

# Multicultural Plate

Un progetto di M. Giacosa e E. Falqui



**Politecnico  
di Torino**

Design e Comunicazione Visiva  
A.A. 2021/2022

# Multicultural Plate

Il cibo come attivatore di un processo  
di valorizzazione del quartiere Aurora

# 01. RICERCA

|    |   |  |
|----|---|--|
| 12 | QUARTIERI PERIFERICI                    | Definizione ed evoluzione<br>Chi li abita<br>Problematiche<br>Ricchezze                |
| 36 | IDENTITÀ PERIFERICHE                    | Stratificazione identitaria<br>Identità multiculturale di<br>un quartiere multi-etnico |
| 46 | VALORIZZARE UN QUARTIERE<br>MULTIETNICO | Linee guida<br>Cibo: valore culturale<br>e potenzialità                                |

# 02. SCENARIO

|     |             |  |
|-----|-------------|--|
| 58  | CONTESTO    | Storia<br>Popolazione<br>Attività economiche<br>Servizi<br>Sicurezza<br>Coesione sociale<br>e multiculturalità<br>Associazionismo<br>Identità<br>Narrazione e percezione<br>Rapporto con il resto<br>della città |
| 110 | CIBO ETNICO |  |

# 03. AVVIO AL PROGETTO

|     |                               |   |
|-----|-------------------------------|---|
| 118 | AURORA FOOD                   | Come si sviluppa<br>Terra Madre e le Comunità<br>del cibo |
| 122 | OBIETTIVI                     |   |
| 124 | TARGET E PERSONAS             |   |
| 130 | CONCEPT E MANIFESTO           |   |
| 132 | CASI STUDIO                   |   |
| 158 | QUESTIONE DI<br>COMUNICAZIONE | Le problematiche riscontrate<br>Il caso Aurora Food       |

# 04. PROGETTO

|     |                           |   |
|-----|---------------------------|---|
| 162 | BRAND MANUAL              | Tov<br>Logo e palette<br>Font<br>Moduli e forme                 |
| 174 | PIANO STRATEGICO          |   |
| 176 | INIZIATIVE ED EVENTI      | Aurora Box<br>Walk&Talk<br>Urban Tables<br>Aurora Food Festival |
| 192 | SUPPORTI                  | Sito web<br>Social Media<br>Pieghvole                           |
| 202 | CONCLUSIONI               |   |
| 204 | BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA |   |
| 216 | RINGRAZIAMENTI            |   |

# Abstract

Il progetto di tesi indaga la percezione e la realtà del quartiere Aurora, area periferica e multiethnica di Torino, al fine di ideare delle strategie per la valorizzazione della sua identità culturale, attraverso la promozione e la comunicazione di attività che esplorino il potenziale del cibo come attivatore di un territorio.

Nella prima sezione della tesi si esplora la realtà dei quartieri periferici e multiethnici: inizialmente viene indagato in maniera generale il concetto di periferia, analizzandone l'identità; in seguito vengono presi in esame possibili processi di valorizzazione. Si procede poi con l'indagine specifica del quartiere Aurora tramite l'analisi delle sue ricchezze e problematiche, reali e percepite, e dei suoi tratti distintivi.

La ricerca è poi applicata alla progettazione dell'identità, della strategia di comunicazione e del programma di iniziative di "Aurora Food", progetto di valorizzazione e promozione del quartiere attraverso il cibo etnico. Le premesse progettuali sono state definite sulla base di interviste e conversazioni con abitanti e realtà associative del quartiere e tramite un'attenta analisi di casi studio e realtà simili, nell'ottica di realizzare un intervento che risponda a necessità effettive e dinamiche concrete.

*The thesis project investigates the perception and the reality of the Aurora district, a peripheral and multiethnic area in Turin, in order to design strategies for the enhancement of its cultural identity, through the promotion and communication of activities that explore the potential of food as an activator of territory and community.*

*The first part of the thesis explores the reality of marginal and multiethnic neighborhoods: first, the general concept of periphery is investigated, analysing its identity; then, possible processes of improvement are examined. The work then continues with a specific investigation into the Aurora neighborhood through the analysis of its assets and problems, real and perceived, and of its distinctive features.*

*The research is then applied to the definition of the identity, the communication strategy and the program of activities organised by "Aurora Food", a project for the valorisation and promotion of the neighbourhood through ethnic food. The premises of the project were defined on the grounds of interviews and conversations with locals and neighborhood associations, and through a careful analysis of case studies and similar contexts, with the aim of creating an action that addresses actual needs and real dynamics.*

# Introduzione

Per il seguente lavoro di ricerca si è scelto di indagare la realtà dei quartieri periferici, in particolare quella del quartiere Aurora di Torino.

Durante i nostri anni a Torino e in occasione delle nostre esplorazioni di tale quartiere, mosse dal desiderio di scoprirne l'autentica identità che lo caratterizza, ci siamo imbattute in una serie di associazioni, progetti e realtà che ci hanno fatto incuriosire ancora di più.

Infatti, sebbene l'idea e la percezione che si hanno dall'esterno siano spesso frutto di pregiudizi e di una retorica stigmatizzante e negativa, Aurora rappresenta una grande ricchezza sociale e culturale. Attraverso una mirata fase di ricerca e diverse conversazioni con gli attori stessi del quartiere, ci siamo presto rese conto del fatto che l'elemento identitario principale di Aurora è la sua grande multietnicità, che viene purtroppo svalutata e andrebbe invece riconosciuta come ricchezza e dunque valorizzata.

Il modus operandi che abbiamo messo in atto per l'esplorazione e l'analisi del quartiere si riflette nella struttura del nostro elaborato. Si apre, infatti, con un'indagine sulla nascita, la struttura e le caratteristiche dei quartieri periferici e su quali siano gli elementi che ne definiscono l'identità, complessa e sfaccettata. Nello specifico ci siamo concentrate sulle realtà periferiche e multietniche, approfondendo come il multiculturalismo sia da intendere come una soluzione alla convivenza di persone e gruppi diversi. Abbiamo poi approfondito il forte valore culturale del cibo e il suo ruolo in quanto attivatore delle comunità ed elemento valorizzante delle loro identità.

In seguito, abbiamo preso in esame la realtà specifica del quartiere di Aurora analizzando le sue ricchezze e problematiche, riconoscendo come le numerose attività culinarie multietniche siano il suo tratto più caratterizzante, avendo grande potenzialità per la valorizzazione del quartiere.

A partire da queste premesse, abbiamo dato avvio a un progetto in collaborazione con "Aurora Food", uno dei 19 progetti nati grazie al bando ToNite, per tentare di dare risposta a problematiche radicate, relative alla percezione negativa e alla mancanza di riconoscimento del valore della diversità che caratterizzano il quartiere.

Dopo un'attenta fase di studio del target, il delineamento degli obiettivi progettuali e l'analisi dei casi studio individuati abbiamo definito la tipologia di comunicazione da utilizzare, l'identità visiva del progetto e quale direzione avremmo voluto intraprendere con i nostri interventi nel sistema-quartiere.

Attraverso la fase di ricerca, di analisi di scenario e con lo sviluppo del nostro intervento si è tentato di dare risposta ad un problema tanto radicato quanto la presenza di un sistema discriminatorio ed escludente verso le realtà periferiche.

Infine, è prevista una futura fase di feedback e scambio con gli abitanti del quartiere al fine di comprendere se l'iniziativa proposta con il progetto "Aurora Food" avrà avuto l'impatto progettuale previsto e se potrà essere riproposta in altri quartieri e città.

# RICERCA

La nostra ricerca è partita dall'analisi del concetto di periferia in quanto organismo attivo ma allo stesso tempo realtà marginale e difficile da definire. In questa prima fase del nostro lavoro di tesi abbiamo quindi cercato di comprendere, attraverso l'analisi storica, demografica e sociale delle periferie, tutti gli aspetti che stanno dietro alla diffusa percezione negativa delle periferie.

Abbiamo poi cercato di comprendere quali siano gli elementi che definiscono l'identità di un quartiere, in particolare se periferico e multietnico, approfondendo il concetto di multiculturalismo come volontà di convivenza e interazione tra gruppi diversi. Successivamente abbiamo ricercato e compreso le modalità da utilizzare per attuare la valorizzazione di un quartiere periferico e multietnico e abbiamo individuato nel forte valore del cibo un mezzo di scambio tra culture, di inclusione sociale e di valorizzazione identitaria.

# Quartieri periferici

## Definizione ed evoluzione

### Una definizione non univoca

Cercando sul vocabolario la definizione di periferia si legge che essa è “la parte estrema e più marginale, contrapposta al centro, di uno spazio fisico o di un territorio più o meno ampio”. Ma per comprendere il significato di una parola non è sufficiente leggerne la definizione sul vocabolario: è necessario andare a ricercarne il significato contestuale al periodo storico, all'ambiente sociale, economico e politico in cui si inserisce.

Identificare il significato di periferia implica l'assunzione del punto di vista del centro a cui essa fa riferimento, difatti centro e periferia non sono valori assoluti che esistono indipendentemente l'uno dall'altro. Le città, come ogni luogo, non sono le stesse se guardate dal centro, da un estremo o da un qualunque luogo intermedio; nessuna area urbana è la stessa se la guardiamo da dentro o da fuori. Il centro di una comunità è centrale solo quando osservato dagli estremi più periferici, ma anche i membri più centrali di esso, osservati dall'interno, sono periferia di qualcos'altro.

A partire dalla seconda metà del XX secolo le città sono esplose diventando realtà sempre più globali e in cui è ancora più complicato riconoscere i confini tra ciò che è periferia e ciò che non lo è. La globalizzazione delle città aumenta la pluralità degli individui presenti, velocizza i ritmi del cambiamento e rende più astratti i confini; confini che definiscono spazi e fenomeni sociali. Queste nuove geografie multietniche ampliano e complicano il concetto di periferia.

Le nuove periferie sono infatti organismi ricchi di sfaccettature e diversità interne. Comprenderne i meccanismi che muovono le dinamiche intestine non è un'azione imme-

diata; la complessità di questi meccanismi le rende delle realtà articolate e difficili da definire.

Pertanto dare una definizione univoca di periferia non è possibile: le periferie sono multiple ed eterogenee, si differenziano per la loro storia, la loro struttura sociale e lo specifico contesto urbano in cui si trovano.

### Microcosmi e microperiferie

Nonostante il concetto di periferia sia indissolubilmente legato a quello di centro, vi sono alcuni modelli di periferia che sono stati pensati e costruiti per essere totalmente autonomi e autosufficienti. Si sviluppa un contesto urbano periferico ma che non dipende dal centro, un *microcosmo indipendente* e svincolato dai legami di connessione con lo spazio urbano in cui è collocato. Un esempio di tale fenomeno è quello dei complessi di edilizia popolare costruiti dopo la fine della Seconda Guerra Mondiale, influenzati dalle utopiche teorie razionaliste.

Un modello di periferia che si contrappone a quello dei microcosmi è quello che definiremo delle *micro-periferie*, quartieri senza confini fisici e geografici ma divisi dal centro da una linea immaginaria. Queste periferie, nate come *quartieri dormitorio*, non sono dislocate dalla zona centrale della città ma presentano forti connotazioni che rimandano all'immagine stereotipata di periferia, riportano infatti confini sociali che determinano dinamiche differenti rispetto al centro.

Entrambi i modelli descritti rappresentano quartieri marginali, in qualche modo isolati, e ci fanno comprendere le difficoltà analoghe insite nelle periferie. Ripercorrere la storia della loro nascita può aiutarci a comprenderne le caratteristiche.

### Storia e sviluppo

Conoscere la storia e lo sviluppo delle periferie ci aiuta a capire meglio il modello politico, sociale e statale della loro esistenza.

Come è noto, a partire dal XIX secolo, con l'avvento della seconda rivoluzione industriale e con lo strutturarsi dei distretti industriali, i poli produttivi si trasferirono progressivamente all'esterno delle città, permettendo alle fabbriche di costruire capannoni più grandi e meglio collegati tra loro. Al decentramento delle entità produttive seguirono pianificazioni abitative mirate alla creazione di *quartieri operai* non lontani dalle fabbriche. Lo sviluppo industriale spingeva infatti i ceti popolari ad allontanarsi dalle campagne e ad avvicinarsi alle città in cerca di lavoro nei nuovi stabilimenti.

La crescita dei quartieri periferici proseguiva pressoché

<sup>1</sup> Definizione tratta dall'Enciclopedia Treccani.

incontrollata e a ritmo esponenziale, alimentata dall'intenso sviluppo industriale, dai costanti flussi migratori verso le città e dalla disponibilità dell'industria edile a porsi come rimedio alla disoccupazione e ammortizzatore delle tensioni sociali. Lo sviluppo di tali aree proseguiva lontano dai modelli idealizzati e razionalisti di *città moderna* e il divario delle condizioni abitative tra centri storici e quartieri operai aumentava. Le grandi città continuavano ad espandersi a macchia d'olio verso l'esterno e ad inglobare i piccoli villaggi circostanti; al di là delle periferie urbane si vengono a costituire i cosiddetti *quartieri satellite*, dei microcosmi con funzione esclusivamente residenziale.

Questi processi cambiano del tutto l'aspetto del tessuto urbano e gettano le basi per lo sviluppo informale delle attuali città, che non si sviluppano più attorno a centri di aggregazione, come chiese, piazze e mercati, ma che si costruiscono sull'alternanza suburbana tra case, inserti rurali e quartieri industriali.

L'aumento della popolazione e il fenomeno dell'urbanesimo contribuirono alla crescita sregolata delle città; questo processo raggiunse il suo apice nella seconda metà del secolo, quando centri industriali come Londra e Parigi raggiunsero una grandezza e un'importanza incomparabili al periodo precedente all'industrializzazione. La fine del secolo fu inoltre fortemente segnata dalla crisi del modello urbano otto-novecentesco e dalla crisi della periferia, che perse l'accezione progressiva di modernità per rimanere solo l'indicatore spaziale di un disagio segnato da sovrappollamento, carenza di servizi e infrastrutture, inquinamento e pessime condizioni igieniche, tensioni sociali e senso di emarginazione. L'urbanistica moderna nasce proprio come tentativo di dare una risposta positiva alla crisi della città, e consiste in un insieme di leggi, emanate a partire dal 1865 ed evolute con il Piano Regolatore Generale (PRG), dettate dall'autorità pubblica e in grado di dare ordine alle trasformazioni della città.

### Piano Regolatore Generale e INA-Casa

Un punto necessario da analizzare per comprendere il percorso dall'immaginazione all'urbanistica della città e della sua periferia è proprio il Piano Regolatore Generale (PRG), ovvero lo strumento principale della pianificazione urbanistica a livello comunale, che regola e disciplina uso e trasformazioni del territorio.

Il PRG fu introdotto a partire dal 1942 con la legge n.1150. Emanata durante il Governo Mussolini<sup>2</sup>, mirava a dettare

2\_ Il Governo Mussolini è stato il più lungo nella storia dell'Italia unita, rimanendo in carica dal 31 ottobre 1922 al 25 luglio 1943.



Giardino Di Via Saint Bon, Aurora

una disciplina generale ed uniforme sul territorio nazionale, innovando i Piani Regolatori Edilizi e apportando numerose novità alla norma del 1865. La legge in particolare introduceva delle disposizioni di tipo procedurale per la redazione e l'approvazione dei piani urbanistici, disciplinava l'assetto e la crescita urbana dei centri abitati e lo sviluppo territoriale.

I Piani Regolatori della prima generazione erano strumenti ancora generici, dettati dal desiderio di porre una qualunque regola al caos della crescita incontrollata. L'urbanistica dell'epoca soffriva di un approccio basato unicamente sulla tendenza alla crescita: l'unico obiettivo dei piani era la regolazione dell'espansione del tessuto urbano. Il problema consisteva dunque nel fatto che non si aveva una visione d'insieme chiara e ciò ha determinato la costituzione di un sistema disfunzionale: città piene di frammenti abbandonati, incompiuti, che non sono altro che lo specchio di un'idea di futuro che non si è mai realizzato.

Nello stesso decennio, per esattezza nel 1949, il Parlamento Italiano approvò un progetto di legge per incrementare l'occupazione operaia, agevolando la costruzione di case per lavoratori, con il quale si sarebbe dato avvio a un piano per la realizzazione di alloggi economici: il Piano INA-Casa<sup>3</sup>. Il piano rappresenta una fase significativa della politica economica del dopoguerra e una delle più importanti e consistenti esperienze di realizzazione nel campo dell'edilizia sociale nel nostro Paese. Ha offerto la possibilità a migliaia di famiglie di migliorare le proprie condizioni abitative e a urbanisti e architetti italiani una vera opportunità di dare forma alla rapida e frammentaria espansione che le città italiane

3\_ Con la l.28 febbraio 1949 nr.43 il Parlamento italiano approvò il progetto di legge "Provvedimenti per incrementare l'occupazione operaia, agevolando la costruzione di case per lavoratori", con il quale si sarebbe dato avvio a un piano per la realizzazione di alloggi economici, noto come piano INA-Casa.

stavano subendo. I quartieri costruiti allora rappresentano parti rilevanti delle nostre città e mantengono ancora una loro precisa identità.

La seconda generazione di piani regolatori affronta invece la crisi dovuta ai processi di de-industrializzazione e di ristrutturazione industriale. La ricchezza non viene più prodotta dall'industria manifatturiera, ma dalla cultura della dotazione di servizi e attrezzature pubbliche che producono una notevole evoluzione disciplinare. Successivamente, il calo demografico dovuto anche alla de-industrializzazione delle città e il consumo di suolo imposero agli urbanisti di cominciare a prendere in considerazione la *trasformazione* degli spazi abbandonati delle nostre città, piuttosto che continuare a imporre un modello di nuova creazione ed espansione. La terza generazione, sviluppatasi nel corso degli anni '80, affronta difatti il tema della riqualificazione e della riprogettazione degli spazi e delle aree dismesse.

L'urbanistica ha per l'appunto incontrato i limiti imposti dalla scarsità delle risorse che manipola: il suolo sul quale edificare non è infinito e la popolazione non può crescere in maniera esponenziale. La coscienza collettiva dovrebbe spronarci ad escogitare nuove strategie di progettazione, un nuovo modello di sviluppo il più possibile partecipato, che rispetti l'ambiente e gli individui che lo abitano.

#### Periferie geografiche e sociali

Approfondendo la nascita e lo sviluppo delle aree urbane si è compreso come la delocalizzazione industriale abbia prodotto i cosiddetti *quartieri dormitorio*, spesso sguarniti di servizi e aree pubbliche adeguate, vere e proprie aree di marginalità. La marginalità e la lontananza dal centro città non erano però in passato vissute come fonte di emarginazione e segregazione, poiché l'abitare *lontani dal centro ma insieme* produceva un senso di comunità, nuovi e compatti rapporti sociali e una forte volontà a risolvere i problemi comuni.

Negli ultimi decenni del Novecento la composizione demografica si è assai complicata e ha reso le *nuove periferie* zone di insediamenti di popolazioni svantaggiate e con sempre più varietà etnografica: territori formati da un insieme di singolarità diverse tra loro ma che rappresentano un tessuto sociale fragile e ad alto disagio economico. La carenza di servizi e di strumenti culturali e la forte fragilità sociale presente alimentano un circolo vizioso, che porta all'ereditarietà di condizioni sociali, economiche ed educative svantaggiate.

Una caratteristica strutturale delle *nuove periferie* è la

disuguaglianza, che assume aspetti diversi rispetto al passato e che va intesa nel senso più ampio del termine. Una disuguaglianza dal centro che non è solo economica, ma anche di condizioni abitative, di possibilità di riuscita scolastica e lavorativa, di emancipazione e mobilità. In sostanza, chi nasce in una periferia oggi ha meno possibilità, rispetto al passato, di "farcela", di "uscire", di trovare lavoro e accoglienza al di fuori della sua realtà.

*La periferia nuova nel suo crescere si complessifica, diviene difficile da decifrare, smarrisce connotati facilmente riconoscibili, da tempo non è più riconducibile a un territorio gerarchizzato [...], e quindi sostanzialmente omogeneo, ma è invece un paesaggio irregolare, a-morphos appunto, che in molti casi sembra sottrarsi alla stessa tradizione insediativa caratteristica della città europea. In essa si mescolano, sovente alla rinfusa, nuove centralità emergenti e vecchie centralità declinate, laboratori dell'innovazione e progetti industriali obsoleti, strutture recenti della logistica e capannoni abbandonati, infrastrutture moderne e scali ferroviari dismessi, quartieri residenziali e sopravvivenze isolate di edilizia popolare tradizionale, abusivismo "storico" e nuove autocostruzioni.*

- Agostino Petrillo



4\_ Petrillo A., "La periferia nuova. Disuguaglianza, spazi, città", 2018

Ed ecco che il quartiere periferico, oltre a indicare una collocazione spaziale nel tessuto urbano, acquisisce nell'immaginario collettivo una connotazione negativa, divenendo associata al concetto di squallore, o diventando addirittura sinonimo di degrado, delinquenza e violenza. Nella percezione comune le periferie sono spesso intese unicamente con un'accezione negativa: la periferia è vista come luogo dell'assenza e della perdita di forme, di relazioni, di qualità.

Ma lo scenario che la periferia offre in termini quantitativi e tipologici porta a considerarla come una realtà molto più articolata e complessa. Agostino Petrillo, sociologo urbano del Politecnico di Milano, con il suo libro "La periferia nuova. Disuguaglianza, spazi, città"<sup>4</sup> prova a demolire i luoghi comuni del concetto di periferia dimostrando come essa contenga ed esprima un insieme di aspetti tra loro molto diversi. Il saggio si propone di suscitare dei dubbi e sollevare delle questioni su cosa si intende quando si parla di periferia e di chi la abita. Gli abitanti delle aree periferiche e marginali sono infatti, contrariamente a quanto non ci si potrebbe aspettare, fortemente radicati al loro territorio e agiscono per migliorarlo. Questi quartieri sono infatti disseminati di associazioni, attività culturali e collettivi che coinvolgono la popolazione, organizzano la partecipazione alla vita politica e attivano strategie di appropriazione dello spazio, di difesa territoriale e di rinnovamento dei modi di pensare.

La periferia non è unicamente un luogo di esclusione, ma anche e soprattutto luogo di resistenza e di forte potenziale creativo, spesso inespresso. Perciò lo sguardo di chi osserva dall'esterno ha bisogno di connettersi con quello di chi guarda da dentro e di chi quelle realtà le abita: i quartieri di periferia e i loro abitanti hanno bisogno di essere osservati, ascoltati e compresi.

## Chi li abita

### Pensare a chi le abita per poterle definire

Secondo l'antropologo Marc Augé, un luogo è descrivibile attraverso i principi di identità, relazionalità e storicità. Ciascuno spazio urbano ha una propria identità, è centro aggregativo e quindi relazionale per i soggetti che lo attraversano e che lo abitano e ha una storia che dipende dal vissuto della collettività stessa.

La periferia e il centro dovrebbero essere considerati come concetti attivi e non come categorizzazioni nette di chi sta fuori e di chi sta dentro. Perciò, per affrontare una riflessione sulle periferie, pensare e analizzare chi le abita è un'operazione imprescindibile. Le periferie non sarebbero tali senza gli specifici caratteri della popolazione che le forma. Gli aspetti da considerare in questa ricerca identitaria riguardano il versante demografico, politico, lavorativo, etnografico e geografico e il profondo legame presente tra ognuna di esse.

### Una maggioranza consistente

La chiave di lettura è quella della voce e della vita di chi ci sta dentro. E chi sta dentro non è più una minoranza isolata e che si può dimenticare. Marcello Vittorini<sup>6</sup> scrive: "Il vecchio discorso sull'antitesi fra città e periferia che identifica nella periferia tutto ciò che è marginale rispetto alla città non regge più: [...] statisticamente la periferia, che prima rappresentava una piccola parte della città e si riduceva in borghi extra moenia, oggi rappresenta la maggior parte del sistema insediativo. A Roma contro i 100/120.000 abitanti del centro storico, ce ne stanno 300/400.000 nella città consolidata e compatta, quella che ha ancora un tessuto riconoscibile, mentre nelle periferie vivono due milioni e mezzo di sotto cittadini. I quali, quindi, non sono una minoranza, ma una maggioranza consistente che non vuole più restare in una condizione di *non città*"<sup>7</sup>.

La crescita esponenziale della città moderna e contemporanea ha ridotto il centro ad essere una parte ormai minore, sia in termini di dimensione relativa rispetto al tessuto urbano sia in termini di popolazione residente.

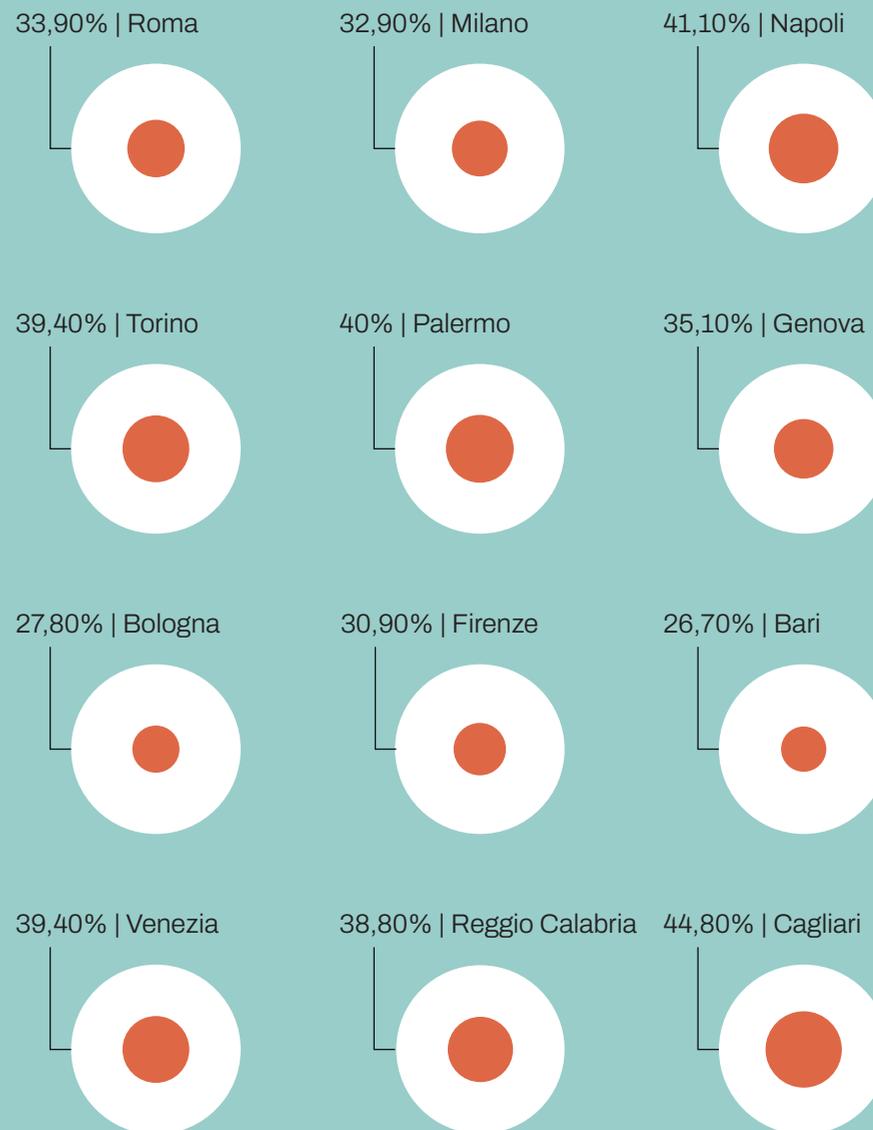
### Disomogeneità

Poste le basi per conoscere la demografia delle periferie, è necessario considerare quali processi e quali dinamiche si

<sup>6</sup> Marcello Vittorini (L'Aquila, 31 ottobre 1927 - Roma, 16 marzo 2011) è stato un urbanista e ingegnere italiano.

<sup>7</sup> M. Vittorini, "Le città di Roma", U. De Martino, F. Martinelli, Roma. Verde e quartieri nella città metropolitana, Bulzoni, Roma, 1992

### Quota di abitanti dei quartieri disagiati rispetto all'intera popolazione del comune



Dati elaborati dall'Istat per la Commissione parlamentare nell'ambito di inchiesta sulle condizioni di sicurezza e sullo stato di degrado delle città e delle loro periferie, maggio 2017, basata su dati Istat 2011.

generino di conseguenza e come le città diventino terreno di dinamiche inclusive ed esclusive delle popolazioni urbane.

L'Istat ha determinato che, su scala nazionale, nei capoluoghi abitano più di 9,5 milioni di persone, di cui più di un terzo vive in quartieri ad evidente disagio economico. I livelli di disoccupazione, il conseguente disagio economico e il deterioramento della qualità della vita, si accentuano e inaspriscono allontanandosi dal centro, dove il tessuto urbano diventa fortemente disomogeneo e frammentato dal punto di vista demografico, sociale ed economico e va a strutturare l'*attuale complesso mosaico della città*.

Questa situazione di partenza di disuguaglianza economica, di condizioni abitative, di possibilità di riuscita scolastica e lavorativa, di emancipazione e mobilità determinano possibilità di vita e di futuro ben diverse da chi nasce in condizioni privilegiate.

### Componente multietnica

Nell'osservare la composizione demografica delle periferie è inoltre fondamentale considerare la forte concentrazione multietnica, oggi intrinsecamente compresa nel concetto stesso di *nuova periferia*. La varietà etnografica presente va molto spesso a collocarsi in quelle che possiamo definire "zone di contatto", secondo il pensiero di Bauman<sup>8</sup>: luoghi cittadini che vengono attraversati e ridefiniti dai flussi etnici e che per questo mettono in discussione la propria identità.

La forte presenza di differenti gruppi etnici nei quartieri periferici rispetto alle aree centrali della città ha numerose ragioni. La principale è la disponibilità economica ridotta delle persone migranti che è in media di 8mila euro<sup>9</sup> minore rispetto a quella dei contribuenti italiani, tale condizione li spinge a localizzarsi in zone con alloggi dai prezzi contenuti. Altri fattori che concorrono al loro posizionamento periferico sono la diffusa presenza di complessi popolari e, infine, la presenza pregressa di comunità etniche forti e riconosciute che spinge i nuovi soggetti migranti ad affidarsi ai gruppi di connazionali che ne favoriscano l'inserimento. Si suppone quindi una forte concentrazione spaziale di specifiche etnie in determinate aree geografiche, che, in molti casi, confluisce in una multietnia circoscritta a una stessa periferia. Questo fenomeno, che può apparire come puramente geografico, è associabile a dinamiche di esclusione sociale e a processi di segregazione, mediante cui si limita l'accesso a beni e servizi alle categorie di individui di etnie straniere rispetto a quella locale.

8\_ Zygmunt Bauman (Poznań, 19 novembre 1925 – Leeds, 9 gennaio 2017[1]) è stato un sociologo, filosofo e accademico polacco.

9\_ Dichiarazioni dei redditi del 2016.

Nella città di Torino la presenza di stranieri è particolarmente significativa in alcune realtà periferiche come Barriera di Milano, Aurora e le Vallette dove essa supera un terzo dei residenti. Significativa, soprattutto in alcuni quartieri, è la presenza di giovani stranieri fino a 24 anni, in Aurora e Barriera di Milano quasi un giovane residente su 2 è straniero; nel quartiere Madonna di Campagna lo è quasi un giovane su 3<sup>10</sup>. Se da un lato la presenza di una popolazione più giovane rappresenta una grande risorsa per il territorio, dall'altro le difficoltà economiche e i disagi sociali di questa categoria di persone si riversano nella loro area di residenza.

### Disagi sociali e dinamiche di esclusione

I quartieri con alta presenza di giovani stranieri sono anche quelli con i più alti tassi di disoccupazione e maggiore presenza di NEET<sup>11</sup>. Gli elevati tassi di disoccupazione, l'assenza di opportunità economiche e sociali e di costruzione di progetti esistenziali concreti sono fenomeni che, associati, concorrono all'impoverimento materiale e culturale della popolazione. L'incidenza delle famiglie con potenziale disagio economico è particolarmente elevata proprio nelle aree dove si rileva il maggior disagio giovanile. Nella formazione di luoghi di segregazione l'economia gioca un ruolo fondamentale creando condizioni svantaggiose per alcuni individui nel mercato del lavoro: in un momento storico in cui la domanda di lavoro si contrae, le difficoltà di trovare un'occupazione sono tanto più elevate quanto più basso il livello di istruzione e di formazione.

Quest'ultima componente influenza a sua volta la capacità imprenditoriale e la vivacità culturale, elementi che possono indurre crescita o degrado del tessuto sociale e produttivo. Come risulta dalle statistiche Istat le percentuali più basse di adulti con diploma e laurea o che non hanno completato il ciclo di scuola secondaria di primo grado risultano concentrate nelle aree in cui vi è una forte presenza di giovani e dove si concentra maggiormente il disagio sociale ed economico. Oggi infatti vi sono una molteplicità di processi e fattori che determinano una situazione di svantaggio oggettivo per ampie fasce della società.

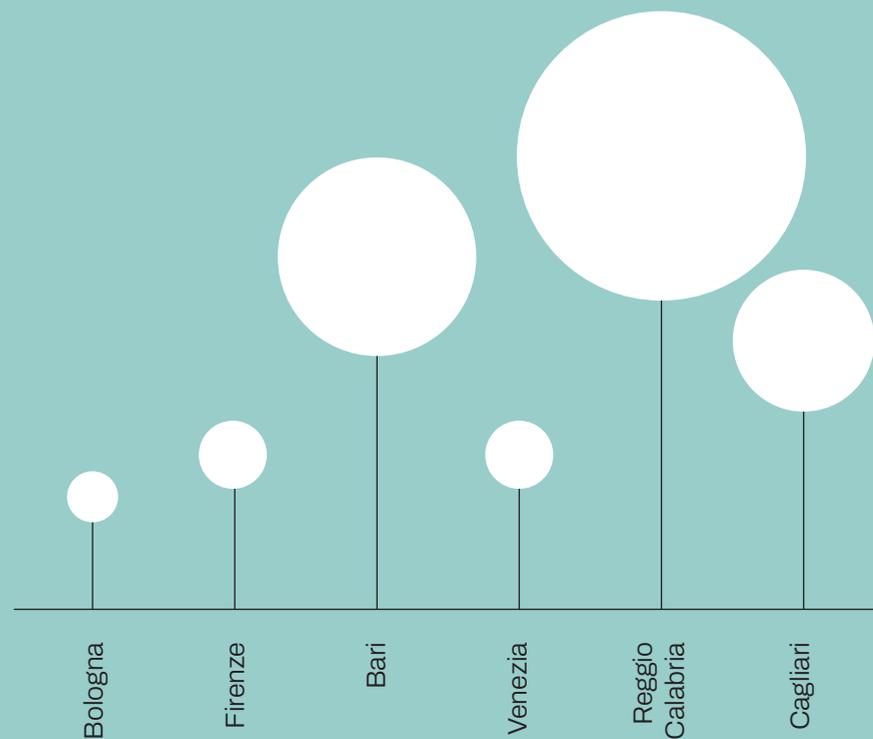
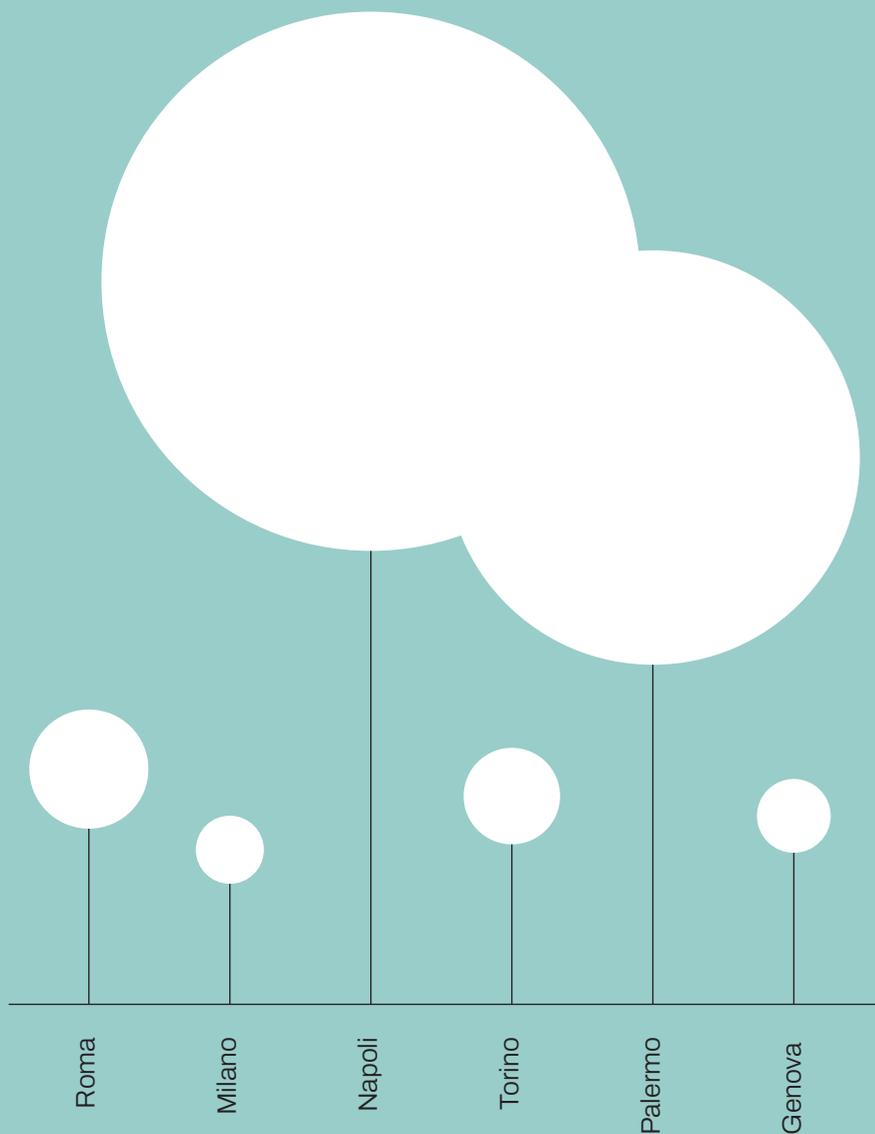
10\_ Rapporto sul territorio 2020, Ambiente, economia e società, Istat.

11\_ NEET è l'acronimo inglese di (Young people) Neither in Employment or in Education or Training, indica persone non impegnate nello studio, né nel lavoro né nella formazione.

Percentuale di famiglie in potenziale disagio economico nelle città metropolitane

2/3

dei bambini con i genitori senza diploma restano con lo stesso livello di istruzione



## Problematiche

### Scarsità dei servizi

La mancanza dei servizi sul territorio è una delle motivazioni principali dietro l'esclusione sociale di una parte della popolazione. L'Italia è un paese fortemente disomogeneo sia per la sua conformazione territoriale sia da un punto di vista sociale e culturale. A fronte di questa disomogeneità è fondamentale per le politiche pubbliche contrastare tutti i fattori che provocano l'esclusione sociale. Lo stesso articolo 3 della Costituzione Italiana afferma:

*È compito della Repubblica rimuovere gli ostacoli di ordine economico e sociale, che, limitando di fatto la libertà e l'eguaglianza dei cittadini, impediscono il pieno sviluppo della persona umana e l'effettiva partecipazione di tutti i lavoratori all'organizzazione politica, economica e sociale del Paese.*

Nelle zone distanti dal centro cittadino mancano i servizi base necessari per lo sviluppo sociale ed economico di quella parte di popolazione. Mancano servizi locali come scuole, impianti sportivi, case popolari, biblioteche, laboratori e aule multimediali. È chiaro come in queste zone di forte povertà economica ci sia anche una diffusa povertà educativa.

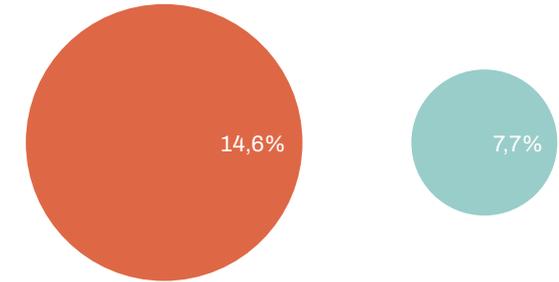
Gli abitanti delle periferie dichiarano maggiori difficoltà nel raggiungere ed accedere a numerosi servizi essenziali rispetto a quelli del centro. Il 60% delle famiglie che abitano nelle periferie italiane esplicita difficoltà nel raggiungere il pronto soccorso, il 19% le farmacie, oltre il 20% i mercati, supermercati e negozi alimentari, oltre il 27% le poste. Gli uffici comunali sono gli unici più raggiungibili dalle famiglie di periferia rispetto alle famiglie del centro, ma comunque la difficoltà nell'accedervi è dichiarata da oltre il 30% delle famiglie<sup>12</sup>.

Questo problema di accesso ai servizi si può spiegare anche rintracciando la carenza di un ulteriore servizio: il trasporto pubblico locale.

Le famiglie che dichiarano problemi nei collegamenti con i mezzi pubblici nelle periferie sono quasi il doppio rispetto

12\_13\_  
Elaborazione dati Istat 2011  
per commissione periferie,  
2017.

a quelle del centro, 14,6% contro 7,7%<sup>13</sup>. Questa mancanza si somma alla minore presenza dei servizi generando e accrescendo ulteriormente l'esclusione degli abitanti delle periferie.



Questi dati indicano una tendenza che non deve e non può essere trascurata, e che rende necessario l'investimento in servizi locali, l'attivazione di progetti sociali e la presenza attiva da parte delle istituzioni pubbliche.

### Mancanza di rappresentazione pubblica

Nella società fordista degli anni '50 e '60, il proletariato e il sottoproletariato rappresentavano dei soggetti politici attivi e coesi grazie alla presenza dei sindacati e dei partiti. Con il passaggio alla società postfordista il mercato del lavoro è totalmente mutato, le trasformazioni economiche legate al processo di globalizzazione hanno indebolito il ruolo dello Stato nella protezione sociale delle persone favorendo dinamiche di individualizzazione sociale: la società odierna è frammentata. La disgregazione sociale non permette più la creazione di un nucleo comune e gli individui si ritrovano in una condizione di esclusione dalle reti di sociabilità, che in passato offrivano la possibilità di avere riconoscimento politico e di mettere in atto rivendicazioni comuni. Si riscontra quindi una mancanza di rappresentanza politica delle classi sociali svantaggiate e nei quartieri periferici si percepisce l'assenza di sicurezza e di futuro e un forte senso di abbandono da parte dello Stato e delle istituzioni pubbliche.

Questa mancanza porta a un sentimento di abbandono e a un profondo risentimento collettivo, a una condizione di perifericità e invisibilità urbana e sociale che, in parte, ven-

gono colmati dalle possibilità offerte dal settore terziario e dalle associazioni che partono dal basso ma che non riescono, e non possono, sostituire le istituzioni. Ciò che dovrebbe realizzarsi è la garanzia dei diritti sociali a tutti, la ricostruzione di legami solidali e il superamento dell'abbandono delle periferie.

### Interessi dei privati

La mancanza di sintesi fra le spinte che nascono dal basso e l'operato delle istituzioni, è dovuto, non solo al disinteresse della politica verso le aree periferiche, ma anche alla loro limitatezza economica. Questi fattori pregiudicano la possibilità di ricorrere in una soluzione comune.

Nel quadro attuale dell'edilizia quello che viene meno è proprio l'apporto del pubblico, tanto che, la fiducia e la forza riposte nel Piano Regolatore sono visibilmente diminuite: diventa sufficiente, durante il piano strategico, che si stabiliscano degli orizzonti tematici più o meno condivisi da tutti e che l'attuazione venga guidata da azioni puntuali. Di fatto si tratta di una programmazione dello sviluppo alla giornata da cui si percepisce che la disponibilità finanziaria delle amministrazioni sia insufficiente.

A beneficiare dell'assenza delle istituzioni e della gestione distante sono soprattutto i privati e le banche, che oggi costituiscono uno dei principali e più complessi attori urbani. Questi ultimi sono unicamente interessati alla speculazione immobiliare e commerciale e quasi totalmente disinteressati all'alterazione degli equilibri sociali già instabili di queste aree. Lo spazio urbano diventa così area contesa tra investitori, poiché costituisce l'hub privilegiato per la creazione di profitto.

I privati e le fondazioni bancarie possono intervenire laddove gli organismi pubblici non riescono sia per mancanza di fondi che per i lunghi processi burocratici e permettono un intervento più rapido e flessibile di quello della pubblica amministrazione. Le banche orientano i loro finanziamenti verso la riqualificazione fisica delle aree periferiche, tramite ristrutturazioni e bandi per la creazione di spazi commerciali e culturali, ma non hanno alcuna responsabilità nei confronti della popolazione. Ed è proprio questa mancanza di un mandato politico che interferisce con la legittimità ed i benefici reali dei cittadini. L'obiettivo che guida il loro operato è troppo spesso basato sulla creazione di attività orientate al consumo e al profitto e nel frattempo, grazie al loro potere monetario si appropriano dei beni pubblici e del patrimonio culturale che la pubblica amministrazione non è più in gra-

do di sostenere, spesso a causa dei debiti con le banche stesse. Il grande capitale finanziario diventa l'attore principale nell'impulso alle trasformazioni urbane con iniziative di riqualificazione delle periferie e miglioramenti estetici, ma i costi sociali e umani sono evidenti: i quartieri diventano una zona residenziale di lusso e relegano a nuovi margini la popolazione che le abitava e le caratterizzava. Questi sono i classici meccanismi della gentrificazione, che, in mancanza di interventi dello Stato, fa piazza pulita dei vecchi abitanti. Le disuguaglianze sociali già presenti vengono accentuate dalla crescita delle disparità spaziali, che vengono aggravate da processi quali il rinnovamento urbano e le strategie del mercato dell'abitazione.

È preoccupante immaginare una città il cui destino economico, politico e culturale sia, quasi unicamente, in mano di un soggetto privato. Portare avanti progetti di riqualificazione guidati da privati e non inseriti in una strategia comune e partecipata rischia infatti, non solo di vanificare l'apporto dei fondi stanziati dall'Unione Europea, ma anche di trasformare gli investimenti in progetti isolati e di non garantire concrete soluzioni di continuità che rispettino i reali problemi dei cittadini, che si trovano così ad essere spettatori passivi e dimenticati. Un conto è favorire l'interesse pubblico, un conto è abbandonarlo totalmente nelle mani dei privati, che per loro natura perseguono i propri interessi. È pertanto necessario guidare e inserire i progetti finanziati dai privati in una strategia comune e pensare insieme a un'altra maniera di abitare e costruire le nostre periferie.

## Ricchezze

Non si può considerare la periferia solamente come ciò che è lontano dal centro, come uno spazio ben delimitato che isola alcuni gruppi sociali in una situazione di marginalità e invisibilità. Al contrario dovrebbe essere considerata come un concetto attivo, che non ha solo necessità da colmare, ma anche risorse e potenziale, per altro spesso inespresse, da offrire al resto della città.

### Associazionismo

Nelle periferie, in risposta alle privazioni e alle mancanze che le caratterizzano, si sviluppa spesso una cultura del volontariato e nascono associazioni di mutuo aiuto. Vengono inoltre generati progetti di riqualificazione da parte di chi vive e abita ogni giorno quegli spazi ed è quindi consapevole delle loro necessità. Queste realtà sono essenziali per fare in modo che le comunità locali non si isolino appunto, chiudendosi in sé stesse e tendendo all'esclusione.

Ciò che risulta problematico in Italia è la carenza di attenzione e interesse da parte delle istituzioni verso queste realtà, assolutamente urgenti e necessarie invece, affinché la riqualificazione non diventi solamente un concetto *passé-partout*, come spiegano Davide Bazzini e Matteo Puttilli<sup>14</sup> nel testo "Il senso delle periferie"<sup>15</sup>. Interpellare direttamente le comunità interessate porterebbe infatti ad un approccio relazionale, e non interventistico, alla riqualificazione urbana, in modo da renderla specifica e adatta alle peculiarità delle singole periferie.

L'abitare, afferma Francesco Remotti<sup>16</sup>, è un faticoso compromesso tra l'esigenza di intimità e di condivisione, da bilanciare con la necessità di aprirsi al mondo che sta fuori; l'abitare si colloca in un punto di precario equilibrio tra la chiusura e l'apertura. Per favorire l'apertura verso l'esterno, e grazie ad essa, in periferia nascono e devono continuare a nascere comunità che valorizzino l'identità e il senso di appartenenza.

### Produzione culturale

Un altro aspetto positivo, nonché fattore di ricchezza delle periferie, è il ruolo centrale che esse hanno assunto nella cultura occidentale, nonostante la loro marginalità geografica. Lo scenario riguardante il rapporto presente tra produzione culturale e periferie è piuttosto complesso e

14\_ Davide Bazzini, Sociologo dell'Ambiente e del Territorio; Matteo Puttilli, PHD in Pianificazione Territoriale e Sviluppo Locale e ricercatore presso il Dipartimento di Storia, Archeologia, Geografia, Arte e Spettacolo dell'Università di Firenze.

15\_ Bazzini D., Puttilli M., Il senso delle periferie. Un approccio relazionale alla riqualificazione urbana, 2007.

16\_ Francesco Remotti (Pozzolo Formigaro, 6 giugno 1943) è un antropologo e accademico italiano.

caratterizzato da narrazioni e manifestazioni artistiche che insieme delineano le identità di questi luoghi.

Lo stato di abbandono e di disinteresse da parte delle istituzioni ha reso gli ambienti periferici un contesto adatto al fiorire di varie subculture e allo sviluppo della cosiddetta *controcultura*, costituendosi come luogo d'azione di figure che si pongono in contrasto con i canoni artistici e morali dominanti. Le forme di organizzazione nate intorno a fenomeni come la cultura del raving o la musica rap si sono sviluppate in completa autonomia rispetto al centro, andando a creare nuovi paradigmi che spesso precedono e predicano le tendenze più centrali.

Le esperienze di produzione culturale periferica sono varie, eterogenee e difficilmente catalogabili, ma sono tutte caratterizzate da un obiettivo comune: la necessità di riappropriamento degli spazi che si abitano. A causa della ridotta disponibilità di servizi, strumenti e possibilità, questa necessità viene soddisfatta con la creatività, l'estro e l'associazionismo che delineano lo spirito delle periferie e che lo differenziano dal centro stagnante.

*Periferia allora non unicamente come luogo della esclusione, ma anche come luogo della resistenza, in cui vi è un potenziale creativo. Un potenziale che cerca di sottrarsi ai discorsi e alle opinioni che sulla periferia si intessono.*

- Agostino Petrillo

### Convivenza interetnica

Come precedentemente esposto, la forte concentrazione multietnica a livello demografico è ormai un elemento intrinsecamente compreso nel concetto di *nuova periferia*. Questo aspetto rischia di creare nella percezione comune una distinzione tra "Noi" e "Loro"<sup>17</sup>, tra chi è nato e abita da sempre in una determinata città o in un determinato quartiere e chi è nato in un'altra regione o in un'altra nazione e quindi ha una cultura differente da quella riconosciuta come locale. Analizzando le esperienze di chi vive in contesti ur-

17\_ Bertuzzi N., Caciagli C., Caruso L., Popolo Chi? Classi popolari, periferie e politica in Italia, Università degli Studi di Bergamo, 2021.

bani periferici con una marcata componente di immigrati, si possono riconoscere differenti modi di percepirsi e interagire, che possono sfociare infatti in tensioni, orientamenti di chiusura, preferenze per comunità culturalmente omogenee in cui i confini con l'esterno sono ben delineati. Spesso si stabiliscono effettivamente dei confini e delle separazioni tra le comunità.

Non mancano comunque, fortunatamente, persone che considerano il carattere multietnico della società una ricchezza; molti, soprattutto le generazioni più giovani, concepiscono la presenza di immigrati provenienti da altre parti del mondo con una prospettiva *multiculturale* e pensano al pluralismo culturale come ad un valore aggiunto, un elemento di ricchezza che andrebbe tutelato e valorizzato. Questo indica che la convivenza pacifica è possibile e si può, e si dovrebbe, realizzare attraverso la garanzia di diritti sociali che facilitino la ricostruzione di legami solidali e il superamento della solitudine delle periferie, dando vita a forme di cooperazione e solidarietà.

La multiculturalità è un elemento essenziale per il progresso umano e va necessariamente tutelata e valorizzata per garantire la vitalità della società e come recita il primo articolo della Dichiarazione Universale dell'Unesco sulla Diversità Culturale<sup>18</sup>:

<sup>18</sup> Documento adottato nella trentunesima sessione della Conferenza Generale dell'UNESCO di Parigi il 2 novembre 2001.

*La cultura assume forme diverse nel tempo e nello spazio. La diversità si rivela attraverso gli aspetti originali e le diverse identità presenti nei gruppi e nelle società che compongono l'Umanità. Fonte di scambi, d'innovazione e di creatività, la diversità culturale è, per il genere umano, necessaria quanto la biodiversità per qualsiasi forma di vita. In tal senso, essa costituisce il patrimonio comune dell'Umanità e deve essere riconosciuta e affermata a beneficio delle generazioni presenti e future.*

### Desiderio di socialità e luogo di incontro comunitario

Nelle nuove periferie il desiderio di socialità prolifera e nascono nuovi modelli di aggregazione. In queste aree assumono quindi grande importanza i luoghi d'incontro, che possono essere pubblici e aperti, come per le piazze o per gli spazi verdi, o possono essere edifici e strutture aperte alla comunità, tra cui primeggiano le realtà di associazionismo locale. Parallelamente sono significative anche le scuole bilingue pubbliche, che permettono lo svolgimento dei primi momenti di incontro tra le varie comunità, nonché i luoghi di culto, che contribuiscono a creare un forte senso di appartenenza alle comunità stesse.

Degni di nota sono anche i mercati rionali, che possono essere descritti come tramiti comunicativi della pluralità etnica grazie alla fusione tra la sfera economica, sociale e culturale. I mercati offrono agli immigrati di prima generazione uno dei primi lavori accessibili, grazie alla rete amicale e parentale, oltre a rappresentare un percorso verso l'inserimento sociale. Infatti la scelta del mercato come luogo di lavoro da parte di chi si trova in situazioni marginali, o di adattamento dovute alla propria provenienza, ne agevola il processo di inclusione, in quanto rappresenta un contesto familiare e legato alla quotidianità.

Inoltre il mercato è un luogo che favorisce naturalmente la condivisione e la continuità del proprio portato culturale. Secondo lo studioso Manuel Orozco<sup>19</sup>, il mercato periferico è il luogo del *nostalgic trade*, o del *commercio nostalgico*, che si connota per la richiesta, da parte dei compratori stranieri, di peculiari prodotti, al fine di mantenere viva, rispettare e di rivitalizzare parte della propria tradizione anche in un paese per loro differente rispetto a quello di origine. Inoltre anche i commercianti italiani si allineano alle esigenze della nuova clientela e si approvvigionano dei prodotti necessari per soddisfarla, favorendo così l'intensificarsi dei collegamenti tra le comunità, gli scambi e l'integrazione tra culture.

Infine si possono citare anche gli spazi dello sport popolare, che rientrano nella sfera dell'associazionismo. Secondo il sociologo Lionel Arnaud<sup>20</sup>, "i principi e i valori su cui si fonda la cultura sportiva (la prestazione, le regole, il senso di *fair play*) stabiliscono una serie di indicatori simbolici in grado di aiutare le parti politiche, i professionisti del lavoro sociale e le minoranze etniche stesse a orientarsi in un contesto multiculturale complesso e incerto".

Alla luce di questa considerazione, emerge da sé l'importanza del concetto e dell'attività dello *sport popolare*, che è definito dall'Unione Italiana Sport per Tutti (Uisp)<sup>21</sup>

19\_ Direttore del Center of Migration and Economic Stabilization di Washington D.C.

20\_ Professore di sociologia all'Università di Tolosa e autore del saggio "Sport as a cultural system: sports policies and (new) ethnicities in Lyon and Birmingham".

21\_ La UISP è un'associazione di promozione sociale riconosciuta dal Ministero del lavoro e delle politiche sociali ed un ente di promozione sportiva riconosciuto dal CONI, presente sull'intero territorio italiano.

22\_ Rem Koolhaas (Rotterdam, 17 novembre 1944) è un architetto, urbanista e saggista olandese, tra i più noti sulla scena internazionale.

23\_ È una nuova categoria del pensiero di Koolhaas approfondito nel saggio "Junkspace. Per un ripensamento radicale dello spazio urbano" (Macerata, Quodlibet 2006).

come un bene sociale, che ha un'incidenza sulla salute, sulla qualità della vita, sull'integrazione, sull'educazione e sulle relazioni tra persone. Negli anni l'Uisp ha lanciato varie manifestazioni sportive che hanno riscosso una buona partecipazione, come "Bicincittà", "Vivicittà" e "Sport in Piazza", che promuovevano un'idea di sport popolare come paradigma e sistema di riferimento per processi integrativi e sociali. L'intento è quello di diffondere tali pratiche all'interno della comunità locale, in modo da avviare una trasformazione sociale rilevante e permettendo così ai differenti gruppi etnici di trovare una propria collocazione.

### Periferie come possibilità

L'architetto Rem Koolhaas<sup>22</sup> ha a lungo indagato l'impatto dell'architettura sulle città e sulle società che le abitano e nell'ultimo dei suoi tre saggi teorici si è focalizzato sul concetto di *junkspace*<sup>23</sup>. Ha definito lo "spazio spazzatura" come un ambiente in continua espansione, randomico e anarchico, frutto dell'accumulo di materia su materia fra abusi edilizi e urbanizzazione incontrollata, che accoglie membri di diversa estrazione sociale accomunati solo dall'assenza di elementi comuni. Questa confusione si delinea come priva di configurazione ma diventa centrale sia a livello culturale che a livello abitativo, come porzione maggioritaria. Nel corso del tempo la distanza delle periferie dai centri, spesso sostenitori di un modello urbano compulsivo e consumatore di suolo, è riuscita a tutelare alcuni valori identitari, paesaggistici e comunitari che costituiscono un'ottima risorsa per poter ripensare le città, ristrutturandole e ripensando i loro rapporti urbani.

La questione della riqualificazione delle periferie non può quindi limitarsi al loro recupero urbano o all'incremento della viabilità, ma deve agire sulla capacità rigenerativa dei tessuti spaziali e sociali, ma anche produttivi ed economici.

# Identità periferiche

particolare e condivisi tra le persone che vivono quello stesso spazio. Le semiosfere si incontrano e si relazionano tra di loro comportandosi come generatori culturali che hanno l'obiettivo di tutelare e rinnovare tradizioni, memorie, relazioni e pratiche. Analizzando un territorio, quindi, bisogna prendere in considerazione anche questi valori inglobati nelle relative semiosfere perché è dalla concatenazione di queste ultime che si delinea ciò che si può definire identità. Gli elementi che compongono l'identità vanno a creare significati e percezioni che stabiliscono modelli di comportamento e senso di attaccamento a un luogo, definito come il legame sentimentale che si crea tra persone e luoghi.

## Stratificazione identitaria

### Spazio e identità

Per definire cos'è una periferia è necessario inoltre analizzare l'area geografica anche dal punto di vista della sua identità territoriale. Il motivo è ben spiegato da Simmel<sup>24</sup>, sociologo di fine Ottocento, che ha incentrato i suoi studi sulla relazione biunivoca presente tra spazio e identità. Secondo lui, la configurazione degli spazi condiziona fortemente l'identità e, allo stesso tempo, gli aspetti sociali e culturali conformano gli spazi. Interpreta, quindi, la spazialità come una proprietà dei processi sociali e non come un fatto oggettivo.

Un quartiere non può essere dato a priori ma è il risultato di storie, reti, spazi e pratiche che hanno un'identità plurima. Anche se alcuni elementi possono essere chiaramente definiti e spesso rappresentano un riferimento per chi vive o frequenta un'area, è difficile riuscire a definire un quartiere.

L'identità di un contesto urbano è, quindi, il risultato di una stratificazione di identità diverse, prodotte dall'incontro tra soggetti e processi differenti. Questa stratificazione include sia identità nate localmente che quelle delineate o imposte esternamente a seconda della percezione che si ha dell'ambiente.

### Semiosfere

Se analizziamo un territorio in base agli elementi che lo compongono, che vanno da un livello microscopico (strade, palazzi) ad un livello macroscopico (città in generale), possiamo osservare come essi siano caratterizzati da differenti sfere di senso (semiosfere). Jurij Lotman<sup>25</sup>, storico e semiologo russo, descrive la semiosfera come un insieme di riferimenti emotivi, cognitivi, culturali e sociali legati a uno spazio

*Un territorio (sia esso città, regione, nazione) non è un semplice agglomerato di case, uffici, strade, industrie, semafori, automezzi ecc. È soprattutto un concetto identitario, uno spazio allo stesso tempo fisico e simbolico, in grado di generare senso di appartenenza nelle persone che ci vivono e attrazione per le altre.*

- Antonio Romano

<sup>24</sup> Georg Simmel (Berlino, 1° marzo 1858 - Strasburgo, 26 settembre 1918) è stato un sociologo e filosofo tedesco. Ad oggi è considerato uno dei padri fondatori della sociologia.

### Identità del luogo e di luogo

L'identità di un territorio è quindi un concetto molto complicato che non si basa semplicemente sulle caratteristiche materiali e fisiche di un territorio, ma interessa anche la percezione di chi lo frequenta e lo vive quotidianamente. Questi due elementi si relazionano tra di loro e costituiscono la coscienza collettiva di un luogo tramite valori, percezioni e aspirazioni.

Tiziana Banini<sup>26</sup> ha proposto una distinzione tra *identità del luogo* e *identità di luogo* per schematizzare l'analisi dell'identità territoriale di un quartiere.

Per *identità del luogo* vengono intesi gli aspetti materiali e immateriali caratterizzanti un territorio. Comprende, quindi, la memoria storica, il paesaggio, l'agire delle figure sociali che vivono o frequentano il quartiere, i luoghi d'incontro, le attività commerciali e tanto altro. *L'identità di luogo* viene invece descritta come senso di appartenenza del singolo o della collettività al territorio. Nel corso del tempo agli spazi vengono attribuiti valori culturali, sociali, emotivi e cognitivi da parte delle persone che li vivono. In questo modo gli spazi ottengono un valore e si trasformano in luoghi. Il controllo degli spazi e il legame che il tessuto sociale crea con essi contribuiscono a modellare un senso di luogo, che si trasforma in patrimonio identitario.

### Rappresentazioni e immaginari

Tra gli elementi immateriali che contribuiscono alla formazione delle identità rientrano anche le rappresentazioni sociali e gli immaginari urbani, che possono essere prodotti localmente o in contesti più ampi. Si tratta, quindi, della percezione che la città ha di certo quartiere e del senso comune che viene ad esso attribuito che deriva da un processo molto complesso. La narrazione divulgata dai media tende spesso a definire un immaginario diverso dalla realtà e che diventa fattore determinante di una percezione superficiale e spesso negativa. Inoltre non è sempre in grado di rispecchiare pienamente l'essenza e l'identità plurima di un quartiere ricco e complesso.

26\_ Tiziana Banini è docente di Geografia ambientale e Geografia culturale presso la Facoltà di Lettere e Filosofia di Sapienza Università di Roma.

### Perdita d'identità

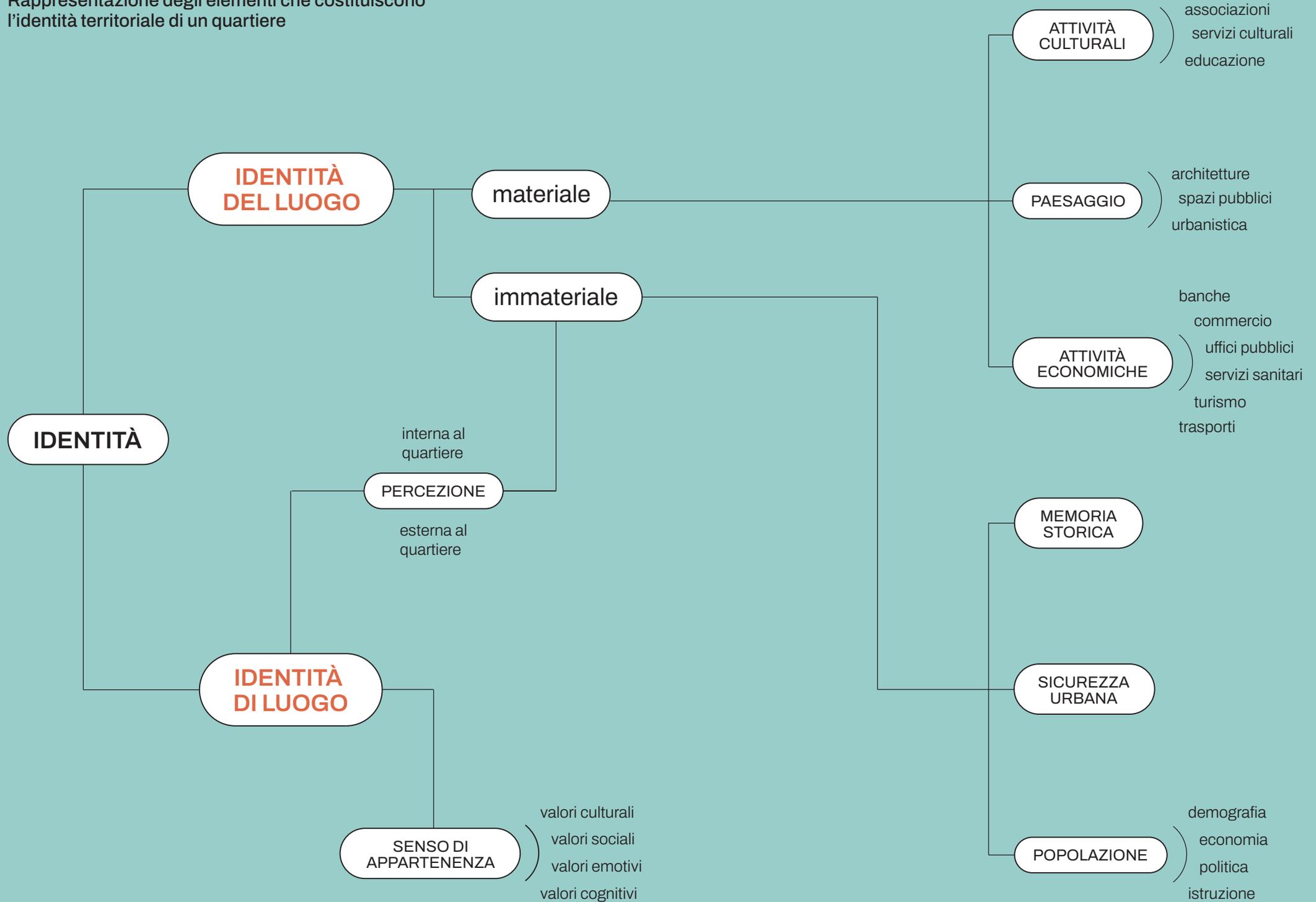
Per quanto possa essere forte e radicata l'identità di un luogo o di un quartiere, spesso si sviluppano alcune dinamiche che portano alla sua progressiva perdita. Tra queste la più rilevante è sicuramente la *gentrificazione*, fenomeno di rinnovo e riqualificazione di aree cittadine che provoca un aumento del prezzo degli affitti e degli immobili e una conseguente migrazione degli abitanti originari. Subiscono enormi conseguenze anche le attività economiche che, se non riescono ad adattarsi ai cambiamenti, sono costrette a chiudere per l'aumento del prezzo degli affitti e per la perdita di clientela. Spesso la fascia di popolazione più soggetta a questa dinamica è proprio quella delle minoranze etniche, una delle componenti cittadine più fragili, e ciò comporta un'inevitabile trasformazione demografica. Un esempio è il mercato di Brixton di Londra: anni fa erano presenti principalmente negozi gestiti dalla comunità giamaicana che abitava il quartiere, ora invece hanno preso il loro posto bar alla moda e ristoranti. Le conseguenze della gentrificazione sono articolate e contrastanti: un quartiere gentrificato viene riqualificato, reso più funzionante, moderno e sicuro risultando però come un beneficio esclusivo per i nuovi abitanti, quelli più agiati.

Nella storia ne sono stati interessati i centri storici, ma anche aree maggiormente contraddistinte dalla loro identità urbana e sociale, come i quartieri periferici della prima cintura. È proprio in questi quartieri, dove le tensioni trasformative sono molto forti e si evolvono in conflitti, che si può parlare di omologazione e *perdita di identità*. La presenza di associazioni e comitati locali che tanto caratterizzano queste aree e che sono espressione di un tessuto sociale attivo, sono anche il segnale di quanto sia grande il senso di minaccia percepito.

Per concludere, i problemi della gentrificazione emergono quando i suoi effetti stravolgono le popolazioni che inizialmente vivevano in un determinato territorio e quando le trasformazioni che comporta sono alienanti e guidate solo da fini economici.

*La città, e quindi la sua identità, è l'esito imprevisto, imprevedibile, eventuale dell'interazione (anche conflittuale) tra pratiche, politiche, immaginari, idee di città, vissuti configurati nello spazio.*

Rappresentazione degli elementi che costituiscono l'identità territoriale di un quartiere



## Identità multiculturale di un quartiere multi-etnico

### Multiculturalismo come evoluzione del *melting pot*

Per affrontare il tema dell'identità di un quartiere a forte presenza multi-etnica è necessario comprendere al meglio il tema della coesistenza e al tempo stesso della contrapposizione tra i termini *multi-etnicità* e *multiculturalismo*. Il termine *multi-etnicità* indica la presenza e la coesistenza in un determinato spazio di differenti gruppi etnici, portatori di patrimoni culturali diversi. Il termine multiculturalismo, invece, non indica una situazione di fatto, ma la volontà di far sì che questi diversi gruppi etnici non solo coesistano, ma convivano, con un'idea di relazione e di interazione.

Pertanto, il termine *multi-etnicità* è descrittivo di una situazione reale ed effettiva, mentre il termine *multiculturalismo* è prescrittivo, volto alla realizzazione di un progetto. A tal proposito il sociologo Vincenzo Cesareo<sup>27</sup> dichiara che il multiculturalismo è una delle principali risposte alla multi-etnicità: una soluzione alla convivenza di persone e gruppi diversi in un determinato luogo.

Il multiculturalismo nasce come evoluzione di un modello di società descritto con l'espressione *melting pot*, coniato nel 1909 dal drammaturgo Israel Zangwill<sup>28</sup> e traducibile letteralmente come "crogiolo per la fusione dei metalli". L'espressione designa il processo di confluenza e di fusione da parte di gruppi ed etnie tra loro differenti dentro un contesto comune ed evidenzia un'unificazione culturale attraverso la commistione dei singoli elementi. Si tratta di un'assimilazione dei valori predominanti della società in cui si genera, che fa venire meno le divisioni di carattere etnico in favore della creazione di un concetto di unione in cui elementi eterogenei divengono omogenei. Il concetto di *melting pot* rappresenta quindi la realizzazione di una società forte, in cui l'unione di più etnie e culture diviene l'elemento cardine. Tuttavia, questa omologazione, risulta essere manifestazione dell'egoismo della società predominante, che prevale sui gruppi minoritari, annullando le identità e le peculiarità che li caratterizzano. Quello del *melting pot* non rappresenta quindi un modello positivo dal punto di vista culturale, l'acquisizione dei tratti comuni e allo stesso tempo la perdita delle differenze non è infatti auspicabile.

27\_ Vincenzo Cesareo è ordinario di Sociologia all'Università Cattolica di Milano e direttore della rivista "Studi di Sociologia". È autore di numerosi lavori sul mutamento socio-culturale e il processo di globalizzazione.

28\_ Israel Zangwill (Londra, 21 gennaio 1864 - Midhurst, 1° agosto 1926) è stato uno scrittore, drammaturgo e umorista inglese.

29\_ Ulderico Bernardi (Oderzo, 15 gennaio 1937 - Treviso, 7 aprile 2021) è stato uno scrittore, sociologo, accademico e giornalista italiano.

Il sociologo Ulderico Bernardi<sup>29</sup> parla di un nuovo modello sociale, quello dell'*Ethnic salad bowl*, o insalatiera etnica, che supera quello del *melting pot*. Il concetto di insalatiera etnica descrive un processo di scambio culturale in cui tutti gli elementi si mescolano e si amalgamano mantenendo intatte le loro caratteristiche e formando un composto nel quale si distinguono le specificità delle parti che lo compongono. Questo modello implica quindi il riconoscimento della ricchezza insita nelle differenze e permette di evitare l'uniformazione asettica; il modello è rappresentativo di una società multiculturale.

### Diversità come principio della società multiculturale

Come visto nel paragrafo precedente, il termine multiculturalismo, entrato in uso alla fine degli anni ottanta, identifica una società in cui culture diverse convivono mantenendo, ma al tempo stesso mettendo in discussione, le peculiarità del proprio gruppo sociale e la propria identità. Le minoranze mantengono il loro diritto di esistere senza omologarsi alla cultura predominante e senza perdere i propri tratti distintivi. Il multiculturalismo è perciò in grado di favorire una convivenza tra culture, ugualmente rispettate, riconosciute e valorizzate.

La creazione di una società multiculturale è quindi un processo necessario per le città multi-etniche e costituisce un obiettivo per pervenire a un'autentica cittadinanza pluralistica. Riconoscersi come membri di una società multiculturale, significa prima di tutto essere consapevoli della propria multi-etnicità ed eterogeneità, e significa riconoscere e valorizzare questa diversità come una ricchezza, supportando azioni concrete che partano dal basso e che permettano di portare ad attuazione una città priva di pregiudizi e discriminazioni.

*Nel mondo nuovo di opportunità fugaci e di fragili sicurezze, le identità vecchio stile, non negoziabili, sono semplicemente inadatte.*

- Zygmunt Bauman

30\_ Michael Keith è professore alla University of Oxford e co-direttore dell'Oxford Programme for the Future of Cities. È autore di vari saggi tra cui "After the Cosmopolitan?: Multicultural Cities and the Future of Racism".

### Quartiere multiculturale

Michael Keith<sup>30</sup> ha individuato una distinzione tra due tipologie di quartiere culturale: la prima è quella di *cultural quarter* in senso artistico, la seconda, ovvero quella che più ci interessa, è quella di *cultural quarter* in senso sociale e comunitario, ossia di un *ethnic* o *multicultural quarter* nel quale convivono più etnie che grazie alla propria presenza caratterizzano il quartiere stesso. Il *multicultural quarter* rappresenta una specifica area della città in cui è presente una forte componente multietnica che ben si distacca dall'idea di *ghetto*, infatti ciò che distingue questo tipo di quartiere è proprio il tentativo di creare una convivenza pacifica, che miri alla partecipazione attiva delle minoranze all'interno della società nella quale si inseriscono, e che garantisca una convivenza felice.

Chiaramente il processo che porta un quartiere da essere semplicemente multietnico a diventare multiculturale non è per nulla semplice o scontato: l'interazione di diverse etnie all'interno di un quartiere è spesso difficile e può scaturire in situazioni di conflitto o tensione. Per fare in modo che si venga a creare un vero e proprio quartiere multiculturale si deve configurare una convivenza fondata sulla valorizzazione delle diverse culture, sulla creazione di relazioni tra i differenti gruppi e sul radicamento, da intendersi secondo due accezioni distinte. Da una parte radicamento come espressione dell'atto di un gruppo di situarsi in una particolare area che offra loro opportunità, stabilità e lo sviluppo di un senso di appartenenza, dall'altra radicamento inteso come l'insieme dei processi che si innescano a seguito dell'avvenuto insediamento e che portano ad un'evoluzione della città, caratterizzata dalla nascita di economie etniche e da una sempre maggiore attenzione per la presenza di etnie e di bisogni diversi attraverso l'apertura di servizi di supporto, di associazioni e di luoghi di culto o centri culturali.

Questo processo porta anche a un cambiamento del paesaggio del quartiere stesso, sia dal punto di vista spaziale che sociale. La presenza di una popolazione multietnica interviene contribuendo al cambiamento del quartiere dando vita ad un processo di scambio tra la propria cultura e l'ambiente in cui vive: il paesaggio diventa mezzo di comunicazione non verbale che esprime le caratteristiche urbane e sociali, i sistemi di valori delle persone, degli atteggiamenti e delle preferenze ambientali.

Il multiculturalismo porta quindi ad un continuo processo evolutivo che consiste nel cambiamento dello stile di vita delle persone, delle forme d'uso e di gestione degli spazi ur-

bani e perciò a un cambiamento delle *identità sociali, culturali e territoriali* preesistenti, che sono messe in discussione, cambiano e si adattano ai diversi stili di vita che li attraversano, diventando nuova espressione dell'identità degli individui, portatori di un proprio senso di luogo che produce, a sua volta, delle nuove identità di luogo.

*Ogni cultura presenta al proprio interno una pluralità di culture, frutto di un continuo processo evolutivo. Le culture nascono dalle interazioni che si creano con le altre, è pertanto inevitabile riconoscere la multiculturalità delle culture stesse.*

- Bhikhu Parekh

# Valorizzare un quartiere multietnico

## Linee guida

### Per una rigenerazione efficace

Al giorno d'oggi il tema delle periferie diviene sempre più frequentemente una sfida all'interno delle dinamiche della riqualificazione urbana. Esse vengono identificate come "aree di rigenerazione integrata", ovvero aree che richiedono diversi tipi di interventi interconnessi che vanno dalla riqualificazione edilizia alla valorizzazione della ricchezza culturale e al miglioramento dei servizi di cittadinanza.

Nelle città esistono, però, varie e differenti periferie distinguibili in base alla loro identità e alla loro capacità di azione. Esse creano un panorama policromo e multimaterico che necessita di specifici approcci di interpretazione e gestione.

Gli interventi di rigenerazione, per poter essere efficaci e portare qualità negli effetti, devono attraversare quattro dimensioni:

- a. la riconnessione, ovvero un incremento della mobilità nella città in modo da attenuare la separazione geografica tra centro e quartieri circostanti;
- b. la poli-centralizzazione, che consiste nel disporre le attività presenti in una città, che possono essere ludiche, sportive o commerciali, in modo equo su tutto il territorio in modo da creare occasioni di coesione;
- c. la rigenerazione, sia fisica ed ambientale che relativa al contrasto della marginalità sociale, attivando interventi di cura degli spazi e di coinvolgimento delle minoranze;
- d. la resilienza, da intendere come elasticità delle istituzioni politiche nel creare connessioni tra risorse e attori senza rigidità e nel riattivare immobili metabolismi urbani.

### Innovazione sociale e contestualizzazione

Il concetto di innovazione sociale gira attorno ad un vasto insieme di attività organizzative e individuali che puntano a soddisfare determinati bisogni, i quali generano benefici condivisibili anche al di fuori dell'ambito inizialmente considerato. Si concentra su temi come il valore collettivo generato, la trasformazione sociale, l'origine di cambiamento e la prevalenza di obiettivi sociali piuttosto che di quelli di profitto.

L'innovazione sociale è una dinamica che, partendo dagli elementi che caratterizzano un territorio, individua gli obiettivi da perseguire per generarvi un impatto e in seguito le risorse sociali, culturali e materiali presenti da utilizzare. Queste ultime possono essere le attività economiche, i bisogni, i legami sociali, le conoscenze che caratterizzano un territorio.

Questo approccio è basato sul ritenere che meglio si comprende il rapporto identitario creato da una comunità con il proprio territorio, più l'impatto delle politiche di rigenerazione di quei luoghi sarà efficace. Vengono, quindi, presi in considerazione gli elementi che impattano sul senso di luogo e sull'identità di un determinato contesto. Elementi che, in base al rapporto che hanno le persone con gli spazi, contribuiscono ad attribuire significati a tali spazi e a trasformarli in luoghi, verso cui è quindi possibile provare un tipo di attaccamento emotivo. Di conseguenza se le attività di rigenerazione urbana riescono ad assorbire e a sostenere l'identità e i valori di un contesto, allora il senso del luogo e la probabilità di generare risultati positivi saranno maggiori.

### A chi rivolgersi

Nell'immaginare e nel progettare le città si riflette spesso su come siano state costruite e quali interventi e cambiamenti sarebbe meglio apportare. Passa sempre in secondo piano un elemento: chi abita queste città? qual è la sua storia? quali sono le sue necessità?

Queste domande non vengono schivate, ma vengono date per scontate. La risposta rimane sempre la stessa perché ad essere presa in considerazione è solo una parte della cittadinanza, ovvero quella che abita in determinati quartieri, che ha un certo reddito e certe origini.

Così le nostre città si conformano come maggiormente accessibili per alcuni e meno per altri, questa problematica necessita un cambio di paradigma che porti ad un coinvolgimento attivo di tutti i cittadini e che tenga conto delle differenze e delle disuguaglianze.

### Istituzioni inclusive

Un importante ruolo in queste dinamiche è ovviamente portato avanti dalle istituzioni. Nel saggio “Come le nazioni falliscono”<sup>31</sup>, pubblicato da Daron Acemoglu e James A. Robinson<sup>32</sup>, viene svolta un’analisi delle cause per cui nel mondo ci sono alcune aree che si sviluppano e progrediscono a livello economico e altre che ristagnano o decrescono.

Secondo quanto viene spiegato nel saggio le cause sono da ricercarsi nel modo in cui agiscono le istituzioni e il funzionamento dell’economia in quelle aree. Esistono, quindi, due tipologie di istituzioni: quelle *estrattive*, che vengono utilizzate da alcuni gruppi sociali per impossessarsi della ricchezza prodotta da altri, creando un circolo vizioso che produce immobilità; e quelle *inclusive*, in cui lo stato genera capitale umano promuovendo l’inclusione e favorendo l’innovazione e la partecipazione dal basso.

Questa tendenza è ben visibile sul nostro territorio, infatti si possono distinguere le città, che non risentono della crisi demografica e dispongono dell’attrattiva comune delle zone urbane, e le zone marginali, che sono state sottoposte a forze estrattive che hanno impoverito quei territori. Nonostante ciò è proprio in queste ultime aree che si può notare una grande fioritura di associazioni che si impegnano a mantenere vivi e attivi questi posti.

Rimane però essenziale che lo Stato agisca, dialogando con i cittadini, promuovendo investimenti che accrescano il valore sociale e favorendo uno sforzo che parta dal basso. In queste zone non manca la voglia di cambiamento, ma scarseggiano le opportunità.

### Coprogettazione

In base a quanto appena esposto, risulta necessaria una collaborazione, tra le istituzioni e i cittadini, che spesso trova un punto d’incontro grazie alle associazioni. Esse, infatti, rendono possibile un intervento *bottom up*, ovvero un intervento “dal basso” che dà la possibilità di rigenerare e trasformare la città partendo dalle idee e dalle necessità della comunità, vedendo il continuo coinvolgimento positivo della popolazione locale. Si viene così a creare una cooperazione portata avanti dalle istituzioni e dalla società civile e basata sulla volontà di entrambe di risolvere determinate problematiche.

Questo tipo di azione interviene sulle tematiche sociali, proponendo ad esempio progetti di incontro che creino conoscenza e interazione tra chi abita il quartiere, e altrettanto spesso su progetti di riqualificazione urbana.

31\_ “Perché le nazioni falliscono. Le origini di potenza, prosperità e povertà” è un saggio politico di Daron Acemoglu e James A. Robinson, pubblicato nel 2012. Il saggio tratta le enormi differenze di reddito e di tenore di vita fra i paesi ricchi e quelli poveri.

32\_ Daron Acemoglu, economista e professore di economia al MIT di Boston e James Alan Robinson, economista e professore di scienze politiche alla Chicago University.

## Cibo: valore culturale e potenzialità

### Cibo è cultura

Il cibo non rappresenta semplicemente una necessità primaria e fisiologica ma porta con sé un bagaglio di valori culturali, sociali e simbolici. Le modalità con cui si accede al cibo, con cui viene trattato e consumato sono punti chiave delle nostre origini e delle nostre tradizioni culturali e di appartenenza e sono aspetti fondamentali nella formazione e nella caratterizzazione della nostra identità individuale e sociale.

Il cibo è perciò connesso a vari aspetti psicologici dell’individuo come ideologie, valori, credenze culturali e religiose. Ciò che si mangia può avere un’identità filosofica, come nel caso delle diete vegetariane o vegane basate sul rispetto della natura e degli animali e che hanno ripercussioni su diversi aspetti dello stile di vita dell’individuo. L’alimentazione può avere anche un’identità religiosa, difatti in tutte le religioni il cibo non è unicamente un elemento materiale ma viene considerato un dono di Dio o degli Dei, di conseguenza mangiare diventa un atto sacro e di ringraziamento. Il cibo porta con sé anche un aspetto economico e diventa marcatore sociale: l’alimentazione rappresenta uno strumento per sfoggiare la propria ricchezza e il proprio benessere oppure una cartina tornasole della povertà che evidenzia il ceto sociale di appartenenza.

Un altro aspetto da considerare è la caratteristica geografica del cibo. Fattori come il clima e l’ambiente influenzano la presenza di determinati cibi e le conseguenti abitudini alimentari degli individui di quell’ambiente. I prodotti locali sono quindi rappresentanti del legame tra una comunità e il proprio territorio e, al tempo stesso, sono elemento di riconoscimento e identificazione di essa da parte del resto del pianeta. Alimenti come il cous cous nei territori arabi o come gli spaghetti in Italia sono forma di riconoscimento dell’identità del luogo di provenienza e rappresentano un segno forte della propria storia e cultura.

Miriam Lowenberg<sup>33</sup>, in un suo saggio del 1970, ha presentato un sistema per analizzare i bisogni dell’individuo, in relazione alla propria identità, che può risultare utile per indagare cosa c’è oltre il bisogno primario del nutrimento.

33\_ Miriam Lowenberg è autrice di due importanti saggi: “Food and People” (1979) e “Feeding your baby and child” (1962).

Nello specifico l'autrice ha distinto cinque tappe che evolvono dalla dimensione del "naturale/animale" a quella del "culturale" e da quella del "collettivo" a quella dell'"individuale".

I livelli sono:

- a. Il bisogno di nutrirsi/alimentarsi per la sopravvivenza;
- b. Il bisogno di sicurezza, ovvero di procurarsi cibo a sufficienza per il futuro;
- c. Il bisogno di appartenenza, ovvero l'adozione di un modello alimentare condiviso per definire e rafforzare il senso di identità all'interno di un gruppo;
- d. Il bisogno di autostima, prestigio e successo;
- e. Il bisogno di autorealizzazione, ovvero la scelta dei cibi secondo i propri gusti e secondo la percezione della propria identità.

Il livello su cui ci soffermiamo è il terzo, ovvero il bisogno di appartenenza. Esso rappresenta tutti gli aspetti più sociali del cibo ed è uno degli elementi principali che caratterizzano i flussi migratori e che portano le comunità migranti a tutelare e conservare le proprie abitudini alimentari e culturali.

Risulta evidente la centralità dell'alimentazione nella formazione della propria identità e cultura, in quanto essa è frutto di condizioni, di processi, di funzioni, di rituali, di significati culturali, di valenze simboliche e di attribuzioni di valori che vanno ben oltre la funzione nutrizionale. Gli uomini non si nutrono degli stessi cibi in tutte le culture, ma ne prediligono alcuni e ne rifiutano altri: questa predilezione verso alcuni cibi e il rifiuto di altri è frutto di un codice di condotta alimentare sempre differente e che è determinato dalle caratteristiche geografiche, storiche, ambientali, economiche e nutrizionali della cultura stessa; risulta essere specchio e memoria delle differenti culture che l'hanno originato e influenzato. Il cibo si configura come un *soggetto* con cui la collettività caratterizza un territorio e si radica in esso e la tipologia di alimenti consumati e il loro modo di consumo hanno un forte valore comunicativo ed esprimono, senza bisogno di mediazioni, un'identità sociale. "Siamo ciò che mangiamo"<sup>34</sup> e il cibo connota popoli, culture e società in base alla storia e alle modalità della loro alimentazione.

Dunque il cibo e l'arte di cucinare sono manifestazioni della cultura di un popolo e di una persona, così come possono esserlo l'arte, la musica, la letteratura, la lingua, i valori, la religione e i costumi, custodi delle tradizioni locali e dell'identità del gruppo di appartenenza. Come scrive

34\_ Nel 1862 il filosofo tedesco Ludwig Feuerbach scrisse Il mistero del sacrificio o Mann ist, was er isst, "L'uomo è ciò che mangia".

35\_ Alessandra Guigoni (Genova, 20 gennaio 1968) è un'antropologa e blogger italiana.

Alessandra Guigoni<sup>35</sup>: "ogni cultura regola l'alimentazione dettando una serie di norme più o meno esplicite e rigide che fissano cibi commestibili e cibi considerati ripugnanti o vietati, ma anche i modi di preparazione, tempi e luoghi, contesti e persone con cui il cibo può o deve essere consumato. Il consumo del cibo, in una parola, è un procedimento per costruire, comunicare (ed eventualmente trasgredire) regole sociali, gerarchie, legami".

*Il cibo è cultura quando si produce, perché l'uomo non utilizza solo ciò che trova in natura ma ambisce anche a creare il proprio cibo, sovrapponendo l'attività di produzione a quella di predazione, Il cibo è cultura quando si prepara, perchè, una volta acquistati i prodotti base della sua alimentazione, l'uomo li trasforma [...]. Il cibo è cultura quando si consuma, perché l'uomo, pur potendo mangiare di tutto, o forse proprio per questo, in realtà non mangia tutto bensì sceglie il proprio cibo, con criteri legati alle dimensioni economica e nutrizionale del gesto, sia a valori simbolici di cui il cibo stesso è investito. Attraverso tali percorsi il cibo si configura come elemento decisivo dell'identità umana e come uno dei più efficaci strumenti per comunicarla.*

- Massimo Montanari

### Linguaggio universale

In tutte le culture mangiare è anche un atto sociale, che comunica diversi aspetti personali, familiari e sociali; le persone socializzano e festeggiano attorno al cibo e alla tavola, dove entra in gioco la convivialità, perché la relazione tra gli individui diventa condivisione. *Convivialità*, che letteralmente significa “vivere insieme”, è espressione di interdipendenza, di solidarietà, di convivenza democratica e di inclusività senza imposizione. La stessa etimologia della parola “convivio” suggerisce questa interpretazione creando un parallelismo tra il vivere insieme e il mangiare insieme. Mangiare insieme rappresenta quindi uno straordinario mezzo di autorappresentazione e di condivisione della propria identità, e può essere inoltre la prima modalità per entrare in contatto con culture diverse.

Infatti, le analogie presenti tra cibo e linguaggio li designano entrambi come codici di comunicazione che diffondono valori simbolici e significati sociali, economici, politici e religiosi. Il cibo, esattamente come la lingua parlata, contiene e conduce la cultura di appartenenza e racchiude in sé le tradizioni e l'identità di una comunità. È quindi un incomparabile mezzo di scambio culturale: è un ottimo strumento di rappresentazione dell'identità e, citando Massimo Montanari<sup>36</sup>, è “il primo modo per entrare in contatto con culture diverse”. Infatti, almeno in apparenza, mangiare cibi provenienti da culture diverse dalla propria è più semplice che decifrare e tradurre una lingua straniera e il cibo si presta, più della parola, a creare mediazione tra le diverse culture aprendo i sistemi culturali, e culinari, ad ogni possibile contaminazione.

### Shock culturale e nostalgia

Nonostante il cibo possa essere definito come un linguaggio e un mezzo di scambio culturale, può diventare un tema difficile e, talvolta, problematico quando si parla dell'ambito della migrazione.

Il processo migratorio sposta l'individuo che lo compie dal luogo della sua cultura originaria ad un luogo con cultura differente. Il migrante si viene a trovare in un nuovo contesto sociale regolato da uno schema di norme e valori diversi e difficili da comprendere, egli sperimenta un senso di appartenenza precario: non appartiene più alla terra di origine, ma neanche a quella di arrivo. In questo senso si può parlare di *shock culturale*, evento intrinseco alla migrazione, determinato dall'abbandono degli elementi culturali relativi al proprio contesto di appartenenza, per l'inserimento in un nuo-

Porta Palazzo, Aurora



vo contesto sconosciuto. Lo shock culturale è un evidente sentimento di spaesamento, di incapacità di comprendere i nuovi meccanismi sociali nei quali ci si trova.

L'individuo deve infatti imparare ad orientarsi in un contesto completamente diverso, cominciando ad acquisire i nuovi costumi sociali. Quando l'individuo inizia il lento e complesso processo di adattamento alla cultura del paese ospitante si dà vita a un processo definito di *acculturazione*. A tale scopo è necessario un processo che permetta la connessione tra elementi della cultura originaria e della cultura ospite, integrarsi significa infatti acquisire il complesso di norme che regolano la nuova società in cui ci si trova pur mantenendo il sistema di valori appartenenti alla propria cultura. Il migrante infatti, immerso in un contesto alieno, completamente diverso dal suo, è portato ad un continuo processo di riconoscimento di elementi di somiglianza e di differenza rispetto al proprio luogo di origine.

L'integrazione non è però l'unica via percorribile, è anzi, quella più complessa e che richiede l'accettazione, da parte di entrambe le parti, di elementi estranei al proprio modo di vedere e pensare la società, e tutto ciò che questa implica. Infatti, non tutti i gruppi sono permeabili al cambiamento e talvolta si evidenziano forme di resistenza o di isolamento. L'emigrato, nell'approccio con culture distanti, si trova infatti davanti ad un bivio: sorge, da un lato, il desiderio di rimanere ancorati alla propria identità, di mantenere le proprie abitudini e la propria cultura e la possibilità, da un altro, di integrarsi nella nuova cultura nel modo più rapido possibile. Queste due possibilità opposte si trovano spesso insieme in posizioni intermedie e meno estreme, per cui il desiderio di

<sup>36</sup> Massimo Montanari (Imola, 24 dicembre 1949) è uno storico italiano. È docente ordinario presso l'Università di Bologna e insegna anche all'Università di Scienze Gastronomiche di Pollenzo. È ritenuto uno dei maggiori specialisti di storia dell'alimentazione.

integrazione si compenetra a quello di radicazione. Gli elementi culturali quali la lingua, i costumi, le tradizioni, la religione e l'alimentazione sono gli strumenti che permettono la creazione di un ponte verso la propria terra, i propri affetti, i propri luoghi, verso se stessi per cercare di non perdere la propria identità, ma possono rappresentare anche ponti verso gli altri e verso le diverse culture.

Il cibo in particolare è in grado di mantenere in vita il legame con la cultura di origine, in modo diretto, immediato e fisico; poiché percepito con tutti e 5 i sensi è in grado di creare un punto di contatto concreto con ciò che in realtà è lontano chilometri. Attraverso l'alimentazione si consuma e talvolta si rafforza la nostalgia del luogo di provenienza e il legame con esso.

Inoltre la condivisione delle pratiche alimentari tradizionali con la comunità etnica già insediata nel paese d'accoglienza, vero e proprio punto di riferimento al momento di arrivo, crea un'esperienza collettiva di identificazione culturale. Il mangiare insieme, che comprende l'insieme delle conoscenze alimentari, la manualità e le pratiche di preparazione, oltre che il consumo del cibo, acquista forte valore identitario: non ci si trova più in un luogo estraneo, ma in una proiezione temporanea del proprio paese d'origine, in cui gli individui riescono a sentirsi in un ambiente familiare.

### Integrazione e scambio culinario

Come ha sottolineato il Senato della Repubblica Italiana nel 2008<sup>37</sup>:

*L'alimentazione rappresenta un terreno d'incontro, di dialogo, di scambio e di sviluppo, determinante per l'importanza culturale ed economica che riveste in ogni singola Regione del mondo, nel percorso storico dell'alimentazione mondiale.*

Il cibo è quindi, non solo elemento di identità culturale e di riappropriazione identitaria, ma anche, come già esposto in precedenza, uno dei mezzi più efficaci per stimolare la via dell'interculturalismo. Il cibo rappresenta infatti un fondamentale mezzo di scambio culturale, la prima forma di con-

<sup>37</sup> Legislatura 16 Atto di Sindacato Ispettivo n° 1-00009 pubblicata il 17 giugno 2008.

tatto, e di conoscenza, tra due civiltà, o due gruppi sociali, o due individui. La cucina è perciò "la soglia più accessibile di una cultura. È la soglia più bassa di un confine. Mangiare la cucina degli altri significa attraversare questa soglia"<sup>38</sup>. Inoltre si può affermare che la condivisione dei gusti, apparentemente incomunicabili, crea molteplicità ed elasticità comunicativa arricchendo il percorso identitario di ogni individuo. Lo scambio culturale, e culinario, non è infatti da considerare come una minaccia per la propria identità e, poiché non esiste identità senza alterità, la conoscenza dell'altro e il confronto con esso sono motivo di rafforzamento delle identità stesse. Le culture si rivelano "tanto più forti quanto più sono aperte verso l'esterno e inserite in vari percorsi di scambio, d'incrocio, di contaminazione"<sup>39</sup>.

Ciò che è necessario imparare per raggiungere la realizzazione di una società multiculturale è aprirsi alla relazione, in questo caso attraverso l'alimentazione e la condivisione delle tradizioni gastronomiche, facendo leva su quegli elementi ed alimenti a noi più vicini. Solo in questo modo si possono superare i conflitti, con un lento e paziente processo di conoscenza dell'altro e di integrazione di esso nella società. Il cibo è un elemento che ce lo permette, e nella convivialità dell'incontro ci fornisce un'occasione per farci reciprocamente conoscere, apprezzare e per costruire la possibilità di vivere insieme tra *diversi*.

<sup>38</sup> La Cecla F., "Il malinteso", 1997

<sup>39</sup> Montanari M., "Il mondo in cucina. Storia, identità, scambi", 2002

# SCENARIO

A seguito della fase di ricerca sui quartieri periferici e multietnici ci siamo domandate quale tra i quartieri di Torino, la nostra città, presentasse il contesto adatto a un'operazione di valorizzazione. I quartieri periferici della città sono tanti, ma quelli che presentano realtà multietniche sono principalmente concentrati nell'area nord e quello più vario e sfaccettato, con grande potenzialità, è Aurora.

Aurora, come risulta dall'analisi contestuale che segue, è un quartiere che si contraddistingue dal punto di vista geografico, data la sua posizione che la pone a metà tra centro e periferia, oltre che da quello demografico e sociale, vista la sua popolazione giovane, fragile e diversificata dal punto di vista etnico. È oggi uno dei quartieri torinesi dove più emergono le contraddizioni e i conflitti della società, ma è anche molto attiva per la collettività, grazie alla presenza di numerose realtà associative che cercano di migliorare la vivibilità del quartiere e creare relazioni e comunità tra gli abitanti.

L'analisi di scenario è stata effettuata nel periodo tra novembre 2021 e gennaio 2022 tramite l'indagine sul quartiere.

Nello specifico l'analisi si è suddivisa in due parti: a) analisi del contesto dal punto di vista geografico, demografico, economico, culturale e dei servizi; b) analisi del ruolo e dell'importanza del cibo etnico nel quartiere e nei processi di integrazione.

L'analisi è stata effettuata mediante ricerca online, tramite l'analisi di rapporti statistici e la rielaborazione di dati, e sul campo, attraverso la somministrazione di un format d'intervista e di un breve questionario.

Nello specifico, le interviste hanno coinvolto referenti di associazioni (culturali, sociali, comitati di quartiere), gestori di locali commerciali, organizzatori di eventi e abitanti del quartiere.

Le interviste semi strutturate hanno permesso di raccogliere informazioni sul profilo delle persone intervistate, sui bisogni sociali emergenti e sulle potenzialità del quartiere. Ogni intervista (realizzata di persona o telefonicamente) è durata in media 15/20 minuti ed è stata sviluppata attorno a cinque focus principali: a) delineazione del profilo del soggetto intervistato; b) conoscenza delle organizzazioni di appartenenza (attività, progetti, obiettivi, target, ecc.); c) individuazione delle maggiori criticità all'interno del quartiere (aspetti problematici, svantaggi, possibili azioni per migliorare la vivibilità); d) individuazione delle risorse del quartiere (risorse materiali e immateriali, elementi identitari); e) rapporto tra il quartiere e il resto della città di Torino (riqualificazione e problematiche).

Per quanto riguarda il questionario esso è stato strutturato secondo la tipologia a domanda chiusa/multipla/breve per facilitare l'accessibilità della compilazione. Il questionario si è articolato in tre parti: a) conoscenza del soggetto sottoposto al questionario; b) rapporto con il quartiere e percezione di esso; c) importanza del cibo come mezzo di condivisione.

# Contesto

## Territorio

Il quartiere Aurora fa parte della Circoscrizione 7. I suoi confini sono segnati a sud da corso Regina Margherita, a nord da corso Vigevano e corso Novara, a ovest da corso Principe Oddone e ad est dal fiume Dora. Al suo interno è caratterizzato da tre nuclei nettamente distinguibili per le loro caratteristiche peculiari:

- **Borgo Dora e Valdocco**, i rioni più antichi che hanno come fulcro il mercato di Porta Palazzo, più grande mercato scoperto della città nonché, secondo molte statistiche, di tutta Europa, e il Mercato del Balon. L'area di Valdocco è particolarmente conosciuta per i suoi insediamenti che testimoniano il suo passato manifatturiero (ex concereria Durio e ex Arsenale Militare) e per il santuario di Maria Ausiliatrice, l'oratorio fondato da S. Giovanni Bosco, le diverse strutture della comunità salesiana e l'Arsenale della Pace del Sermig;
- **Borgata Aurora**, zona della prima e della seconda industrializzazione della città che conserva le tracce del suo passato di quartiere operaio con un fitto tessuto di negozi e di botteghe di vicinato. Presenta molti spazi in attesa di riconversione come le ex-Officine Grandi Motori e l'Astanteria Martini;
- **Borgo Rossini**, di vecchia edificazione, presenta un carattere misto fra edifici ad uso residenziale e attività economico produttive. È la porzione di quartiere in cui sono attivi processi di riqualificazione con il riutilizzo degli edifici sede delle ex attività manifatturiere e la realizzazione di nuovi, come l'ex area Enel diventata sede del quartier generale di Lavazza, "La Nuvola".



Mercato di Porta Palazzo, Aurora

Alcune zone del quartiere hanno un ruolo "centrale", non solo nella vita degli abitanti del quartiere, ma anche per persone di tutta la città, perché rappresentano importanti luoghi di incontro e aggregazione o perché offrono servizi rilevanti. Tra questi c'è Porta Palazzo e alcuni importanti servizi ospedalieri e socio-assistenziali. Altri suscitano invece scarso interesse e nella percezione appaiono come zone di transito o come zone dimenticate, esterne al quartiere e alla città.



contesto

- Borgata Aurora
- Borgo Rossini
- Borgo Dora e Valdocco

↑ nord



↓ sud

# Storia

## Un passato industriale

Aurora, collocata a ridosso del centro storico, è una delle aree di più antica urbanizzazione della città di Torino. Fino al Settecento quest'area era al di fuori dalla cinta muraria e aveva un carattere prettamente rurale, ma, grazie alla presenza del fiume Dora Riparia, il borgo divenne presto sede di concerie, opifici, battitori da panno e del grande complesso dei Molassi, i più importanti mulini per granaglie della città, di origine medioevale e ristrutturati nel Settecento. Già in quest'epoca il quartiere ricevette un intenso fenomeno di inurbamento, in particolare sotto il regno del Re di Savoia Vittorio Amedeo III e con il delinearsi degli attuali corso Vercelli e corso Regio Parco, dopo il quale si svilupparono le prime cascine.

Con l'abbattimento delle mura all'inizio dell'Ottocento, la cinta daziaria si spostò a nord, in corrispondenza dell'attuale corso Novara/corso Vigevano, che da allora assunse il ruolo di limite fisico e percepito del quartiere. A partire dalla prima metà dell'Ottocento vennero realizzate infrastrutture ed edifici ancora importanti per il tessuto urbano del quartiere: il ponte Mosca, piazza Crispi, Casa della Divina Provvidenza e Cascina Aurora. Tra fine Ottocento e inizio Novecento vennero realizzati nuovi ponti sulla Dora, si implementarono le principali arterie stradali e si terminò la Ferrovia di Ciriè, nel 1868, con la stazione Dora e lo scalo merci. Aurora vide un incremento di accessibilità che, assieme alla disponibilità di spazi e alla vicinanza al centro cittadino rese territorio perfetto per l'insediamento di nuove attività industriali e per l'espansione urbana.

All'inizio del Novecento Aurora divenne uno dei primi e principali quartieri industriali e operai della città di Torino. La presenza di industrie generò l'afflusso di migliaia di lavoratori dal sud per cui diventò necessaria la realizzazione di abitazioni a basso costo e di servizi pubblici. Nel corso dei primi decenni del secolo verranno realizzati diversi complessi di case di edilizia economica popolare in corso Novara, via Cuneo e via Aosta.

Esaurita la spinta industriale e l'affluenza demografica, il quartiere si è svuotato delle fabbriche e di parte dei suoi abitanti lasciando posto a nuovi cittadini, soprattutto immigrati, non più solo dal sud Italia, ma da tutto il mondo.

Nel 1983 il Sermig (Servizio Missionario Giovani) decide



Ex Caserma Cavalli, Aurora

di investire sul quartiere trasferendo la sua sede nel cosiddetto "Arsenale della Pace", originariamente Regia Polveriera, un'antica fabbrica di armi in disuso, e trasformandola in un monastero metropolitano aperto 24 ore su 24, punto di riferimento per i bisognosi della città. Pochi anni dopo, nel 1988, viene chiusa la stazione di Torino Porta Milano di corso Giulio Cesare, arrestando il capolinea della ferrovia Torino-Ceres alla stazione di Torino Dora e lasciando quell'area mal collegata al resto della città.

Aurora era ed è tuttora un quartiere di numerose trasformazioni: dalle borgate del XVIII secolo alle antiche canalizzazioni del fiume per l'energia idraulica, dall'industrializzazione del primo Novecento fino al parziale abbandono post industriale.



Casa Aurora, Aurora

### Origine del nome

L'origine del toponimo *Aurora* deriva dall'edificio, posto indicativamente al centro del quartiere, tra corso Giulio Cesare e corso Emilia, e che nelle carte topografiche ottocentesche risulta come "Cascina l'Aurora". L'antica cascina fu trasformata nel 1869 nell'opificio tessile Abrate Depanis, poi Bass-Abrate, che all'inizio del Novecento fu acquistato da Donato Levi & Figli e dal 1930 ospitò il Gruppo Finanziario Tessile (GFT), azienda produttrice di abiti pronti, sotto la guida dei fratelli Rivetti. Nel 1984 l'intero complesso edilizio, che attualmente ospita una palestra e diversi uffici, fu riprogettato dall'architetto Aldo Rossi. La facciata si dispiega rispettando il taglio diagonale dell'isolato demolito, lo spigolo viene rafforzato dall'imponente colonnato bianco. Dalla ristrutturazione in poi l'edificio divenne noto come "Casa Aurora".

### Le due Aurora

Oggi, con l'interramento dei binari delle linee ferroviarie dismesse e la ricucitura della città con i progetti delle Spine del Piano Regolatore, il quartiere è diventato un importante snodo tra centro e periferia e ha cambiato rapporto con il resto della città.

Il territorio di Aurora appare frammentato per una serie di motivi dovuti sia al suo passato industriale, che ne ha segnato il veloce sviluppo e il conseguente abbandono di

grandi aree, sia alla sua conformazione territoriale che vede la presenza del fiume Dora, che spezza il quartiere in due (da un lato borgo Dora-Valdocco, dall'altro borgata Aurora), la presenza di ex infrastrutture ferroviarie che lo attraversano (il trincerino dell'ex ferrovia Ciriè-Lanzo) e di grandi viali stradali (corso G. Cesare, corso Novara, corso Vigevano, corso Regio Parco), che non solo determinano una separazione con i quartieri limitrofi, ma anche diverse spaccature interne.

In alcuni casi le aree sono in forte espansione e sono oggetto di riqualificazione, come per esempio la riconversione dell'area dell'ex centrale elettrica Enel, dove ora sorge il centro direzionale "Nuvola" di Lavazza, o dell'area dell'ex Tobler, attualmente sede di residenze e uffici, che hanno comportato un esponenziale aumento del valore degli immobili circostanti. In altri casi invece il recupero è solo parziale o addirittura nullo, molte zone rimangono in stato di totale abbandono, come nel caso delle Officine Grandi Motori. Le aree limitrofe, che sorgono attorno a corso Giulio Cesare e che si protraggono verso i quartieri di Barriera di Milano e di San Donato, si caratterizzano per la presenza di forti disagi sociali, di gravi problemi di integrazione, di degrado e di delinquenza.



Nuvola Lavazza, Aurora

# Popolazione

Aurora è una delle zone più popolate della città di Torino, con una densità abitativa di 18.580 abitanti per kmq, pari a circa tre volte la media torinese (6.710 abitanti per kmq<sup>40</sup>). Inoltre la popolazione di Aurora è in continua crescita, a differenza del resto della città, dove è dagli anni '80 che si nota una decrescita della popolazione a favore dei comuni circostanti<sup>41</sup>.

Le sue peculiari caratteristiche, costi bassi della vita ma anche prossimità al centro e fermento culturale, rendono Aurora attrattiva non solo per gli stranieri, ma anche per studenti universitari, artisti e giovani.

## Quartiere giovane

Sempre in controtendenza rispetto alla città nella sua totalità, dove la popolazione sta nel complesso invecchiando, Aurora, come altri quartieri a nord della città, ha una popolazione giovane under 15 in aumento e pari al 14,7% degli abitanti, superiore alla media torinese di 12%. La popolazione anziana con più di 70 anni invece rappresenta solo il 14,3% della popolazione del quartiere, rispetto alla media torinese di 20,1%<sup>42</sup>.

Il quartiere ha una popolazione così giovane soprattutto grazie alla popolazione immigrata in aumento e stabilitasi soprattutto nella corona più periferica della città, in particolare nell'area a nord di corso Regina Margherita, nelle aree di Barriera di Milano e Aurora, mentre risulta poco presente nelle aree centrali e collinari della città. Aurora nel 2018 contava infatti una percentuale di stranieri pari al 36,4%, più che doppia rispetto alla media cittadina di 15%.

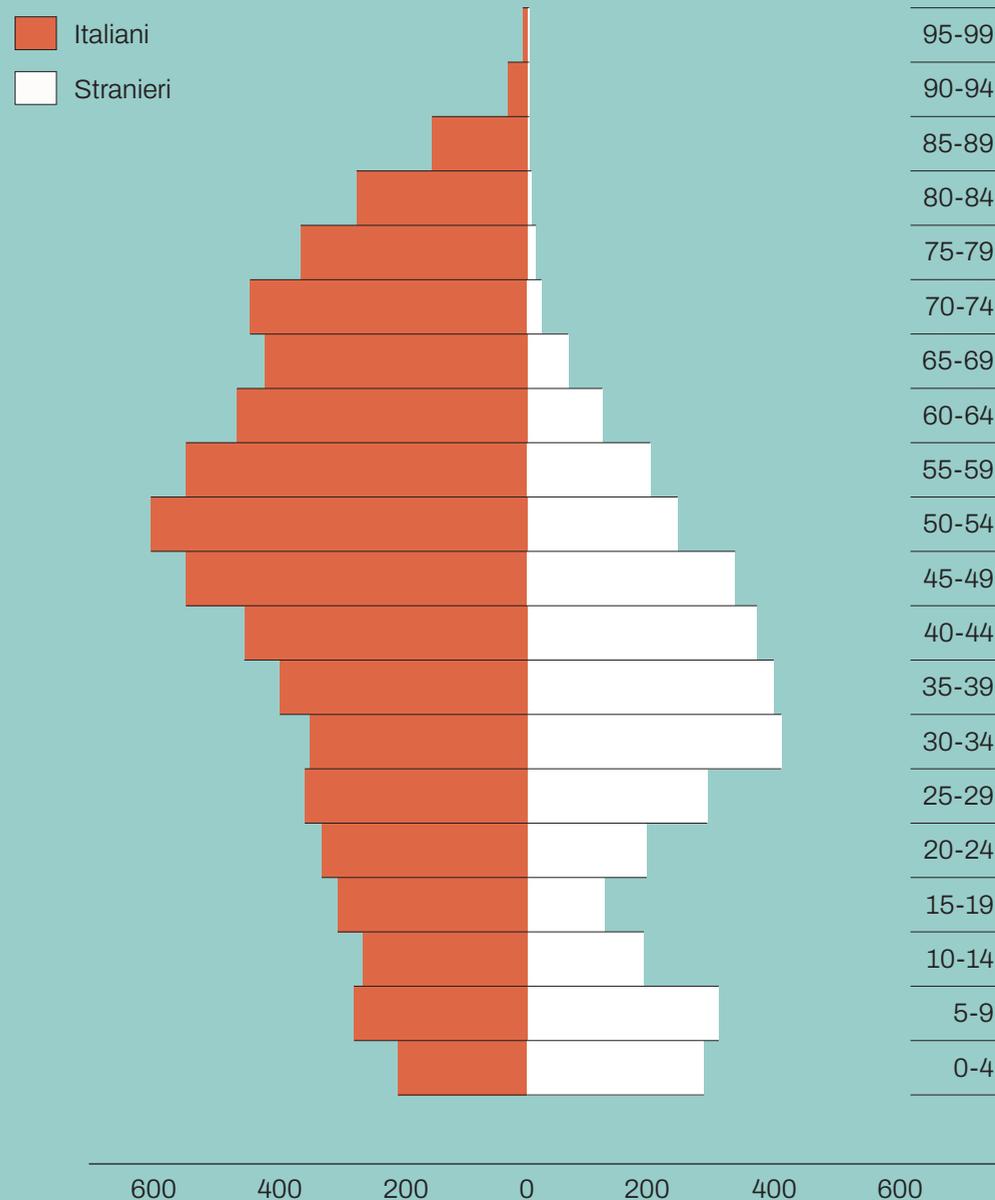
La composizione della popolazione mostra chiaramente l'età più avanzata della popolazione italiana rispetto a quella straniera. Quella italiana è infatti in fase di regresso demografico: la maggior parte della popolazione è nella fascia di età compresa tra i 40 e gli 89 anni. Di contro, in quella straniera, la parte più numerosa ha un'età compresa tra i 25 e i 55 anni, con un picco tra i 30 e i 44 anni. Molto consistente è anche la fascia di età 0-10 anni, dato rappresentativo della tendenza delle famiglie straniere ad avere più figli rispetto a quelle italiane.

40\_ 15° Censimento generale della popolazione e delle abitazioni, Istat, 2011.

41\_ Ufficio Statistica del Comune di Torino, 2018: dal milione di abitanti del 1989 a circa 900 mila nel 2000 fino a 879 mila nel 2018.

42\_ Ufficio Statistica del Comune di Torino, 2018.

## Popolazione italiana e straniera per fasce d'età



### Quartiere multietnico

Al 2018, oltre alla componente italiana, le nazionalità più presenti sul territorio di Torino erano quella romena (38,5%), marocchina (13,5%), cinese (5,6%), peruviana (5,5%) e nigeriana (4,1%)<sup>43</sup>. Le diverse nazionalità si distribuiscono in modo diverso sul territorio, alcune nazionalità sono più distribuite su tutto l'arco della periferia urbana mentre altre si concentrano in particolare in alcuni quartieri. Ad Aurora sono particolarmente presenti le nazionalità marocchina, cinese, egiziana, nigeriana, bengalese, senegalese, pakistana, mentre altre nazionalità sono presenti in percentuale inferiore.

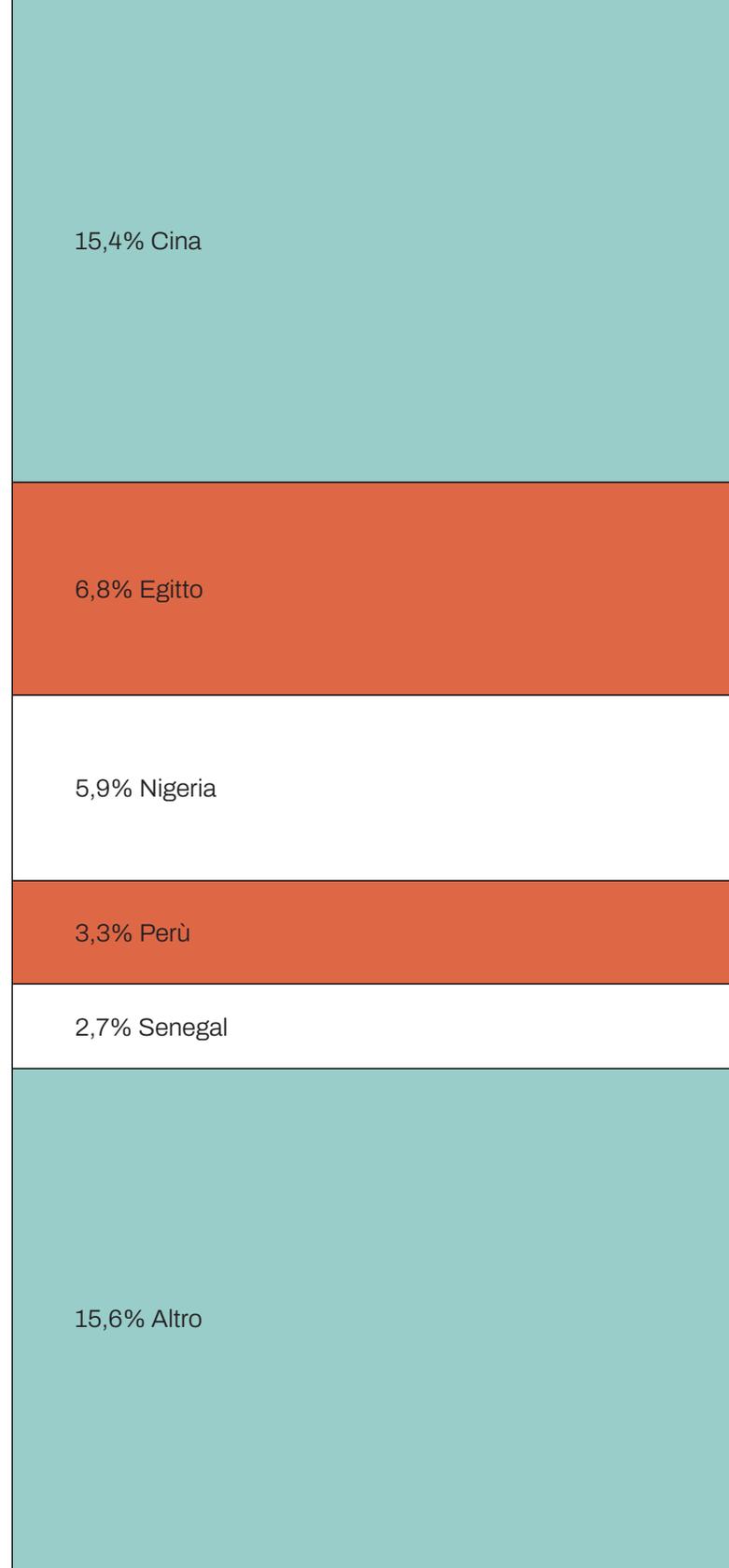
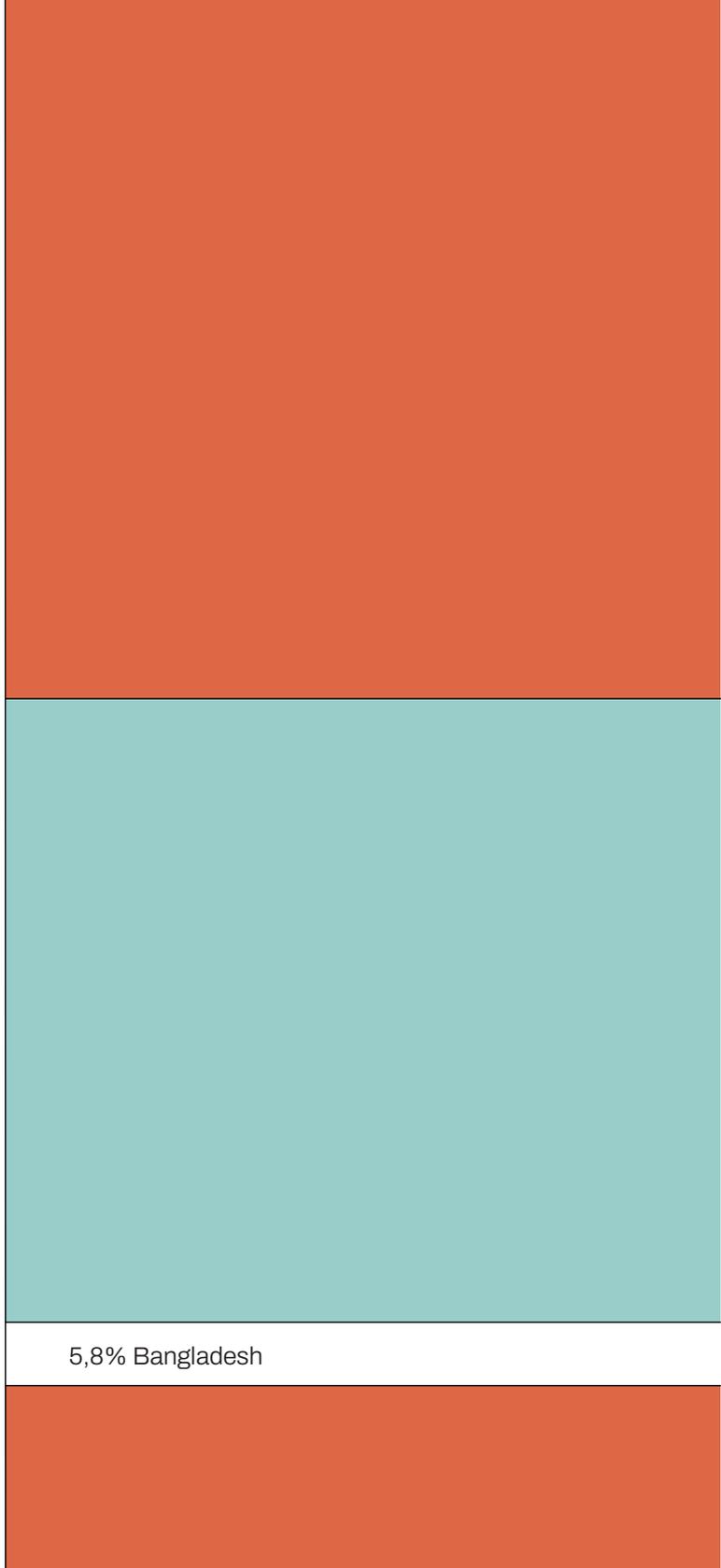
Per tanti stranieri il quartiere Aurora è un riferimento certo: Aurora ha una dimensione di vita economicamente sostenibile con affitti a basso costo, presenza di servizi a bassa soglia e vicinanza al mercato ortofrutticolo di Porta Palazzo, che offre anche opportunità di lavoro non qualificato. La forte presenza di immigrati e stranieri facilita le relazioni di solidarietà reciproca ma fa anche sì che siano più limitate le possibilità di imparare l'italiano e di integrazione con la comunità italiana.

43\_ Ufficio Statistica del Comune di Torino, 2018.



Etnic Market, Aurora

Popolazione straniera  
in Aurora



## Tasso di disoccupazione nei quartieri di Torino in ordine di circoscrizione

|                             | media torinese |       |
|-----------------------------|----------------|-------|
| Centro                      |                | 6,9%  |
| Crocetta                    |                | 7,2%  |
| Santa Rita                  |                | 7,3%  |
| Mirafiori Nord              |                | 8,0%  |
| Cenisia - Cit Turin         |                | 6,7%  |
| San Paolo                   |                | 8,3%  |
| Pozzo Strada                |                | 8,4%  |
| San Donato                  |                | 9,6%  |
| Parella                     |                | 9,7%  |
| Borgata Vittoria            |                | 12,7% |
| Madonna di Campagna         |                | 11,5% |
| Vallette - Lucento          |                | 13,8% |
| Barriera di Milano          |                | 13,1% |
| Regio Parco                 |                | 15,2% |
| Falchera                    |                | 12,7% |
| Aurora                      |                | 12%   |
| Vanchiglia                  |                | 10%   |
| Madonna del Pilone          |                | 6,1%  |
| San Salvario                |                | 8,1%  |
| Borgo Po - Cavoretto        |                | 5,1%  |
| Nizza Millefonti - Lingotto |                | 9,5%  |
| Mirafiori Sud               |                | 11,3% |

### Fragilità economica e culturale

Aurora è una delle zone più povere di Torino, assieme ad altre periferie nord. Per avere un'immagine più definita di questa fragilità economica bisogna comprendere che è spesso causa e conseguenza di una forte fragilità culturale.

A incidere sulla fragilità economica è per l'appunto la bassa scolarità. In base alla distribuzione della popolazione rispetto al titolo di studio emerge l'asse di corso Regina Margherita come linea di divisione tra la popolazione con scolarità limitata (a nord) e popolazione più istruita (a sud). Come si verifica per altre periferie, la popolazione di Aurora ha un livello di istruzione mediamente basso, che rischia di pregiudicare l'entrata nel mondo del lavoro: il 9,4% della popolazione non ha un titolo di scuola secondaria di primo grado, rispetto al 3,5% torinese. Il dato sulla percentuale di laureati mostra come solo il 46,9% della popolazione sia diplomata o laureata, al di sotto della media torinese di 61,6%. Per quanto riguarda la percentuale di Neet, Aurora registra il 14,7% di Neet sul totale di giovani tra i 15 e i 29 anni.

Anche per quanto riguarda la disoccupazione a Torino si evidenziano delle criticità concentrate nelle aree periferiche, in particolare della zona nord della città, dove sono numerose le zone che registrano tassi di disoccupazione molto superiori alla media cittadina di 9,8%. Ad Aurora il tasso di disoccupazione registrato è infatti pari al 12% della sua popolazione<sup>44</sup>.

La distribuzione della popolazione assistita economicamente dal Comune di Torino rispecchia quella della disoccupazione: le zone dove si registrano i valori più alti di popolazione assistita sono quelle di Aurora e di Barriera di Milano<sup>45</sup>.

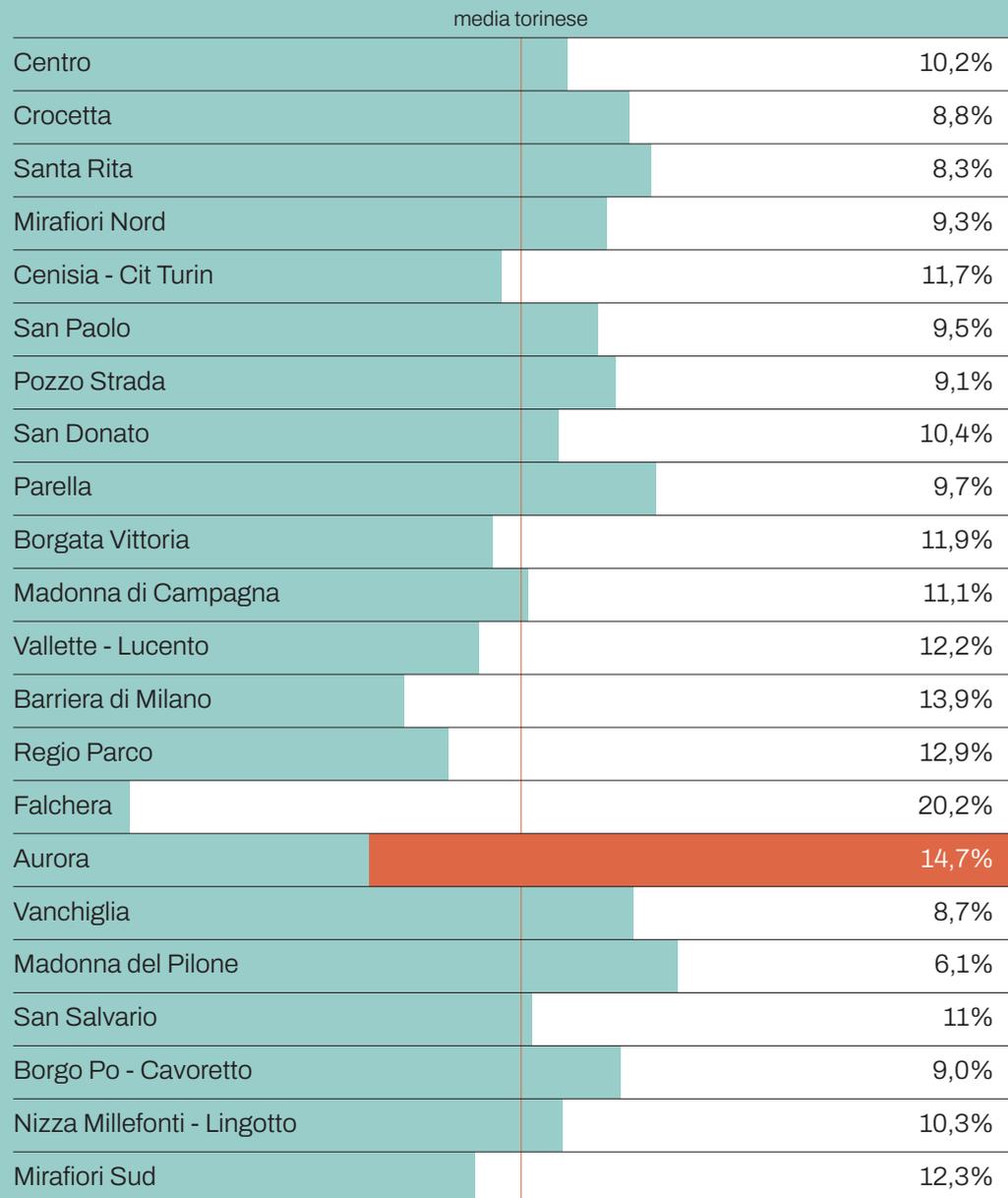
Aurora è difatti uno dei quartieri che presentano i valori di fragilità culturale ed economica più alti nella città di Torino ed è quindi una delle zone più povere di Torino con un reddito medio pro-capite di 11.393 euro, decisamente inferiore al valore medio della città, 17.000 euro<sup>46</sup>.

44\_ Elaborazione dati Istat 2011 per commissione periferie, 2017.

45\_ Direzione Politiche Sociali della Città di Torino, 2016.

46\_ Dati sul reddito medio, Agenzia delle Entrate di Torino, 2009.

Tasso di NEET nei quartieri di Torino in ordine di circoscrizione



47\_ 15° Censimento generale della popolazione e delle abitazioni, Istat, 2011.

48\_ Dati elaborati dall'Istat per la Commissione parlamentare, 2017 su dati Istat 2011.

Questione abitativa

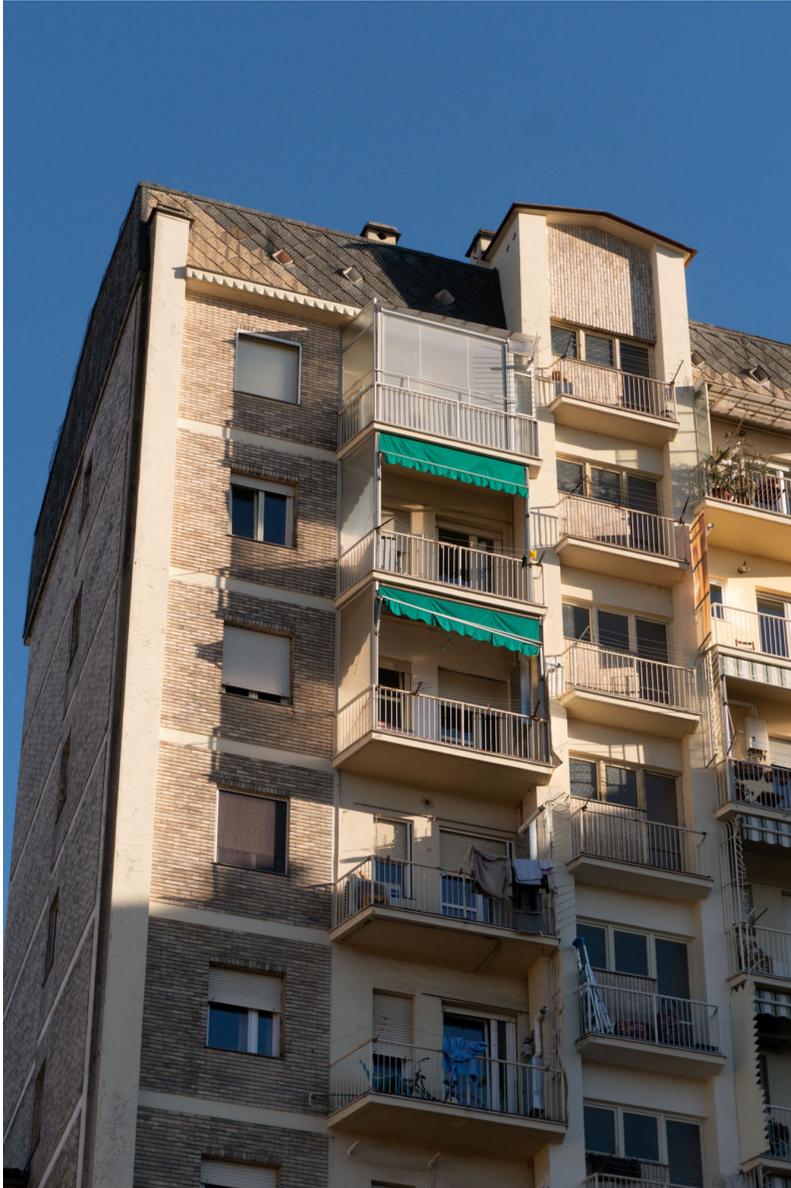
Nonostante i prezzi molto contenuti del mercato immobiliare e i numerosi complessi di edilizia economica popolare, la questione abitativa di Aurora presenta diverse criticità.

Ad Aurora il patrimonio edilizio è in larga scala datato e si trova spesso in cattive condizioni: la percentuale di edifici in cattivo stato di conservazione a Torino è pari all'11,6%, in Aurora raggiunge il 21%.

Il numero di famiglie che ha difficoltà nel far fronte alle spese di affitto è alto ed il numero di sfratti è crescente nonostante le zone immobiliari in cui è compresa Aurora abbiano prezzi particolarmente modesti. Ad Aurora le famiglie in affitto rappresentano il 29,5%<sup>47</sup> del totale di famiglie presenti e il dato sugli sfratti è ancor più significativo: nel 2016 si è registrato il terzo valore più alto della città. Le famiglie più colpite sono quelle straniere: in particolare di nazionalità marocchina (28,1%), romena (13,1%), nigeriana (11,9%), egiziana (8,0%)<sup>48</sup>.

Un altro indicatore è quello del numero di richieste di case popolari: i numeri maggiori di domande si concentrano anch'esse nella zona nord di Torino. L'edilizia pubblica esistente nel quartiere Aurora non è però in grado di soddisfare i bisogni abitativi nonostante, su tutto il territorio, siano stati sviluppati diversi interventi di social housing rivolti a diverse fasce della popolazione, tra cui troviamo la Comunità Sorgente, l'Ostello Alfieri, Luoghi Comuni, Housing Giulia e Vivo al 20.

Edificio residenziale, Aurora



Edificio residenziale, Aurora



## Attività economiche

L'attività economica della città è profondamente cambiata negli ultimi 20 anni, con una diminuzione del settore manifatturiero ed una crescita del settore terziario. Aurora non si discosta da questa tendenza generale: Aurora, un tempo zona a forte industrializzazione, è oggi ricca soprattutto di attività commerciali: le più presenti sono quelle relative al commercio al dettaglio e all'ingrosso, ai servizi di ristorazione e alla somministrazione di bevande e alimenti.

In questi due anni si vede una crescita delle aziende operanti nell'ambito della produzione di software, della consulenza informatica e della consulenza aziendale. Altre attività in crescita sono quelle legate al campo dell'edilizia e dell'intrattenimento, come attività sportive, di produzione cinematografica e televisiva, e in ultimo attività di carattere socio-assistenziale.

### Settore terziario

Le attività commerciali del quartiere sono principalmente di piccola dimensione, mentre le strutture di medie dimensioni si trovano lungo l'asse di corso Giulio Cesare. Le grandi strutture commerciali si trovano invece ai confini di Aurora e rappresentano un grande competitor per i commercianti della zona. Le attività commerciali si collocano principalmente lungo gli assi principali del quartiere e vicino a Piazza della Repubblica e lasciano altre zone ad una scarsa vitalità commerciale: la causa potrebbe essere rintracciabile nella presenza di enormi vuoti urbani che hanno indotto fenomeni di abbandono delle piccole attività delle vie adiacenti.

Per quanto riguarda il commercio al dettaglio, le licenze più presenti nel 2019 erano quelle legate ai prodotti alimentari e alle bevande, negozi specializzati in articoli vari, minimercati, altri esercizi non specializzati di alimenti vari e negozi di abbigliamento e accessori<sup>49</sup>. Complessivamente, emerge una riduzione della diversificazione delle tipologie commerciali: crescono le licenze legate alla somministrazione e vendita di prodotti alimentari (ristoranti, bar e minimarket), mentre diminuiscono le licenze per la vendita di articoli culturali e ricreativi (librerie, giornali, giocattoli), abbigliamento, calzature, elettrodomestici, medicinali e cosmetici. Gli esercizi commerciali più frequenti sono dunque quelli legati al settore alimentare e rappresentano quindi una quota rilevante del commercio e della vita di quartiere.

49\_ Database RETAIL, FULL, Politecnico di Torino.

Le attività legate al settore alimentare sono spesso gestite da popolazione di origine straniera e sono specializzate nella vendita o somministrazione di prodotti etnici destinati alle proprie comunità. Negozi, bar e ristoranti legati a cibo e prodotti di tipo etnico, si concentrano vicino Porta Palazzo e lungo la direzione di corso Giulio Cesare. Il commercio è perciò fondamentale per l'economia del quartiere, e riveste anche grande importanza in termini di vivibilità e percezione di sicurezza all'interno del quartiere.

Attività commerciali, Aurora



Negozi di alimentari, Aurora



Macellerie Halal, Aurora



Parrucchiere, Aurora

## Servizi

### Trasporti

In passato Aurora si è sviluppata attorno agli assi di collegamento tra centro città, Milano e il Canavese, ovvero quelli oggi corrispondenti a corso Vercelli e via Cecchi. Corso Giulio Cesare, invece, si è sviluppato per connettere questa zona con il centro e le cinture metropolitane, dopo l'abbattimento della cinta muraria. Oggi tra gli assi principali ci sono anche via Cigna, via Bologna e Corso Palermo in direzione nord-sud e corso Emilia e corso Brescia in direzione est-ovest.

Aurora ha un'ottima accessibilità perchè ha un ruolo di snodo tra centro e periferia, che è stato evidenziato dalla costruzione dell'asse della Spina Centrale. Tale costruzione, tramite l'interramento della ferrovia, ha reso corso Principe Oddone un'autostrada urbana andando ad aumentare delle criticità in termini di traffico e inquinamento.

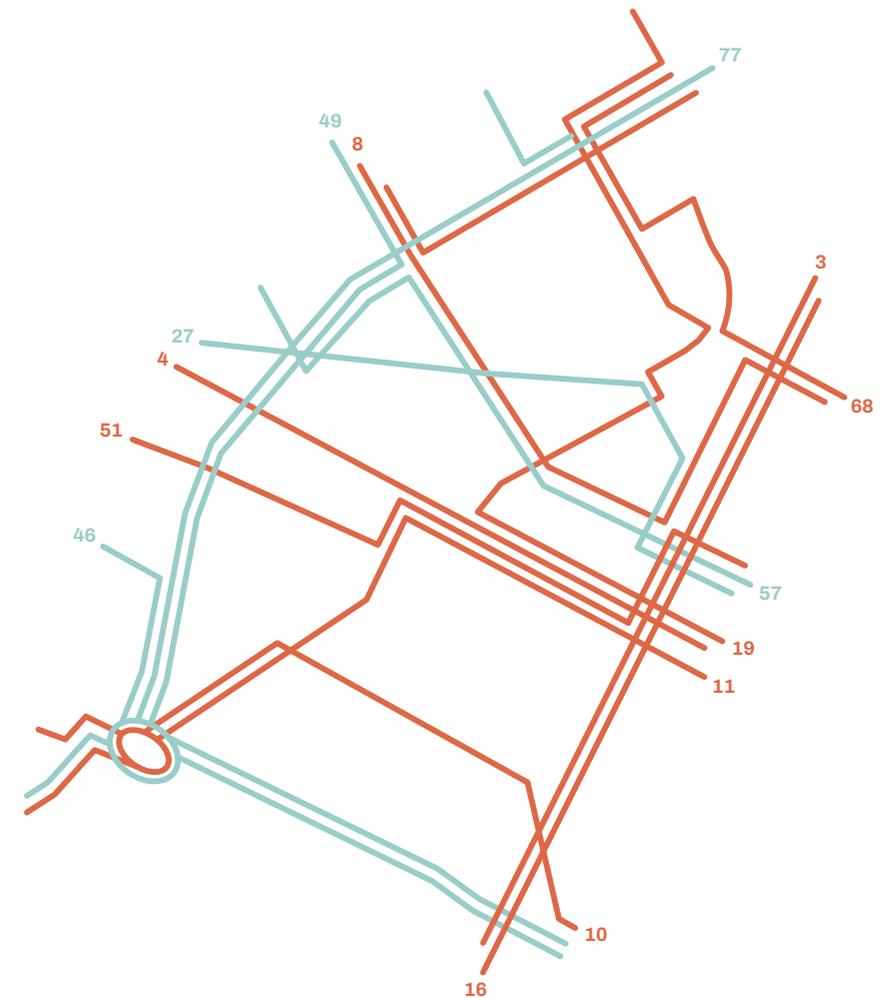
Il quartiere è ben fornito per quanto riguarda i mezzi pubblici, grazie alla fitta rete di linee che lo collegano con le altre parti della città:

- le linee 8 e 4, che passano in via Bologna e corso Giulio Cesare, attraversano tutta la città passando per in centro, collegando Aurora all'area sud di Torino;
- la linea 11 collega il quartiere con Venaria Reale e il centro città attraversando via Cecchi, corso Emilia e corso Giulio Cesare;
- la linea 77 collega Aurora con Venaria Reale passando per corso Novara;
- le linee 27, 46, 49 e 57, passando per Aurora, collegano il centro urbano a Leini, Settimo e San Mauro;
- la linea 51, passando per corso Vercelli, collega il centro urbano a Falchera;
- le linee 3 e 16 che passano in Corso Regina Margherita attraversando Porta Palazzo;
- le linee 19 e 68 collegano Centro e Vanchiglietta passando dal Lungo Dora Napoli;
- la linea 10N collega Porta Susa a Corso Grosseto.

Inoltre il progetto della linea 2 della metropolitana prevede l'attraversamento del quartiere e la costruzione di due nuove stazioni, una su corso Regio Parco e una su via Bologna. Anche le altre due stazioni su corso Novara e sul ponte

di Corso XI febbraio potrebbero influire sull'accessibilità e l'uso dei mezzi in Aurora.

Purtroppo l'area non è altrettanto ben accessibile tramite mobilità dolce a causa della frammentarietà della rete di piste ciclabili. Esse sono molto limitate e al momento coprono solo il lungo Dora, una parte di corso Vercelli, corso Novara, corso Vigevano e corso Regio Parco.



### Spazi pubblici

“Lo spazio pubblico è un luogo fisico caratterizzato da un uso sociale collettivo dove chiunque ha il diritto di circolare o dialogare. È lo spazio della comunità o della collettività che in quanto tale si distingue dallo spazio privato riservato alla vita personale, intima, familiare. Rappresenta nelle società umane, in particolare urbane, tutti gli spazi di passaggio e d'incontro che sono ad uso di tutti, come strade, piazze, parchi e giardini”<sup>50</sup>.

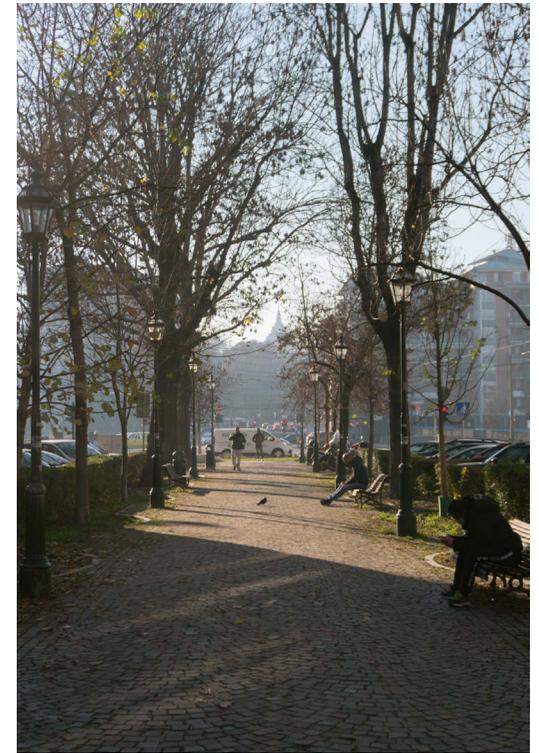
Aurora non ha una piazza centrale, al contrario di altri quartieri, e anche se il fulcro della vita sociale è sicuramente Porta Palazzo, quest'area non riesce a soddisfare i bisogni di un quartiere così grande, soprattutto a causa della sua posizione marginale. Per quanto riguarda gli spazi verdi, essi costituiscono il 14% della superficie del quartiere, contro una media torinese del 16,5%<sup>51</sup>. I giardini principali, che sono attrezzati per usi creativi e che sono di piccola o media grandezza, sono: i giardini Alimonda, i giardini Madre Teresa di Calcutta, i giardini di via Cecchi angolo via Piovasasco, i giardini di via Saint Bon, i giardini di via Como e i giardini Marino Ferraro. Un'altra area verde importante è il Lungo Dora, che attraversa tutto il quartiere da borgata Aurora a borgo Rossini.

Gli spazi pubblici, oltre ad essere scarseggianti sul territorio, vengono spesso percepiti come in stato di abbandono, a causa della mancata manutenzione e cura. Secondo gli abitanti si può parlare di *degrado*, che va dalla decadenza degli edifici alla sporcizia diffusa nel quartiere, e che crea un circolo vizioso di mancanza di rispetto e cura per questi ambienti. Queste dinamiche creano un senso di insicurezza nei cittadini da qui nasce il bisogno di avere più spazi di aggregazione sociale. Contribuiscono a creare questa sensazione anche i vuoti urbani: i principali sono le ex-OGM, l'Astanteria Martini, il trincerino della Torino-Ceres, l'area di ponte Mosca, su Lungo Dora Firenze. Sono un forte elemento critico che favorisce la sensazione di abbandono e la paura che possano essere avviati degli interventi che non tengono conto dei bisogni di chi vive il quartiere.

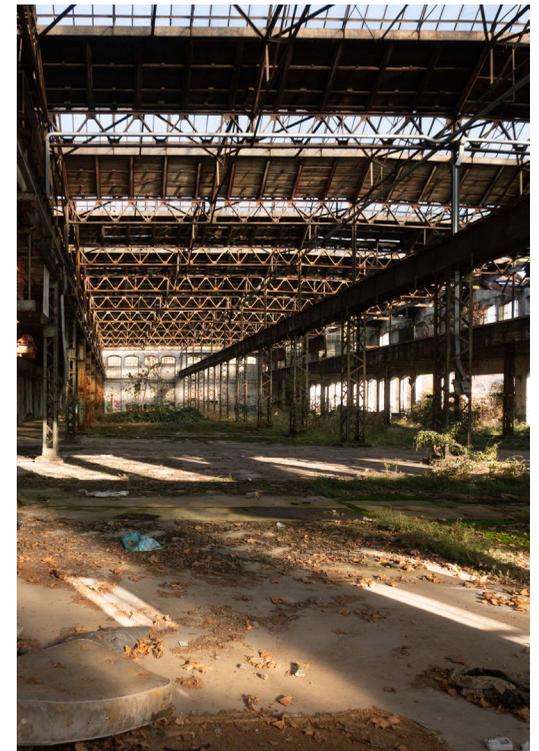
È presente una sensazione generale di essere stati dimenticati dalle istituzioni, che mentre danno cure e servizi ai quartieri centrali non hanno un progetto di intervento nelle periferie. Allo stesso tempo le poche azioni che vengono avviate non sembrano tenere sempre conto dei reali bisogni dei cittadini: da qui nasce la necessità di fermare gli interventi dall'alto, per dare spazio all'attivazione e alla coprogettazione dei territori.

50\_  
Definizione tratta da  
Wikipedia.

51\_  
Rapporto Giorgio Rota-Centro  
Einaudi 2018.



Corso Regio Parco, Aurora



Ex-OGM, Aurora

### Educazione

In Aurora sono presenti un nido, tre scuole d'infanzia, due primarie e due secondarie di primo grado. Mancano, invece, le scuole superiori ma ci sono molti istituti e licei nelle vicinanze e anche quelli più centrali sono facilmente raggiungibili. Non sono presenti biblioteche, ad eccezione di una piccola biblioteca presso il centro civico di corso Vercelli 15. Ve ne sono però due molto vicine: la biblioteca civica "Italo Calvino", a sud della Dora, e la biblioteca "Primo Levi", in Barriera di Milano.

Come in tutta Torino le iscrizioni alle scuole primarie sono calate negli ultimi dieci anni. Ciò è una conseguenza del calo degli iscritti italiani, non completamente compensato dalla crescita di quelli stranieri anche se costituiscono l'89,7%<sup>52</sup> degli studenti.

Suole con mescolanze sociali, culturali ed etniche così diversificate rappresentano l'ambito in cui l'integrazione risulta allo stesso tempo più necessaria e più semplice, contrariamente a quanto avviene fuori dalle aule. Tuttavia la riduzione delle iscrizioni alla scuole del quartiere da parte di bambini di origine italiana, non aiuta in questo processo e va a ridurre le occasioni di integrazione tra genitori e alunni.

Sono presenti, inoltre, molte difficoltà nel rispondere alle necessità specifiche degli studenti meno integrati e che arrivano da contesti problematici. L'alta percentuale di stranieri stessa crea delle difficoltà nell'organizzazione perché quelli che non parlano bene l'italiano si inseriscono più lentamente e la presenza di connazionali non aiuta con l'apprendimento dell'italiano. Gli insegnanti sono quindi spinti a seguire una formazione continua per superare queste problematiche e devono adattare e personalizzare la didattica alle classi.

Spesso i bambini e i ragazzi vivono situazioni difficili sia per strada che a livello familiare, con condizioni di incertezza e precarietà economica, e non sempre riescono a ricevere il sostegno educativo e culturale di cui avrebbero bisogno. Di conseguenza se non stimolati adeguatamente, si alzano le probabilità che abbandonino il percorso scolastico e che intraprendano percorsi problematici.

<sup>52</sup> Città di Torino, 2018/2019.

## Sicurezza

La sicurezza è un tema molto critico in Aurora. Molte persone considerano il quartiere come poco sicuro a causa della micro criminalità, che si esplicita attraverso spaccio, furti e aggressioni. Quest'ultima si manifesta in particolare in alcune zone come Lungo Dora Napoli, Corso Brescia e i giardini Alimonda e nelle ore serali, dove la scarsa illuminazione stradale contribuisce ad aumentare il senso di insicurezza. La causa di questi episodi viene individuata nelle situazioni di degrado presenti nel quartiere, citate prima, e dalla conseguente sensazione di abbandono da parte delle istituzioni, che crea un senso di frustrazione generale.

Spesso gli individui maggiormente colpiti da queste dinamiche sono i giovani, che rischiano di essere coinvolti nelle bande e di rimanere intrappolati in percorsi come quelli dello spaccio e della tossicodipendenza. Ciò avviene specialmente nel momento in cui i più vulnerabili vengono emarginati, abbandonano gli studi e il mercato del lavoro offre loro poche prospettive.

Contribuisce alla definizione di Aurora come quartiere poco sicuro anche la scarsa integrazione tra le persone che vivono nel quartiere, in particolare tra le varie comunità. La mancanza di dialogo e confronto fa diminuire il senso di appartenenza e accresce invece i pregiudizi. La retorica stigmatizzante recita un ruolo importante e nutre gli atteggiamenti di chi arriva a definire tutti gli stranieri come delinquenti.

Infine la narrazione negativa del quartiere divulgata da articoli di giornale, che mettono in luce i fatti di cronaca e non i tentativi di riscatto e le varie iniziative dei cittadini, diventa un fattore determinante nella diffusione della percezione di poca sicurezza di Aurora. Talvolta questa narrazione ha avuto un ruolo importante nella denuncia di alcune situazioni nel quartiere e ha richiamato l'attenzione delle istituzioni, ma per il resto ha portato avanti la diffusione di una retorica stigmatizzante, inutile per rendere il quartiere attrattivo agli occhi del resto della città.

# Servizi, spazi pubblici e sicurezza

**E:** ci sono tante zone del quartiere che non sono frequentate, che non sono vive ed è chiaro che in zone veramente isolate, soprattutto di notte, avvengono queste cose.

**G:** Il degrado richiama il degrado perciò la gente si sente più autorizzata a buttare la spazzatura per terra, a buttare anche delle piccole cartacce, le bottiglie di birra. Questo quartiere è un po' lasciato a sé stesso: i parchi in centro sono puliti e curati, qua nei parchetti tagliano l'erba solamente una volta all'anno quindi ci sono dei periodi in cui è altissima e non vedo più il cane dove va. Ma pure i bambini non ci possono quasi giocare. Io ho scritto e mi sono lamentata più volte con il comune. L'erba alta porta i topi, i tossici e la sporcizia.

**F:** C'è un parchetto che è conosciuto come "il parchetto dei tossici", talmente è trascurato. I bambini piccoli di 10-12 anni vanno lì a cercare le siringhe e i mozziconi delle canne. È pericoloso.

**C:** In queste zone ci sono scuole elementari con iscritti al 95% bimbi stranieri o di origine straniera, perché gli italiani che vivono in questo quartiere non iscrivono i loro figli nelle scuole della zona. Ci sono maestre e maestri che si ritrovano bambini di 10 nazionalità diverse nella stessa classe, magari senza insegnanti di sostegno e come si fa? È veramente complesso.

**M:** Le criticità del quartiere sono che molti giovani non hanno lavoro, questo accresce un po' di criminalità, soprattutto spaccio nei giardini. Tutti i minori vengono presi di mira da grandi pusher e spacciatori. Molti ragazzi si trovano ad affrontare delle questioni legali.

**A:** Quartieri come Aurora e Barriera sono dei quartieri che sono un po' schiacciati dalla retorica del decoro e della sicurezza ed è vero che ci sono dei problemi da quel punto di vista però quelle sono le conseguenze di mancanze che ci sono alla base. Questi qua sono dei quartieri in cui mancano dei servizi essenziali, di cui le istituzioni non conoscono i reali bisogni. Di conseguenza ci sono fasce della popolazione che vengono veramente escluse da quella che è la cittadinanza attiva.

**S:** gli spazi pubblici si frequentano poco o vengono frequentati da categorie ghettizzate, è difficile creare interazione.

**M:** ci sono molti furti, capita spesso di vedere macchine con i vetri rotti, cacciaviti vicine alle macchine e segni di scasso.

## Coesione sociale e multiculturalità

Aurora è una zona ricca di patrimonio immateriale per la diversità delle persone che la abitano, persone provenienti da molti paesi o residenti italiani appena trasferiti o che vivono lì da tempo. È un luogo con molto potenziale, ma che non viene pienamente sfruttato a livello di spazi e luoghi.

Nonostante molti abitanti riconoscano la multiculturalità della zona come una ricchezza, il quartiere ha difficoltà a valorizzare e promuovere la diversità culturale come risorsa. Esistono molte iniziative che hanno l'obiettivo di riunire cittadini di diversa estrazione per costruire un forte senso di appartenenza, come il Sermig o le scuole, ma si percepisce comunque la poca presenza di luoghi di aggregazione. Inoltre molte persone con origini straniere scelgono di non partecipare alle attività civiche del quartiere e non facendo sentire le loro voci e necessità al quartiere e non collaborando con il resto dei cittadini. Preferiscono frequentare le strutture create dalla propria comunità facendo calare ancora di più la possibilità di scambio con altre culture.

La problematica dell'interazione tra le diverse comunità e i vari residenti contribuisce a creare paura e diffidenza in ciò che è diverso. I cittadini più anziani, che vivono in Aurora da più tempo, si sentono sopraffatti dai cambiamenti del quartiere e lo vivono con disagio sentendosi numericamente in minoranza. Allo stesso tempo le comunità con origini non italiane devono fare i conti con stereotipi e discriminazione.

Risulta necessario, quindi, implementare gli strumenti utili al dialogo, come i servizi di mediazione e di apprendimento dell'italiano, e puntare sulla scuola e le associazioni. L'obiettivo deve essere quello di coinvolgere e attivare i cittadini, generare legami e dare voce alla diversità.



## Associazionismo

In Aurora è presente un forte tessuto associativo costituito da associazioni culturali/artistiche e socio-culturali e comitati cittadini che promuovono la rigenerazione urbana. Alcune associazioni rappresentano le comunità di appartenenza e, come i luoghi di culto, costituiscono dei luoghi di riferimento per le comunità.

L'associazionismo ha un enorme potenziale, che andrebbe sfruttato e supportato in modo da creare un impatto sulle persone e aumentare l'integrazione e la coesione sociale. Infatti oltre a fornire la possibilità di incontro tra le varie comunità e la loro attivazione civica, garantisce ai giovani un luogo sicuro e un'alternativa all'intraprendere percorsi problematici. Purtroppo manca però una visione sistemica e condivisa che metta insieme tutte le forze esistenti. Una visione che richiami l'attenzione delle istituzioni e che elimini le relazioni conflittuali e di chiusura fra le varie realtà del territorio.

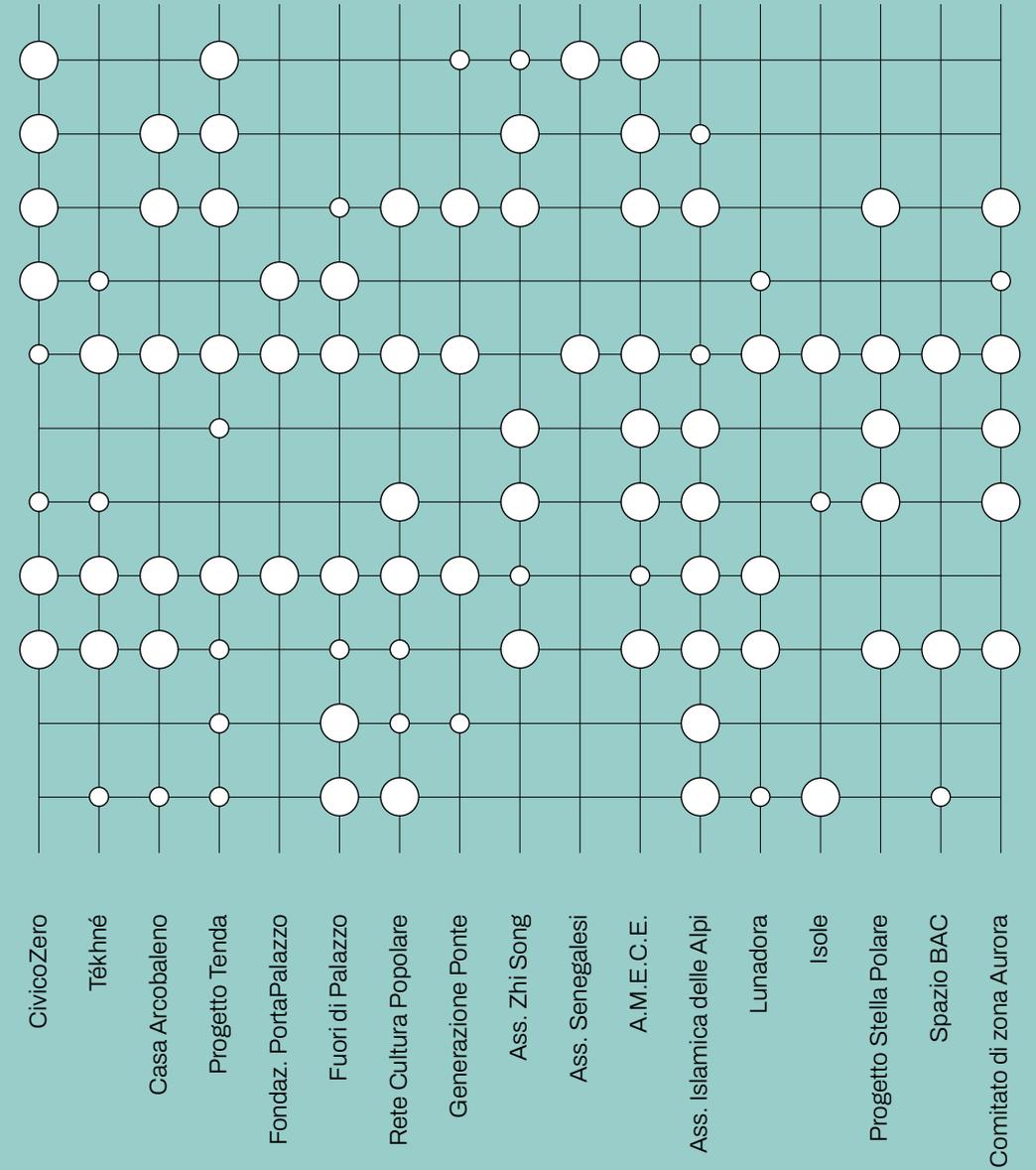
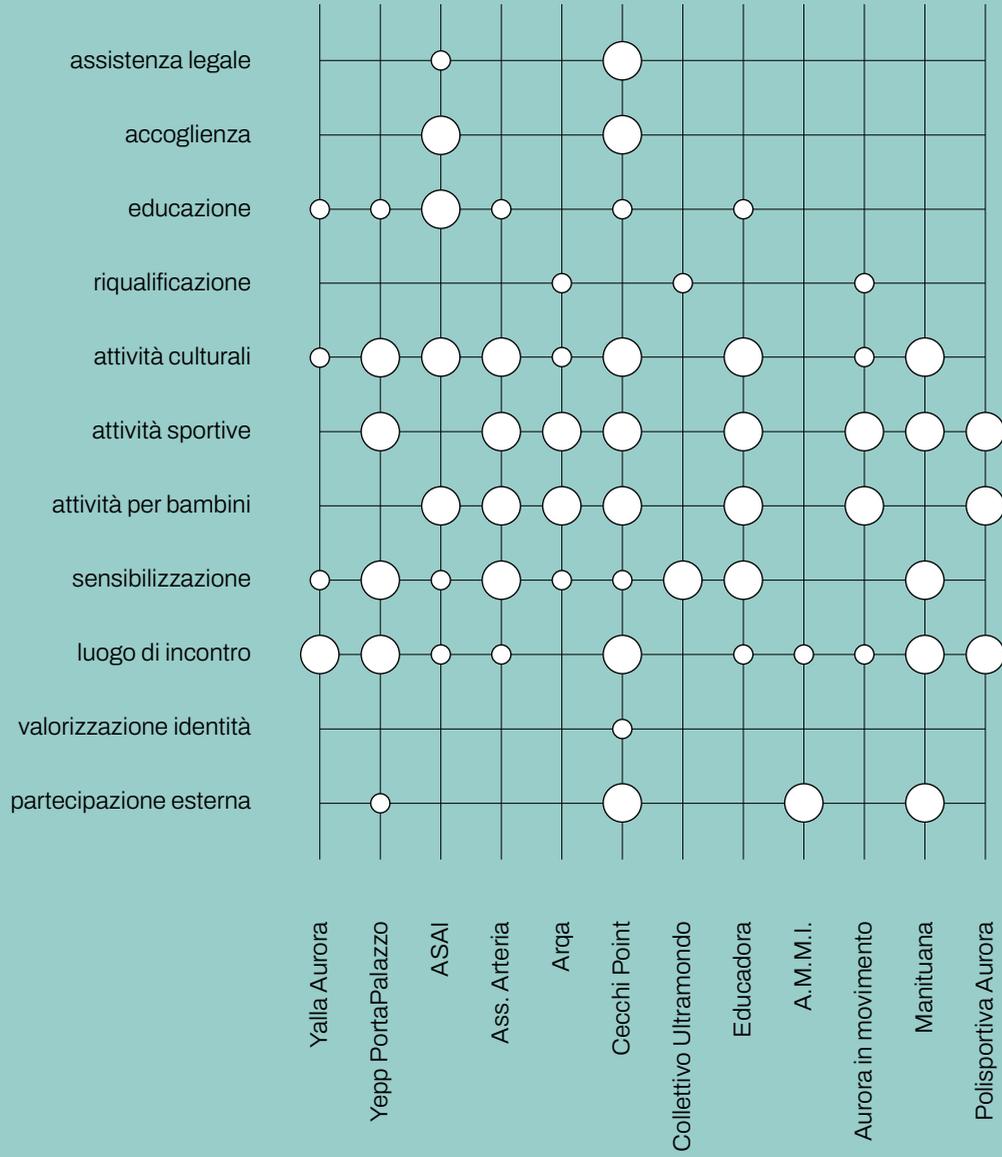
Un altro problema riguarda la consapevolezza delle attività e dei luoghi del quartiere. Molti abitanti non sono informati sui servizi e sulle attività forniti dalle associazioni per problemi di comunicazione dovuti alle barriere linguistiche o alla mancanza di divulgazione delle iniziative.

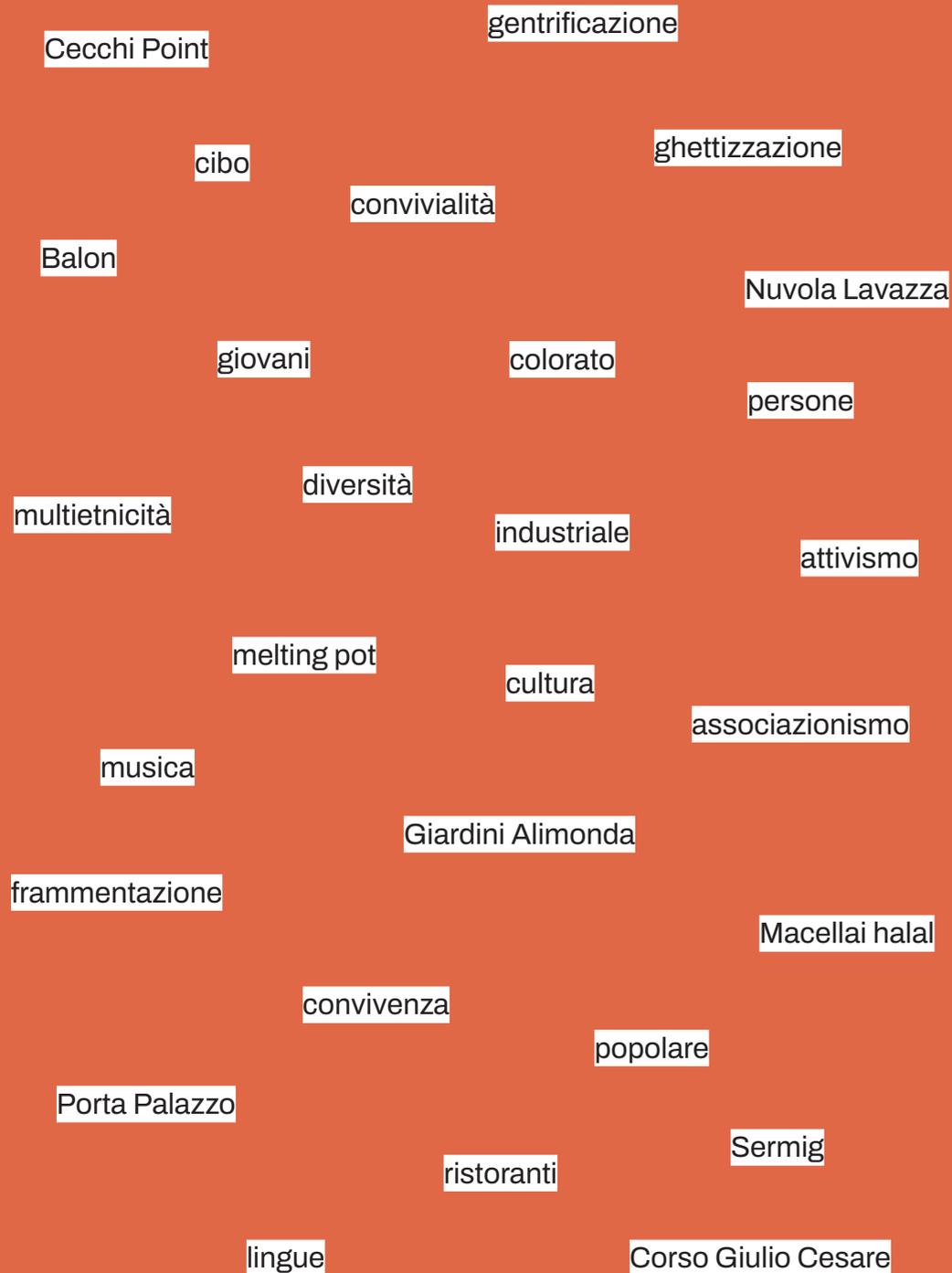
Durante la nostra ricerca abbiamo mappato le numerose associazioni e le loro iniziative cercando di analizzare i loro obiettivi in modo da comprendere quali sono gli elementi presenti e quelli assenti o mancanti all'interno del quartiere. Le abbiamo analizzate e suddivise in base alla tipologia di offerta (assistenza legale, accoglienza, attività culturali e sportive, educazione, riqualificazione, sensibilizzazione), al loro target (età, partecipazione da parte di persone esterne al quartiere) e alla presenza di uno spazio fisico aperto all'incontro e alle relazioni.

Cortile del Cecchi Point, Aurora



Analisi delle associazioni presenti nel quartiere secondo dei parametri valutati in base a una scala da 0 a 2





## Identità

L'identità del quartiere Aurora non è fissa nè unica. Gli elementi che la caratterizzano sono gli stessi che la rendono così frammentata: la sua geografia e la diversità culturale.

Per quanto riguarda la geografia, la posizione a metà tra centro e periferia rappresenta un elemento molto particolare e distintivo del quartiere e la sua conformazione e presenza del fiume al centro contribuiscono a rendere l'identità molto frammentata. Le aree che si affacciano sulle due sponde del fiume cambiano completamente per quanto riguarda la frequentazione e le realtà commerciali.

L'identità del quartiere è caratterizzata da una forte diversità culturale, che, per quanto possa essere una ricchezza e un elemento caratterizzante, porta con sé delle tematiche che contribuiscono alla frammentazione identitaria di Aurora. Molti giovani affrontano il problema di entrare in contatto con due culture diverse, quella di origine e quella di adozione, che rende difficile il riconoscimento della propria identità, sdoppiata e frammentata, e che genera la mancata costruzione di un senso di appartenenza al luogo in cui si vive. Inoltre la presenza di diverse etnie che faticano a comunicare tra loro e integrarsi, a causa dell'assenza di luoghi di aggregazione e di momenti di scambio, porta le comunità a rimanere isolate nel proprio gruppo di appartenenza, contribuendo alla forte frammentazione culturale e identitaria.

Una porzione degli abitanti teme che l'identità originaria del quartiere possa venire meno di fronte alla crescente multietnicità e frammentazione ma sono in tanti a riconoscere in essa un potenziale di accrescimento e arricchimento identitario e culturale.

# Coesione sociale, associazionismo e identità

G: è bello che sia così multicultural, è bello il fatto di uscire e vedere tante persone diverse che stanno tutte insieme. Capita di vedere una mamma nigeriana che va a prendere sia i suoi figli che un bambino cinese per esempio, una cosa strana che non si vede altrove. È bello questo senso di comunità multiculturale, vedere tante persone che magari hanno religioni diverse, culture diverse che però stanno insieme, giocano tutti insieme.

A: Nel periodo lockdown le associazioni della zona si sono attivate per prime nel vedere e nell'affrontare le difficoltà di alcune famiglie e di alcune persone, mentre il comune si è aggiunto solo dopo che le diverse associazioni si sono messe in rete per il recupero del cibo e la distribuzione dei pacchi alimentari.

A: C'è grande multiculturalismo che è una grande forza: la forza delle differenze, la ricchezza delle diversità. C'è anche grande po-tenzialità inespressa, tanto protagonismo giovanile, tanta gente che ha voglia di fare e di cambiare le cose.

E: qua ho trovato un senso di comunità diverso alle altre zone in cui ho abitato, nella mia via ci sono tanti negozietti, realtà molto piccole e una cosa che dice spesso mia madre è che si è ritrovata di nuovo in un paesino, in una realtà di paese in cui le persone si interessano, fanno due chiacchiere e c'è affetto.

S: Aurora è un quartiere multietnico quindi non ha un'identità fissa, ha molte identità. È un quartiere colorato in tutti i sensi. Non c'è una comunità straniera ma ci sono tutte, e ciò è una ricchezza.

F: Questo è un quartiere pieno di associazioni, forse ci sono più associazioni qua che in tutta Torino, però dove ci sono le associazioni vuol dire che non ci arriva nessun altro. C'è tanta necessità.

M: Le seconde generazioni di immigrati non sanno a che mondo appartenere, se all'identità del paese di origine o della propria famiglia o a quella del paese dove si vive. Parlare di identità è ampio e complesso, quindi non si può definire un'unica identità, ma nel caso di Aurora è sicuramente un'identità multi-etnica.

S: Alta concentrazione di attivismo e attività presenti nel territorio ma c'è difficoltà a fare rete e networking per non offrire la stessa cosa frammentata ma farlo in modo strutturato, per offrirla a tutte le comunità e al territorio. Bisogna uscire dalla frammentazione comunitaria.

J: Aurora è anche un quartiere ricco di associazioni, di persone, di vita. Vivendo in altre zone mi sono proprio resa conto che non riuscivo a trovare una comunità viva, gli altri posti sono molto morti. Qua sei accettato e c'è la possibilità di fare un cambiamento da brutte abitudini. Spesso ho sentito da ragazzi che se non avessero avuto la possibilità di partecipare alle attività delle associazioni e di trovare una comunità si sarebbero ritrovati per strada a spacciare. Quando senti queste cose ti rendi conto che questo quartiere è molto ricco.

## Narrazione e percezione

Spesso Aurora è rappresentata come luogo in cui coesistono due anime: da un lato abitazioni popolari, classi sociali poco abbienti e degrado urbano che deve essere riqualificato, dall'altro la rifioritura del quartiere per mano di imprenditori, professionisti ad alta specializzazione e creativi con zone riqualificate volte a cambiare l'identità e la percezione del luogo. Infatti, nella percezione comune, il cuore di Aurora, borgo Dora e Borgata Aurora, appaiono come una zona di passaggio, poco sicura, mentre la porzione più a est del quartiere, borgo Rossini, è percepita come un territorio esterno al quartiere. A creare questa percezione superficiale del quartiere è spesso la narrazione divulgata da articoli di giornale che non sempre rispecchiano pienamente l'essenza e l'identità plurima di un quartiere ricco e complesso come quello di Aurora.

Di indagare come le testate giornalistiche descrivano il quartiere si sono occupati Planet Idea<sup>53</sup> e Educadora Onlus<sup>54</sup>, che, nel corso del 2018, hanno effettuato un'analisi ed elaborazione di dati sul tema socio-educativo all'interno di Aurora<sup>55</sup>. Nella loro ricerca hanno effettuato inoltre un'attenta analisi delle notizie riguardanti il quartiere pubblicate nei principali quotidiani locali. L'obiettivo di questa analisi degli articoli locali era quello di indagare quali aspetti, relativi alla vita del quartiere Aurora, trovino voce e quali no, all'interno della narrazione pubblica cittadina. Le testate interessate sono state le edizioni locali di "La Stampa", "La Repubblica" e "Torino Oggi" e gli articoli analizzati sono stati un totale di 157, pubblicati tra il 2015 e il 2018.

Dall'analisi effettuata è emerso come i principali *problemi* affrontati dalle testate giornalistiche siano legati alla sfera del degrado e della microcriminalità: le principali parole in cui ci si imbatte sono "sporcizia", "degrado", "spaccio", "mercato del libero scambio". Tutte parole che nel contesto giornalistico da cui sono tratte sono raccontate e quindi percepite come i fattori che più danneggiano la qualità della vita nel quartiere. Poco spazio trovano altre tipologie di problemi come la mancanza di lavoro, di spazi aggregativi giovanili, di servizi sociali e culturali e l'abbandono scolastico. Per quanto riguarda le *soluzioni*, la parola che compare con maggiore frequenza è "sicurezza", e nella maggior parte degli articoli, infatti, sono indicate due soluzioni ai problemi del quartiere: l'utilizzo di telecamere e l'intervento delle forze dell'ordine.

Dalla ricerca emerge chiaramente come la narrazione si concentri soltanto su una parte dei problemi, quelli maggiormente percepiti da chi vive all'esterno del quartiere, mentre approfondendo la reale situazione emerge l'esistenza di altre importanti questioni che trovano poco spazio nel dibattito pubblico.

È chiaro che il rischio di una narrazione pubblica del genere sia quello di focalizzare le energie di attori sociali e istituzioni soltanto su una piccola fetta del problema, quella più superficiale, senza intervenire sulle problematiche di base. Invece, per avere i mezzi realmente utili per realizzare progetti e interventi trasformativi che comprendano tutta la popolazione, c'è urgente bisogno di analizzare e capire la complessità dei problemi presenti e che colpiscono le comunità che abitano il quartiere.

È quindi evidente come la narrazione del quartiere divulgata da articoli di giornale non rispecchi a pieno la sua essenza e metta in luce quasi unicamente i fatti di cronaca e non i tentativi di riscatto, le realtà positive e le iniziative dei cittadini. Questa narrazione tende a definire un immaginario diverso dalla realtà e diventa fattore determinante per la percezione negativa che molti hanno di Aurora, portando avanti la diffusione di una retorica stigmatizzante, inutile per aiutare e migliorare la vita di chi abita il quartiere.

53\_ Planet Idea è una start-up innovativa italiana fondata nel 2015 a Torino, che opera a livello internazionale come Competence Center sulle smart city. Planet è parte del gruppo internazionale Planet Holding.

54\_ Educadora Onlus è un'associazione indipendente con sede operativa presso la Casa del Quartiere Cecchi Point.

55\_ Planet Idea, "Quartiere Aurora in numeri - analisi ed elaborazione dati sul sistema socioeducativo", Novembre 2020.



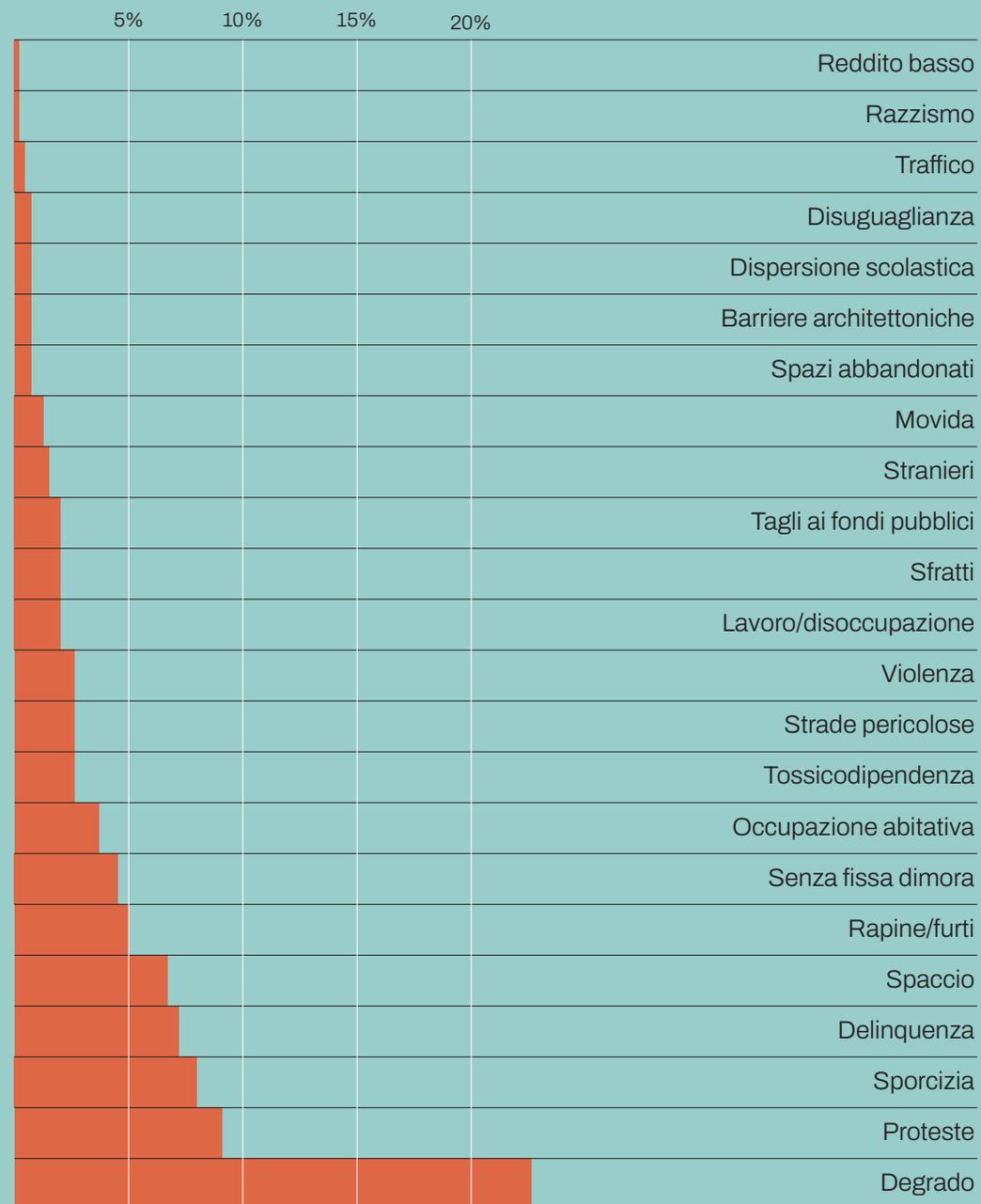
Scuola primaria, Aurora

## Parole chiave e argomenti che compaiono con maggior frequenza sulle testate giornalistiche

### Soluzioni



### Problemi





L'antica tettoia dell'orologio vista dalla terrazza del Mercato Centrale, Aurora

## Rapporto con il resto della città

Aurora, come le altre periferie, percepisce un forte senso di abbandono da parte delle istituzioni che, come illustrato nei paragrafi precedenti, non curano abbastanza gli spazi e i servizi di questi quartieri. Nonostante ciò Aurora ha saputo creare una sua voce e riscattarsi dando l'avvio a molte associazioni e iniziative. Si è proposta come laboratorio di sperimentazione per provare a risolvere le diffuse problematiche, tra cui la mancanza di integrazione e di valorizzazione culturale.

Potrebbe, quindi, essere utile creare o migliorare il rapporto con il resto della città, con il centro e con le istituzioni. Questo rapporto deve essere basato su delle dinamiche di scambio, collaborazione e co-progettazione in modo che avvenga una rigenerazione sostenibile del quartiere. Ciò significa che il quartiere ha bisogno di una riqualificazione estetica degli spazi pubblici, delle infrastrutture e delle abitazioni ma che questo processo andrebbe svolto insieme a chi abita il quartiere, ascoltando e seguendo i loro bisogni e le loro necessità.

Un esempio sono le strutture come quella del Mercato Centrale che invita tutta Torino a vivere il quartiere e differenzia l'offerta presente sul territorio. Questo tipo di servizio può però risultare problematico per certi aspetti perché presenta prezzi più elevati rispetto alla media del quartiere, diventando un posto dedicato principalmente a chi ha un'alta disponibilità economica. Per rappresentare un progetto di riqualificazione non solo urbano ma realmente utile e significativo, il Mercato Centrale, come altre realtà presenti nel quartiere, dovrebbe riuscire a coinvolgere la parte di popolazione che vive in Aurora.

# Rapporto con il resto della città

A: Il centro può offrire tanto, ma anche Aurora. Non è qualcosa top-down, di cittadini di seconda classe, anzi tutt'altro. Torino è un po' divisa in due dalla Dora, Torino bene e Torino non tanto bene. Invece c'è tanta potenzialità anche qui, tanta voglia di fare, che potrebbe essere portata in altre zone e viceversa. Ci vorrebbe uno scambio reciproco. Più cooperazione e comunicazione.

E: Un esempio è il progetto Tonite, che mirava a quel concetto di riqualificazione e che poteva tendere alla gentrificazione, ma visto che molte associazioni del posto hanno deciso di prendervi parte hanno portato un'ottica diversa, perchè conoscono le necessità reali. Bisogna che questi progetti siano guidati da persone del quartiere, che conoscono il quartiere, altrimenti è una presa in giro.

A: Penso che si possa evitare la gentrificazione. Per alcuni aspetti, come l'aumento dei prezzi, devono essere il comune e le istituzioni ad intervenire. Impariamo da esperienze già avvenute in altri posti e cerchiamo di prevenire i problemi conosciuti. Ok miglioriamo la vivibilità ma andiamo ad incontrare le persone direttamente in strada, creiamo opportunità di aggregazione, momenti di comunità ed intercettiamo determinati bisogni. Bisogna coinvolgere chi lavora, chi abita, chi conosce il quartiere e trovare una mediazione.

S: È difficile evitare la gentrificazione. Si parla spesso di San Salvario, riqualificarlo ha portato a gentrificarlo, con la creazione di ristoranti e il malcontento negli abitanti per la movida. Però Aurora non è San Salvario, non è quartiere di uffici o di passaggio, è quartiere di comunità che vivono il quartiere e di negozi gestiti dalla comunità che vive qua. La vedo difficile una gentrificazione, anche se i costi degli immobili sono saliti.

M: Le iniziative da proporre devono rispecchiare il territorio, non bisogna escludere chi il quartiere lo vive già. Bisogna riqualificare, ma partendo dalle radici del quartiere e senza creare qualcosa di nuovo ma facendo spiccare quello che c'è già. Le cose belle che ci sono ed ad Aurora sono tante, è un peccato che ci si concentri solo sulle cose negative.

# Cibo etnico

Provenienza  
dei commercianti  
in Aurora

## Commercio al dettaglio, cibo etnico e multietnicità

56\_ AuroraLAB nasce nel 2018 grazie ad un finanziamento del Politecnico e dell'Università di Torino per i progetti di didattica innovativa. È un progetto pilota nella periferia di Aurora a Torino, al crocevia di didattica (imparare facendo), ricerca e azione locale (co-progettazione).

Nel mese di novembre 2019 Aurora Lab<sup>56</sup>, attraverso l'osservazione diretta degli esercizi di commercio al dettaglio, ha svolto un'indagine sulla nazionalità dei titolari delle numerose attività. Si è notato come più della metà delle attività commerciali, circa il 58%, sono gestite da italiani, circa il 15% da persone provenienti dall'Africa settentrionale, l'11% dall'Asia orientale, il 6% dall'Africa subsahariana, il 6% dal subcontinente indiano e il 4% dall'Europa centro-orientale.

È emerso inoltre come le attività commerciali gestite da italiani si distribuiscono su un ventaglio ampio di tipologie merceologiche, anche quelle gestite da persone provenienti dal nord Africa sono abbastanza varie, ma presentano una maggior specializzazione nel settore nell'alimentare. I commercianti provenienti dall'Asia orientale mostrano invece una maggiore specializzazione nella somministrazione di cibo e bevande e i commercianti provenienti da altre aree geografiche mostrano una specializzazione ancora maggiore: le attività commerciali delle persone provenienti dal subcontinente indiano sono principalmente minimercati e supermercati, quelle gestite da persone dell'Europa centro-orientale rientrano esclusivamente nelle categorie alimentare e somministrazione di cibo e bevande.

Gli esercizi commerciali del settore alimentare e di somministrazione di cibo e prodotti di tipo etnico occupano infatti una parte rilevante e fondamentale del commercio di Aurora: la vendita e il consumo di prodotti etnici si concentrano soprattutto nei pressi di Porta Palazzo e lungo la direzione

58% Italia

4% Europa Centro-continentale

11% Asia Orientale

6% Africa Subsahariana

6% Subcontinente Indiano

15% Africa Settentrionale

di corso Giulio Cesare, attraversando il quartiere e proseguendo verso Barriera di Milano, delineando una sorta di *polo del cibo etnico*.

In un peculiare isolato del quartiere, all'incrocio tra corso Brescia e corso Giulio Cesare, si contano ben 26 locali di somministrazione di cibo, 24 dei quali sono gestiti da proprietari stranieri. Percorrendo la zona si trovano ristoranti, bar, gastronomie, griglierie, minimarket, macellerie, panetterie e pasticcerie che delineano un'incredibile concentrazione di cibi, sapori, odori e tradizioni provenienti da tutto il mondo: Cina, Tunisia, Marocco, Egitto, Romania, Pakistan, Bangladesh, Nigeria, Senegal.

La maggior parte dei locali sono frequentati soprattutto da conterranei dei gestori, che ritrovano in quegli alimenti un forte richiamo identitario, diventando luoghi di ritrovo per comunità intere. Alcuni dei ristoranti invece richiamano anche una forte percentuale di clientela italiana: come il ristorante cinese "La Grande Muraglia" e "Da Fausi, il tunisino" che offre kebab fatto in casa abbinato alla salsa a base di bagna càuda, realizzando così un matrimonio tra la tradizione tunisina e quella piemontese.

Le attività del settore alimentare non rappresentano solamente una fonte di guadagno per le comunità del quartiere, ma assumono forte valore sociale e relazionale, permettono di riappropriarsi della propria identità tramite la perpetuazione delle tradizioni gastronomiche del proprio paese di origine e permettono di raccontarle agli altri, incentivando non solo l'interazione ma anche l'integrazione.

condivisione

nutrimento

affetto

convivialità

tradizione

piacere

allegria

sopravvivenza

cultura

scambio

amore

lavoro

# Cibo etnico in Aurora

E: Un piatto non è mai solo un piatto, c'è una storia e una cultura dietro. In un'occasione viene fatto, in un'altra no, con certi ingredienti e con altri no. E quindi è un mezzo di scambio. Se mi chiedessero un consiglio su un posto in cui andare a mangiare a Torino non direi un posto italiano, mi vengono in mente solo ristoranti di altre culture.

M: I due elementi che più uniscono due popoli sono cibo e musica e il cibo è elemento identitario di Aurora perché ci sono molti ristoranti multietnici.

S: Il cibo è un elemento significativo per Aurora perché è una zona ricca di ristoranti di origine straniera. Ci sono diverse cucine: benalese, marocchine, pakistane... Già solo pensando alla parte dispari di Corso Giulio, su cento metri troviamo una grande varietà e offerta di cibi internazionali.

A: Se ci fosse una migliore struttura e comunicazione il cibo potrebbe essere un mezzo di integrazione. Ora ci sono solo attività commerciali che forniscono ristorazione per una comunità specifica ma si dovrebbe riuscire a valorizzarle di più e creare più scambio. Il cibo dovrebbe essere usato come una cornice che faccia in modo che ci sia contaminazione tra le cucine.

# AVVIO AL PROGETTO

A seguito della ricerca e dell'analisi sul territorio abbiamo iniziato a ragionare sulle possibili vie da percorrere per avviare un progetto di valorizzazione del quartiere Aurora. Il cibo, grazie al suo valore sociale e culturale, può essere il mezzo perfetto per valorizzare l'identità plurima del quartiere, mettendo in contatto e creando relazioni tra persone con background diverso.

Per ottenere risultati concreti e di notevole impatto per la rigenerazione urbana, lo sviluppo territoriale e l'inclusione sociale, abbiamo ritenuto necessario collaborare con chi vive e conosce il quartiere ed entrare in contatto con associazioni già attive sul campo e con grande esperienza alle spalle. Nel mese di dicembre abbiamo infatti avviato una collaborazione con il progetto Aurora Food, nato da poco grazie al connubio tra Slow Food, Associazione Nessuno e Exar, e ancora in fase di sviluppo. Entrando in contatto con questa realtà abbiamo realizzato che i nostri obiettivi e valori coincidevano con i loro e che il nostro apporto dal punto di vista comunicativo e progettuale poteva risultare importante al fine di concretizzare al meglio le idee preesistenti.

Il nostro lavoro è stato quindi quello di definire le basi progettuali (obiettivi, target, concept) e analizzare dei casi studio a cui fare riferimento per poi sviluppare i vari output progettuali.

# Aurora Food

## Come si sviluppa

### Come nasce

Aurora Food è uno dei 19 progetti sviluppatasi grazie a ToNite, un bando nato dalla volontà di esaminare i fenomeni che derivano dalla percezione di insicurezza e di affrontarli attraverso proposte progettuali che puntano a migliorare gli spazi pubblici e la loro vivibilità. Il bando è stato finanziato nell'ambito della quarta call del programma europeo UIA Urban Innovative Actions<sup>57</sup> sul tema Urban Security e si è concentrato sulle aree del Lungo Dora nella zona dei quartieri Aurora e Vanchiglia. Gli interventi proposti sono stati definiti a seguito di azioni di ricerca, indagine, animazione territoriale e co-design e seguendo un approccio inclusivo che ha posto al centro le comunità locali e le potenzialità del territorio.

Durante il bando ToNite, Aurora Food ha proposto, come soluzione al miglioramento della percezione di sicurezza, l'idea di promuovere Aurora su scala nazionale e internazionale come il quartiere del cibo etnico, grazie anche alla costituzione di una Comunità di Terra Madre. Per farlo Aurora Food vuole promuovere attività che favoriscano l'occupazione dei giovani del territorio e la valorizzazione delle attività commerciali già presenti, evitando così interventi dall'alto che potrebbero snaturare il territorio e che esaurirebbero in breve tempo il loro impatto.

Il progetto si sviluppa partendo da una rete di mediatori gastronomici e dalla rete dei numerosi negozi e ristoranti etnici già costituita da EATnico, un'iniziativa ormai conclusa che si è occupata di promuovere il consumo del cibo etnico in Italia realizzando progetti di mediazione culturale e di rigenerazione urbana.

57\_ Urban Innovative Actions (UIA) è un'iniziativa dell'Unione Europea che offre alle aree urbane europee risorse per testare e migliorare gli interventi per affrontare le sfide urbane.



Lezioni di formazione con Slow Food (Nderim Kaçeli)



### Partner

Il progetto Aurora Food si è sviluppato grazie all'incontro di tre partner diversi: l'Associazione Culturale Nessuno, Slow Food ed Exar.

L'Associazione Culturale Nessuno è nata a Torino nel 2006 con l'obiettivo di valorizzare la felicità civica e il benessere tramite valori come l'etica, la riduzione delle disuguaglianze e l'accesso alla cultura. In particolare è presente in San Salvario attraverso il Polo culturale Lombroso 16 ma agisce su tutto il territorio torinese. Ha avviato e gestito il progetto Eatnico finanziato da AxTo<sup>58</sup> nel 2019.

Slow Food è un'associazione internazionale no profit fondata nel 1989 da Carlo Petrini<sup>59</sup> e che ha come obiettivo principale quello di promuovere il diritto al cibo "buono, pulito e giusto". È un movimento che lavora grazie ad una rete di 1.000.000 attivisti, presenti in 160 paesi e organizzati in progetti come i Presidi, i Mercati della Terra e molti altri.

Exar è un'impresa sociale accreditata dalla Regione Piemonte che opera sulle misure di politica attiva del lavoro proponendo un accompagnamento people-centred verso il MdL di diversi target: persone giovani e NEET, migranti, con disabilità, disoccupate, in condizione di fragilità sociale ed economica anche grave. Sviluppa e sperimenta soluzioni innovative nell'ambito delle politiche del lavoro, delle politiche sociali, del welfare culturale e aziendale.

### Mediatori

Uno dei punti chiave del progetto Aurora Food è quello di offrire ad alcuni giovani con background migratorio opportunità di impiego a partire dalla loro ricchezza culturale.

La ricerca dei giovani mediatori culturali e gastronomici parte proprio da Aurora, i mediatori, già attivi grazie al progetto EATnico, conoscono la realtà del quartiere oltre che la cultura, la cucina e la storia del proprio paese di origine. Il ruolo di Slow Food è quello di offrire loro un percorso formativo per accrescere le loro competenze nell'ambito di me-

58\_ AxTo Beni Comuni Periferie è un bando per la riqualificazione e la sicurezza delle periferie torinesi gestito dal Comune di Torino.

59\_ Carlo Petrini (Bra, 22 giugno 1949) è un gastronomo, sociologo, scrittore e attivista italiano, fondatore dell'associazione Slow Food.

diazione tra culture e di co-progettazione.

Il lavoro dei mediatori all'interno del progetto è essenziale, sono infatti loro ad entrare in contatto con i ristoratori essendo le persone più adatte a creare con essi un rapporto di fiducia e a mediare tra i diversi attori del progetto, al fine di avviare le collaborazioni.

I mediatori individuati sono 5 giovani supportati da altrettanti ragazzi, 1 per ogni area geografica individuata:

- **Wei** per l'Oriente: ragazza cinese che vive in Italia da 5 anni. Ha studiato enogastronomia e hospitality e adesso lavora come mediatrice interculturale in diversi ambiti. Insegna il cinese ai bambini con origini cinesi nati in Italia e agli italiani.
- **Amer** per il Medio Oriente: è nato in Iraq e ha vissuto in diversi paesi del Nord Africa, per poi trasferirsi in Italia per gli studi. Ha studiato ingegneria e ha un dottorato in Scienze e Tecnologie. Impiega il suo tempo libero in attività di inclusione e promozione sociale, attraverso lo sport e la politica.
- **Maali** per l'Africa settentrionale: ragazza di origini marocchine vive in Italia da tanti anni. Ha studiato ingegneria energetica ma adesso lavora come educatrice socio-pedagogica ed è membro dell'associazione AMECE. È inoltre Vicepresidente del Coordinamento Nazionale Nuove Generazioni Italiane.
- **Adama** per l'Africa Sub Sahariana: nata e cresciuta a Torino ha origini senegalesi. Lavora come consulente orientativa in una cooperativa e studia Scienze internazionali, dello sviluppo e della cooperazione.
- **Camila** per il Sud America: nata e cresciuta a Torino è metà italiana e metà spagnola. Frequenta il corso di laurea in Comunicazione interculturale e lavora come babysitter e come educatrice presso un'associazione che si occupa di giovani stranieri.

Nel periodo tra Novembre e Dicembre i mediatori hanno seguito un percorso di formazione tenuto da Slow Food e riguardante diversi aspetti della progettazione dal basso e della comunicazione interculturale. A seguito di questo periodo verranno coinvolti nella progettazione delle diverse iniziative e retribuiti grazie ai fondi del bando ToNite.

## Terra Madre e le Comunità del cibo

Uno degli obiettivi di Aurora Food, grazie alle sue iniziative, è quello di far nascere in Aurora una comunità di Terra Madre da presentare ufficialmente durante la prossima edizione del Terra Madre Salone del Gusto.

Terra Madre è un progetto nato da Slow Food che si sviluppa tramite una rete dinamica di oltre 100.000 soci in tutto il mondo e che vuole unire i valori dell'inclusione sociale e del lavoro a quello del recupero e della valorizzazione della biodiversità del territorio e della diversità culturale. La rete di Terra Madre è costituita dalle Comunità del cibo, gruppi di persone che producono, trasformano e distribuiscono cibo di qualità in modo sostenibile e sono fortemente legate a un territorio a livello storico, sociale e culturale. Anche i cuochi all'interno delle comunità hanno un ruolo fondamentale perché sono interpreti di un territorio che valorizzano attraverso la loro creatività. I ristoranti sono infatti il luogo ideale per trasmettere la filosofia di Terra Madre e di Slow Food ai consumatori.

Questa stretta collaborazione e compenetrazione è anche uno degli elementi fondanti del Terra Madre Salone del Gusto (già Salone Internazionale del Gusto), un evento enogastronomico che riunisce a Torino produttori e artigiani dell'ambito agroalimentare che, per provenienza, estrazione e rappresentanza, evidenziano chiaramente la diffusione capillare della rete. L'evento si tiene ogni 2 anni ed è costituito da una parte espositiva (il Mercato) e da altre attività come talks, laboratori, degustazioni e lezioni culinarie.

# Obiettivi

A seguito della definizione dei 10 punti del nostro Manifesto abbiamo delineato i nostri obiettivi progettuali.

Gli obiettivi sono nati in base alle problematiche rintracciate durante la fase di analisi di scenario al fine di permetterci di agire con una progettualità mirata al colmarle. Come prima cosa abbiamo delineato 4 macro-obiettivi che abbiamo poi sviluppato in obiettivi più specifici e pratici, da cui abbiamo successivamente definito gli output progettuali.

- Cambiare percezione del quartiere: chi non conosce il quartiere basa la propria idea di esso su pregiudizi e su narrazioni negative portate avanti dai media che lo dipingono come poco sicuro e degradato;
- Favorire l'integrazione all'interno del quartiere e con la città: la mancanza di occasioni per entrare in contatto con comunità diverse dalla propria rende difficile la realizzazione di un quartiere multiculturale e non ghettizzato;
- Creare opportunità di lavoro per i giovani del territorio: la situazione di marginalità periferica determina condizioni svantaggiose nella creazione di opportunità ;
- Supportare i ristoratori del territorio: l'economia gioca un ruolo fondamentale nella formazione di luoghi di segregazione creando contesti penalizzanti per alcuni individui già svantaggiati in partenza.

Cambiare la percezione negativa del quartiere

Far conoscere e valorizzare le diverse culture presenti nel quartiere

Favorire l'integrazione nel del quartiere e con la città

Far vivere il quartiere agli abitanti e agli esterni

Creare relazioni con e tra le persone del quartiere

Creare opportunità di lavoro per i giovani del territorio

Creare un gruppo di mediatori con background migratorio

Attivare il territorio, le persone e le risorse già presenti

Supportare i ristoratori del quartiere

Informare, sensibilizzare e coinvolgere i ristoratori

# Target e personas

L'obiettivo del nostro intervento si può sintetizzare nel tentativo di ideare delle strategie per la valorizzazione dell'identità culturale di Aurora attraverso l'attivazione di alcune figure del quartiere e la creazione di relazioni tra gli abitanti della zona e con persone esterne. Per questo motivo abbiamo suddiviso il nostro target in due categorie: quella dei collaboratori e dei fruitori. La prima è composta da alcuni ristoratori e da mediatori culturali con background migratorio e che vivono in Aurora. La seconda è composta da persone, del quartiere o esterne ad esso, che potrebbero usufruire e/o partecipare al progetto.

Avendo osservato e ascoltato le persone che vivono il quartiere e quelle che, in quanto esterne, hanno una visione parziale di esso, abbiamo immaginato i profili ideali a cui ci rivolgeremo. Siamo consapevoli che il nostro target di riferimento sia estremamente ampio, poiché comprende persone con background differenti, necessità e disponibilità diverse. Riteniamo però che la sfida di qualsiasi progetto incentrato sulle periferie multietniche risieda nella capacità di creare relazioni e integrazione tra persone completamente diverse tra loro, e che in questa diversità risieda una ricchezza da valorizzare.

## Lorenzo

Giovane studente universitario, frequenta il corso di Scienze Politiche, che lo impegna da mattina a sera. Quando finisce di studiare incontra i suoi amici in Santa Giulia e non si spinge mai troppo fuori dal suo quartiere.

Quando mangia fuori casa mangerebbe di tutto ma non ha molti soldi quindi si butta sempre sul kebab di fiducia o sulla pizza.

*Vive in Aurora?*

No

*Come vede il quartiere?*

Non sa bene quale sia. Ogni sabato va al Balon, ma non ha mai pensato a che quartiere è. Ogni tanto va al Manituana agli eventi del weekend ma pensa che quella sia già Barriera.

*È interessato alle altre culture?*

Gli piacerebbe conoscere culture diverse ma non ha mai avuto tante occasioni per conoscere persone non italiane. L'unica vera occasione è stata l'erasmus di 6 mesi in Portogallo.

## Greta e Marco

Giovane coppia di lavoratori si sono trasferiti da poco in Aurora attratti dai prezzi degli affitti molto bassi. Non frequentano tanto il quartiere avendo poche occasioni che li coinvolgano.

Quando mangiano fuori amano molto provare i locali del quartiere e una volta al mese si concedono la fiorentina al Mercato Centrale.

*Vivono in Aurora?*

Si

*Come vedono il quartiere?*

Amano vivere in Aurora perché è economica e vivace però odiano che sia piena di spazzatura e molto degradata.

*Sono interessati alle altre culture?*

Certo, ma lavorando tanto è difficile e costoso viaggiare, però vivendo nel quartiere e facendo volontariato hanno entrambi avuto modo di entrare in contatto con bambini di tante nazionalità diverse.

## Kamal

Ragazzo nato a Torino da genitori immigrati da Chefchaouen (Marocco). Vive tra i suoi due mondi e ha poche occasioni per unirli e poter quindi vivere la sua multiculturalità, si sente metà italiano e metà marocchino.

Ama sia il cibo italiano che quello marocchino, soprattutto il locale all'angolo che fa il cous cous come quello di sua nonna. Ma quando esce con gli amici italiani va a mangiare la pizza.

*Vive in Aurora?*

No

*Come vede il quartiere?*

Gioca da sempre a calcio con gli amici al Valdocco. Aurora gli piace molto perché è un po' italiana e un po' marocchina, proprio come lui.

*È interessato alle altre culture?*

È andato a scuola in Barriera e lì ha conosciuto molti ragazzi provenienti da diverse parti del mondo. Il suo migliore amico è senegalese.

## Luisa

Professoressa universitaria che vive da sempre in San Salario e ama il suo quartiere. Fa la spesa tra il Mercato di Piazza Madama e il negozio leggero sotto casa.

Mangia poca carne e quando mangia fuori cerca sempre posti nuovi purché siano particolari e le offrano qualcosa di nuovo.

*Vive in Aurora?*

No

*Come vede il quartiere?*

Lo considera lontano e non le capita mai di andarci, però è incuriosita dalla ristrutturazione della vecchia fabbrica Enel, magari ci farà un salto.

*È interessata alle altre culture?*

Ama viaggiare con la sua famiglia e scoprire cose nuove. è appena tornata da un lungo viaggio in Thailandia.

## Saif

Signore immigrato da Gwadar (Pakistan), vive e lavora in Aurora da 20 anni dove ha trovato tanti suoi connazionali. Ha un piccolo salone dove fa il barbiere ma ha pochi rapporti con comunità diverse dalla sua.

Tendenzialmente mangia a casa ma quando esce va nel ristorante pakistano gestito dall'amico del cugino.

*Vive in Aurora?*

Si

*Come vede il quartiere?*

Vive nel quartiere perché quando è arrivato in Italia il cugino ci viveva già. Gli piace molto perché ha trovato un pezzo di Pakistan in Aurora

*È interessato alle altre culture?*

Frequenta molti suoi connazionali, più che per chiusura per mancanza di occasioni comuni di socialità.

# Concept e manifesto

A seguito dell'indagine svolta sulla realtà e sulla percezione del quartiere Aurora, area periferica e multietnica, abbiamo definito il nostro concept progettuale: valorizzare la *diversità culturale* presente in Aurora, che diventa elemento identitario del quartiere stesso, attraverso l'esplorazione del potenziale del cibo come attivatore della comunità.

Abbiamo successivamente definito il manifesto con i punti cardine del nostro progetto:

## Appartenenza

Crediamo che le città siano grandi comunità complesse e variegate, fatte di persone in grado di modificarle e arricchirle. Il senso di appartenenza a queste comunità può essere elemento generatore di supporto reciproco e inclusività.

## Partecipazione

Crediamo nell'importanza di partire dal basso tramite l'attuazione di strategie di coprogettazione, che mettano al centro i cittadini e creino legami con chi il territorio lo attrae e lo abita.

## Cibo come scambio

Promuoviamo la contaminazione di culture tramite il confronto e la condivisione. Crediamo che il cibo sia in grado di mettere in relazione persone e culture diverse, un mezzo di comunicazione che trascende le barriere linguistiche.

## Nuove generazioni

Aurora è animata da un fermento vivace e giovanile. Crediamo che le nuove generazioni siano le persone più adatte a modellare in maniera creativa e inclusiva la vita del quartiere.

## Attivazione

Crediamo nel valore delle persone e delle risorse del quartiere. Vogliamo valorizzare le ricchezze e le diversità presenti nel quartiere attivando le comunità che lo abitano.

## Accessibilità

L'importanza del coinvolgimento di persone provenienti da realtà diverse è essenziale. Vogliamo rendere il nostro progetto e la nostra comunicazione fruibile da tutti indipendentemente da età, provenienza, professione e tradizioni.

## Autenticità

Vogliamo far risplendere l'anima più autentica e genuina di Aurora e rappresentare la sua vera essenza, combattendo gli stereotipi creati dalla narrativa tradizionale. Aurora non è solo povertà e degrado, è anche cultura e potenziale.

## Glocal

Vogliamo che Aurora diventi un esempio di laboratorio di multiculturalità, di sperimentazione a livello locale, ma potenzialmente globale. Aurora può essere esempio dell'importanza di abbattere barriere per costruire ponti.

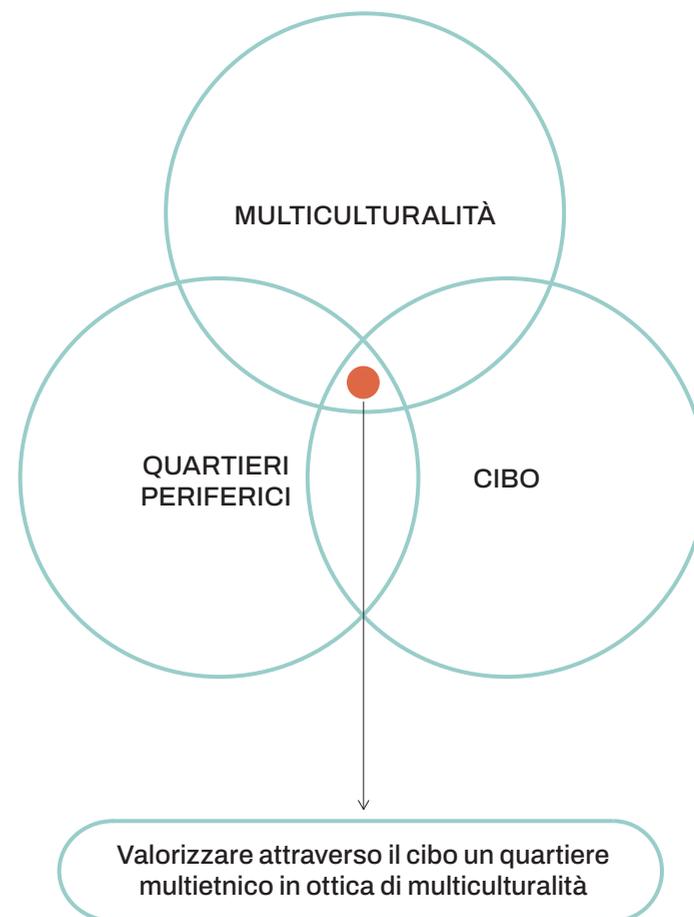
# Casi studio

Una volta chiari gli obiettivi e l'utenza di riferimento, abbiamo iniziato a chiederci quale tipo di intervento fosse più idoneo alle nostre premesse.

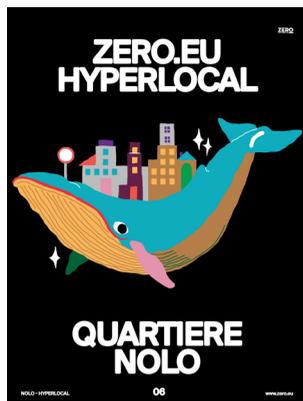
Per chiarirci le idee siamo partite dall'analizzare diversi casi studio di associazioni, organizzazioni, progetti ed eventi al fine di definire la nostra tipologia di intervento e attorno a quali tipi di azione avremmo voluto svilupparla.

I numerosi esempi raccolti sono stati divisi in tre principali categorie a seconda dell'ambito di azione: quartieri periferici, multiculturalità e cibo. Ognuno di essi è stato poi esaminato secondo diversi parametri riguardanti la tipologia di comunicazione utilizzata e definito attraverso dei tag.

Queste analisi si sono rivelate fondamentali nel indicarci quale direzione avremmo dovuto intraprendere.



## Hyperlocal – Zero



Dal 1996 ZERO racconta luoghi e persone che abitano le città, intese come fulcro di eventi, arte, cultura e relazioni. In occasione delle prime riaperture in seguito al confinamento legato alla pandemia, il magazine ha dato il via ad un nuovo tipo di comunicazione che riparte dal *quartiere*, contesto alla base di relazioni sociali e dell'identità di un luogo. Attorno ad ogni quartiere viene delineata una nuova mitologia urbana, raccontata da una serie di illustrazioni che rendono unico ogni quartiere di Milano. Attraverso il magazine, il sito, i social e i manifesti, creati ad hoc per ogni quartiere e appesi in giro per la città come pagine di giornale, ZERO si fa portavoce dei valori che contraddistinguono i quartieri.

### Comunicazione:

- mezzi**      instagram, facebook, sito
- contenuti**    informazioni sulla città e sui quartieri, informazioni e pubblicità degli eventi della città
- visual**        grafiche e fotografie
- tov**            irriverente, accattivante, coinvolgente, giovane

magazine

periferia x identità



## Arte in stabile

Arte in Stabile è un progetto, avviato dall'associazione culturale Collettivo Ultramondo, che ha portato artisti di diverso calibro in Aurora per una residenza artistica in via Cuneo 5 bis e che è riuscito in questo modo ad unire la vocazione sociale a quella artistica. Infatti gli artisti hanno collaborato con gli abitanti dell'edificio realizzando opere e installazioni e sono riusciti a dare origine ad un vero e proprio luogo di accoglienza creativa.

### Comunicazione:

|                  |                                       |
|------------------|---------------------------------------|
| <b>mezzi</b>     | facebook, cartoline                   |
| <b>contenuti</b> | informazioni e pubblicità sull'evento |
| <b>visual</b>    | fotografie                            |
| <b>tov</b>       | casual, giocoso                       |

installazione

periferia x arte



## Strabarriere

Strabarriere è un giornale online nato da un collettivo di giovani torinesi. È uno spazio interamente dedicato a raccontare "ciò che cresce nei quartieri oltre la cinta", a raccontare le realtà delle periferie di Torino. Periferie non da intendere come luogo da ripulire dal disagio né come problema da risolvere dall'alto o come bacino elettorale da sfruttare ma come luogo di marginalizzazione forzata e subordinazione a poteri lontani (istituzionali, economici, criminali) e soprattutto come la parte più consistente, più viva e innovatrice della comunità.

### Comunicazione:

|                  |  |
|------------------|--|
| <b>mezzi</b>     | instagram, facebook, twitter, sito   |
| <b>contenuti</b> | articoli e racconti sui quartieri periferici (territori e cultura), oroscopo, pubblicità e informazione sugli eventi |
| <b>visual</b>    | grafiche e illustrazioni molto colorate, fotografie  |
| <b>tov</b>       | emozionale, casual, informativo  |

magazine

periferia x racconto



## Guida all'Arcella

“Guida all’Arcella” è la prima guida di uno dei più nominati quartieri di Padova ed è nata con l’obiettivo di rendere questa zona una nuova area di interesse turistico complementare al centro città. Nella guida vengono presentati 73 punti di interesse e 6 itinerari che offrono la possibilità di capire il contesto in cui gira l’attività artistica che ha fatto diventare Arcella un centro fondamentale per la musica, la cultura e la street art.

### Comunicazione:

- mezzi**      instagram, facebook, sito
- contenuti**    informazioni sul quartiere, informazioni sulle iniziative, contest e quiz
- visual**        grafiche e fotografie
- tov**            divertente, coinvolgente, casual

magazine

periferia x turismo



## Mare culturale urbano



Arte in Stabile è un progetto, avviato dall'associazione culturale Collettivo Ultramondo, che ha portato artisti di diverso calibro in Aurora per una residenza artistica in via Cuneo 5 bis e che è riuscito in questo modo ad unire la vocazione sociale a quella artistica. Infatti gli artisti hanno collaborato con gli abitanti dell'edificio realizzando opere e installazioni e sono riusciti a dare origine ad un vero e proprio luogo di accoglienza creativa.

### Comunicazione:

- mezzi**      instagram, facebook, sito
- contenuti**      informazioni e pubblicità degli eventi e delle iniziative
- visual**      grafiche e fotografie
- tov**      emozionale, diretto, casual, simpatico

laboratorio/hub

periferia x creatività



## Milano Mediterranea

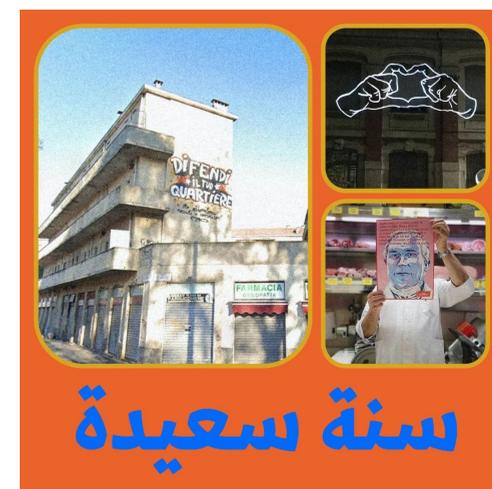
Milano Mediterranea è un centro d'arte partecipata che gestisce laboratori, programmazione culturale e residenze artistiche partecipate rivolte ad artisti delle diaspore del bacino mediterraneo e residenti in Italia. Milano Mediterranea è un progetto che coinvolge i cittadini del quartiere Giambellino e si rivolge a chiunque abbia voglia di scoprire come l'arte, la performance e la musica possano diventare strumenti di costruzione di comunità. La parola che meglio riassume il progetto Milano Mediterranea è "Twiza", dal berbero "fare insieme", che è infatti il nome che prende il Festival, con cui si conclude l'anno di attività e co-progettazione per il quartiere, tra produzione e programmazione culturale.

### Comunicazione:

- mezzi** instagram, facebook, sito, manifesti
- contenuti** informazioni sugli abitanti del quartiere, informazioni e pubblicità degli eventi, presentazione dei progetti artistici
- visual** grafiche, fotografie (focus sulle persone)
- tov** emozionale, inclusivo, casual, giovane

laboratorio/hub

multiculturalità x coprogettazione



## Jambellico



Jambellico è il carnevale delle culture ricco di musica, laboratori, giochi e performance artistiche che nasce nella realtà del Mercato Lorenteggio, un progetto di rilancio di un mercato comunale coperto alla periferia sud-ovest Milano. Il progetto è nato grazie a Dynamoscopio, al Consorzio Commercianti e alla rete locale con un percorso di riappropriazione e rilancio in chiave culturale della storica struttura pubblica. Mercato Lorenteggio sperimenta dal basso: vuole costruire insieme ad abitanti e organizzazioni locali un'opportunità concreta di protagonismo culturale, aggregazione sociale e rivitalizzazione economica.

Il festival interculturale è nato a seguito di un lungo processo di sviluppo della comunità multiculturale del quartiere e ha l'obiettivo di evidenziare come la contaminazione culturale sia una leva fondamentale per il cambiamento sociale urbano.

### Comunicazione:

- mezzi** instagram, facebook, sito, flyer
- contenuti** informazioni e pubblicità degli eventi, ricette, presentazione dei banchi del mercato e dei gestori, informazioni sul quartiere
- visual** fotografie
- tov** energico, coinvolgente, casual

evento

multiculturalità x futuro

## Mygrantour

Mygrantour nasce con l'idea di dare a tutti l'opportunità di fare un viaggio interculturale a km 0 passeggiando tra le strade e le piazze dei quartieri multiculturali presenti nelle nostre città. Sul sito vengono infatti proposti diversi itinerari, che durano mezza giornata e sono guidati da cittadini di origini migrante, che permettono di capire come le città che viviamo siano da sempre il risultato di migrazioni e dell'incontro tra differenti culture.

### Comunicazione:

- mezzi** instagram, facebook, sito, flyer
- contenuti** informazioni sulle città e sulle persone, informazioni e pubblicità dei tour
- visual** fotografie
- tov** casual, informale, diretto

evento

multiculturalità x scoperta



## Stand Up For Africa

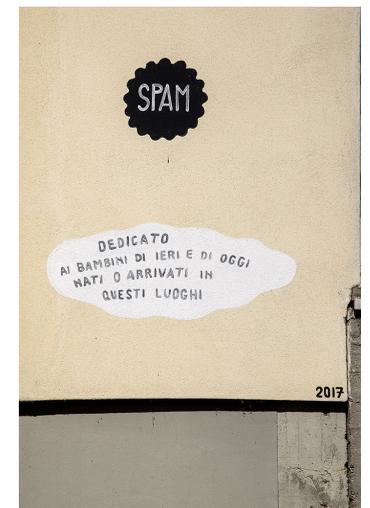
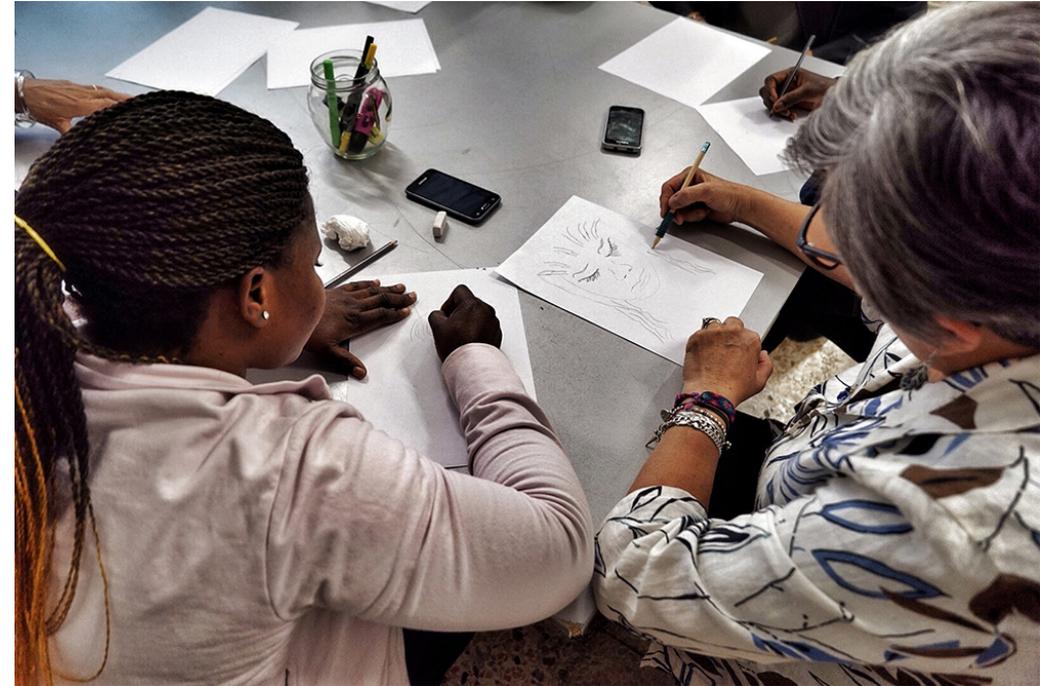
Stand Up For Africa è un progetto nato nell'ambito di Toscana in contemporanea 2017 all'interno degli spazi di Hymmo Art Lab. L'iniziativa consiste nel coinvolgimento di giovani artisti toscani, di alcune comunità di rifugiati del luogo e della popolazione locale con il fine di creare delle relazioni tra di essi attraverso differenti laboratori artistici. L'obiettivo è quello di eliminare i pregiudizi e le problematiche dell'integrazione attraverso l'arte ed evidenziando l'energia che si crea dall'incontro con l'altro.

### Comunicazione:

|                  |   |
|------------------|---|
| <b>mezzi</b>     | instagram, facebook, sito                                       |
| <b>contenuti</b> | informazioni e pubblicità degli eventi, fotografie degli eventi |
| <b>visual</b>    | fotografie  |
| <b>tov</b>       | formale, serio  |

installazione

multiculturalità x partecipazione



## Mistranslations



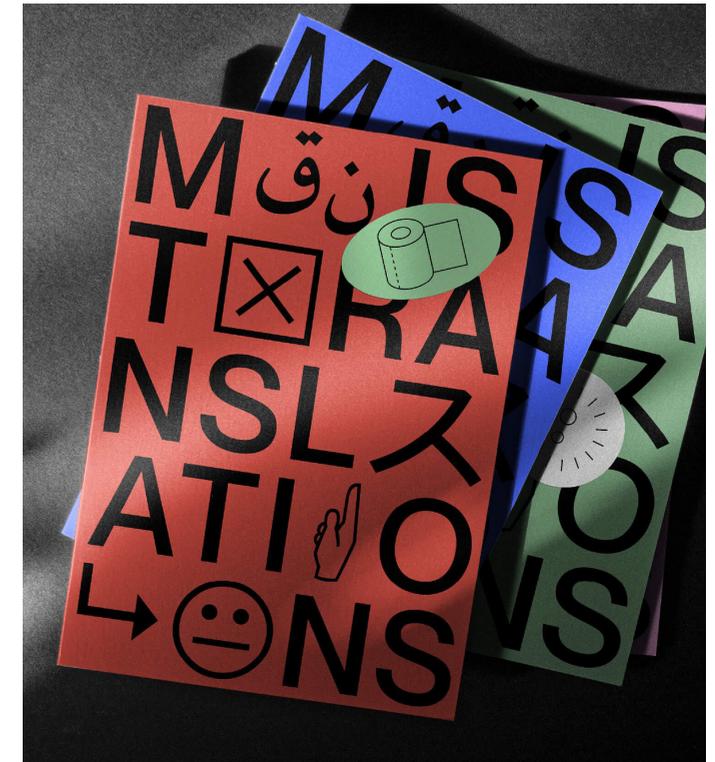
L'agenzia Re ha collaborato con la Melbourne Design Week per lanciare un progetto comunicativo in risposta alla fallace campagna di comunicazione per la prevenzione della diffusione del Covid-19. Alcuni messaggi della comunicazione di prevenzione, ufficialmente in inglese, sono stati tradotti anche in altre lingue senza un reale sforzo di traduzione interculturale, ovvero senza tenere conto del senso di cui le parole sono portatrici. Il risultato è stato un messaggio incomprensibile alle minoranze linguistiche, circa il 39% degli abitanti. L'agenzia Re ha quindi lanciato il progetto Mistranslations chiedendo a diversi designer di paesi differenti di reimmaginare i messaggi per le campagne Covid-19 nella propria lingua, per mostrare modalità di traduzione più inclusive. Con gli output ottenuti sono state realizzate delle esibizioni per aumentare la consapevolezza dell'importanza di una traduzione corretta, e di una conseguente inclusività, dei messaggi comunicativi.

### Comunicazione:

- mezzi** instagram, sito (dell'agenzia)
- contenuti** call per il progetto, informazioni e pubblicità dell'evento, catalogo della mostra
- visual** fotografie (focus sui designer), grafiche accattivanti
- tono** formale, inclusivo, accattivante

installazione

multiculturalità x accessibilità



## Kitchen on the Run



Kitchen on the Run è un evento itinerante organizzato da Über den Tellerrand, tradotto come “Oltre il bordo del tuo piatto”, un progetto fondato nel 2013 a Berlino che fornisce percorsi per le persone migranti che vogliono arricchire le comunità ospitanti attraverso la condivisione dei loro saperi. Il progetto riunisce i nuovi arrivati con i locali attraverso eventi culinari, in cui il cibo è preparato e consumato collettivamente. Il cibo è usato perciò come mezzo di comunicazione che trascende le barriere linguistiche e come mezzo per abbattere stereotipi e pregiudizi e creare integrazione e senso di appartenenza. Kitchen on the Run è la versione mobile ed itinerante del progetto. Dal 2016 vengono organizzati viaggi tra la Germania e l'Europa con una cucina integrata in un container che promuovono lo scambio tra persone con e senza esperienza di migrazione. Il furgone rimane in uno stesso posto per sette settimane e organizza serate di cucina collettiva e promuove la creazione di comunità “Über den Tellerrandand” integrate nella vasta rete comunitaria.

### Comunicazione:

- mezzi** facebook, instagram, supporti grafici stampati, sito
- contenuti** community, pubblicità eventi e iniziative, ricette
- visual** grafiche colorate, font scritto a mano, fotografie (calde, vivaci, focus sulle persone e la comunità)
- tov** simpatico, inclusivo, diretto, casual

evento

cibo x comunità



## Loftnovantadue

Loftnovantadue è un'associazione ricreativa e culturale, nasce come casa privata d'artista, un'abitazione che si sviluppa parallelamente come hub sociale con uno studio fotografico e una cucina-laboratorio. L'associazione offre diverse tipologie di esperienze culinarie tra cui workshop, laboratori, talk e il supper club: un'avventura culinaria e sociale in cui la cucina diventa sinonimo di condivisione, conoscenza e convivialità. Gli ospiti, amici ed estranei, si trovano riuniti in una tavolata comune gustando cibo locale e dal mondo.

### Comunicazione:

- mezzi** instagram, facebook, spotify, sito
- contenuti** presentazione chef, informazioni e pubblicità sugli eventi
- visual** fotografie artistiche (focus sul luogo, gli impiattamenti, sul cibo, sui partecipanti degli eventi e sui supporti grafici), grafiche e font minimal
- tov** giovane, coinvolgente, diretto

laboratorio/hub

cibo x esperienza



## Refugee Food Festival



The Refugee Food Festival è un progetto ideato dall'associazione Food Sweet Food, nata nel 2016 con il finanziamento dell'UNHCR, l'agenzia ONU per i rifugiati, e fondata da due cuochi francesi che credono che il cibo sia un linguaggio capace di unire persone diverse.

Una volta l'anno ristoranti Gourmet di diverse città del mondo aprono le loro cucine a cuochi rifugiati e li invitano a cucinare un pasto per i clienti. L'obiettivo del Refugee Food Festival è quello di cambiare la percezione che le persone hanno sui rifugiati e mostrare che essi possiedono grandi capacità e qualifiche. Grazie a queste iniziative si crea uno scambio di conoscenze tra i cuochi autoctoni e quelli immigrati, che sono incoraggiati nella loro carriera grazie alla creazione di nuove opportunità di lavoro.

### Comunicazione:

|                  |   |
|------------------|---|
| <b>mezzi</b>     | facebook, instagram, twitter, sito, manifesti, flyer                                |
| <b>contenuti</b> | ricette, presentazione degli chef, informazioni e pubblicità di eventi e iniziative |
| <b>visual</b>    | fotografie (luminose, focus sulle persone e sul cibo)                               |
| <b>tov</b>       | serio, formale, informativo   |

evento

cibo x opportunità



## Ricetta Milano – Kamba



Ricetta Milano è un evento organizzato dall'associazione Kamba, situata a Milano, che realizza progetti ed eventi che ruotano intorno al cibo. Kamba realizza corsi di formazione professionale e laboratori per cittadini di paesi terzi e organizza pranzi e cene con cittadini immigrati a casa di cittadini privati. Nel 2018 ha realizzato un grande evento pubblico su cibo e integrazione che ha riunito 10.000 persone, 200 organizzazioni e 600 rifugiati su un'unica tavola lunga 3 km. L'idea di Ricetta Milano è nata in occasione dell'EXPO 2015 di Milano. L'obiettivo di Kamba è quello di aiutare i migranti nell'integrazione attraverso la creazione di opportunità lavorative, di creare una cittadinanza attiva e di cambiare la mentalità delle persone, trasmettendo un'idea positiva delle migrazioni e dell'interculturalità.

### Comunicazione:

|                  |   |
|------------------|---|
| <b>mezzi</b>     | facebook, instagram, twitter, sito (non più esistente)            |
| <b>contenuti</b> | presentazione partecipanti, informazioni e pubblicità dell'evento |
| <b>visual</b>    | grafiche, fotografie (focus sulle persone)                        |
| <b>tov</b>       | semiformale, serio, monotono                                      |

evento

cibo x integrazione



## LAC Laboratorio di Antropologia del Cibo



Il Laboratorio di Antropologia del Cibo è un vero e proprio laboratorio antropologico dove persone e cucine da tutto il mondo si incontrano. Si trova nel cuore del quartiere Giambellino di Milano ed è uno spazio aperto e multiculturale, dedicato al cibo come cultura e incontro e alla cucina come condivisione e partecipazione. LAC organizza corsi tenuti da chef diversi, persone varie con qualifiche differenti: migranti di prima, seconda e terza generazione; rifugiati e richiedenti asilo; home chef, ristoratori e cuochi professionisti; badanti, musicisti, casalinghe, artisti. Tutti accomunati da una profonda passione per la cucina e dalla voglia di farsi portavoce dei loro luoghi d'origine e dei piatti di casa. Durante i corsi si parla, si cucina e si mangia insieme attorno a un tavolo.

### Comunicazione:

|           |   |
|-----------|---|
| mezzi     | instagram, facebook, sito   |
| contenuti | presentazione chef, informazioni e pubblicità di corsi ed eventi, informazioni sulla cultura culinaria e sui piatti |
| visual    | fotografie (focus sugli chef e sul cibo)  |
| tov       | casual, emozionale, informativo   |

laboratorio/hub

cibo x passione



## Eat Offbeat

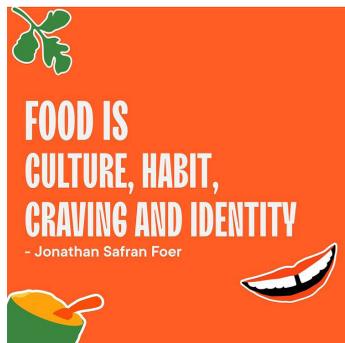
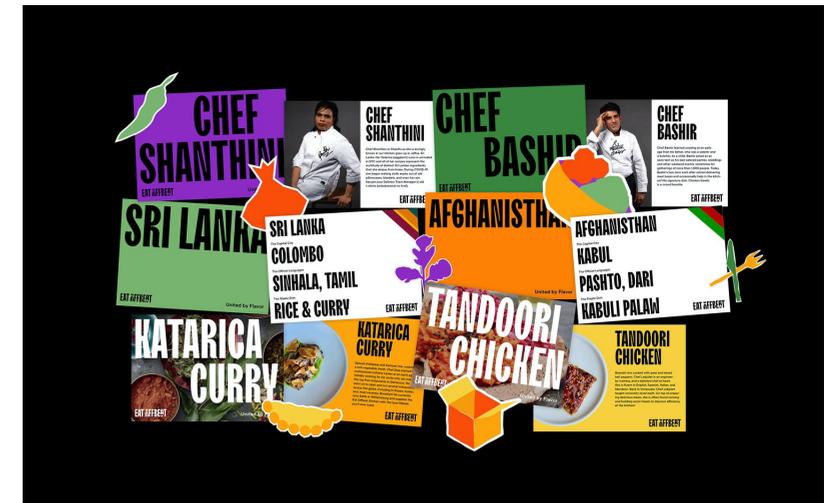
Eat Offbeat è una compagnia a forte impatto sociale creata dai fratelli Manal and Wissam Kahis, immigrati dal Libano arrivati a New York nel 2013, e dallo chef stellato Juan. La compagnia lavora con la International Rescue Committee (IRC) e con la New York Immigration Coalition per trovare cuochi talentuosi, senza bisogno di esperienza professionale, e con background migratorio. Eat Offbeat offre pasti pronti e cibi etnici elaborati e cucinati da cuochi immigrati e rifugiati portando il miglior "Global Homecooking" a casa di una vasta audience.

### Comunicazione:

- mezzi**      instagram, facebook, twitter, linkedin, sito
- contenuti**      presentazione chef, informazioni e pubblicità sui prodotti, informazioni sulla cultura culinaria e sui piatti
- visual**      fotografie spontanee (focus sugli chef e sul cibo), grafiche colorate, tipografia bold
- tov**      coinvolgente, divertente, giovane

prodotti

cibo x impatto sociale



# Questione di comunicazione

## Problematiche riscontrate

L'analisi delle associazioni presenti in Aurora e la selezione dei casi studio precedentemente riportati, non solo ci ha aiutato a capire la direzione per il nostro intervento, ma ci ha portato ad individuare con più sicurezza e lucidità le carenze e le problematiche della comunicazione dei progetti a impatto sociale.

Spesso la comunicazione, e la definizione dell'identità dell'iniziativa, sono fortemente sottovalutati e non ne viene compresa la fondamentale importanza nel raggiungere gli obiettivi progettuali. Una strategia comunicativa studiata infatti riesce a sensibilizzare i destinatari della propria causa, creando interesse e coinvolgendo nell'utenza.

Un primo problema individuato è la mancanza di un'identità definita e sviluppata che porta a una scarsa riconoscibilità e attrattività del progetto. Inoltre la tipologia di comunicazione utilizzata è spesso troppo formale e istituzionale oppure al contrario troppo informale e lasciata al caso, entrambe le tipologie risultano noiose e poco coinvolgenti. Contribuisce a questa dinamica anche la mancanza di materiali di qualità da pubblicare sui social come fotografie e video delle iniziative e grafiche studiate appositamente per comunicazione efficace.

Più in generale queste carenze derivano da un'assenza di strategia nella pianificazione della comunicazione e dalla mancanza di raccolta e analisi dei dati, attraverso i social e il web, sull'efficacia dell'approccio.

Tutti questi fattori derivano dalla mancanza di una figura professionale dedicata, dovuta sia ad una scarsità di fondi da parte delle associazioni che alla scarsa considerazione dell'importanza della comunicazione.

## Il caso Aurora Food

Nello specifico abbiamo individuato le stesse problematiche nel progetto Aurora Food. Analizzando i loro social e il loro sito web risulta evidente come la loro comunicazione non sia stata sviluppata a partire dalla pianificazione di una strategia e dalla definizione di un'identità del progetto.

In particolare sui social (Instagram e Facebook) manca una presentazione e spiegazione del progetto, non è quindi esplicitato quali siano le iniziative, le finalità e gli obiettivi di Aurora Food. I post sono improvvisati e molto spontanei e risultano quindi poco interessanti e coinvolgenti per l'utenza, il linguaggio utilizzato è inoltre poco definito e accattivante.

# PROGETTO

A seguito della definizione delle basi progettuali (obiettivi, target, concept) e dell'analisi dei casi studio abbiamo sviluppato l'identità, attraverso la definizione del tone of voice e della visual identity. Il passo successivo è stato quello di strutturare il piano strategico con cui sviluppare il progetto, le iniziative che ne fanno parte e la loro comunicazione. Abbiamo quindi ideato le attività e gli eventi tenendo conto degli obiettivi delle fasi individuate attraverso la strategia e in seguito abbiamo analizzato e sviluppato tutti i supporti, digitali e cartacei, attraverso cui comunicare le singole iniziative.

# Brand manual

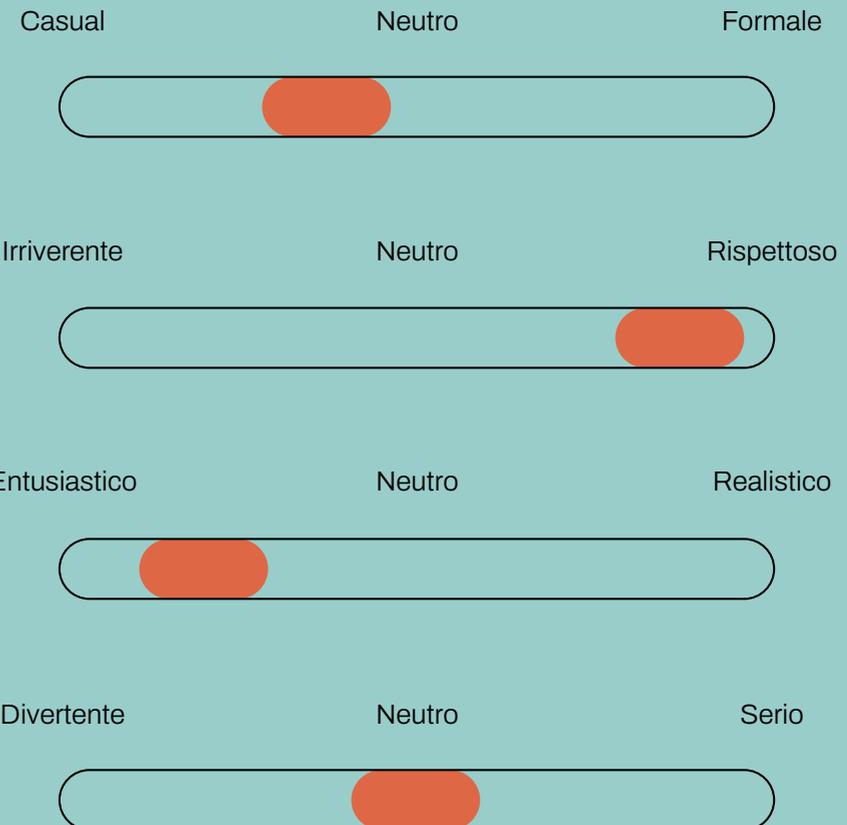
Un'identità visiva ben definita e accattivante può determinare la visibilità e il coinvolgimento del target, e, associato al tone of voice giusto, permette di rendere la comunicazione davvero efficace.

## Tone of voice

Il linguaggio è fondamentale perché, a seconda di come viene utilizzato, ci può permettere di esprimere e rappresentare tutti gli ideali e i valori alla base del nostro progetto e di coinvolgere il nostro target. Avendo un bacino d'utenza molto ampio e diversificato, che comprende sia fruitori che collaboratori, puntiamo ad un tone of voice semplice che permetta la massima comprensione.

Per definire il nostro TOV abbiamo utilizzato un metodo comparativo per definire le sue caratteristiche principali per poi arricchirlo e implementarlo tramite l'ausilio di aggettivi. Il nostro linguaggio non deve essere formale, parlando in prima persona all'ampio target, per coinvolgerlo maggiormente, creare una relazione con esso mostrando che dietro ad Aurora Food ci sono persone reali. Sempre per l'accessibilità del nostro progetto il linguaggio utilizzato deve essere rispettoso e inclusivo verso le diverse sensibilità. Il tone of voice è inoltre entusiasta ed emozionale perché parla di cibo come cultura, valori, relazioni e comunità, e non solo a livello nutrizionale o pratico.

Definizione delle principali caratteristiche del tone of voice tramite metodo comparativo



*Ottimista - Empatico - Inclusivo - Emozionale - Amichevole -  
Umano - Caldo - Accogliente*

## Logo e palette

Per la definizione dell'identità visiva del progetto Aurora Food siamo partite dal logo preesistente e da una bozza di palette. Il logo è composto da una tipografia semplice e lineare e dalla geometrizzazione delle due O che simboleggiano due piatti vicini. Lavorando in sottrazione sul logotipo si possono isolare i due piatti vuoti che possono essere utilizzati come pittogramma.

AU●ORA  
FO●D

AU●ORA  
FO●D

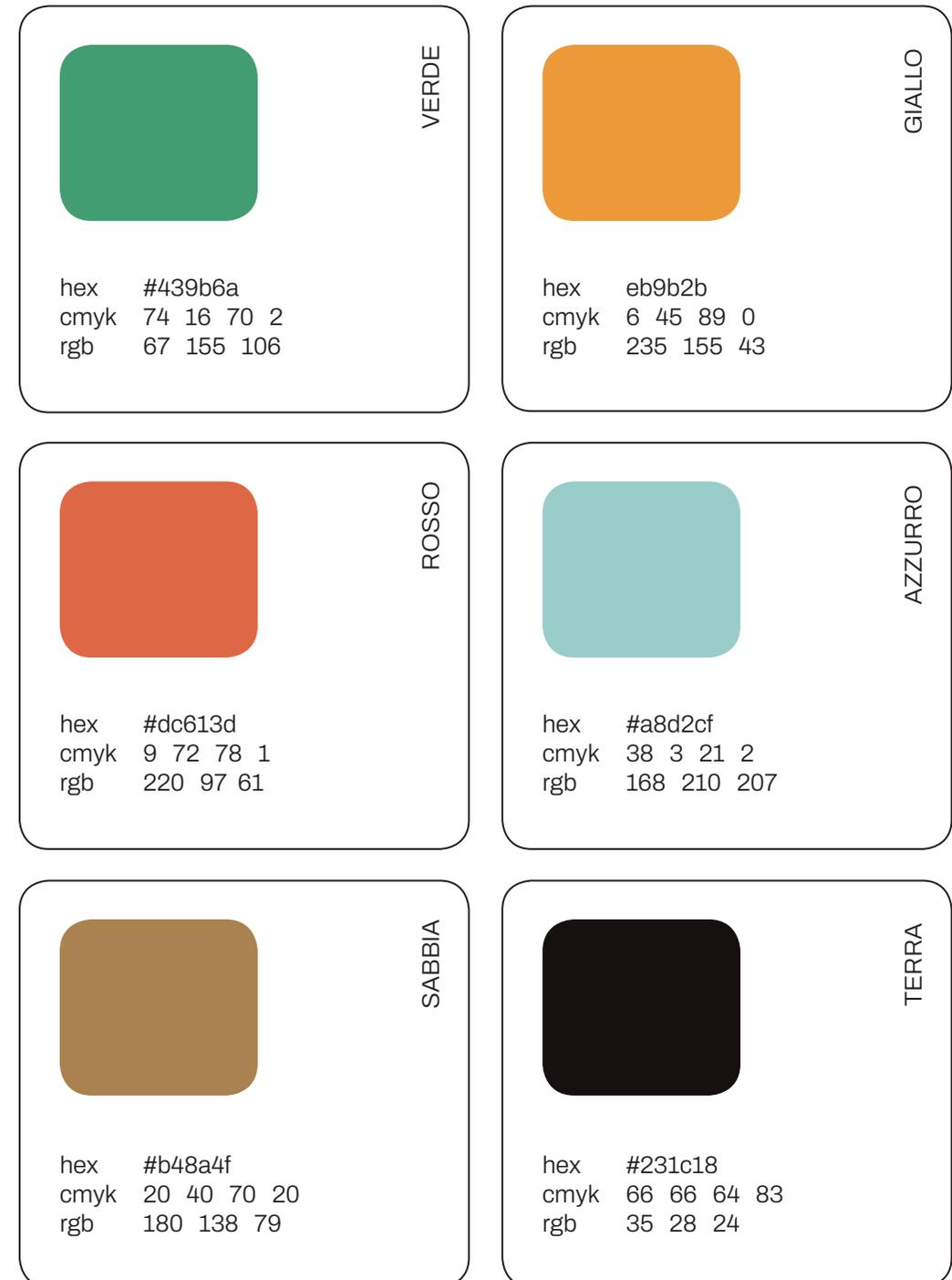
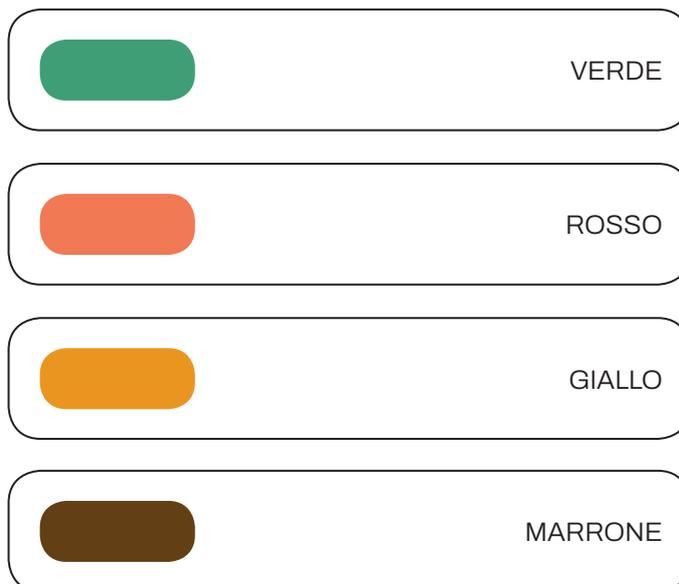
AU●ORA  
FO●D

AU●ORA  
FO●D

AU●ORA  
FO●D

La bozza di palette su cui ci siamo trovate a lavorare era composta da 5 colori molto intensi e saturi e difficili da utilizzare insieme. Abbiamo deciso quindi di partire da questi colori, per non snaturare completamente l'identità iniziale, e sviluppare una palette con colori più in linea tra loro e maggiormente utilizzabili nei diversi supporti digitali e stampati. Abbiamo perciò ampliato la palette aggiungendo il colore nero e un colore chiaro, l'azzurro, e modificato gli altri colori diminuendo la loro saturazione ed intensità. La palette rimane così molto varia ma diventa utilizzabile nel suo complesso permettendoci abbinamenti sempre diversi e colorati.

*palette iniziale*

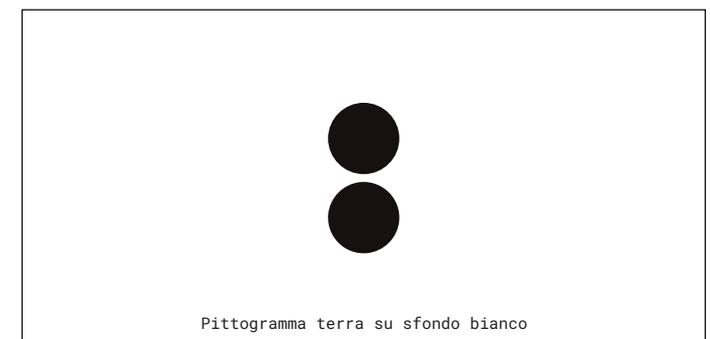


A seguito della definizione della nuova palette abbiamo adattato il logo ad essa definendo le modalità d'utilizzo.

La tipografia del logo diventa color terra e i due cerchi variano sempre colorazione ed accoppiamento. Il logo può inoltre essere utilizzato monocromatico, terra o bianco, a seconda del supporto su cui viene utilizzato.



Anche nel pittogramma, composto dai soli cerchi, i colori di essi e il loro accostamento varia definendo così 20 possibili combinazioni.



## Font

La scelta del font è frutto di una ricerca tipografica volta a rispondere alla nostra principale esigenza nella costruzione del brand, ovvero l'essere facilmente comprensibile a un ampio target, senza però rinunciare ad un po' di carattere.

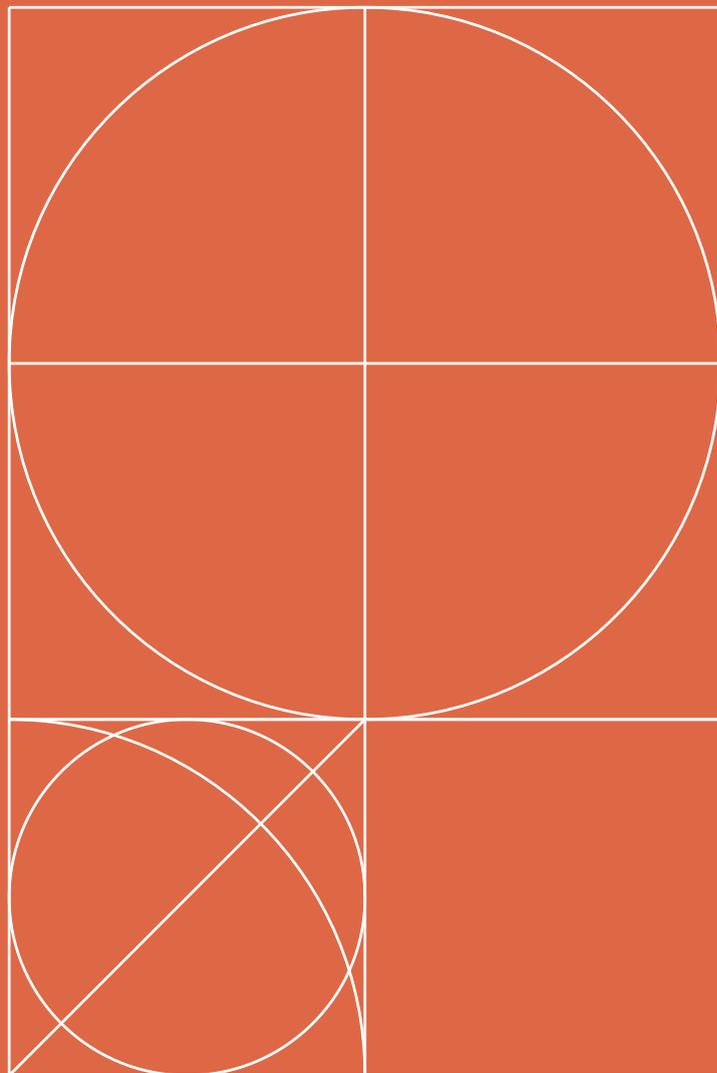
La nostra scelta è ricaduta sul font Archivo, disegnato da Héctor Gatti e Omnibus-Type Team. Archivo è un font grotesk originariamente progettato per i titoli e con caratteristiche tecniche ed estetiche per una tipografia ad alte prestazioni. Infatti Archivo si presta bene ad essere utilizzato sia per i titoli che per i corpi di testo e ad essere usato allo stesso tempo su piattaforme cartacee e online. Gli assi di peso e di larghezza consentono un'ampia varietà di stili, da Thin a Black e da ExtraCondensed a Expanded.

Il font è stato inoltre progettato per supportare oltre 200 lingue diverse, tratto che ci può essere utile in una comunicazione multilingue.

La bellezza di Archivo sta nella capacità di essere allo stesso tempo impattante dal punto di vista visivo e anonimo, cioè dalle caratteristiche non troppo preponderanti rispetto al resto dell'identità.

# Archivo Font *designed by* Héctor Gatti *and Omnibus* TypeTeam

Extra Light → **Black**



## Moduli e forme

Per la definizione dell'identità visiva abbiamo deciso di rendere identitario l'elemento del cerchio presente nel logo. Il cerchio non è quindi utilizzato solamente in coppia come nel pittogramma ma viene utilizzato come elemento visivo nei diversi supporti.

L'intera identità è poi stata costruita su una semplice griglia che può essere riempita dinamicamente per creare un'identità che cambia costantemente. La scomposizione in blocchi dovuta alla griglia permette di adattarsi a dimensioni e forme diverse rendendo il design giocoso e aprendo numerose possibilità di suddivisione dello spazio in blocchi di grandezze differenti. Il cerchio è inserito nella composizione rigida rendendo la griglia più giocosa e identitaria. L'utilizzo di elementi modulari associati al cerchio porta perciò ogni supporto grafico a variare e sembrare sempre diverso, pur mantenendo la coerenza identitaria nel suo insieme attenendosi alle regole di base.

Da un lato l'identità può essere utilizzata in modo molto rigoroso basandosi sulla divisione schematica dovuta all'utilizzo di una griglia e all'elemento del cerchio, ma dall'altro può essere utilizzata molto liberamente poiché l'elaborata e diversificata palette di colori lascia spazio per giocare con accoppiamenti sempre diversi.

L'obiettivo nel creare un sistema identitario dinamico è quello di infondere una sensazione di diversità e varietà e di mostrare lo spirito innovativo e l'identità plurima del quartiere Aurora e del nostro progetto.

La creazione di un'identità basata su un layout modulare e variabile ha anche forte valore sociale permettendoci di fornire agli attori progettuali gli strumenti per poter creare e variare i diversi supporti grafici e comunicativi. La definizione delle grafiche diventa quindi un processo aperto e non vincolato alla presenza del designer, in questo modo riteniamo di poter portare innovazione nella comunicazione di realtà e progetti a impatto sociale, come Aurora Food.

# Piano strategico

Nei capitoli precedenti abbiamo approfondito i punti di forza e le carenze, dal punto di vista strategico e comunicativo, di iniziative con obiettivi analoghi ai nostri. A fronte di tutto ciò abbiamo individuato 4 fasi progettuali attraverso cui sviluppare la nostra strategia di comunicazione e il lancio delle iniziative:

## Fase 0 – launch

La fase iniziale si sviluppa in due momenti, un primo di recruitment, in cui si selezionano i mediatori gastronomici relativi alle diverse aree geografiche, e un secondo di formazione, in cui i mediatori seguono una serie di lezioni tenute da Slow Food riguardanti diversi aspetti della progettazione dal basso e della comunicazione interculturale. In parallelo vengono poste le basi per la costruzione di una comunità Terra Madre. Questa è anche la fase in cui il progetto viene lanciato sui social media e sul sito web;

## Fase 1 – awareness

Questa fase serve a rendere consapevole l'utenza, informando sul quartiere Aurora, sul progetto Aurora Food e sui mediatori gastronomici. In questa fase vengono lanciate le prime iniziative per coinvolgere il target esterno al quartiere e per portarlo in Aurora;

## Fase 2 – engagement

La fase successiva coinvolge un target più ampio creando uno scambio tra le persone del quartiere e quelle esterne ad esso. Si cerca di invogliare le persone a vivere Aurora e a partecipare attivamente alle iniziative rafforzando il coinvolgimento inizialmente creato;

## Fase 3 – community

L'ultima fase ha l'obiettivo di mantenere attiva e interessata l'utenza, ampliandola ulteriormente tramite contenuti interessanti ed eventi di maggior rilievo in modo da rafforzare la comunità Terra Madre creata in vista del Salone Internazionale del Gusto.

# Iniziative ed eventi

Le iniziative e gli eventi organizzati seguendo le diverse fasi strategiche previste durante la progettazione in modo da raggiungere tutti gli obiettivi prefissati e da coinvolgere target sempre diversi e utenze sempre più ampie.

## Aurora Box

FASE 1

Una delle principali iniziative del progetto è la creazione delle Aurora Box: scatole tematiche che offrono esperienze culinarie e culturali immersive.

Le box vengono lanciate subito dopo il lancio del progetto ma la loro realizzazione rimane costante durante tutta la realizzazione del progetto, fino ad arrivare alla loro presentazione al Terra Madre Salone Internazionale del Gusto. La box è pensata per un target esterno al quartiere che non lo conosce o ha una percezione negativa di esso, e rappresenta una prima esperienza culturale e una prima breve introduzione al quartiere.

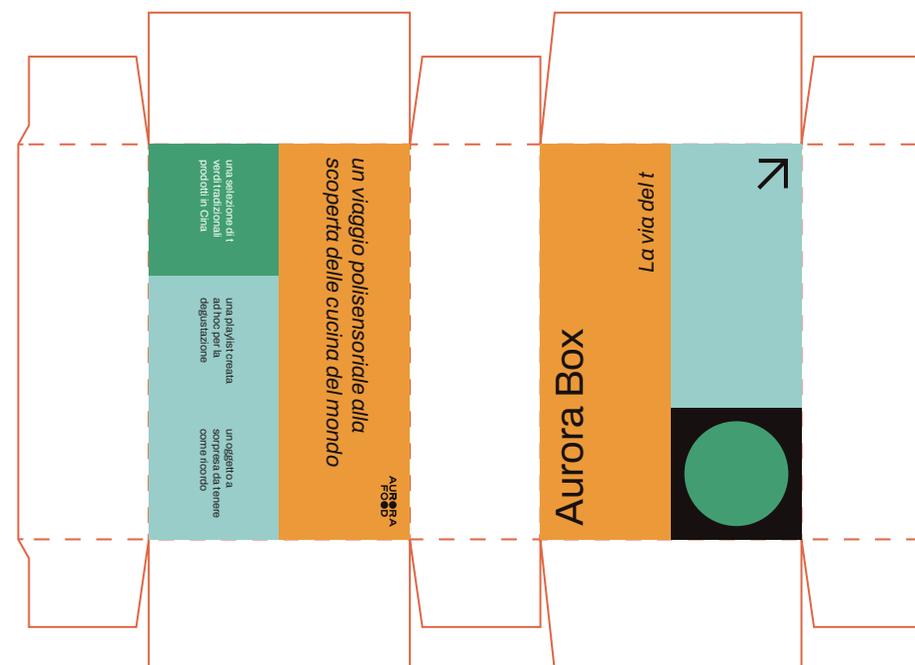
Le box sono dedicate alle diverse aree geografiche e curate dai mediatori gastronomici con la partecipazione dei ristoratori del quartiere e permettono la realizzazione di una ricetta, o di un momento, grazie all'ausilio degli ingredienti inseriti e delle istruzioni. Il mediatore ha il compito di scegliere il tema della box, selezionare il contenuto e di individuare il ristorante che preparerà gli ingredienti da inserirvi. La persona interessata all'acquisto può selezionare il paese di suo interesse e la box dedicata tramite il sito web. Ricevuto l'ordine il ristorante assembla la scatola e la prepara alla consegna. È poi compito del cliente ritirare la box direttamente nel ristorante in modo da creare un primo momento di contatto con il quartiere Aurora. Gli obiettivi delle Aurora Box sono perciò quelli di far conoscere e valorizzare le risorse e le diverse culture presenti nel quartiere, attivare il territorio e le persone coinvolgendo mediatori e ristoratori, aiutando questi ultimi a migliorare la qualità della loro offerta e comunicazione al pubblico.

### Icone

Per identificare e rendere riconoscibili le principali iniziative abbiamo progettato un sistema di icone partendo dall'elemento identitario del cerchio e dagli elementi modulari definiti dalla griglia. Il punto di partenza è stato quello di associare il cerchio al quadrato, inserendolo al suo interno. Sottraendo o aggiungendo elementi da questa prima icona si ottengono le altre, simili tra loro e di facile identificazione.



L'icona delle Aurora Box è composta dal cerchio, rappresentativo del piatto, che viene inserito nel quadrato, ovvero la scatola.



Le Aurora Box sono molto varie e diversificate tra loro poiché rappresentano aree geografiche e culture diverse e sono scelte e curate in modo personale dai mediatori, ma seguono tutte delle linee guida comuni in modo da creare esperienze multisensoriali.

Tutte le box devono infatti contenere:

- gli ingredienti da utilizzare;
- le spiegazioni del contenuto e le istruzioni da seguire (e un eventuale video esplicativo);
- una playlist musicale della durata dell'esperienza;
- una brochure specifica dell'area di riferimento;
- un eventuale oggetto rappresentativo o funzionale all'esperienza.

## Brochure

Le brochure realizzate sono 5, ognuna dedicata a un'area geografica diversa. Gli opuscoli rappresentano un mezzo per informare l'utenza sul quartiere Aurora e sulle diverse culture gastronomiche presenti. Per questo motivo il loro contenuto è curato dai singoli mediatori che raccontano in prima persona quali sono le tradizioni e le peculiarità delle loro aree di riferimento.

Dato che le aree geografiche sono molto ampie e diversificate, e avendo cibi e tradizioni differenti, le brochure vogliono essere generiche e allo stesso tempo soggettive rispetto al mediatore che se ne occupa.

Il loro contenuto è diviso in tre principali sezioni: una prima parte dedicata al mediatore e alla sua area geografica di riferimento; una seconda dedicata ai ristoranti di quell'area presenti nel quartiere; e una terza più specifica sulle tradizioni culinarie, sul significato del cibo per la cultura di riferimento e su alcune ricette o ingredienti tipici della zona.





## Walk&Taste

FASE 2

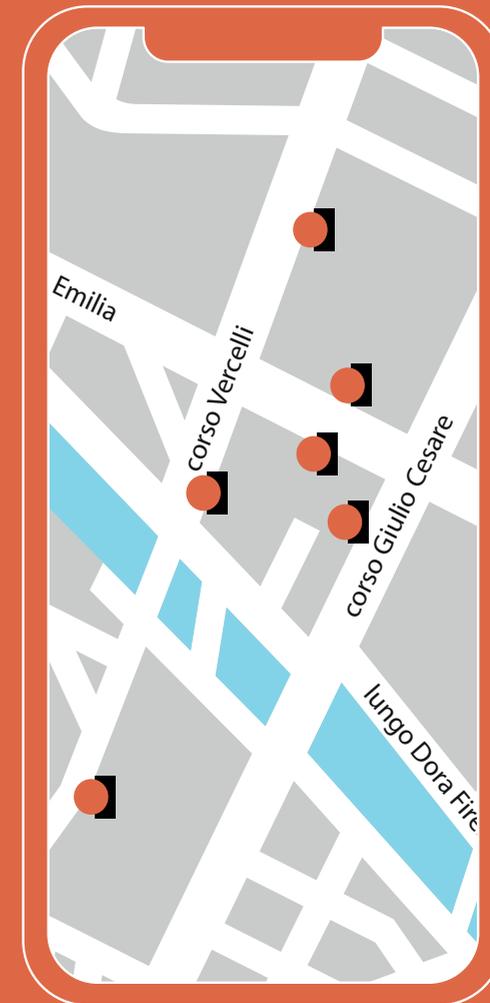
I Walk&Taste sono i primi eventi lanciati dal progetto e permettono una permanenza più prolungata nel quartiere, rispetto al ritiro delle box, rappresentando un'occasione per conoscerlo e visitarlo oltre che per conoscere le culture presenti in esso.

I Walk&Taste sono dei tour organizzati e guidati dai mediatori, e rappresentativi ognuno di un'area geografica diversa, che permettono la realizzazione di un pasto itinerante tra i ristoranti del quartiere. I tour sono aperti ad un massimo di 10 partecipanti e, grazie ai mediatori, vengono portati in un viaggio culinario e culturale dell'area geografica in questione rimanendo all'interno del quartiere.

I tour sono anche ripetibili singolarmente tramite l'ausilio delle mappe informative pubblicate sul sito e grazie ai bolchini di riconoscimento applicati sulle vetrine dei ristoranti. I Walk&Taste permettono quindi di attivare il quartiere facendolo conoscere e vivere a tutta la città aumentando la percezione di sicurezza che si ha di esso. Allo stesso tempo vengono valorizzate le risorse culinarie portando visibilità e clientela ai ristoranti.



L'icona dei Walk&Taste è composta dal cerchio appoggiato sul rettangolo ottenuto dividendo a metà il quadrato di partenza. L'icona trasmette l'idea di transizione, da un luogo all'altro.



## Urban Tables

FASE 3

Gli Urban Tables sono eventi lanciati in una fase più matura del progetto perchè la loro particolarità è di puntare al coinvolgimento degli abitanti del quartiere e alla creazione di momenti di scambio e di relazioni con chi non lo abita.

Gli Urban Tables sono delle cene collettive preparate dai ristoratori del quartiere con l'aiuto dei mediatori gastronomici e sono dedicate ognuna a una diversa area geografica presente nel quartiere. Le cene si tengono all'aperto in spazi pubblici inutilizzati e in luoghi considerati critici dagli abitanti del quartiere, come per esempio i Giardini Alimonda e i binari tra il Lungo Dora Napoli e Corso Vercelli. I posti previsti sono 20 per ogni cena, di cui la metà vengono riservati agli abitanti del quartiere, invitati personalmente da Aurora Food, in modo da coinvolgere le varie comunità della zona. La cena prevede che partecipanti cenino tutti assieme attorno ad una lunga tavolata e che siano accompagnati nell'esperienza culinaria dai racconti del mediatore e del cuoco. Grazie al momento di convivialità creato attorno al cibo si mettono in contatto persone e culture diverse e si creano relazioni tra di loro e con il quartiere.



L'icona degli Urban tables è composta dal cerchio e da due rettangoli ottenuti dividendo in tre parti il quadrato di partenza. L'icona simboleggia l'idea di un piatto condiviso a tavola.



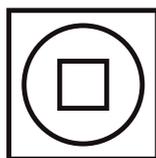
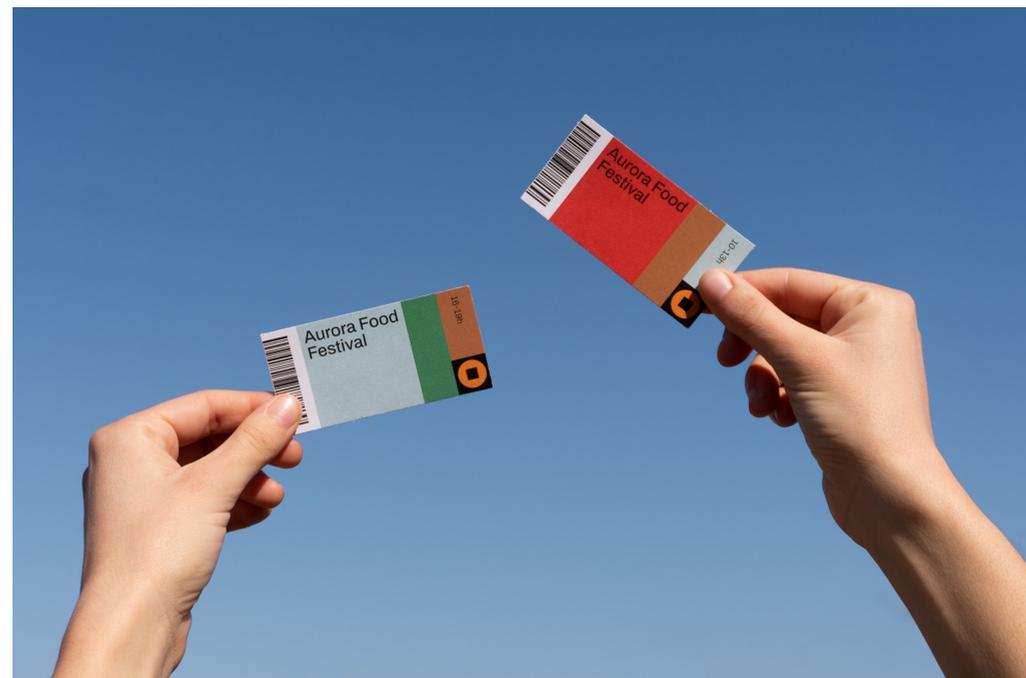
## Aurora Food Festival

FASE 3

Il Festival è previsto per inizio settembre, come evento conclusivo della stagione estiva ricca di iniziative e introduttivo al Terra Madre Salone Internazionale del Gusto, è infatti l'evento che coinvolge il maggior numero di persone e l'utenza più ampia e diversificata.

Si tratta di una giornata dedicata al cibo delle diverse culture presenti in Aurora, in cui i ristoratori aderenti al progetto hanno la possibilità di gestire uno stand per cucinare e vendere le loro pietanze agli interessati. Il coinvolgimento dei ristoratori e l'organizzazione dei singoli stand è facilitato dall'aiuto dei mediatori. La vendita e la consumazione del cibo sono accompagnati da musica dal vivo e da grandi tavolate in cui mangiare e socializzare. L'evento è stato pensato per svolgersi in una via identitaria del quartiere, l'inizio di Corso Giulio Cesare, che verrà pedonalizzato per l'intera giornata. Idealmente il festival si terrà la seconda domenica di settembre, in concomitanza con il Gran Balon del mese, favorendo così una maggiore affluenza nel quartiere.

Il grande evento è realizzabile grazie ai fondi ricevuti grazie al bando europeo ToNite e al sostegno dei partner progettuali. Si ipotizza che tutte le entrate vengano incassate dai ristoratori partecipanti e da eventuali collaboratori.



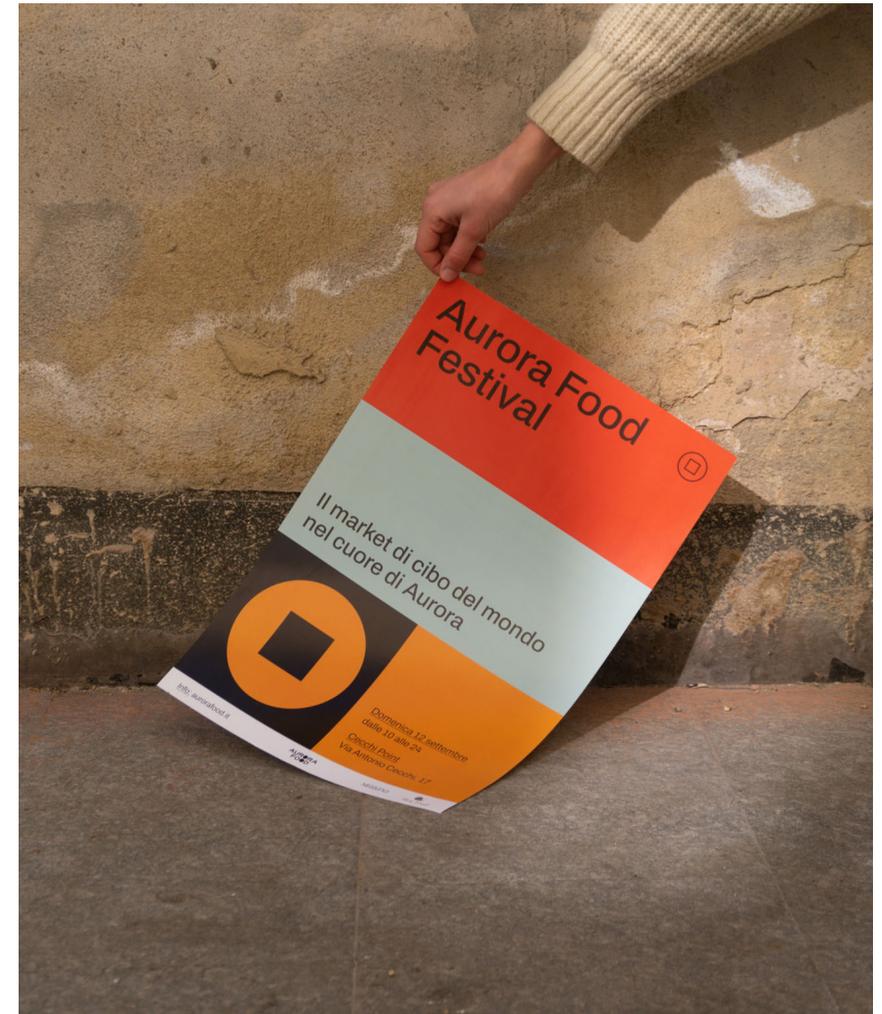
L'icona dell'Aurora Food Festival è punto di arrivo ed unione dei diversi elementi, il cerchio è nuovamente inscritto nel quadrato e al suo interno contiene un secondo quadrato, più piccolo. L'elemento esterno diventa centrale, simboleggiando così un nuovo legame tra periferia e centro.

## Manifesti

I manifesti sono pensati esclusivamente per pubblicizzare l'Aurora Food Festival, ovvero l'evento che vuole coinvolgere il più ampio target possibile.

I manifesti riprendono la modularità dell'identità visiva infatti sono costruiti su tre blocchi che riprendono la griglia. La suddivisione e la posizione dei testi e dell'icona del festival rimangono fissi mentre le associazioni di colori sono sempre diverse permettendo un alto numero di combinazioni.





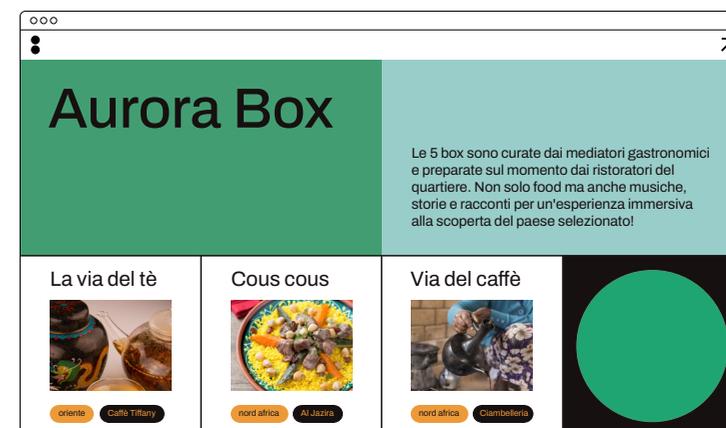
# Supporti

Il piano strategico precedentemente illustrato si applica anche alla comunicazione e alla definizione degli strumenti e dei supporti da utilizzare. Anche la declinazione dei supporti comunicativi segue infatti le 4 fasi definite dalla strategia in modo da raggiungere tutti gli obiettivi prefissati e da coinvolgere l'ampio target.

## Sito web

Il sito web è stato progettato per raccogliere tutte le informazioni sul progetto, a partire da cos'è fino alle iniziative organizzate. Permette inoltre di ordinare le Aurora Box e di prenotare gli altri eventi.

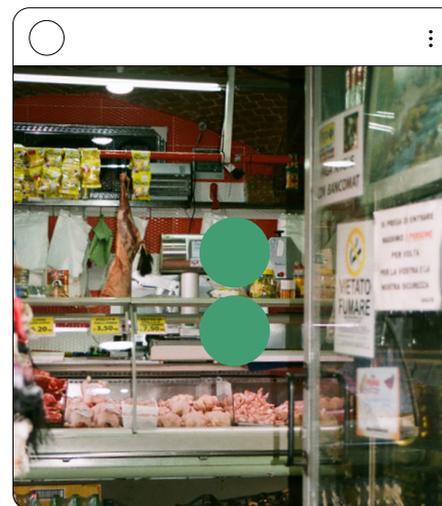
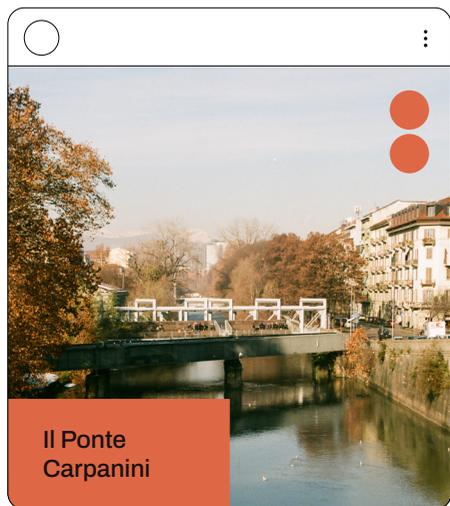
La home offre una overview generica su tutto il progetto e una mappa del quartiere Aurora che mostra tutti i luoghi interessati dalle iniziative. Ci sono poi le pagine dedicate all'approfondimento del progetto, dei mediatori, delle Aurora Box e degli eventi. Dalle singole pagine delle iniziative è possibile prenotare le box desiderate o i posti per gli eventi. Inoltre dalla pagine dedicata ai Walk&Taste è possibile visionare la mappa e le informazioni dei tour percorribili autonomamente. In aggiunta è presente una sezione calendario che riepiloga la programmazione degli eventi.



## Social media

I social seguono passo passo le fasi e le iniziative progettuali. Nella prima fase i post introducono il progetto e informano sul quartiere Aurora e sulle persone coinvolte nella realtà Aurora Food, in particolare facendo conoscere i mediatori. Successivamente con il lancio delle singole iniziative i post e le storie hanno lo scopo di sponsorizzare e coinvolgere il target a partecipare.

Tramite contenuti interessanti e aggiornati i social devono invogliare le persone a conoscere e vivere Aurora e devono mantenere attiva e interessata l'utenza, oltre che ampliarla.



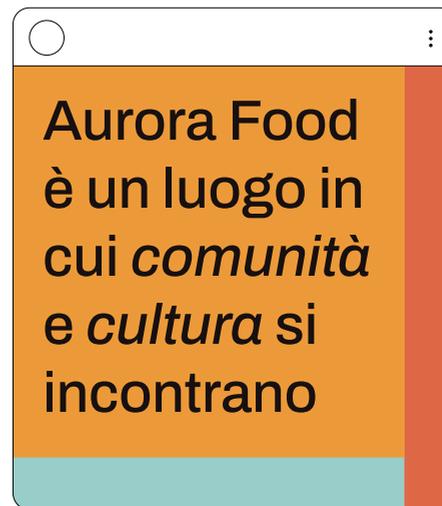
Partiamo dalle presentazioni.

Aurora è il quartiere delle cucine del mondo e noi di Aurora Food vogliamo creare qui un luogo in cui comunità e cultura si incontrano.

Questo vuol dire che da Aprile, a Torino, potrete farvi un giro nel quartiere e scoprire tutte le nostre iniziative.

Ci saremo noi per darvi consigli, farvi assaggiare sapori nuovi e farvi scoprire usanze culinarie poco conosciute ma buone come poche.

Piano piano vi raccontiamo tutto. Nel frattempo ci vediamo qui.



Aurora Food nasce per valorizzare la diversità culturale del quartiere Aurora a partire dal cibo.

Per questo, abbiamo deciso di creare uno spazio in cui comunità e cultura, cucina e tradizioni si incontrano.

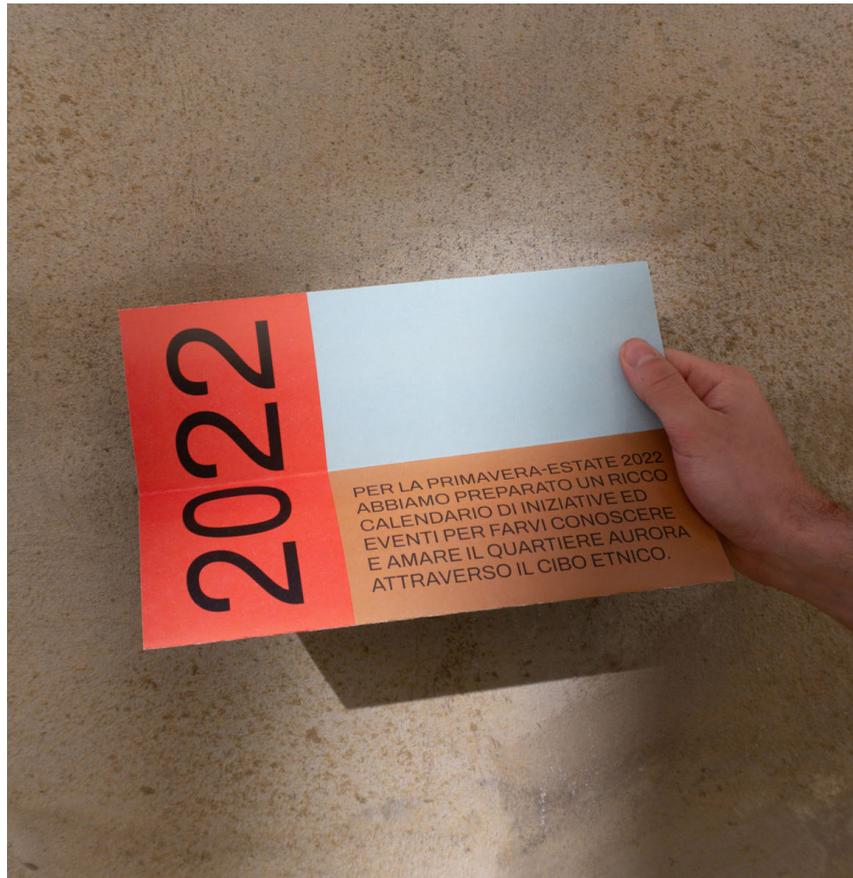
Il risultato è Aurora Food: un modo per conoscere il quartiere e il mondo attraverso esperienze culinarie e multisensoriali!

Noi non vediamo l'ora di incontrarvi!!

## Pieghevole

Il depliant pieghevole è stato progettato per raccogliere le informazioni generiche sul progetto e sulle iniziative organizzate. Il pieghevole non ha uno scopo prettamente informativo ma ha la funzione di incuriosire le persone e invogliare a scoprire di più su Aurora Food. Offre infatti una overview delle box e degli eventi richiamando al sito web in modo da permettere agli interessati di approfondire.







# Conclusioni

Grazie alla fase iniziale di ricerca sui macrotemi legati alla periferia e alla sua valorizzazione e agli incontri con gli abitanti e le associazioni del quartiere Aurora, siamo riusciti a delineare delle problematiche e degli obiettivi progettuali ben definiti che si possono riassumere con la volontà di valorizzare l'identità del quartiere Aurora e cambiare la percezione negativa di esso.

La nostra azione si è quindi proposta di intervenire, grazie all'attivazione di processi legati al cibo etnico, sulla percezione del quartiere al fine di instaurare una connessione tra i suoi abitanti e con il resto della città. La nostra progettazione è partita dal basso coinvolgendo, e rendendo attori principali, gli abitanti del quartiere, con la volontà di attivare il suo tessuto sociale e le risorse già presenti sul territorio.

Questo intento si è tradotto nell'avvio di una collaborazione con il progetto Aurora Food e nella progettazione di un programma di iniziative ed eventi dedicati al cibo etnico e alle culture presenti nel quartiere. Per la promozione delle iniziative si è sviluppata una strategia di comunicazione orizzontale e un'identità visiva che rispecchiasse sia l'identità plurima e diversificata che la ricchezza sociale e culturale del quartiere Aurora.

Il traguardo che si spera di raggiungere nel lungo termine è che l'intervento di attivazione e valorizzazione possa contribuire al rafforzamento di una comunità di quartiere e al cambiamento di percezione di esso da parte del resto della città.

Infine, si auspica che Aurora possa essere quartiere laboratorio di coprogettazione e diventare esempio, a livello nazionale e internazionale, di convivenza multiculturale.

# Bibliografia

|                                     |  |   |  |
|-------------------------------------|--|---|--|
| Aru S., Tanca M.                    | Identità urbane e comunità immigrate. Il quartiere Marina di Cagliari  | FrancoAngeli  | Milano, 2013                                 |
| AA.VV.                              | Cultura locale sulla sicurezza urbana - modelli comportamentali e aree di opportunità                        | [ <a href="https://tonite.eu/wp-content/uploads/2021/01/booklet_Ita.pdf">https://tonite.eu/wp-content/uploads/2021/01/booklet_Ita.pdf</a> ]   | settembre 2020                               |
| Balma Tivola C.                     | Il senso degli altri. Cibo, identità e metissage   | presentato al convegno «Aspettando Terre 2011»  | Rovereto,<br>12 settembre 2010               |
| Basile D.                           | Quartiere Aurora, i sapori del mondo in 26 locali etnici. Dall'Egitto alla Cina                              | [ <a href="https://torino.corriere.it/cultura/19_settembre_09/quartiere-aurora-sapori-mondo-26-locali-etnici-egitto-cina-ee73c194-d31a-11e9-b7e8-6cf2f2f7881d.shtml">https://torino.corriere.it/cultura/19_settembre_09/quartiere-aurora-sapori-mondo-26-locali-etnici-egitto-cina-ee73c194-d31a-11e9-b7e8-6cf2f2f7881d.shtml</a> ] | Corriere della Sera,<br>9 settembre 2019     |
| Bernardi U.                         | La nuova insalatiera etnica : società multiculturale e relazioni interetniche nell'era della globalizzazione | FrancoAngeli  | Milano, 2000                                 |
| Bertocci, B., Cavallero P.          | Il cibo: uno strumento per socializzare le generazioni   | [ <a href="https://turismoepsicologia.padovauniversitypress.it/system/files/papers/2017_2_08.pdf">https://turismoepsicologia.padovauniversitypress.it/system/files/papers/2017_2_08.pdf</a> ]   | in Turismo e Psicologia,<br>Vol 10 n.2, 2017 |
| Bertuzzi N., Caciagli C., Caruso L. | Popolo Chi? Classi popolari, periferie e politica in Italia  | Università degli Studi di Bergamo   | Bergamo, 2021                                |
| Bertuzzi N., Cini L.                | Lavoro e politica, inchiesta sulle classi popolari   | [ <a href="http://sbilanciamoci.info/lavoro-politica-uninchiesta-sulle-classi-popolari/">http://sbilanciamoci.info/lavoro-politica-uninchiesta-sulle-classi-popolari/</a> ]   | Sbilanciamoci.info,<br>9 Maggio 2018         |

|                                       |  |   |  |
|---------------------------------------|--|---|--|
| Carta M., dalla prefazione a Lino B.  | Periferie in trasformazione. Riflessi dai “marginari” delle città  | Alinea  | Firenze, 2013  |
| Cellamare C.                          | Identità urbane: pratiche, progetto, senso dei luoghi  | [ <a href="http://www.campodellacultura.it/conoscere/approfondimenti/identita-urbane-pratiche-progetto-senso-dei-luoghi/">http://www.campodellacultura.it/conoscere/approfondimenti/identita-urbane-pratiche-progetto-senso-dei-luoghi/</a> ]                                       | Il Campo della Cultura   |
| Ciorra P.                             | La fine delle periferie  | [ <a href="https://www.treccani.it/enciclopedia/la-fine-delle-periferie_(XXI-Secolo)/">https://www.treccani.it/enciclopedia/la-fine-delle-periferie_(XXI-Secolo)/</a> ]   | in Ventunesimo Secolo (Treccani), 2010                                       |
| D'Ercole G.                           | 21 Maggio: diversità e ricchezza   | [ <a href="https://www.liceonuzzi.edu.it/314pm/index.php/contenuti/attualita/124-21-maggio-diversita-e-ricchezza">https://www.liceonuzzi.edu.it/314pm/index.php/contenuti/attualita/124-21-maggio-diversita-e-ricchezza</a> ]   | 3:14 pm, 21 Maggio 2021  |
| Di Biagi P.                           | Il piano INA-Casa: 1949-1963   | [ <a href="https://www.treccani.it/enciclopedia/il-piano-ina-casa-1949-1963_%28Il-Contributo-italiano-alla-storia-del-Pensiero:-Tecnica%29/">https://www.treccani.it/enciclopedia/il-piano-ina-casa-1949-1963_%28Il-Contributo-italiano-alla-storia-del-Pensiero:-Tecnica%29/</a> ] | in Il contributo italiano alla storia del pensiero. Tecnica (Treccani), 2013 |
| Di Paola G., Montanari F., Razzoli D. | Identità territoriale e senso del luogo nei processi di innovazione sociale e rigenerazione urbana: il caso Sassari Living Lab | Working Papers Fondazione G. Brodolini  | Roma, 2020   |
| Dotti M.                              | Marc Augé: «Le periferie al centro della vita»   | [ <a href="http://www.vita.it/it/article/2017/03/07/marc-auge-le-periferie-al-centro-della-vita/142686/">http://www.vita.it/it/article/2017/03/07/marc-auge-le-periferie-al-centro-della-vita/142686/</a> ]   | Vita, 07 marzo 2017  |
| Failli A.                             | A Torino il quartiere Aurora è territorio di conquista   | [ <a href="https://www.perunaltracitta.org/2019/03/05/a-torino-il-quartiere-aurora-e-terreno-di-conquista/">https://www.perunaltracitta.org/2019/03/05/a-torino-il-quartiere-aurora-e-terreno-di-conquista/</a> ]   | Per un'altra città, 5 marzo 2019   |
| Ghidini E.                            | Multiculturalismo e quartieri multiculturali: il caso del quartiere Arcella di Padova  | Università degli Studi di Padova  | Padova, 2021   |
| Horn V.                               | Assaporare la Tradizione: Cibo, Identità e Senso di Appartenenza nella Letteratura Migrante                                    | in Revista de Italianística   | San Paolo, 2010  |
| Landry C., Wood P.                    | The Intercultural City: Planning for Diversity Advantage   | Routledge   | Londra, 2007   |

|                   |   |   |   |
|-------------------|---|---|---|
| Lo Piccolo F.     | Nuovi confini e limiti delle città  | [ <a href="http://www.urbanisticainformazioni.it/IMG/pdf/ui_272si_01_sessione_01.pdf">http://www.urbanisticainformazioni.it/IMG/pdf/ui_272si_01_sessione_01.pdf</a> ]   | in Urbanistica e Informazioni, n. 272, 15 Dicembre 2017 |
| Martinelli F.     | Periferie sociali...Estese, diffuse   | [ <a href="https://www.istisss.it/2008/04/10/periferie-socialiestese-diffuse/">https://www.istisss.it/2008/04/10/periferie-socialiestese-diffuse/</a> ]   | Istisss, 10 Aprile 2008                                 |
| Montanari M.      | Il cibo come cultura  | Editori Laterza   | Bari, 2004  |
| Montanari M.      | Il mondo in cucina. Storia, identità, scambi  | Editori Laterza   | Roma, 2002  |
| Petrillo A.       | La periferia nuova. Disuguaglianza, spazi, città  | FrancoAngeli  | Milano, 2018  |
| Pira C.           | Nascita ed evoluzione della città e il processo di urbanizzazione                           | Università degli Studi di Cagliari  | Cagliari, 2014  |
| Pravettoni R.     | Il cibo come elemento di identità culturale nel processo migratorio                         | [ <a href="https://digilander.libero.it/piepatso2/tav_int4/cibo-cultura-migrazioni.pdf">https://digilander.libero.it/piepatso2/tav_int4/cibo-cultura-migrazioni.pdf</a> ]   | 2018  |
| Redazione Scomodo | Presente 2021 - Nuove Periferie   | Scomodo   | Roma, 2021  |
| Scandurra E.      | Periferie oggi tra disuguaglianza e creatività  | [ <a href="https://www.casadellacultura.it/936/periferie-oggi-tra-disuguaglianza-e-creativita-">https://www.casadellacultura.it/936/periferie-oggi-tra-disuguaglianza-e-creativita-</a> ]   | Casa della Cultura, 18 Ottobre 2019                     |
| Turchi A.         | La valorizzazione del territorio: il legame con l'identità locale e il patrimonio culturale | [ <a href="http://www.mecenate.info/wp-content/uploads/Valorizzazione-del-territorio-e-Musei-del-Cibo.pdf">http://www.mecenate.info/wp-content/uploads/Valorizzazione-del-territorio-e-Musei-del-Cibo.pdf</a> ]   | Mecenate.info, 7 Marzo 2019                             |
| Zangola M.        | Il disagio giovanile nelle periferie di Torino  | [ <a href="https://www.diocesi.torino.it/wp-content/uploads/2019/06/Zangola_RICERCA_disagio_giovanile_periferie_Torino_giu2019.pdf">https://www.diocesi.torino.it/wp-content/uploads/2019/06/Zangola_RICERCA_disagio_giovanile_periferie_Torino_giu2019.pdf</a> ] | Arcidiocesi di Torino, 2019                             |

---

Atlante di Torino [\[http://www.atlanteditorino.it\]](http://www.atlanteditorino.it)

---

Aurora Food [\[https://www.aurorafood.it/\]](https://www.aurorafood.it/)

---

Comune di Torino [\[http://www.comune.torino.it\]](http://www.comune.torino.it)

---

Exar Solutions [\[https://www.exarsolutions.it/\]](https://www.exarsolutions.it/)

---

Museo Torino [\[https://www.museotorino.it\]](https://www.museotorino.it)

---

Slow Food [\[https://www.slowfood.it/\]](https://www.slowfood.it/)

---

Terra Madre -  
Salone del Gusto [\[https://2020.terramadresalonedelgusto.com/\]](https://2020.terramadresalonedelgusto.com/)

---

Terra Madre -  
Slow Food [\[https://www.terramadre.info/\]](https://www.terramadre.info/)

---

|                            |   |   |                                |
|----------------------------|---|---|--------------------------------|
| Auroralab                  | Aurora: a sud di Torino nord  | [ <a href="https://www.auroralab.polito.it/sites/default/files/doc/post/Aurora-a-sud-di-Torino-nord_0.pdf">https://www.auroralab.polito.it/sites/default/files/doc/post/Aurora-a-sud-di-Torino-nord_0.pdf</a> ]   | giugno 2020                    |
| Istat                      | Commissione parlamentare di inchiesta sulle condizioni di sicurezza e sullo stato di degrado delle città e delle loro periferie | [ <a href="https://www.istat.it/it/files//2017/07/TORINO.pdf">https://www.istat.it/it/files//2017/07/TORINO.pdf</a> ]   | 2017                           |
| Istat                      | Rapporto sul territorio 2020. Ambiente, economia e società  | [ <a href="https://www.istat.it/storage/rapporti-tematici/territorio2020/Rapportoterritorio2020.pdf">https://www.istat.it/storage/rapporti-tematici/territorio2020/Rapportoterritorio2020.pdf</a> ]   | 2020                           |
| Planet Idea                | Quartiere Aurora in numeri - analisi ed elaborazione dati sul sistema socioeducativo  | [ <a href="http://www.cecchipoint.it/wordpress/wp-content/uploads/2020/11/Attraverso_Aurora_report_analisi_territoriale.pdf">http://www.cecchipoint.it/wordpress/wp-content/uploads/2020/11/Attraverso_Aurora_report_analisi_territoriale.pdf</a> ]     | Novembre 2020                  |
| Redazione La Stampa        | Aurora, l'incrocio delle contraddizioni   | [ <a href="https://www.lastampa.it/torino/quartieri/aurora/2018/12/20/news/aurora-l-incrocio-delle-contraddizioni-1.34068404/">https://www.lastampa.it/torino/quartieri/aurora/2018/12/20/news/aurora-l-incrocio-delle-contraddizioni-1.34068404/</a> ] | La Stampa,<br>20 Dicembre 2018 |
| Redazione Programma Urbano | Una periferia non più periferia   | [ <a href="http://www.programmaurbano.it/attachments/article/118/A1Periferia.pdf">http://www.programmaurbano.it/attachments/article/118/A1Periferia.pdf</a> ]   | Programma Urbano, 2015         |
| Redazione Openpolis        | La dimensione sociale e educativa nei problemi delle periferie  | [ <a href="https://www.openpolis.it/la-dimensione-sociale-e-educativa-nei-problemi-delle-periferie/">https://www.openpolis.it/la-dimensione-sociale-e-educativa-nei-problemi-delle-periferie/</a> ]   | Openpolis,<br>16 Aprile 2019   |
| Redazione Openpolis        | La disparità nei servizi tra centro e periferie   | [ <a href="https://www.openpolis.it/la-disparita-nei-servizi-tra-centro-e-periferie/">https://www.openpolis.it/la-disparita-nei-servizi-tra-centro-e-periferie/</a> ]   | Openpolis,<br>7 Marzo 2018     |
| Redazione Openpolis        | Il rischio disagio tra i bambini stranieri  | [ <a href="https://www.openpolis.it/il-rischio-disagio-tra-i-bambini-stranieri/">https://www.openpolis.it/il-rischio-disagio-tra-i-bambini-stranieri/</a> ]   | Openpolis,<br>30 Ottobre 2018  |
| Redazione Vita             | Chi studia le periferie, si lasci spiazzare da chi ci vive  | [ <a href="http://www.vita.it/it/article/2006/04/03/chi-studia-le-periferia-si-lasci-spiazzare-da-chi-ci-vive/53843/">http://www.vita.it/it/article/2006/04/03/chi-studia-le-periferia-si-lasci-spiazzare-da-chi-ci-vive/53843/</a> ]                   | Vita,<br>3 Aprile 2006         |
| Redazione Vita             | Che cos'è la gentrificazione  | [ <a href="https://www.ilpost.it/2016/08/07/che-cose-la-gentrificazione/">https://www.ilpost.it/2016/08/07/che-cose-la-gentrificazione/</a> ]   | Il Post,<br>7 Agosto 2016      |

Da p.13 a p.131 e da p.158 a p.201 fotografie di Eleonora Falqui  
e Marta Giacosa se non diversamente specificato

Font:  
PFormula Condensed di Mat Desjardins, PangramPangram  
Archivo di Héctor Gatti, Omnibus-Type Team

# Ringraziamenti

Grazie a Torino, al quartiere Aurora e a tutte le persone che ci hanno ispirato.

Grazie a tutti i membri del progetto Aurora Food, per averci aperto le porte di un nuovo mondo. Speriamo che la conclusione di questo progetto segni l'inizio di un percorso insieme.

Grazie alle nostre famiglie, ma soprattutto grazie ai nostri genitori, Orietta e Paolo e Gabriella e Marco, per aver sempre creduto in noi e per averci sostenuto fin dall'inizio in questo lungo percorso.

Grazie alle nostre sorelle, a Margherita per il tempo e le attenzioni che ci ha dedicato e per tutti i consigli minuziosi che non sempre abbiamo ascoltato, e a Clara per averci fatto sentire vecchie e acciaccate ma per averci incoraggiate giornalmente.

Grazie a Beppe, al Portogallo e a quella cucina fredda e buia, grazie per la tua capacità di districare l'aggrovigliata matassa di fili che compongono la mia testa e per incoraggiarmi giornalmente a credere in me stessa.

Grazie a Michele, all'esame di chimica e a John il Porro, grazie per i mille discorsi motivazionali e per ricordarmi sempre di stare con i piedi per terra e la testa alta.

Grazie a Lauri, per essere stata una delle GFe, per aver passato insieme mille avventure e infinite notti di lavoro. Grazie per continuare a farci stupire superando sempre il record dei tuoi ritardi.

Grazie a Tessi, la mia fan numero uno e amica di una vita, per le risate e gli sfoghi, per i 10 minuti di vocali giornalieri e per esserci sempre.

Grazie a David e alle sue urla dal balcone, a Denys e alle sue rime taglienti, a Simone e alla sua ironia pungente, a Giulia e ai suoi mille *cap-ricci*, a Viola e alla sua risata contagiosa, a Lorenzo e alle sue odiate buccette, a Claudia e al suo entusiasmo travolgente, a Chiara e alle traversate in auto.

Grazie a "Casa Ghiotti" e alle tre generazioni che l'hanno abitata, per aver condiviso con noi pranzi e cene e per aver creato una piccola famiglia.

Grazie a Betty, alle ore passate insieme nel traffico e a tutti i posti in cui ci hai portato.

E infine grazie a *noi*, perché nonostante non siamo mai d'accordo su che colori scegliere e su quanto olio usare quando cuciniamo, siamo riuscite a conciliare amicizia e lavoro e, tra lacrime e risate, a portare a conclusione questa avventura.

