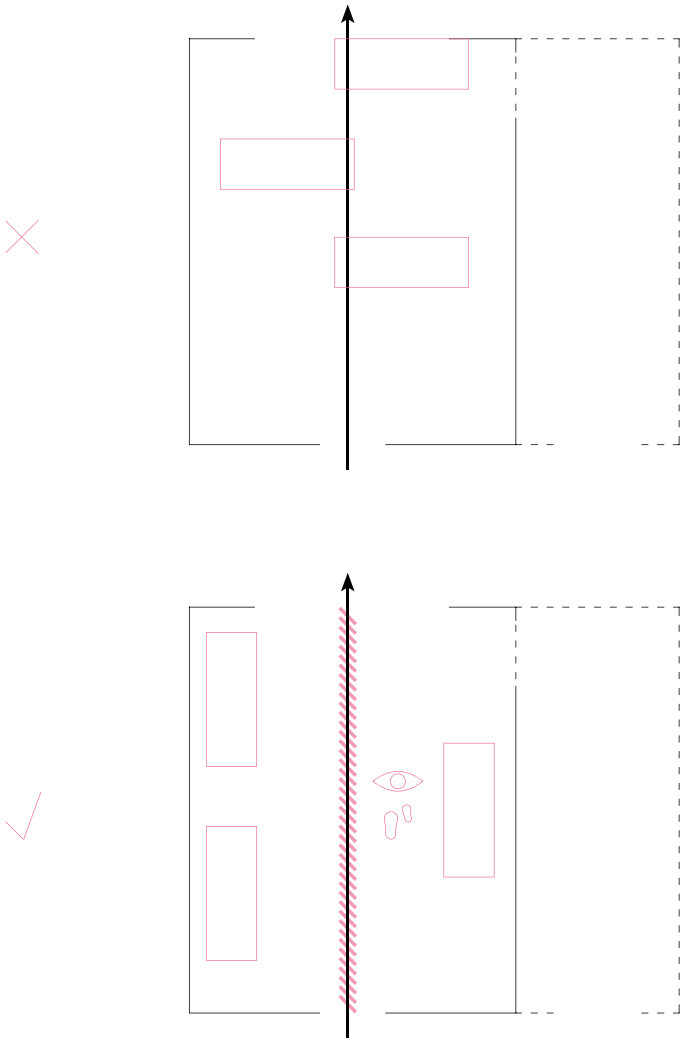


esposizione
vendita

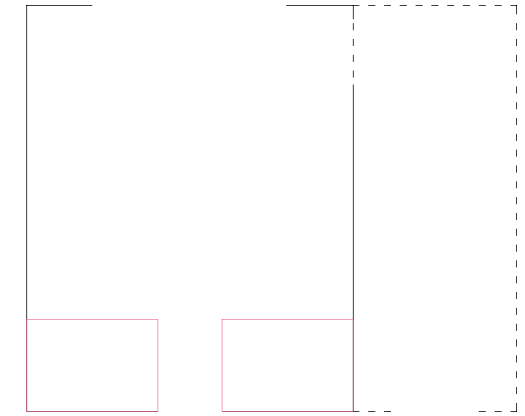


esposizione
vendita
laboratorio

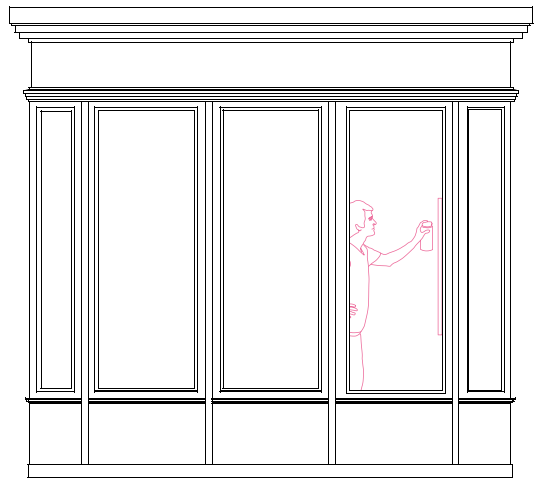
Innanzitutto, come espresso al punto *2.Porosità*, il locale dovrebbe, nei casi in cui è possibile, possedere sulla parte posteriore un'apertura che permetta la vista della corte interna; per una buona riuscita del concetto di porosità, e per far sì che lo spazio interno risulti realmente un prolungamento dello spazio pubblico della strada, tra l'ingresso su strada e l'apertura sulla corte interna, è richiesto che non vi siano elementi che ostacolano la prospettiva visuale e il percorso fisico, come indica l'immagine sottostante.



Inoltre, nei locali artigianali è richiesto ai Concorrenti di dare maggiore importanza alla parte di "laboratorio" piuttosto che a quella espositiva. Per fare ciò, nel progetto di riualificazione interna essi dovranno prevedere una parte dedicata al lavoro degli artigiani da collocare in prossimità dalla vetrina, per essere vista dall'esterno. Questa richiesta ha l'obiettivo di valorizzare l'attività stessa degli artigiani e artisti del quartiere e di permetterne la visione dai pedoni che camminano tra le vie del quartiere.

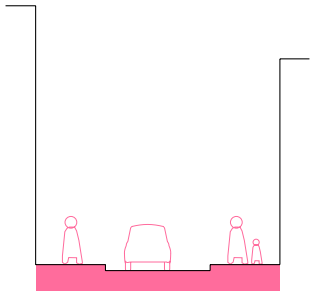


accesso su strada



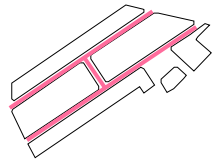
4

Sezioni stradali



Questo obiettivo mira a promuovere la pianificazione della gestione dello spazio stradale a favore della vita locale e della mobilità sostenibile. Le vie del quartiere Sainte Marthe fanno parte delle "*Zone 30*[1]" della città, ossia quelle aree con limitazione delle velocità veicolari a 30 km/h. Queste aree con traffico ridotto sono più favorevoli alla mobilità leggera di pedoni e ciclopedoni e vanno tutelate, tramite dimensioni minime e dispositivi urbani.

1. *Atelier Parisien d'Urbanisme, Atlas de l'espace public parisien, 10e arrondissement*, Gennaio 2017.



Le principali vie interne del quartiere, *Rue Sainte Marthe* e *Rue Jean et Marie Moinon*, sono vie strette a senso unico, ad accessibilità e percorribilità veicolare, ciclopedonale e pedonale. Viene richiesto ai Concorrenti di rispettare delle larghezze minime e intervenire quindi sulla sezione stradale seguendo le seguenti regole:

-i marciapiedi devono avere una larghezza minima di 1 m e almeno da un lato della strada una larghezza di 1,40 m per l'accessibilità di persone a mobilità ridotta (come spiegato al punto 5. *Accessibilità*); devono presentare, ove non ancora presente, un dissuasore stradale (come da modello al punto 8. *Arredo Urbano, dissuasori stradali*) da collocare ogni 2m.

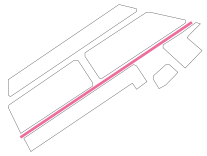
- gli itinerari ciclabili devono possedere una larghezza di 1,00 m per un solo senso di marcia, devono trovarsi su corsia riservata, ricavate sulla carreggiata stradale. L'elemento separatore deve essere costituito da strisce di segnaletica orizzontale e deve essere presente sulla superficie il pittogramma con il simbolo della bicicletta ad ogni ingresso della pista ciclabile. Ove possibile, devono essere inseriti elementi in elevazione, infissi nella pavimentazione (ad esempio borchie metalliche, cordoli in gomma, ecc.), che costituiscono una miniprotezione fisica della corsia ciclabile.

- gli itinerari per i veicoli a motore devono avere una larghezza minima di 2,45 m.

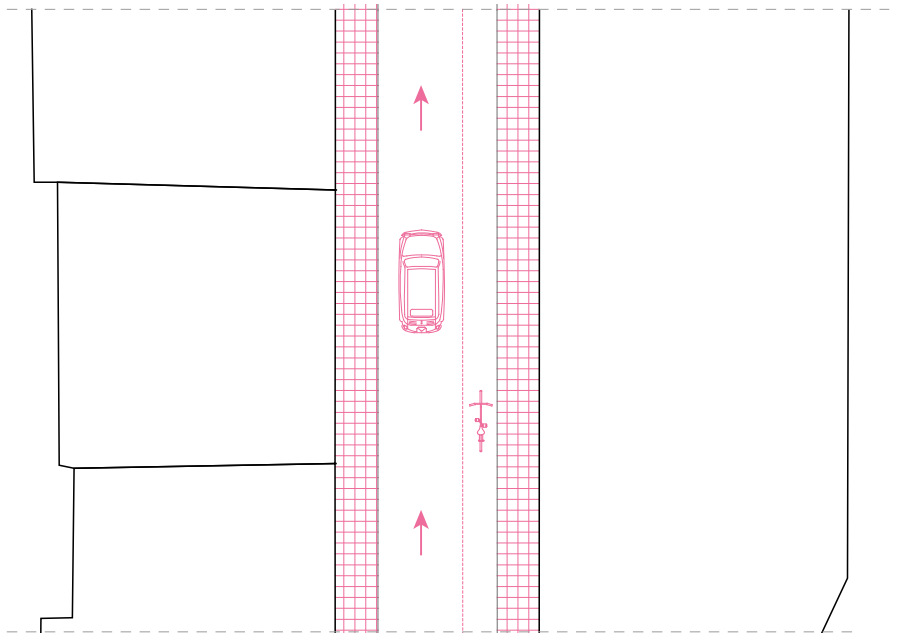
larghezza minima dei marciapiedi 1 m e 1,40

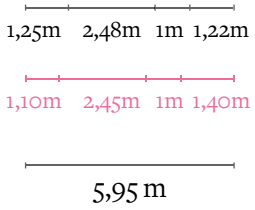
larghezza minima del tratto ciclabile 1 m

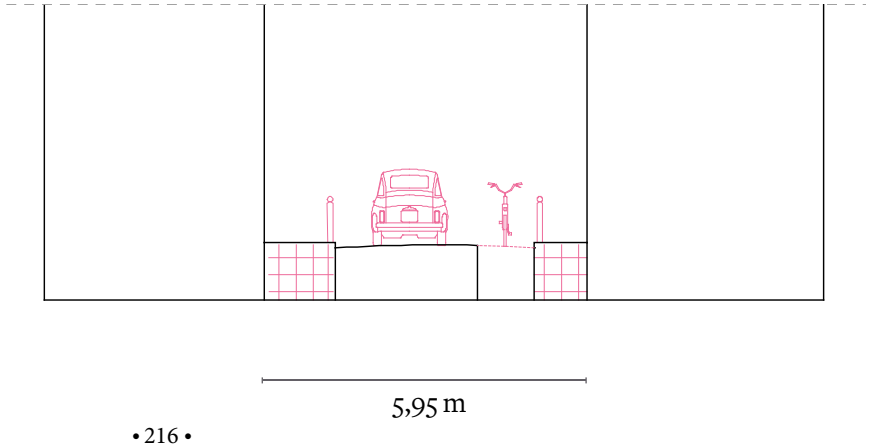
larghezza minima del tratto veicolare 2,45 m

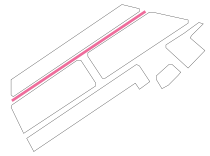


Rue Sainte-Marthe

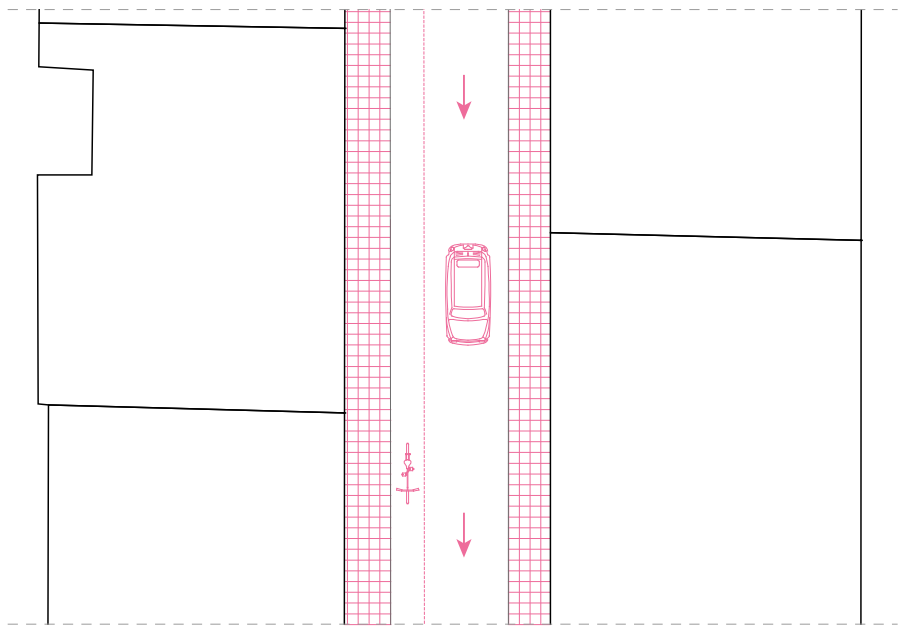


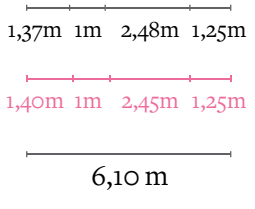


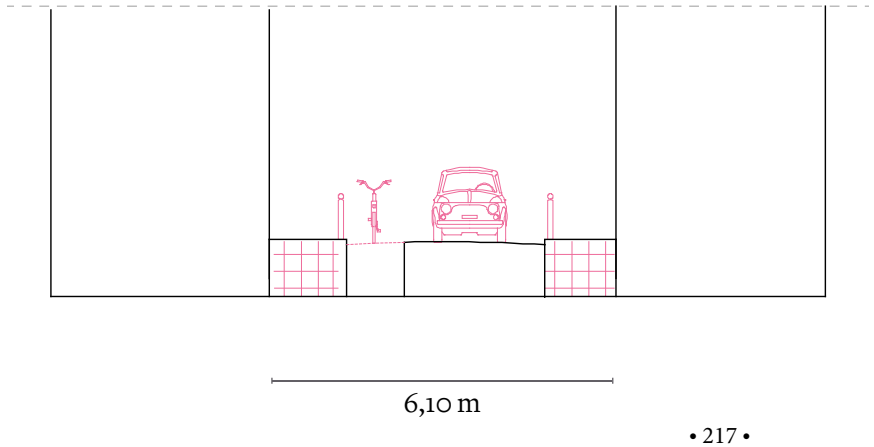


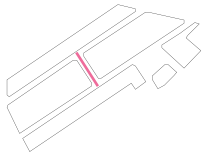


Rue Jean et Marie Moinon

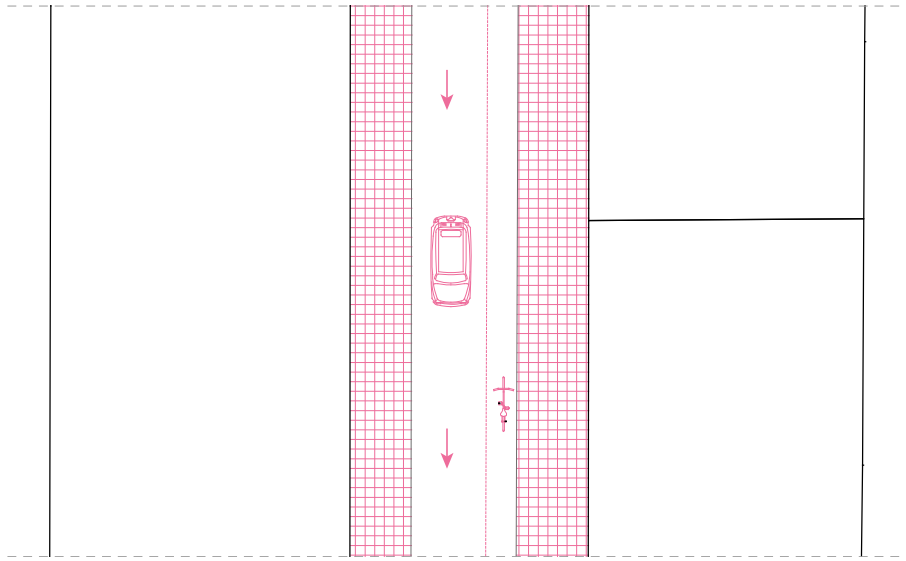


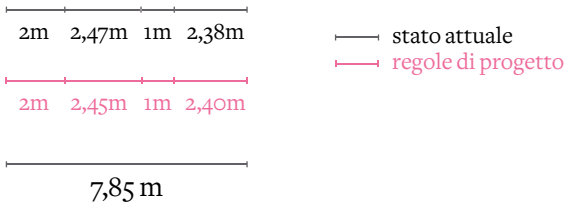


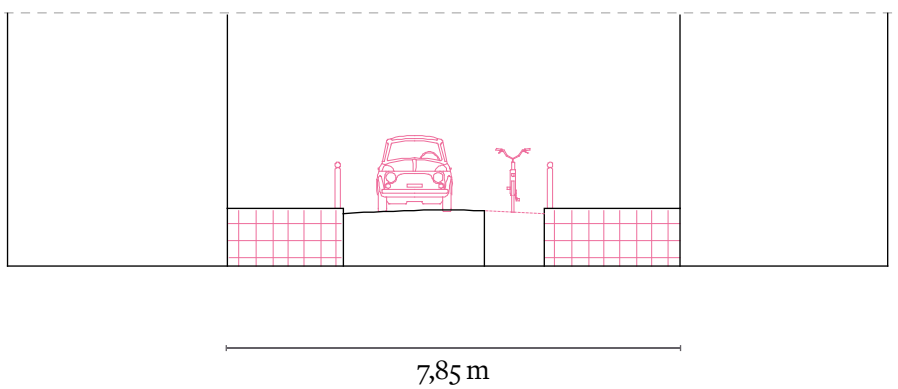


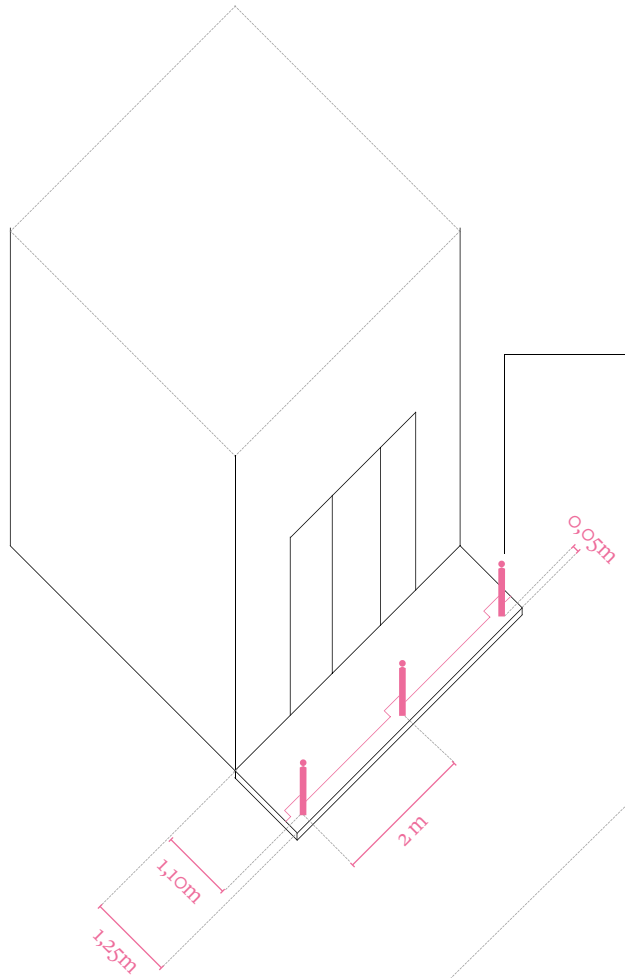


Rue Jean et Marie Moinon (centrale)



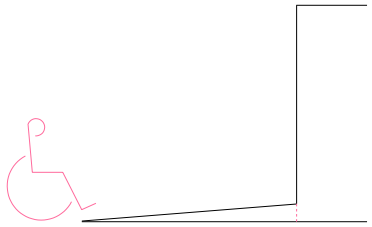






5

Accessibilità/inclusività



12 milioni di persone su 65 milioni di francesi sono affette da disabilità[1] ; troppo spesso vengono erroneamente dimenticati e quindi esclusi dalla vita economica, sociale e culturale. La legge dell'11 febbraio 2005[2] sancisce il principio dell "*accesso a tutto per tutti*", secondo il quale la società deve evolvere verso una maggiore integrazione e maggiore autonomia per queste persone. Un'integrazione della legge del 2015 impone un obbligo di accessibilità ancora più preciso per tutti i luoghi aperti al pubblico, definiti "*ERP*[3] " (*établissements recevant du public*).
L'accessibilità degli ERP fa parte di un concetto più ampio, la "catena del movimento [4] ", nel quale gli spazi commerciali rappresentano uno dei collegamenti fondamentali, da rendere accessibili con altri; anche i loro interni devono rispettare questa logica e consentire a tutti gli utenti di accedervi ed uscire in sicurezza, di muoversi e di accedere a tutti i servizi offerti.
L'obiettivo di questo punto rispecchia queste esigenze e, quindi, la volontà di migliorare la città, la rete commerciale, e, più in generale, la qualità della vita per tutti i cittadini.

1. *Ministère des Affaires Sociales, de la Santé et des Droit des Femmes, Les chiffres clés du handicap, 2014.*

2. *Loi n°2005-102 du 11 février 2005 pour l'égalité des droits et des chances, la participation et la citoyenneté des personnes handicapées.*

3. *Ai sensi dell'articolo r.123-2 del "Code de la Construction et de l'Habitation".*

4. *CCI Paris Ile-de-France, 10 recommandations pour l'accessibilité des commerces, Guide Juridique 2015.*

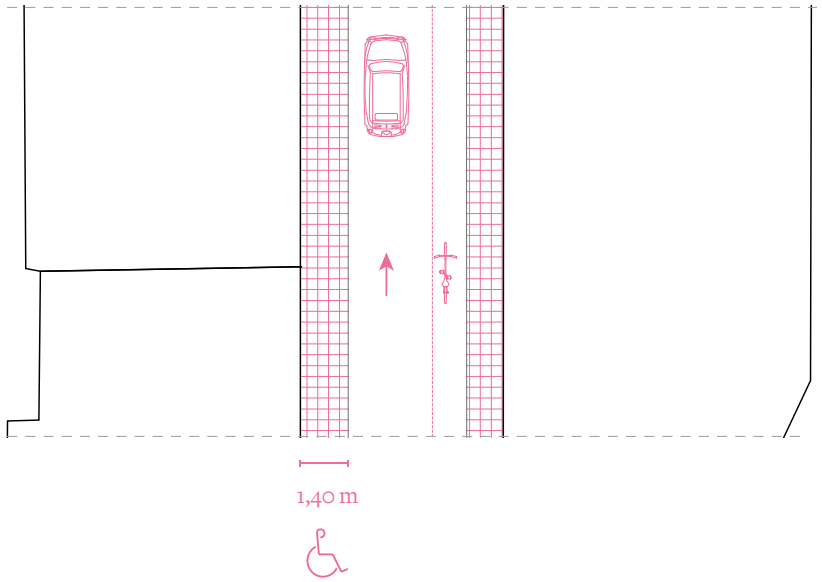
Per dare corpo a questi obiettivi i Concorrenti sono tenuti a garantire l'accesso non solo al quartiere, intervenendo a livello stradale, ma anche a tutti ai locali al piano terra, introducendo nuovi dispositivi oppure modificando gli spazi e gli elementi laddove questi non rispettino i principi sopra citati; ogni spazio, a sua volta, deve essere internamente adattabile in tutte le parti e componenti, ossia deve possedere la caratteristica di adattarsi facilmente e rapidamente alle esigenze degli utenti disabili.

MARCIAPIEDI

ESTERNO

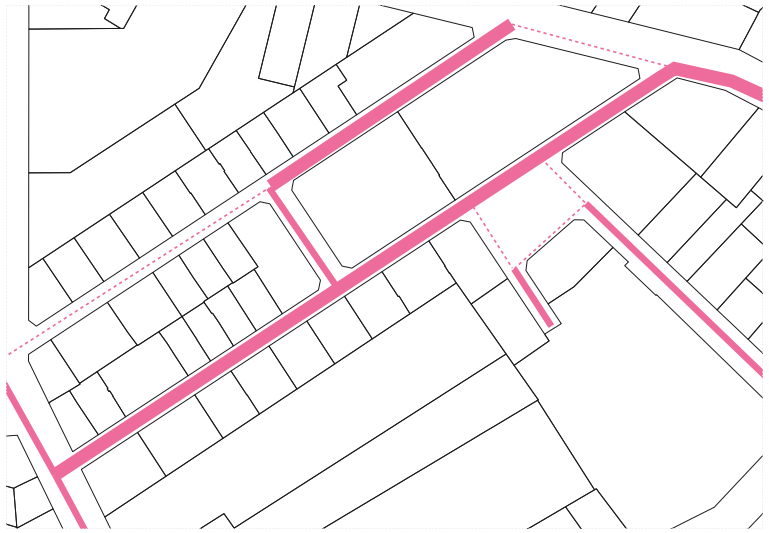
Alcuni marciapiedi del quartiere sono stretti e inaccessibili alle persone con mobilità ridotta, le quali necessitano di un marciapiede con una larghezza da normativa di almeno 1,40 m [5] ; è richiesto ai Concorrenti di intervenire sulla sezione stradale per introdurre un marciapiede, su almeno un lato delle strade principali del quartiere, che rispetti questa dimensione minima.

5. Secondo il *Réglementation nationale: Arrêté du 15 janvier 2007, portant application du décret n°2006-1658 du 21 décembre 2006.*

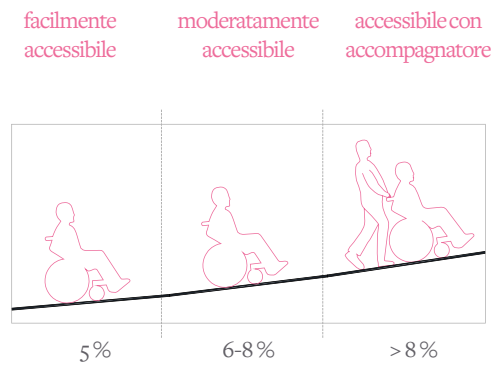


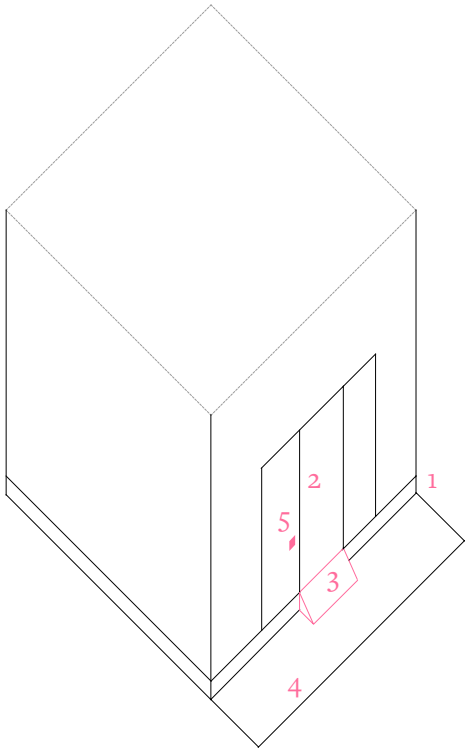
INGRESSI

Il quartiere Sainte Marthe, essendo collocato ai piedi della collina del parco di *Buttes Chaumont*, presenta un dislivello di circa 9m, dal punto iniziale a quello finale di *Rue Sainte-Marthe*. A causa di questa pendenza gli accessi su strada ai locali commerciali e artigianali presentano una variazione di livello alla base di differenti dimensioni e altezze, che compromette l'accesso e la visita al locale per le persone che si muovono utilizzando la carrozzina.

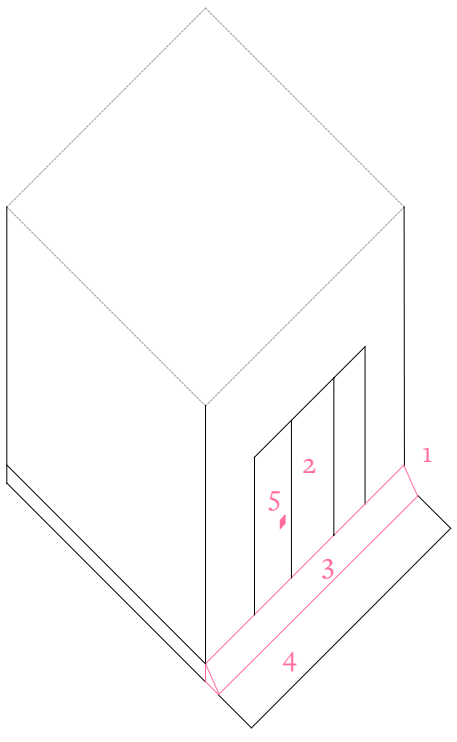


Questo gradino che blocca l'accesso rappresenta un ostacolo da superare: i Concorrenti dovranno proporre soluzioni che prevedano o l'utilizzo di una rampa mobile, da posizionare al momento dell'apertura del negozio e da togliere alla chiusura, insieme a un campanello che consente al commerciante di essere chiamato dall'esterno per richiedere l'installazione della rampa, oppure l'installazione di una rampa fissa in muratura in sostituzione ai gradini, ricavata tramite un livellamento di una porzione di marciapiede, tenendo in considerazione che la dimensione di quest'ultimo si ridurrebbe leggermente.
Bisognerà considerare la seguente regola:





RAMPA MOBILE

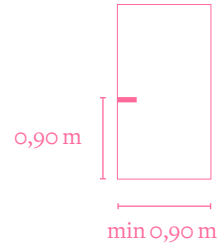


RAMPA IN MURATURA

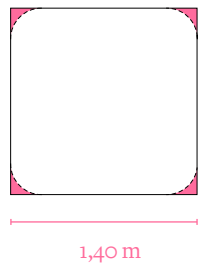
1 dislivello
2 ingresso
3 rampa
4 marciapiede
5 campanello

DIMENSIONI MINIME

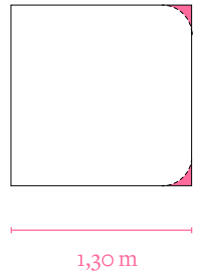
Per quanto riguarda l'accesso all'interno dei locali, la larghezza minima per il passaggio dei disabili con la porta aperta deve essere di almeno 90 centimetri e la maniglia della porta deve essere collocata a 90 centimetri di altezza.



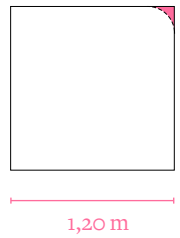
I Concorrenti, nelle proposte di modifica dell'interno dei locali, dovranno rispettare i seguenti spazi minimi di manovra, obbligatori nei casi di adeguamento e per consentire la visitabilità di un locale.



rotazione 360°
CAMBIO DI DIREZIONE



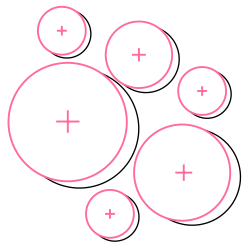
rotazione 180°
INVERSIONE DI DIREZIONE



rotazione 90°

6

Vegetalizzazione



Sulla linea della "*strategia di raffrescamento*[1]" urbana attuata dalla Città di Parigi, del *Projet d' aménagement et de développement durable* (*PADD*)[2] contenuto nel *Plan Local d'Urbanisme*, e ai sensi del *Code de l'Environnement* [3], è richiesto di perseguire l'obiettivo di migliorare la qualità dell'aria, rendendo gli spazi aperti del quartiere più piacevoli tramite un tessuto verde più fitto, che contribuisce, di conseguenza, al miglioramento delle condizioni di vita di coloro che ci vivono o lo frequentano.
Con il fine di rispettare anche gli obiettivi esposti nell'Accordo di Parigi [4], un trattato internazionale sui cambiamenti climatici adottato dal 2015 da quasi tutti gli stati, compresa la Francia, è richiesto ai Concorrenti di valutare l'abbassamento delle emissioni di CO_2 attraverso la progettazione del verde in base alla sua capacità di assorbimento di anidride carbonica, per lottare contro il riscaldamento globale.
Viene richiesto ai Concorrenti di sfruttare ogni superficie possibile per aggiungere vegetazione pubblica e privata, con il fine di migliorare la vivibilità delle zone urbane in esame.

1. Ville de Paris, *Comunication au Conseil de Paris face à l'urgence climatique et aux pics de chaleur Paris déploie sa Stratégie de rafraîchissement urbain*, 2019.

2. *Plan Local d'Urbanisme, Projet d' aménagement et de développement durable*, 2018.

3. Code de l'urbanisme, 24 mai 2020, visitata il 28 maggio 2020. *https://www.legifrance.gouv.fr/affichCode.do?cidTexte=LEGITEXT000006074220*

4. Trattato firmato durante la Conferenza mondiale sul clima delle Nazioni Unite, svoltasi nel dicembre 2015; visitata il 28 maggio 2020. *https://ec.europa.eu/clima/policies/international/negotiations/paris_it*

INTERNO

Le corti interne del quartiere di *Sainte Marthe* rappresentano spazi dal potenziale molto alto; in alcuni casi rappresentano semplici pozzi di luce per gli edifici, in altri accolgono altre porzioni di edificio adibite a laboratorio o ad altre attività.
Come anticipato al punto *2.Porosità*, queste corti sono descritte nel *Plan Local d'Urbanisme* come "*Spazi liberi da vegetalizzare*" (*E.L.V.*), e, come tali, sottoposte alle seguenti indicazioni [5]:
- nessuna costruzione o installazione è consentita
- lo spazio delimitato nei documenti grafici dei regolamenti (vedi Allegato 1 - Settore di Case e Ville, oppure rappresentazione sintetica in seguito) deve essere arricchito da elementi vegetali adeguati alla sua geometria, alla sua posizione e al suo ambiente (alberi, arbusti, schermi di piante, aiuole, pareti verdi, ecc.). Gli alberi e gli arbusti devono beneficiare delle condizioni necessarie

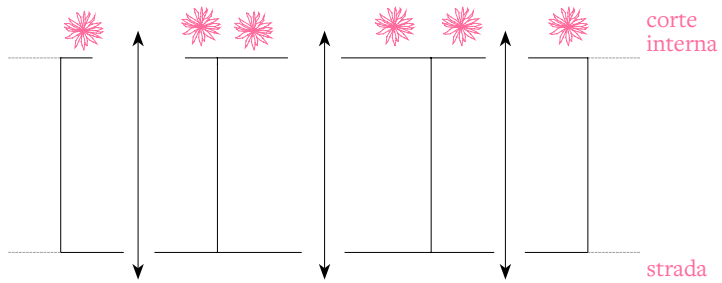
5. *Plan Local d'Urbanisme, Réglément Tome 1, Zone Urbaine Générale, UG.13.3 - Prescriptions localisées, 3°- Espace libre à végétaliser* (*E.L.V.*), Luglio 2016.

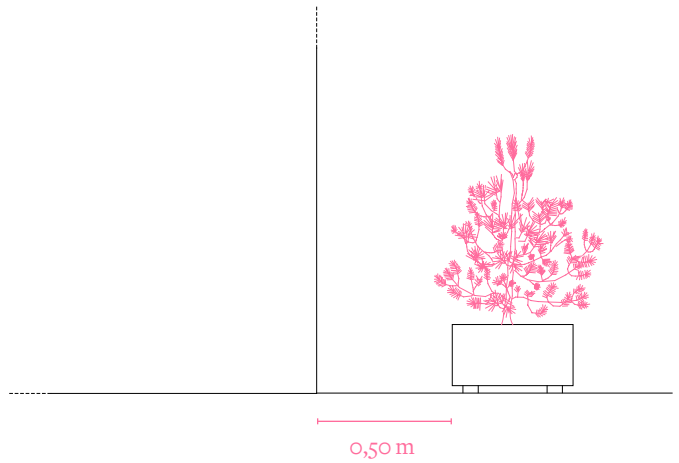
per il loro normale sviluppo.
- la permeabilità del suolo alle precipitazioni deve essere favorita; gli elementi minerali devono partecipare con il loro trattamento al paesaggio e allo sviluppo ecologico.
Viene richiesto quindi ai Concorrenti di proporre soluzioni in merito alla vegetalizzazione e permeabilizzazione di queste corti, per dare anche supporto all'obiettivo individuato al Punto 2.*Porosità*.

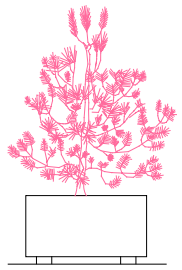
scala 1:2000

SPAZI LIBERI DA VEGETALIZZARE

In particolare, per soddisfare queste richieste e norme, essi dovranno:
- prevedere nei loro progetti un sistema di piante in vaso, come da schema sottostante, da posizionare nelle corti interne in allineamento rispetto alle aperture dei locali del piano terra sulla corte, a una distanza definita, in modo da indicare le aperture, per permettere che le piante vengano viste dall'interno dei locali al piano terra e per creare uniformità e ritmo all'interno della corte. Le piante in vaso introdotte dovranno rispettare il modello "*piante in vaso per corti interne*" del punto 8.*Arredo urbano*. Il genere e la specie di pianta utilizzata deve rispettare le dimensioni, le caratteristiche e la distanza dall'edificio in seguito riportate.

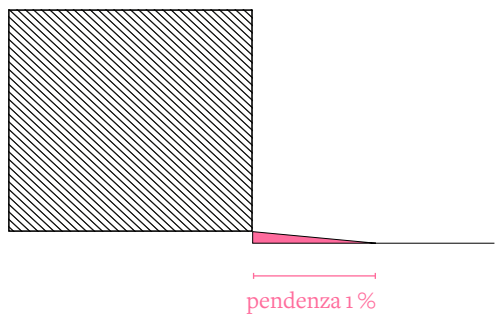






CO2 assimilata (kg/anno)
Abbattimento inquinanti (kg/anno)
Basse esigenze di manutenzione
Bassa tendenza a sporcare
Esposizione mezzombra / sole
Bassa emissione di VOCs

- sfruttare la pendenza naturale dell'area per lo scolo delle acque piovane, prevedendo un leggero ribassamento della pavimentazione in prossimità del perimetro interno degli edifici, come da immagine sottostante.



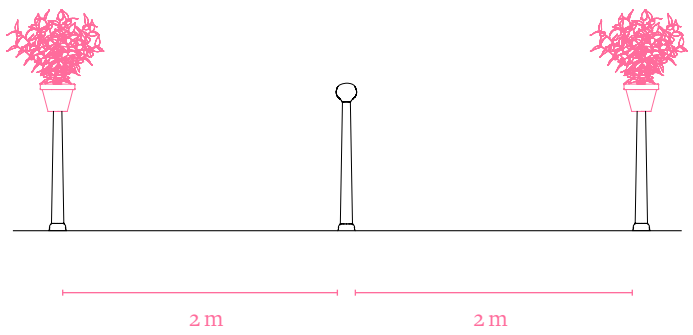
- prevedere, ove possibile, un parcheggio interno per le biciclette, per rispettare la seguente regola:
"L'area da riservare al parcheggio di biciclette e passeggini deve soddisfare le esigenze degli utenti, a seconda della natura dello stabilimento, del suo funzionamento e della sua posizione geografica."[5]

5. *Plan Local d'Urbanisme, Réglément Tome 1, Zone Urbaine Générale, UG.12.3 - Stationnement des vélos et poussettes, Normes, Commerce, artisanat, industrie, entrepôt,* Luglio 2016.

ESTERNO

Nella progettazione del verde pubblico ai Concorrenti viene richiesto di introdurre elementi nuovi per garantire una biodiversità e modificare elementi esistenti per confermare l'identità del quartiere.

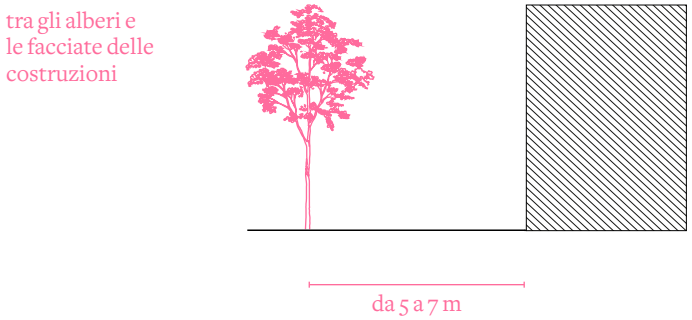
Viene richiesto di introdurre piante in vaso come da modello al punto *8. Arredo urbano, Piante in vaso per esterno*, da applicare ai paletti dissuasori posti sui marciapiedi delle vie principali del quartiere, in maniera alternata secondo lo schema presentato qui sotto.



La *Place Sainte-Marthe,* di circa 640 m², presenta attualmente 7 alberi della stessa specie, *Styphnolobium japonicum* [6], ma di altezze e dimensioni diverse, come da schema nella pagina seguente nella "*configurazione attuale*".
Il tipo di pianta presente ha alcune problematiche gestionali, in quanto possiede una moderata tendenza a sporcare per la caduta dei fiori; inoltre ha una potenziale emissione di VOCs (composti volatili organici in grado di aumentare le concentrazioni di ozono atmosferico) leggermente più alta rispetto ad altre piante. Ai Concorrenti è richiesto:
- di uniformare le dimensioni delle piante introdotte, tenendo in considerazioni le distanze e dimensioni minime previste dal *Plan Local d'Urbanisme* [7] (come da schema sottostante).

6. Sofora del Giappone, visitata il 28 maggio 2020. *https://it.wikipedia.org/wiki/Styphnolobium_japonicum*

7. *Plan Local d'Urbanisme, Réglément Tome 1, Zone Urbaine Générale, UG.13.2-Plantations, UG.13.2.2-Modalités de mise en oeuvre des plantations,* Luglio 2016.



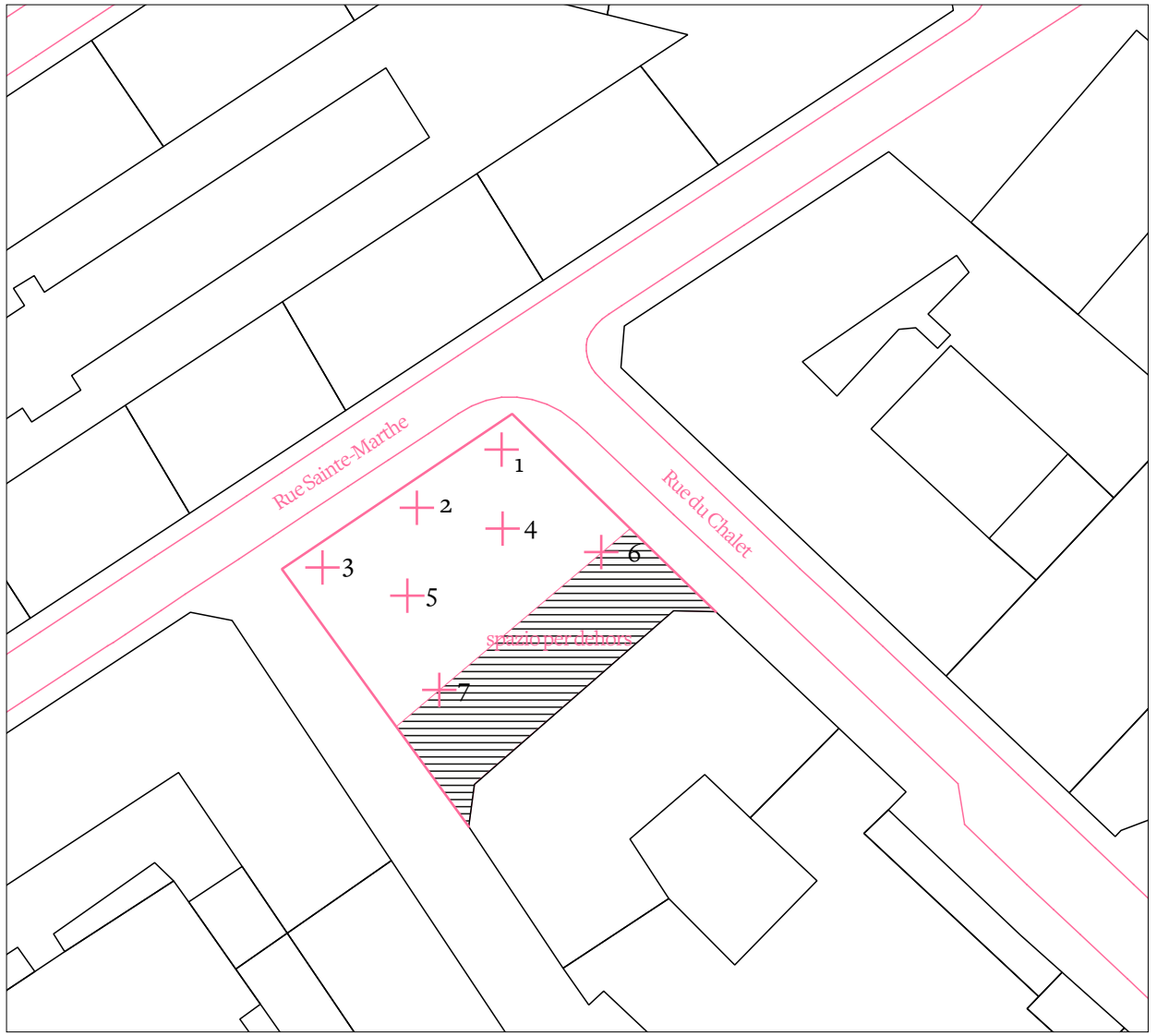
- di valutare l'introduzione di una nuova specie, per la quale è richiesto di valutare le caratteristiche sotto esposte.

CO_2 assimilata (kg/anno)
Abbattimento inquinanti (kg/anno)
Crescita media (15 m)
Bassa tendenza a sporcare
Buona trapiantabilità
Esposizione a pieno sole

configurazione attuale [8]

+	1	2	3	4	5	6	7
∅	216 cm	36 cm	153 cm	162 cm	63 cm	33 cm	176 cm
h	20 m	7 m	16 m	19 m	8 m	6 m	20 m

8. Dati tratti dal sito di *Paris Data, Les arbres*, visitata il 28 maggio 2020. *https://opendata.paris.fr/explore/dataset/les-arbres/map/?disjunctive.typeemplacement&disjunctive.arrondissement&disjunctive.libellefrancais&disjunctive.genre&disjunctive.espece&disjunctive.varieteoucultivar&disjunctive.stadedeveloppement&disjunctive.remarquable&loca,48.87408,2.37266&streets*



scala 1:500

7

Piazza

Attraverso la riqualificazione della *Place Sainte-Marthe*, si intende perseguire l'obiettivo di valorizzare la piazza quale luogo di aggregazione al centro del quartiere, di migliorare lo spazio pubblico, di ampliare le aree pedonali e fruibili, il tutto nell'ottica dell'accessibilità e dell'affermazione dell'identità del luogo.
Ai Concorrenti è richiesto di proporre un programma basato sul concetto di "*Tactical Urbanism*" [1], basato sulla volontà di ricercare nuove strade per sviluppare progetti a basso costo e di rapida realizzazione, in grado di promuovere la qualità, l'accessibilità e la vivibilità del quartiere.

1. Lydon, Mike; Garcia, Anthony, *Tactical urbanism : short-term action for long-term change / Mike Lydon and Anthony Garcia*, New York : Island Press , 2015.

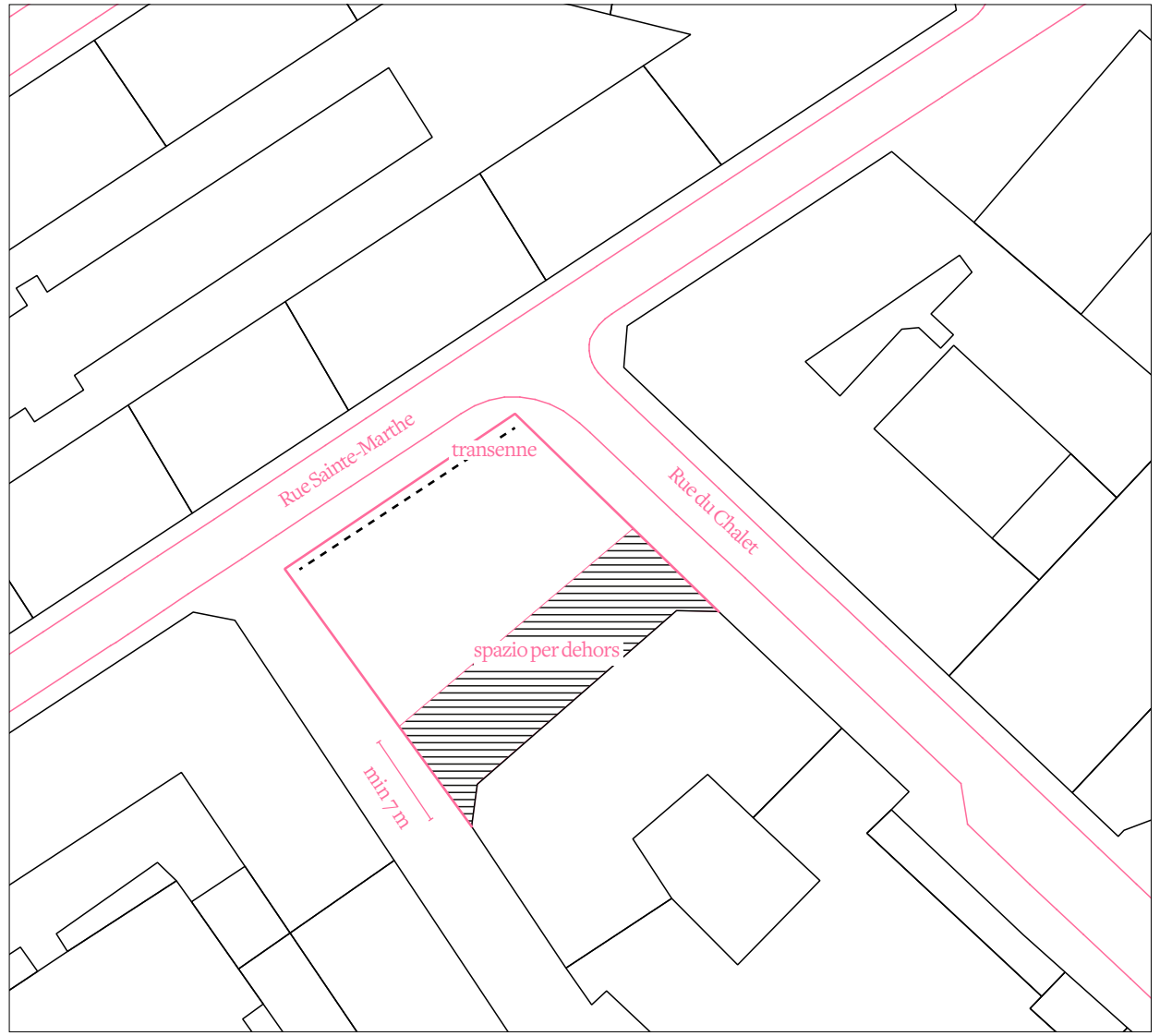
L'obiettivo di questo punto nasce dalla volontà di dare una risposta necessaria, vera e concreta all'esigenza di trasformazione della piazza del quartiere in senso inclusivo e identitario.
I Concorrenti dovranno utilizzare l'approccio di *urbanismo tattico* per instaurare "un salutare equilibrio tra il pianificare e il fare" [1] e contribuire consapevolmente e responsabilmente alla costruzione di scenari di sviluppo condivisi.
Questo processo e strumento di cui i Concorrenti possono e devono avvalersi per innovare e rendere più creativo e inclusivo il loro progetto urbano implica una diretta partecipazione dei cittadini nella creazione e riattivazione del loro quartiere. Per fare ciò, i Concorrenti dovranno collaborare con i cittadini, gli artigiani e le associazioni attive nel quartiere, in particolare l'*Association Saint-Louis Sainte-Marthe* e l'*Association Ocbaux*, per creare e sviluppare i progetti.
Questo strumento di promozione del protagonismo degli abitanti si rifà anche agli obiettivi esposti nel Bando "*Réinventer Paris*" [2] del 2014, all'interno del quale viene data molta importanza all'approccio di coinvolgimento della popolazione nella questione dell'innovazione sociale.
Viene richiesto quindi ai Concorrenti di ripensare la piazza del quartiere in funzione di una maggior fruibilità, prevedendo un diretto coinvolgimento dei cittadini e individuando soluzioni che rispondano alle reali esigenze degli stessi.

2. *Call for Innovative Urban Projects, Réinventer Paris, 2014, Part 1–Objectives Of The Call For Innovative Urban Projects, 3.3-Innovation is about participation and consultation.*

"L'iniziativa e la partecipazione dei cittadini devono essere aumentate, poiché i cittadini possono migliorare la città con i loro contributi, idee ed esperienze. I leader del progetto devono coinvolgere le parti interessate della città e dei suoi quartieri; l'obiettivo è mettere in atto meccanismi che le coinvolgano nella definizione delle aspettative e delle scelte delle soluzioni."
REINVENTER PARIS,2014.

I principali punti che i Concorrenti dovranno analizzare e per i quali dovranno trovare soluzioni adatte sono:

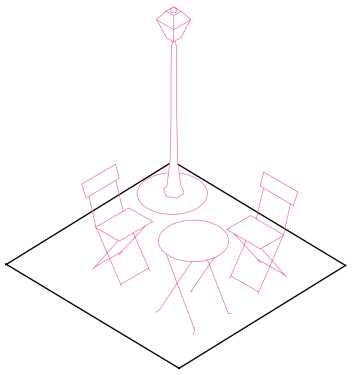
- il ripristino della pavimentazione ammalorata, per una maggiore fruibilità, e la definizione di nuove pavimentazioni.
- l'integrazione o sostituzione di panchine, come da modello al punto 8. *Arredo urbano, Panchine*.
- il potenziamento dell'illuminazione, con l'introduzione di lampioni come da modello al punto 8. *Arredo urbano, Illuminazione bassa*.
- l'eliminazione di situazioni di disordine e degrado.
- la posa di strutture mobili ed elementi di aggregazione.
- l'utilizzo di materiali a basso costo.
- il mantenimento di una parte di piazza dedicata ai dehors dei locali, senza ingombro di piantumazioni, di una profondità minima di 7 metri, da calcolare come distanza dal filo facciata degli edifici, come da schema al punto 8.*Arredo urbano, Dehors tipo leggero*.
- un incremento delle aree verdi con la piantumazione di nuovi arbusti e alberature (rispettando le regole presenti al punto *6.Vegetalizzazione, Piazza*).
- perimetrazione del lato a nord, adiacente alla *Rue Sainte Marthe*, con transenne da modello al punto 8.*Arredo urbano, Dissuasori.*



scala 1:500

8

Arredo urbano



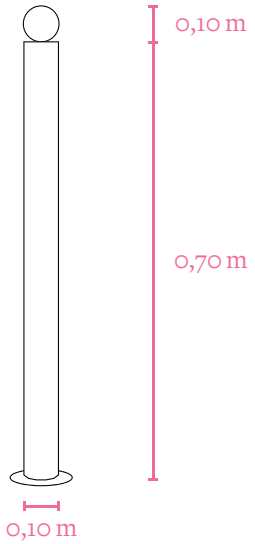
L’arredo urbano svolge una funzione di primaria importanza per la qualità delle città: esso deve rappresentare il risultato di uno studio scrupoloso e completo di aspetti estetici e pratici della vita nella città e nei quartieri, e deve perseguire lo scopo di migliorare la qualità degli spazi pubblici.
L’obiettivo di questo punto è quello di uniformare gli elementi di arredo urbano e introdurne di nuovi per valorizzare l’identità del quartiere di *Sainte-Marthe*, attraverso schede grafiche, di facile consultazione, che definiscono le indicazioni, le prescrizioni e le dimensioni da utilizzare dai Concorrenti per la progettazione e il ripristino dell’arredo urbano.

Navigatore per le collocazioni e legenda per la natura degli elementi.

scala 1:2000

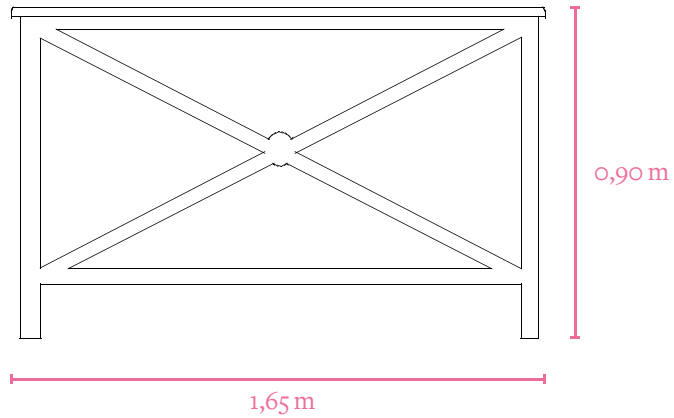
Da mantenere
Da implementare
Nuovo

DISSUASORI



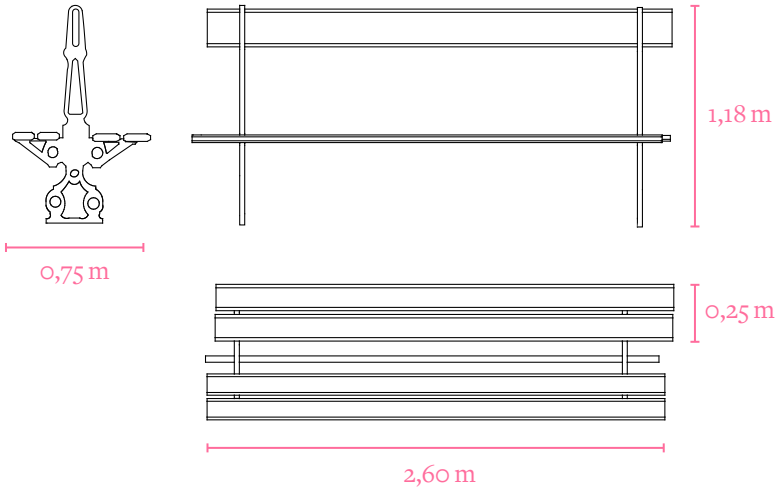
Descrizione	Paletto di forma cilindrica con sfera ornamentale
Materiali	Ghisa
Colore	Verde RAL 6009
Prescrizioni	Interasse tra elementi di 2 m, distanza 0,05 m dal cordolo del marciapiede (vedi rappresentazione al punto *4.Sezioni urbane*). Da inserire su tutti i marciapiedi.

DISSUASORI



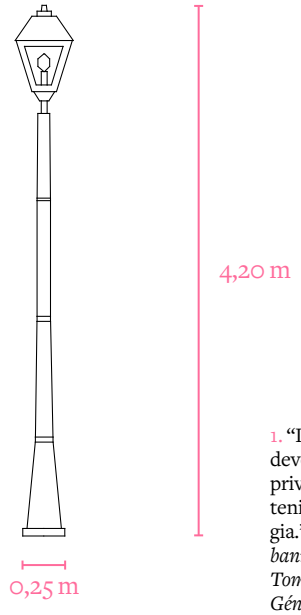
Descrizione	Transenna
Materiali	Ghisa
Colore	Verde RAL 6009
Prescrizioni	È consentita la collocazione di transenne sul lato nord-ovest della piazza rivolto su *Rue Sainte-Marthe*, per garantire una barriera di sicurezza e per convogliare i pedoni verso una zona più “sicura”. Da utilizzare nella piazza *Sainte-Marthe* a una distanza di 0,30 m dal cordolo del marciapiede, come previsto al punto *7.Piazza*).

PANCHINE



Descrizione	Panchina
Materiali	Legno Ghisa
Colore	Verde RAL 6009 (verniciatura legno) Grigio RAL 7004
Prescrizioni	Da collocare sulla Piazza *Sainte-Marthe*. Non è consentito l'impiego di materiale plastico né l'inserimento di messaggi pubblicitari sulle sedute. Tutti gli elementi devono essere trattati per resistere alla corrosione.

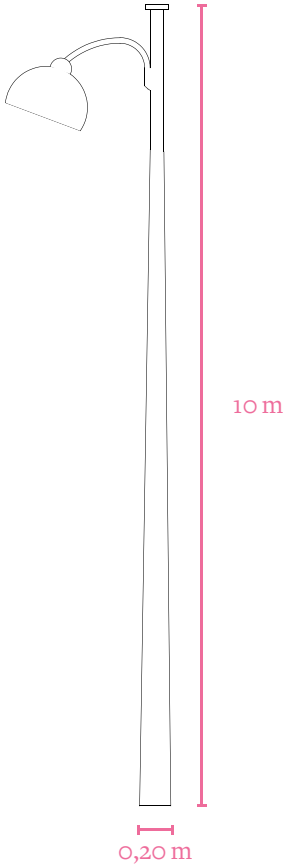
ILLUMINAZIONE BASSA



Descrizione	Lampione
Materiali	Ghisa Vetro
Colore	Verde RAL 6009 (verniciatura)
Prescrizioni	Da collocare sulla Piazza *Sainte-Marthe*. È consentita l'istallazione dei corpi illuminanti solo dopo un preventivo studio illuminotecnico.

1. "I dispositivi tecnici devono essere scelti privilegiando il contenimento dell'energia." *Plan Local d'Urbanisme, Réglément Tome 1, Zone Urbaine Générale, UG.15.3–Performances énergétiques et environnementales des constructions*, Luglio 2016.

ILLUMINAZIONE ALTA



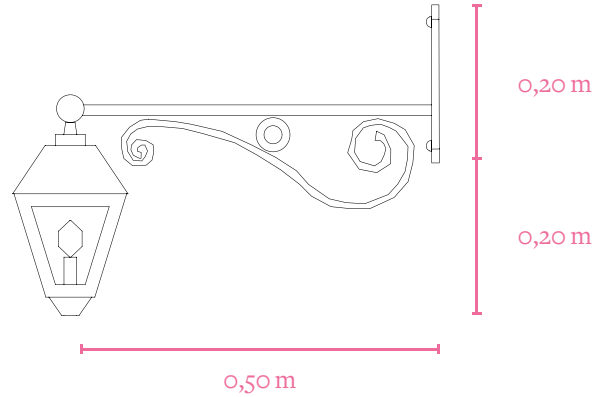
Descrizione Lampione

Materiali Ghisa
Vetro

Colore Verde RAL 6009 (verniciatura)

Prescrizioni Da collocare sul perimetro della Piazza *Sainte-Marthe*, in prossimità della via Sainte-Marthe. È consentita l'istallazione dei corpi illuminanti solo dopo un preventivo studio illuminotecnico.

ILLUMINAZIONE SU EDIFICI



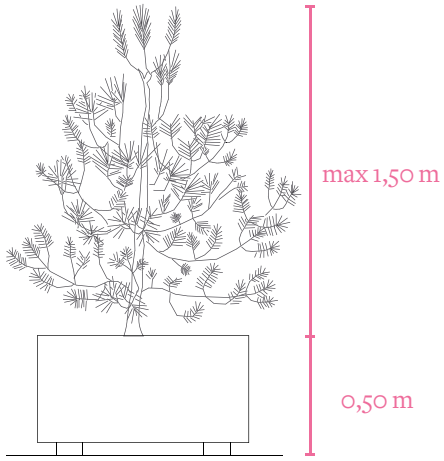
Lampione *Descrizione*

Ghisa
Vetro *Materiali*

Verde RAL 6009 (verniciatura) *Colore*

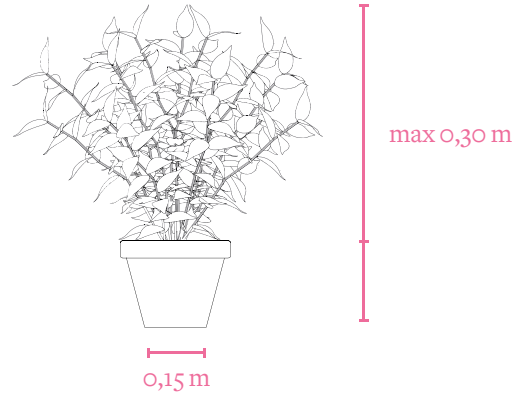
Da collocare sulla facciata degli edifici delle vie del quartiere *Sainte-Marthe*, a un altezza dal piano stradale di 5 metri, con un intervallo tra gli elementi di 10 metri. È consentita l'istallazione dei corpi illuminanti solo dopo un preventivo studio illuminotecnico. *Prescrizioni*

PIANTE IN VASO
PER CORTI INTERNE



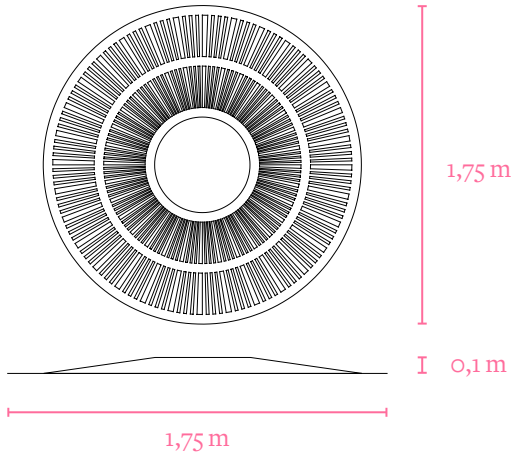
Descrizione	Vaso di medie dimensioni
Materiali	Terracotta
Colore	Marrone RAL 8029
Prescrizioni	Da collocare nelle corti interne dei lotti del quartiere *Sainte-Marthe*, a una distanza minima dal filo facciata di 0,50 m, come da schema presente al punto *6.Vegetalizzazione*. La loro installazione non deve ostacolare in alcun modo la percorrenza pedonale, perciò la loro manutenzione deve essere assidua.

PIANTE IN VASO
PER ESTERNO



Descrizione	Vaso di piccole dimensioni
Materiali	Terracotta
Colore	Marrone RAL 8029
Prescrizioni	Da collocare sui dissuasori presenti sui marciapiedi delle vie del quartiere *Sainte-Marthe*. La loro installazione non deve ostacolare in alcun modo la percorrenza pedonale, perciò la loro manutenzione deve essere assidua.

GRIGLIE PER ALBERI



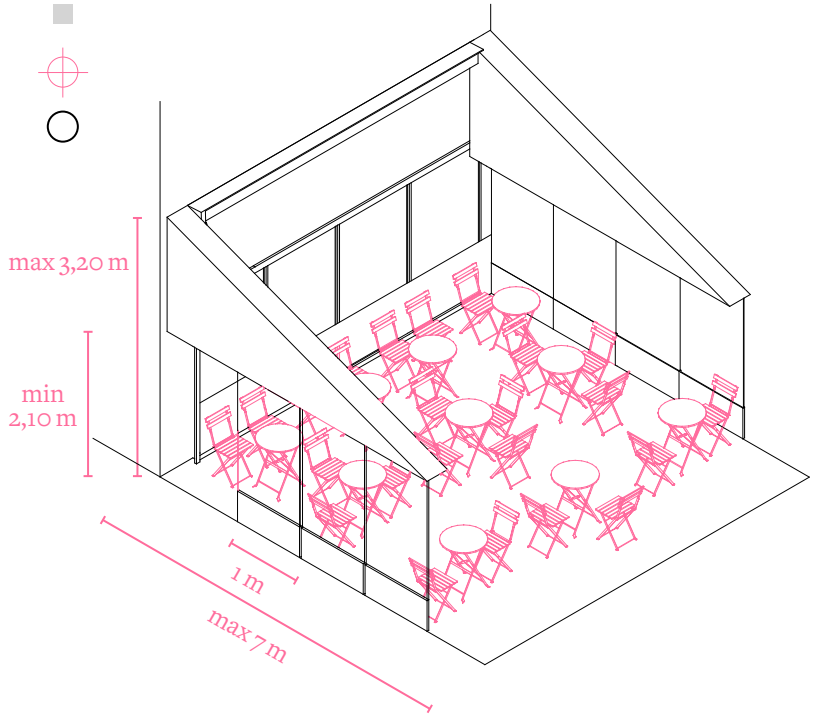
Descrizione Griglia per alberi

Materiali Ghisa
Acciaio

Colore Nero RAL 9017 (verniciatura)

Prescrizioni Da collocare alla base degli alberi della Piazza *Sainte-Marthe*, dopo aver stabilito la specie arborea da utilizzare.

DEHORS TIPO LEGGERO



Descrizione Dehors per occupazione di suolo pubblico. Copertura in tessuto e pareti vetrate. Aspetto lineare e il più trasparente possibile

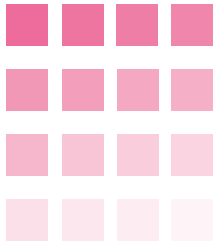
Materiali Acciaio, Alluminio
Plexiglas, Tessuto

Colore È concesso l'utilizzo di un solo colore per il tessuto selezionato.

Prescrizioni È vietato l'inserimento di pedane o recinzioni. I tavoli e le sedie devono essere di forma semplice e lineare e possono essere di colori differenti.

9

Colore



I colori delle facciate e degli edifici parigini sono tendenti ai toni ocra, grigio caldo, beige chiaro, rosa tenue e conferiscono alla città la sua tonalità tipica. Il rispetto di questa tonalità prevalente e la mancanza di un vero e proprio "piano del colore", presente invece ad esempio per i centri storici delle città italiane, non vieta l'uso di materiali e colori che possono essere inseriti nel tessuto esistente. Nel *Plan Local d'Urbanisme*, alla sezione " Materiali, colori e rilievi" si trovano indicazioni secondo le quali "*La scelta e il colore dei materiali possono essere imposti quando la costruzione è in una sequenza di architettura omogenea*" [1] : in questo caso più che architettura omogenea si parla di identità data al quartiere grazie ai differenti colori utilizzati nelle facciate del *rez-de-chaussèe*.
L'obiettivo di questo punto è fornire ai Concorrenti una scala di colori RAL attualmente utilizzati nei piani terra del quartiere, in modo tale da orientare le proposte di progetto secondo una *palette* che non stravolga completamente l'identità del quartiere, ma, piuttosto, che la rafforzi.

Ciò che rende unico il quartiere di *Sainte-Marthe* sono proprio i colori accesi delle facciate del *rez-de-chaussèe*, i quali rendono vivace l'atmosfera e fanno assomigliare il quartiere ad un piccolo borgo. *Rue Sainte-Marthe*, in particolare, risulta la via più caratteristica per la gamma cromatica e dà anche il nome al quartiere.
Per raggiungere questo obiettivo ai Concorrenti è richiesto, nell'atto della riqualificazione delle facciate del piano terra del quartiere, di mantenere, nelle proposte di progetto, i colori già presenti per i locali della *Rue Sainte-Marthe*, e di selezionare questa gamma cromatica anche per le facciate del piano terra dell'altra via principale del quartiere, *Rue Jean et Marie Moinon*, in cui le facciate non presentano una vivacità di colori come quelle della via parallela.
In tal modo, si ripropone una gamma di colori già nota che conferisce ancora più spessore al quartiere e ne rafforza l'identità.
Le sezioni urbane in seguito presentate danno indicazioni riguardo alla tinta RAL [2] presente ai locali del piano terra di *Rue Sainte-Marthe*.

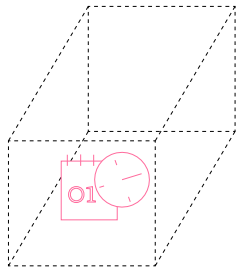
1. *Plan Local d'Urbanisme, Réglément Tome 1, Zone Urbaine Générale, UG.11.1.3 - Constructions nouvelles, 4°-Matériaux, couleurs et reliefs*, Luglio 2016.

2. RAL è un termine usato per definire una scala di colori normalizzata usata principalmente nell'ambito delle vernici e dei rivestimenti; visitata il 7 giugno 2020. *https://it.wikipedia.org/wiki/RAL_(scala_di_colori)*

Rue Sainte-Marthe

10

Costruzioni temporanee



Il "negozio a tempo", noto come *pop-up store*, è uno spazio di vendita a breve termine che dura giorni o settimane prima della chiusura; si tratta di un esercizio temporaneo, collocato in zone particolarmente in vista della città, di piccole dimensioni ma in grado di attirare l'attenzione dei consumatori e dei passanti [1]. Sull'onda della tendenza del cosiddetto *pop-up retail*, viene richiesto ai Concorrenti di creare un evento effimero all'interno del quartiere, tramite la progettazione di uno spazio espositivo temporaneo che permetta un'esposizione dei prodotti degli artigiani e dei commercianti del piano terra del quartiere di *Sainte-Marthe*.
L'obiettivo è, oltre ad animare un luogo e rigenerare lo spazio, rendere concrete e visibili le produzioni artistiche e commerciali che contribuiscono all'identità del quartiere.

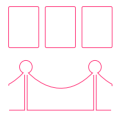
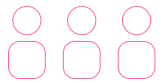
1. *Pop-up retail*, visitata il 3 giugno 2020. *https://en.wikipedia.org/wiki/Pop-up_retail*

Ai Concorrenti è richiesto di proporre una struttura, che possa essere collocata nella Place Sainte-Marthe, che rispetti le seguenti caratteristiche:
- deve essere una struttura unica
- area massima occupata dalla struttura 10 mq
- deve essere facilmente montabile e smontabile
- i materiali impiegati devono essere sostenibili
- le superfici della struttura devono essere rigorosamente vegetalizzate, secondo l'obiettivo esposto al punto *6.Vegetalizzazione*, *"Viene richiesto ai Concorrenti di sfruttare ogni superficie possibile per aggiungere vegetazione pubblica* [...]".

La struttura, progettata dai Concorrenti, sarà posizionata nella piazza ogni mese, per la durata di dieci giorni, e accoglierà le opere e la produzione artistica degli artigiani e dei commercianti del quartiere. In questo modo, ogni due settimane, ogni proprietario di un locale commerciale al piano terra avrà la possibilità di esporre la sua produzione per una durata definita, per animare lo spazio della piazza e per divulgare la sua produzione artistica.
Ai Concorrenti è inoltre richiesto di collaborare con l'*Association Saint Louis-Sainte-Marthe* per la definizione di un calendario dei turni delle esposizioni, le quali saranno organizzate a partire da

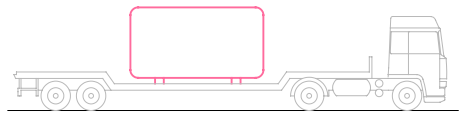
1. *Plan Local d'Urbanisme, Réglément Tome 1, Zone Urbaine Générale, UG.11.1.3 - Constructions nouvelles, 4°-Matériaux, couleurs et reliefs*, Luglio 2016.

Aprile 2021, per una durata indefinita. La tassa per l'occupazione del suolo pubblico sarà a carico del Comune di Parigi e del Sindaco del 10° arrondissement.

DIMENSIONI	FUNZIONE	CAPIENZA
		
area massima 10 mq altezza massima 3 m	esposizione	tre persone alla volta

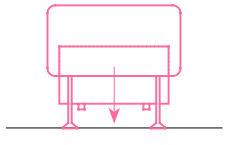
I Concorrenti dovranno fornire indicazioni riguardo al reperimento dei materiali, al loro trasporto, alla loro gestione e manutenzione, e riguardo al montaggio della struttura.

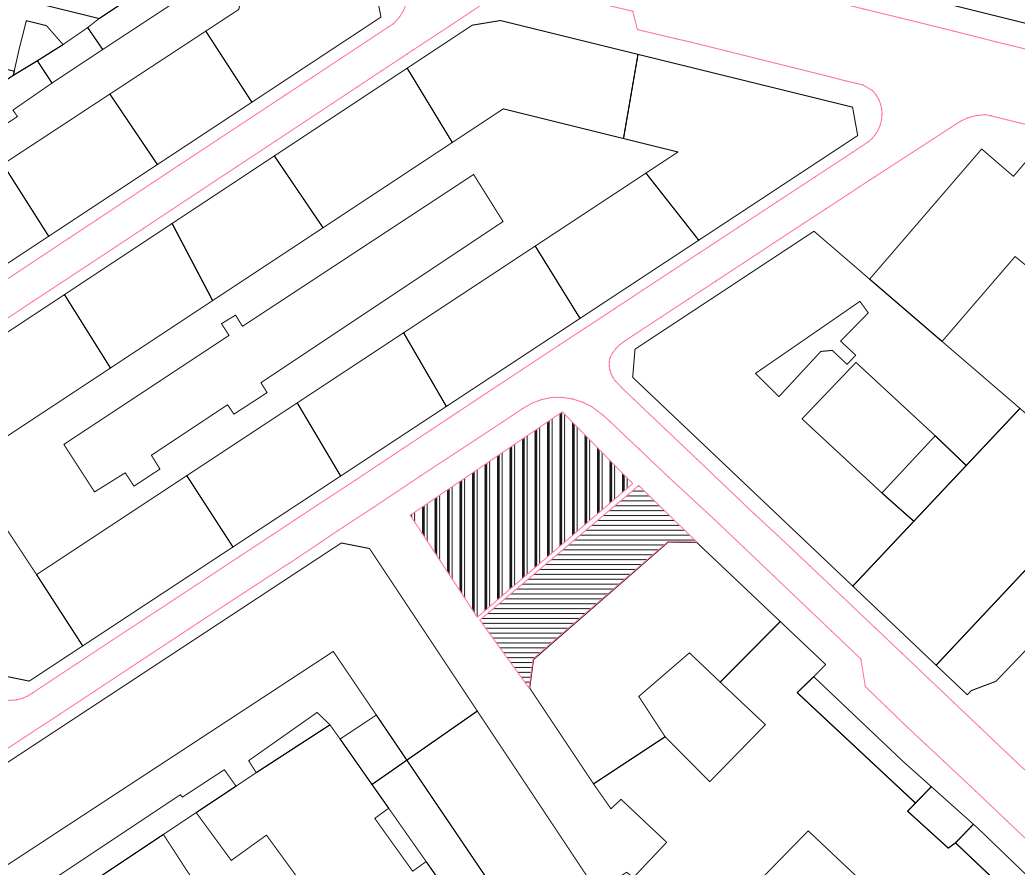
TRASPORTO



SCARICO

MONTAGGIO





scala 1:800

spazio per dehors

spazio per costruzioni temporanee

conclusioni
e possibili sviluppi futuri

Il *rez-de-chaussée* di ogni città, seppur possa risultare un organismo semplice, in quanto conosciuto e vissuto da tutti, è, in realtà, un sistema complesso ed articolato, in continuo mutamento, la cui animazione dipende in gran parte dai locali commerciali e dalle loro configurazioni spaziali.

Il lavoro di ricerca sviluppato ha preso avvio da determinati quesiti relativi proprio ai locali commerciali del piano terra e alle relazioni che questi spazi instaurano con quelli pubblici della città di Parigi.

Lo studio dei documenti ufficiali prodotti dall'*Atelier Parisien d'Urbanisme* è risultato una base più che solida per l'avvio della ricerca e ha fornito dati importanti per la comprensione della situazione attuale in cui si trovano i commerci parigini. In prima istanza, lo studio è servito all'identificazione di alcune criticità comuni, presenti in molti locali del piano terra; l'osservazione diretta della cartografia, prodotta da questo Ente, e la sua succes-

siva rielaborazione hanno permesso di ridurre il campo di ricerca e d'azione ad un particolare quartiere della città, affetto in particolar modo dalle suddette problematiche commerciali.

Il successivo dialogo con la realtà selezionata e con le associazioni di quartiere, in sostituzione all'esperienza diretta sul campo, impraticabile a causa dei recenti sviluppi legati all'emergenza sanitaria, ha sensibilizzato lo studio e ha messo in luce ulteriori criticità del sito, dimostrando ancor di più l'urgenza della ricerca di nuove soluzioni.

Il bando di concorso, vero punto centrale di questa ricerca, formulato e strutturato con l'aiuto degli strumenti di Project Management, tenta di dare una risposta a queste reali esigenze individuate tramite l'analisi e il dialogo.

Il fine del lavoro di ricerca è triplice.

In primis, tramite l'utilizzo di un bando di concorso si intende promuovere un maggiore impiego dei concorsi di architettura nei progetti pubblici, dimostrando che essi rappresentano un reale vantaggio.
Innanzitutto si tratta di strumenti determinanti per il conseguimento della qualità architettonica: tramite essi è possibile attuare una sensibilizzazione verso il tema della costante cura e riqualificazione degli spazi urbani.

Il loro utilizzo può assicurare, come è stato dimostrato nella presente tesi, una sinergia tra chi "decide" il progetto e chi ne "beneficia", tra gli enti banditori e le realtà locali, evitando quindi che queste ultime subiscano una progettazione calata dall'alto attraverso un'azione coercitiva dei decisori in questione. Le realtà locali possono, e devono, essere coinvolte fin dall'inizio per il raggiungimento di un risultato di successo.

Questo implica, di conseguenza, la necessità di impiegare, per la formulazione e strutturazione dei bandi, soggetti in possesso di una specifica preparazione, in grado di porsi come interlocutori, dalla fase iniziale sino alla realizzazione dell'opera. Questi soggetti devono inoltre essere in grado di proporre e delineare delle linee guida di intervento che siano formulate *ad hoc* per il contesto in esame. Gli unici ad avere le competenze con le quali strutturare e orientare interventi di questa portata sono gli architetti, e gli stessi enti pubblici dovrebbero servirsi maggiormente di loro per redigere i bandi di concorso.
L'intento è anche quello di mostrare l'importanza delle figure a cui il bando è rivolto. È per il raggiungimento di questo obiettivo che si è scelto di formulare un bando "alla francese": la presenza in Francia della *Loi sur l'architecture* attribuisce agli architetti un ruolo di primo piano e assegna al progetto un ruolo centrale nei processi di trasformazione del territorio.

L'*output* è quindi quello di promuovere concorsi di architettura che garantiscano chiarezza, trasparenza e qualità, nei quali la figura dell'architetto assuma il ruolo di direttore d'orchestra di un progetto che tiene conto di diverse componenti, e che, se strutturato sulla base delle sue competenze, può risultare una vera e propria guida per interventi sul territorio. Nel bandire concorsi di questo tipo la figura dell'architetto spiccherebbe come unica soluzione rispetto a figure professionali concorrenziali, che non potrebbero farsi carico di tutti gli aspetti secondo una visione d'insieme così allargata.

Un ulteriore punto di forza del presente bando è la mescolanza di un *modus operandi* all'italiana con uno alla francese.
Regole progettuali come il rapporto aeroilluminante per i locali presuppongono un grande studio del comfort abitativo che ha permesso, in Italia, dopo tanti anni di abusivismo edilizio, di arrivare a stabilire che per far star bene una persona all'interno di un locale vi è la necessità di una metratura minima di superficie trasparente. L'introduzione, nelle linee guida del bando, di questa norma, come anche di quella relativa al colore delle facciate, prettamente di stampo italiano, vuole sopperire ad alcune mancanze individuate nelle regolamentazioni francesi. Questa integrazione ha rappresentato un grande vantaggio, poichè ha portato alla definizione di più complete e dettagliate regole progettuali.

project management

In secondo luogo, nel bando si intende presentare la componente innovativa dell'impiego degli strumenti di Project Management. Non vi sono precedenti, nella storia dei bandi di concorso di architettura, dell'utilizzo dei suddetti strumenti applicati a questo determinato contesto.
Il loro impiego nella presente tesi dimostra sicuramente un successo, in quanto essi consentono di affrontare la complessità della costruzione del bando.
Il vero vantaggio che deriva dal loro uso è legato a due fattori: da un lato, essi facilitano, per coloro che si occupano di redigere il bando, la strutturazione e l'individuazione delle fasi e delle attività previste.
Dall'altro, essi offrono, a coloro che leggono e interpretano il bando, elaborati semplici e di facile lettura che chiarificano i processi e le procedure concorsuali (come la *Work breakdown structure* e il *diagramma di Gantt*). Questi documenti, se introdotti in un qualsiasi bando di concorso, semplificano la comprensione dei significati e dei risultati attesi da parte dei futuri partecipanti.
Anche a conclusione della procedura di concorso, in fase di Giuria e valutazione, essi apportano un valore aggiunto, in quanto risultano utili per decretare il vincitore a seconda della fattibilità del piano d'azione proposto, non solamente in base a una critica estetica e funzionale del progetto presentato.
Questa banale integrazione a ogni bando di concorso di architettura semplificherebbe la fase relativa alla Commissione Giudicatrice e ai Criteri di valutazione, andando quindi a snellire le pratiche successive.

decalogo

Infine, l'obiettivo è fornire, tramite il *Decalogo* a chiusura del Bando, possibili linee di intervento a partire dall'enunciazione di determinate regole progettuali.
Il decalogo vuole essere una sintetica "guida", meritevole di futuri studi e ampliamenti, stilata nel tentativo di dare una risposta alle domande di ricerca iniziali dalle quali è scaturito il lavoro.
Questa guida vuole orientare il progettista nella risoluzione dei problemi individuati, delineando innanzitutto i requisiti fondamentali e le questioni principali da affrontare, indicando, poi, una possibile direzione, flessibile ed aperta ad interpretazioni, per definire la soluzione progettuale specifica più efficiente.

L'obiettivo principale del decalogo, nonché della tesi nella sua totalità, corrisponde tuttavia ad una visione strategica di intervento ad una scala maggiore, che va oltre all'intervento per un singolo quartiere, e si proietta su una questione generale estendibile a tutta la città.
Il decalogo, infatti, propone un abaco di molteplici soluzioni da utilizzare nel contesto in questione, ma da tenere in considerazione anche in previsione di una possibile estensione dell'area da riqualificare, con il fine ultimo di configurare un carattere uniforme per gli interventi di questo tipo.

Inoltre, affrontando il tema delle problematiche commerciali individuate inizialmente e il rapporto tra il piano terra e la città, si vuole dimostrare che, ricercando una qualità architettonica e spaziale dei locali commerciali al piano terra, si ricerca inevitabilmente anche una qualità dello spazio pubblico. Entrambe le parti si arricchiscono e traggono giovamento reciprocamente dall'animazione e dalla qualità.

Sarebbe interessante proseguire e ampliare la ricerca su cinque possibili fronti.
Innanzitutto, sul fronte della stesura del Bando, in vista di una sua reale pubblicazione, ampliando e approfondendo la sua strutturazione e inserendo ulteriori sezioni e paragrafi, con il fine di presentare un "progetto" caratterizzato da concretezza e organicità della struttura.

In seconda istanza, si potrebbe attuare una più approfondita applicazione degli strumenti di Project Management: a partire da una più precisa definizione del ruolo della figura del Project Manager e delle sue responsabilità, si potrebbe introdurre nel Bando di concorso una sezione relativa ai Costi di progetto, (non trattata nel presente bando in quanto di difficile stima), in modo tale da offrire un progetto completo e dettagliato in tutte le sue parti, e per poter valutare le proposte progettuali anche sulla base di questo parametro.

Inoltre, la possibilità di avere le piante architettoniche dei locali al piano terra del quartiere analizzato permetterebbe uno studio più approfondito delle modifiche interne, studio che viene affrontato nel presente bando secondo linee guida generali proprio per la mancanza di questi documenti.

In aggiunta, nell'ottica di offrire una panoramica quanto più completa dei dispositivi e delle strategie possibili, sarebbe opportuno, in seguito a un'attenta analisi delle esigenze generali del quartiere, estendere la lista delle Linee guida, ampliando quindi il Decalogo. Attraverso l'inserimento di elementi non necessariamente legati allo sviluppo dello spazio pubblico e dei locali commerciali, ma anche, ad esempio, alla riqualificazione generale dell'area, sarebbe possibile articolare in modo più strutturato e dettagliato le richieste e definirne meglio gli aspetti più tecnici.

In ultima analisi, possibili sviluppi futuri potrebbero riguardare uno studio a più vasta scala del fenomeno della vacanza e, in generale, delle problematiche commerciali emerse.
Come espresso in precedenza, questi fenomeni colpiscono molti locali del piano terra della città di Parigi; sarebbe utile svolgere uno studio più dettagliato sulle cause e proporre soluzioni studiate *ad hoc* per ogni quartiere della città, sempre tenendo in considerazione che si tratta di spazi necessari e fondamentali per l'animazione e il valore delle città.

bibliografia

LETTERATURA

Codeluppi V., *Lo spettacolo della merce, I luoghi del consumo dai passages a Disney World,* Bompiani, 2000.

Jacobs, J., Vita e morte delle grandi città, Torino: Einaudi, 2009.

Koolhaas, R., Chuihua, J. C., *The Harvard Design School Guide to Shopping / Harvard Design School Project on the City 2,* 2000.

Koolhaas, R., Harvard Design School Project on the City, Boeri, S. and Multiplicity, Kwinter S. and Fabricius D., Obrist H.U., Tazi N., *Mutations*, Actar, 2001.

Koolhaas, R., *Junkspace. Per un ripensamento radicale dello spazio urbano*, Macerata: Quodlibet, 2006.

Lefebvre, H., *Il diritto alla città,* Padova: Marsilio Editori, 1970.

PARIGI e i REZ-DE-CHAUSSÉE

Atelier International du Grand Paris (AIGP), *Habiter Le Grand Paris: Une Exploration de quelques principes d'intensification métropolitaine,* 2013.

Atelier International du Grand Paris (AIGP), STUDIO_013 Bernardo Secchi et Paola Viganò, *Habiter le Grand Paris. L'habitabilité des territoires: cycles de vie, continuité urbaine, métropole horizontale*, 2013.

Atelier Parisien d'Urbanisme (APUR), *Atlas de l'espace public parisien*, Gennaio 2017.

Fortier, B., La m*etropole imaginaire: un atlas de Paris*, Liège: Mardaga, 1989.

GRAU Architects, R*ez de ville – Rez de vie, Editi*ons du Pavillon de l'Arsenal, 2013.

Jallon, B., Napolitano, U., Boutté, F., *Paris Haussmann. A model's relevance*, Pavillon de l'Arsenal e Park Books, Zurich, 2018.

Lasalle, J.L., *Habiter le Grand Paris en 2030*, 2019.

Le Provost, A., *La Vi[ll]e au Rez-de-Chaussée, Angers,* 2017.

Mairie de Paris, *Plan Local d'Urbanisme, Paris, settembre 2006*.

Masboungi, A., *(Ré)aménager les rez-de-chaussée de la ville,* Paris: Le Moniteur, 2013.

Masboungi, A., *Le plaisir de l'urbanisme : Grand prix de l'urbanisme 2016,* Paris: Parentheses, 2017.

Petcou, C., et Petrescu, D., *Au Rez de chaussée de la Ville,* Multitudes, 2005/1 no 20, p. 75-87. DOI : 10.3917/mult.020.075.

Secchi, B., Viganò, P., *La Ville Poreuse, un project pour le Grand Paris et la métropole de l'après-Kyoto,*Genève: Métis presses, 2011.

Viganò, P., *New territories: situations, projects, scenarios for the European city and territory*, Roma: Officina, 2004.

I COMMERCI

Atelier Parisien d'Urbanisme (APUR), Observatoire du commerce à Paris, *L'évolution Des Commerces À Paris. Inventaire Des Commerces 2017 et Évolutions 2014-2017*, Marzo 2018.

Atelier Parisien d'Urbanisme (APUR), *Actualité 2018 sur le commerce à Paris*, Novembre 2018.

Atelier Parisien d'Urbanisme (APUR), A*ssurer la diversité commerciale. Les nouvelles règles du Plan Local d'Urbanisme de Paris*, Ottobre 2004.

Atelier Parisien d'Urbanisme (APUR), *Le commerce à Paris, Diagnostic et proposition,* Novembre 2015.

Atelier Parisien d'Urbanisme (APUR), *Les réseaux commerciaux poursuivent leur développement à Paris*,Agosto 2016.

Atelier Parisien d'Urbanisme (APUR), *Les réseaux commerciaux à Paris. Poids des réseaux en 2017/évolutions 2014-2017*, Aprile 2019.

Atelier Parisien d'Urbanisme (APUR), *Les transformations des locaux en rez-de-chaussée à Paris,* Gennaio 2008.

Atelier Parisien d'Urbanisme (APUR), Observatoire du commerce à Paris, *L'évolution Des Commerces À Paris. Inventaire Des Commerces 2011 et Évolutions 2007-2011*, Febbraio 2012.

Atelier Parisien d'Urbanisme (APUR), *Suivi des mutations commerciales sur 56 voies commerçantes parisiennes,* Note BDRues, 2016.

Institut d'aménagement et d'urbanisme de la Région d'île-De-France, *Quelle place pour les loisirs dans les espaces commerciaux franciliens?*, Maggio 2018.

Institut pour la Ville et le Commerce, *Créer un observatoire local de commerce. Guide pour les collectivités locales et leurs partenaires,* Giugno 2019.

Institut pour la Ville et le Commerce, *La vacance commerciale dans les centres-villes en France. Mesure, facteurs et premiers remèdes,* Maggio 2017.

Institut pour la Ville et le Commerce, *Les Nouvelles Formes De Commerce. Quels impacts pour les Villes et leurs politiques territoriales? Séminaire sur le développement commercial,* Settembre 2017.

Mairie de Paris, Architectes des Bâtiments de France du Service Départemental de l'Architecture et du Patrimoine-S.D.A.P. de Paris., *Charte des devantures commerciales*, Luglio 2007.

Mairie de Paris, *Contrat de ville*, Gennaio 2015.

Ministère De L'économie Et Des Finances, *Chiffres clés du commerce*, 2018.

Métropole du Grand Paris, Labo du Scot Métropolitain, *La protection du commerce et de l'artisanat dans le PLU parisien,* Dicembre 2018.

Morandi, C., *Il commercio urbano: esperienze di valorizzazione in Europa*, Maggioli Editore, 2011.

I QUARTIERI PRIORITARI DELLA CITTÀ DI PARIGI

Atelier Parisien d'Urbanisme (APUR), *Les commerces dans les quartiers de la politique de la Ville à Paris,* Gennaio 2020.

Atelier Parisien d'Urbanisme (APUR), *Les quartiers de la politique*

de la Ville du 10e arrondissement, Aprile 2019.

Atelier Parisien d'Urbanisme (APUR), *Les quartiers parisiens de la politique de la Ville, Contrat de Ville 2015-2020,* Gennaio 2016.

Mairie de Paris, *Politique de la Ville, Observatoire des quartiers parisiens,* 2006.

PROVVEDIMENTI

Atelier Parisien d'Urbanisme (APUR), *Bilan de la concertation "Paris'Commerces"*, Ottobre 2016.

Atelier Parisien d'Urbanisme (APUR), *Espaces publics inclusifs, un héritage des jeux de Paris 2024. Vers une accessibilité pour tous de paris*, Marzo 2020.

Atelier Parisien d'Urbanisme (APUR), *La ville autrement. Initiatives citoyennes/Urbanisme temporaire/Innovations publiques/Plateformes numériques*, Luglio 2017.

Atelier Parisien d'Urbanisme (APUR), SEMAEST, *La revitalisation des commerces de proximité par la Ville de Paris,* Report, 2013.

Institut d'Aménagement et d'Urbanisme (IAU), *L'appel à projets urbains innovants: nouvel équilibre public-privé, nouveaux acteurs,*Ottobre 2018.

Institut pour la Ville et le Commerce, *Temps des villes, temps des courses*, Marzo 2015.

10e ARRONDISSEMENT

Atelier Parisien d'Urbanisme (APUR), *Atlas de l'espace public parisien, 10e arrondissement*, Gennaio 2017.

Atelier Parisien d'Urbanisme (APUR), *Paris et ses quartiers, 10e arrondissement*, 2001.

Mairie de Paris, *Contrat De Ville 2015-2020. Projet De Territoire, Quartiers Des Portes Du 10E - Buisson Saint Louis/Sainte Marthe/ Grange Aux Belles,* 2015.

QUARTIERE SAINTE-MARTHE

Calvarin, C., *La naissance d'une cité ouvrière sous le second empire. Le territoire du comte de Madre,* Société française d'histoire urbaine, « Histoire urbaine », 2013/1 n° 36 | pp. 105-132.

Élogie-Siemp, *Un quartier sorti de l'insalubrité dans le 10e arrondissement*, Gennaio 2017.

ARTICOLI DI GIORNALE e RIVISTE

Le droit au rez-de-ville, Urbanisme, n°414, Autunno 2019.

https://www.humanite.fr/paris-les-artistes-et-artisans-du-quartier-sainte-marthe-veulent-rester-dans-la-place-681355

https://www.leparisien.fr/paris-75/paris-les-artistes-de-la-rue-sainte-marthe-pousses-vers-la-sortie-05-09-2019-8146254.php

https://www.leparisien.fr/paris-75/paris-le-peintre-de-la-rue-sainte-marthe-se-bat-pour-rester-14-05-2019-8071923.php

https://www.leparisien.fr/paris-75/paris-les-artisans-du-quartier-sainte-marthe-vont-faire-du-bruit-pour-leur-survie-10-01-2020-8233443.php

https://www.leparisien.fr/paris-75/le-quartier-sainte-marthe-renait-22-02-2013-2587369.php

DOCUMENTI AUDIOVISIVI

https://www.franceculture.fr/emissions/sur-les-docks/des-lieux-et-des-hommes-24-sainte-marthe-ou-lesprit-du-lieu

https://soundcloud.com/liberte-sur-paroles/sainte-marthe-les-artistes-et-habitants-veulent-vivre-et-travailler-dans-un-paris-populaire

https://m.facebook.com/watch/?v=3804479119577495&_rdr

https://www.youtube.com/watch?v=7KBMpJC1wKM

https://www.youtube.com/watch?v=-yiMLeXlQag&feature=youtu.be

BANDI DI CONCORSO

https://www.europan-europe.eu/

http://www.scalimilano.vision/

http://www.reinventer.paris/

https://www.c40reinventingcities.org/

http://imagine.angers.fr/

https://www.professionearchitetto.it/concorsi/archivio/File/2019/11/pirelli-39-bando.pdf

https://www.archiportale.com/news/2019/12/concorsi/il-concorso-di-progettazione-pirelli-39_73699_30.html

Consulta Regionale Lombarda degli Ordini degli Architetti, *Linee guida per la redazione di bandi di concorso di architettura*, 2013.

PROJECT MANAGEMENT

Archibald, R.D., *Project management. La gestione di progetti e programmi complessi*, Franco Angeli, 2019.

Azzariti, F., *Manuale di economia e organizzazione aziendale. Strumenti, teorie, modelli di analisi*, Libreriauniversitaria.it edizioni, 2013.

Bartezzaghi, E., *L'organizzazione dell'impresa Processi, progetti, conoscenza, persone*, ETAS, Milano, 2010.

Bencini, F., Ferragina, V., *Il project management: tecniche e strumenti,Contabilità finanza e controllo*, 2009.

SITOGRAFIA

https://apur.org/fr

https://www.gieparisccommerces.fr/

https://www.legifrance.gouv.fr/

https://www.institut-ville-commerce.fr/

https://www.insee.fr/fr/accueil

https://observatoiregrandparis.org/

https://www.institutparisregion.fr/

https://www.ateliergrandparis.fr/12cles/index.php

https://www.semaest.fr/

http://conseilsdequartiersparis10.org/faubourg-du-temple-hopital-saint-louis/commissions/cadre-de-vie/conference-de-presse-quartier-sainte-marthe-926

http://menil.info/Preservons-Sainte-Marthe

https://www.change.org/p/anne-hidalgo-pr%C3%A9servons-sainte-marthe-paris-xe-quartier-populaire-d-art-et-d-artisanat

http://www.cadredevie.paris/preservons-sainte-marthe-quartier-populaire-dart-et-dartisanat/

https://www.informationsrapidesdelacopropriete.fr/gestion-et-maintenance/2739-cced-nd1-reportage-sainte-marthe-jean-moinon-administration-judiciaire-exemplaire?showall=1

https://www.surla2.fr/2020/01/17/la-rue-sainte-marthe-symbole-de-lenvolee-des-loyers-parisiens/

https://www.mairie10.paris.fr/actualites/exposition-du-23-janvier-au-20-fevrier-2020-artistes-et-artisans-du-quartier-sainte-marthe-investissent-la-mairie-978

IMMAGINI

pp. 152-157 fotografie di Marina Chef

pp. 202-205; 212 e 213 fotografie di Remy Carteret

ringraziamenti

Giunta al termine del mio percorso accademico, vorrei dedicare un pensiero a quelle figure che mi hanno supportato durante questo periodo e, più in generale, durante gli anni universitari.

Desidero ringraziare il mio relatore, il professor *Alberto Bologna*, per aver creduto in questa tesi fin dall'inizio e per essere riuscito a consigliarmi al meglio e in maniera obiettiva in ogni situazione. Nonostante gli sviluppi recenti abbiano provocato un leggero cambio di rotta relativo al tema della tesi, egli è riuscito, in maniera lungimirante, ad indicarmi una soluzione e una strada alternativa da seguire, che ho percorso con molto interesse e dedizione, appassionandomene ogni giorno di più.
Grazie per la sua professionalità, per la tempestività, per la precisione, per i preziosi suggerimenti e i punti di vista nuovi che ha saputo ogni volta presentarmi.

Un ringraziamento va anche al mio correlatore, il professor *Stefano Pedrini*, per essersi dimostrato disponibile e interessato allo sviluppo della tesi e per avermi aiutata ad aggiungere spessore allo studio grazie ai suoi consigli motivanti, che hanno allargato l'orizzonte verso possibili studi e lavori futuri.
Grazie a entrambi per avermi seguita con costanza in questi mesi complicati un po' per tutti.
Ci tengo a ringraziare anche il professor *Manfredo Di Robilant*, poichè è grazie a lui che il mio interesse per il tema della tesi è diventato concreto.

Grazie a mio *Papà*, per avermi sempre sostenuta e per avermi lasciata libera di scegliere (e sbagliare) con la mia testa a ogni bivio che questi anni universitari mi hanno presentato. Ti sarò sempre grata per avermi permesso di arrivare fin qui, ed è solo grazie a te se ho avuto la possibilità di trascorrere cinque bellissimi mesi a Parigi. Grazie per essere un grande esempio ed un grande papà: sei il mio porto sicuro, da sempre e per sempre.

Grazie ad *Alessandro*, per avermi insegnato a voler essere giorno per giorno una persona migliore. Sei riuscito a tirare fuori il meglio di me e con te ho imparato a cercare sempre il lato positivo nelle cose. Se sono cresciuta tanto in questi anni è in parte grazie a te. Tu mi hai dato la conferma che le avversità possono essere più semplici da affrontare e il mondo può essere più bello se hai la persona giusta al tuo fianco.

Grazie alla mia famiglia che, seppur lontana fisicamente, mi ha sempre sostenuta e incoraggiata in questi anni. In particolare un grazie va a *Ziale* e *Madrina*, che sono sempre state pronte a gioire insieme a me per i traguardi raggiunti.

Grazie alle amiche di sempre, *Stefania* e *Jennifer*, per esserci sempre e per volermi bene per quella che sono; sono grata per la vostra amicizia perchè riuscite a dimostrarmi ogni giorno che l'affetto vero e sincero non ti abbandona mai e va oltre ai cambiamenti che la vita ti propone.
Grazie a *Sergio*, *Gigi* e *Richi*, perchè senza di voi questi anni non sarebbero stati gli stessi; ognuno in modo diverso, siete riusciti a lasciarmi qualcosa di speciale e prezioso. Grazie per aver condiviso con me le esperienze più importanti e per aver portato leggerezza anche nelle situazioni più pesanti.
Grazie a *Cle*, per la tua positività che in tante situazioni mi ha soccorsa e mi ha aiutata a superare momenti difficili.
Grazie a *Vale*, per le risate, la vivacità e la spensieratezza che hai portato quando ce n'era più bisogno.
Grazie a *Sissi*, per avermi sempre capita nel profondo.
Grazie a *Manu*, per la sincerità e l'autenticità dei momenti passati insieme.
Grazie a *Giuli*, per i validi consigli e le molteplici revisioni dei testi, e grazie a *Glo*, per il sostegno morale e le risate infinite.
Grazie ai miei amici dell'Erasmus, perchè è con voi che ho condiviso una delle esperienze più belle della mia vita.
Grazie a *Robi*, perchè senza di te quei 30 mq in *Passage Saint-Sebastien* sarebbero sicuramente sembrati più stretti: sei stata la coloc migliore che potessi desiderare (A2581).
Ringrazio infine tutte le persone che non ho potuto citare per motivi di spazio ma che, in modo più o meno decisivo, mi sono state accanto in questi anni e mi hanno lasciato qualcosa di buono.

In conclusione, questa tesi è la dimostrazione per me stessa, che, con le mie forze, posso farcela: se sono arrivata fino a qui è grazie alla mia forza di volontà, alla mia grinta e al mio essere perseverante che mi hanno insegnato che nulla è impossibile se lo si desidera davvero. Affinché questo momento segni la fine di un percorso importante e un nuovo inizio, che sono sicura sarà sorprendente.

Un ultimo pensiero va a *Te*, che da anni ormai mi guardi dall'alto, nella speranza che tu sia fiera di me e della persona che sono diventata.

Federica (*Chicca*)