

Planum. The Journal of Urbanism no. 36 vol I/2018
Magazine Section | Long Article

Giuseppe Fera

**LO SPAZIO COMMERCIALE
COME MOTORE DI
RIGENERAZIONE URBANA:
IL PROGRAMMA MAIN STREET
NEGLI STATI UNITI**

Article published by
Planum. The Journal of Urbanism no. 36, vol. I/2018
© Copyright 2018 by Planum. The Journal of Urbanism
ISSN 1723-0993
Registered by the Court of Rome on 04/12/2001
Under the number 514-2001

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced,
stored in a retrieval system, or transmitted in any form or by any means,
electronic mechanical, photocopying, recording or other wise,
without the prior written permission of the Publisher.

This article must be quoted as:

Fera G. (2018), "Lo spazio commerciale come motore di rigenerazione urbana:
il Programma Main Street negli Stati Uniti",
Planum. The Journal of Urbanism, Magazine Section, no. 36, vol I/2018, pp. 1-20.

Lo spazio commerciale come motore di rigenerazione urbana: il Programma Main Street negli Stati Uniti

Spazio pubblico ed attività commerciali

Le attività commerciali sono state tradizionalmente fra le attività principali che hanno determinato la nascita della città e di conseguenza dello spazio pubblico. Ancora oggi “andare in centro” evoca il fare una passeggiata per ammirare le vetrine dei negozi, comprare qualcosa, prendere un caffè.

Nell'antichità tanto l'Agorà greca che il Foro Romano svolgevano anche le funzioni di mercato, oltre che di scambio di informazioni e dibattito politico. Nella città medievale la piazza del mercato era il cuore pulsante ed identitario della comunità, assieme alla piazza del duomo e alla piazza del municipio; ma non solo le piazze, anche le strade oltre che essere canali di transito rappresentavano uno spazio aggiuntivo dell'abitazione, dove si esponevano le mercanzie o si svolgeva in parte il lavoro artigianale. Per secoli lo spazio pubblico è stato in buona misura il luogo privilegiato delle attività commerciali, creando un binomio indissolubile fra commercio e città.

A parte la tradizione dei bazar arabi, solo nell'Ottocento in Europa si è assistito allo sviluppo di strutture edilizie dedicate specificamente alle attività commerciali, come i mercati coperti, i Grandi magazzini e soprattutto le Gallerie. E proprio le grandi strutture edilizie coperte dei centri commerciali tendono a sopperire oggi alla totale assenza di funzioni urbane nelle sterminate ed anonime periferie suburbane, negli Stati Uniti come in Europa e nel nostro paese. Lo sviluppo dei grandi centri commerciali nelle aree periurbane ha spesso messo in crisi le aree commerciali del centro, le quali hanno dovuto adottare adeguate contromisure promuovendo la nascita dei ‘centri commerciali naturali’, ovvero non chiusi in uno spazio artificiale ma organizzati attorno allo spazio urbano pubblico. Questi ultimi, oggi, sono sempre più visti come un motore per la rigenerazione delle aree urbane degradate, perché da un lato forniscono una solida base economica alla ‘rigenerazione’, dall'altro spingono verso una riqualificazione dello spazio urbano, la cui qualità si è dimostrata uno dei più importanti “attrattori” di utenti e consumatori.

Il presente contributo illustra alcune esperienze di rigenerazione urbana condotte negli Stati Uniti, nell'ambito o ispirate ad un programma di interventi promosso dal Governo federale denominato *Main street* che, nel corso di oltre 30 anni dalla sua fondazione, ha interessato in pratica tutti gli stati e centinaia di municipalità.

Il programma nazionale Main Street America

Il *Main Street America Program*¹ rappresenta un esempio fra i più rilevanti di un programma di interventi fondato in buona misura sul ruolo economico del settore commerciale e finalizzato alla riqualificazione urbana con particolare riferimento a centri urbani, a carattere storico di piccole – medie dimensioni, o distretti commerciali e quartieri storici all'interno di grandi aree metropolitane.

Il Programma fu lanciato nel 1977 dal *National Trust for Historic Preservation* come strumento per invertire il processo di abbandono e crisi in cui si trovavano i centri storici di molte città americane a causa dello sviluppo dei processi di periurbanizzazione². Ad oltre 30 anni dalla sua attivazione³ *Main Street* si presenta con un bilancio assolutamente positivo rispetto ai risultati ottenuti, sia in termini di riqualificazione urbana, sia in termini di impatto economico⁴; le ragioni di questo successo risiedono nelle caratteristiche stesse del programma, che possiamo sintetizzare in quattro aspetti fondamentali:

Coinvolgimento della Comunità locale. Il primo è certamente legato alla capacità di coinvolgere nel processo di rivitalizzazione la comunità locale, che è la vera protagonista del processo; *Main Street* è un programma impensabile e irrealizzabile senza l'attiva partecipazione dei 'portatori d'interesse' e dell'intera comunità, il cui ruolo è fondamentale nella fase di ideazione, gestione e attuazione.

Integrazione e plurisettorialità. Un'altra delle caratteristiche di *Main Street* è quella di essere *cross-sector*, in grado cioè di coinvolgere tutti i possibili aspetti legati alla rivitalizzazione dell'area, dalla promozione delle attività commerciali, al recupero degli edifici storici, alle politiche abitative, sociali e culturali; un approccio, dunque, plurisettoriale, il cui scopo non è solo di affrontare tutti i temi in maniera integrata ma anche di coinvolgere il maggior numero di 'portatori d'interesse' ed ampliare in tal modo le basi partecipative della comunità.

Lighter, quicker and cheaper. Un'altra delle ragioni del successo di *Main Street* risiede nella capacità di dimostrare che è possibile ottenere risultati concreti e visibili, entro tempi brevi e comunque considerati accettabili dalla comunità e soprattutto degli investitori. Da qui la distinzione fra strategie a breve e a medio termine; alle *strategie a medio termine* è affidato il compito di dare solide basi e sostenibilità ai progetti e

1 Per una panoramica generale sulla storia, gli obiettivi e le esperienze del programma Main Street si può consultare il sito: <https://www.mainstreet.org/home>

2 Occorre sottolineare la profonda differenza fra Main Street e programmi apparentemente similari come i *Business Improvement District* (BID) o le *Business Improvement Areas* (BIA); infatti, mentre questi ultimi sono sostanzialmente pensati in funzione di un processo di miglioramento dei servizi e della qualità urbana delle aree a forte vocazione commerciale, Main Street ha come obiettivo principale la conservazione del patrimonio storico dei vecchi downtown dei piccoli – medi centri urbani, all'interno dei quali un ruolo di primaria importanza è assegnato allo sviluppo delle attività commerciali ed artigianali.

3 Dopo una serie limitata di progetti pilota nel 1985 fu costituito il *Main Street Network* che contribuì a diffondere in tutti gli Stati il programma Main Street; agli inizi del secolo il Network ha iniziato a sviluppare programmi sempre più complessi ed integrati in partenariato con le locali Community Development Corporations. Ad oggi il Network Main Street, ribattezzato nel 2015 *Main Street America*, coinvolge oltre 2000 *local communities* ed ha erogato, dall'inizio della sua attività, investimenti per 66 miliardi di dollari, creando più di 500.000 nuovi posti di lavoro e ristrutturando oltre 260 mila edifici.

4 Infatti, dal 1980 fino al dicembre 2015 Main Street nel suo complesso ha avuto un rapporto di reinvestimento di 1 a 26, ovvero ogni dollaro investito direttamente nel programma è stato capace a generale 26 dollari di investimenti privati; complessivamente si stimava che le risorse impegnate nei progetti di Main Street siano state pari a 65 miliardi di dollari circa, consentendo la riabilitazione di 260.000 fabbricati e un saldo netto (posti creati – posti persi) di 570.000 posti di lavoro e di 126.000 imprese.

normalmente tali strategie sono fondate su *milestones*, obiettivi in grado di garantire mutamenti sostanziali e durevoli nel tempo e in grado di trasmettere alla comunità il senso di un processo di innovazione solido e non effimero. Le *strategie a breve termine*, invece, devono infondere alla comunità la sensazione che gli sforzi ed il cammino intrapresi sono efficaci e corretti, e che gli obiettivi sono traguardabili in maniera *lighter, quicker and cheaper*, ovvero senza eccessivo dispendio di energie, in tempi brevi ed ad un costo contenuto.

Recupero e valorizzazione degli ambienti storici. *Main Street* si presenta come un programma di azioni che ha come principale obiettivo la complessiva rivitalizzazione delle aree urbane, ma con un particolare riferimento a quelle con caratteri storici, essendo il programma promosso e sostenuto dal *National Trust*⁵, in virtù del ruolo fondamentale che il patrimonio storico svolge, in un paese relativamente giovane come gli Stati Uniti, nel promuovere e rafforzare il senso dell'identità comunitaria.

«More importantly, however, historic preservation has become a fundamental tool for strengthening American communities. It has proven to be an effective tool for a wide range of public goals including small business incubation, affordable housing, sustainable development, neighborhood stabilization, center city revitalization, job creation, promotion of the arts and culture, small town renewal, heritage tourism, economic development, and others» (Ripkema , Cheong, Randall, 2011: 1).

Il ruolo del Social Housing. Un'ultima breve considerazione riguarda il ruolo che i programmi di housing sociale stanno acquisendo all'interno di *Main Street*, o come momento per incentivare il trasferimento di nuovi residenti nell'area o come risposta al processo di *gentrification* che i programmi di rivitalizzazione possono comportare nel tempo. Tale strategia non solo risponde alla necessità di creare aree plurifunzionali, ma rappresenta anche un contributo alla soluzione del problema della disponibilità di alloggi per le famiglie a reddito più basso, un problema la cui rilevanza sociale è cresciuta nel corso di questi anni di crisi.

Così negli ultimi anni, all'interno dei programmi di *Main Street* sono inseriti interventi di social housing, realizzati spesso con il contributo del Governo Federale (*Department of Housing and Urban Development*) e gestiti in buona parte da *associazioni no profit*, alcune delle quali sono delle vere e proprie *Community Development Corporations* (Fera, 2008; Walker, 2002),⁶ il cui obiettivo è quello della promozione sociale ed economica delle comunità locali, con interventi integrati che includono l'housing ma anche la salute, la formazione, l'assistenza ad anziani, il job placement, ecc..

Fra queste abbiamo avuto modo di conoscere direttamente l'esperienza portata avanti in questi anni da *Better Housing Coalition*, una associazione attiva a Richmond ed in generale in Virginia, che ha come principale scopo quello di fornire in affitto case a basso costo per le categorie più disagiate⁷; queste ultime sono sempre meno famiglie tradizionali, ma riguardano in buona misura anziani soli, donne divorziate con figli, ecc. A fronte di questa nuova e crescente domanda sociale, BHC sta lavorando per innovare fortemente l'offerta abitativa, tramite interventi di co-housing, appartamenti dotati di numerosi servizi in comune (asilo nido, lavanderia, cucina,

5 Il *National Trust for Historic Preservation* è un'organizzazione privata senza fini di lucro, ufficialmente riconosciuta dal Congresso, fondata nel 1949 con lo scopo di tutelare il patrimonio storico artistico della Nazione attraverso l'acquisizione e la gestione di siti ed edifici storici; a partire dall'inizio di questo secolo, il National Trust ha ampliato il suo campo d'azione attraverso il sostegno economico e l'assistenza tecnica a progetti e programmi finalizzati al recupero del patrimonio storico artistico, fra cui, appunto, Main street. Ad oggi NT conta 750.000 aderenti fra associazioni e singoli privati.

6 Per ulteriori approfondimenti si rimanda al sito del *National Congress for Community Economic Development*: <https://www.eli.org/brownfields-program/national-congress-community-economic-development-ncced>

7 Si veda il sito:<https://www.betterhousingcoalition.org/>

sale riunioni, ecc.). In quanto organizzazione senza fini di lucro BHC ha potuto realizzare molti interventi utilizzando il meccanismo del *Low Income Housing Tax Credit*⁸, in base al quale una organizzazione no profit, che svolge il ruolo di developer di un progetto di social housing, riceve dal Governo Federale un credito d'imposta pari grossomodo all'importo del progetto, che può essere ceduto ad una compagnia privata (*investitor*), di solito un grande banca, ricevendo in cambio il finanziamento equivalente (JCHS, 2010).

L'approccio metodologico

In relazione a quanto già illustrato, possiamo dire che il modello metodologico di *Main Street* si fonda su alcuni elementi chiave:

- *approccio integrato* che interessa più temi e settori diversi, dal rilancio delle attività commerciali, ai problemi abitativi, alla considerazione della cultura e delle aspirazioni locali, ecc.;
- *strategia action-oriented ed incrementale*, ovvero a partire dall'idea che piccoli progetti facilmente realizzabili possono fare una grande differenza, ovvero dare alla comunità tutta ed agli operatori economici il senso che *Things are happening*, che il programma è *under way* e generando in tal modo fiducia collettiva;
- *attivazione delle capacità locali e promozione del partenariato pubblico-privato*, ovvero il programma deve essere in grado di promuovere una attiva collaborazione tra pubblico e privato, valorizzando i diversi ruoli e generando un processo virtuoso per aiutare l'intera comunità locale a riconoscere e promuovere le proprie risorse e capacità;
- *promuovere la qualità ambientale*; dal progetto dello spazio pubblico al recupero dell'edilizia storica la qualità rappresenta uno dei principali obiettivi per la riuscita del programma.

In sostanza *Main Street* identifica una metodologia di intervento, che gli stessi ideatori definiscono di buon senso comune, basata sostanzialmente sul coinvolgimento e la valorizzazione delle risorse locali esistenti, di carattere sociale, economico e ambientale; un approccio, pertanto, "comunicativo", dove agli aspetti di carattere scientifico (studio delle condizioni economiche e sociali del contesto) si affiancano aspetti di carattere più 'narrativo', in cui entrano in gioco il 'sentire della comunità' il suo *sense of place*, generato dal legame con il patrimonio storico, le tradizioni locali, ecc.. In altri termini si tratta di una metodologia basata su un mix di scienza ed arte, economia e cultura, in grado innescare un reale processo di rivitalizzazione a base comunitaria e che prevede una articolazione del programma in tre diversi step, fra loro integrati:

1. La costruzione della *Community vision* e l'analisi del mercato (gli input del piano);
2. La definizione delle strategie di trasformazione;
3. Gli impatti e valutazioni in termini sia quantitativi che qualitativi (gli output).

La costruzione della community vision. L'approccio *Main Street* inizia con la creazione di una *vision* della comunità supportata da una *analisi delle realtà del mercato del quartiere* che ha lo scopo di valutare:

- il potenziale bacino di utenza dei probabili consumatori;
- l'andamento della popolazione, la composizione dei nuclei familiari, i redditi e le

8 Il *Low Income Housing Tax Credit* (LIHTC) è stato creato come parte del *Tax Reform Act* del 1986, per incentivare imprese e investitori del settore immobiliare a creare e gestire alloggi in affitto a prezzi accessibili per popolazione a basso reddito. Nell'ambito del programma, un promotore o impresa immobiliare riceve crediti federali sul reddito per un periodo di 10 anni per l'acquisizione, riabilitazione o nuova costruzione di alloggi secondo *Linee guida* fissate dal Governo. I *developers* possono cedere il credito d'imposta a investitori che vogliono ridurre le loro tasse federali, ricevendo in cambio fondi utilizzabili per la realizzazione del progetto. Per maggiori informazioni si può consultare: il sito dell' *U.S. Department for Housing and Urban Development* (HUD): <https://www.huduser.gov/portal/datasets/lihtc.html>.

capacità di spesa all'interno del bacino;

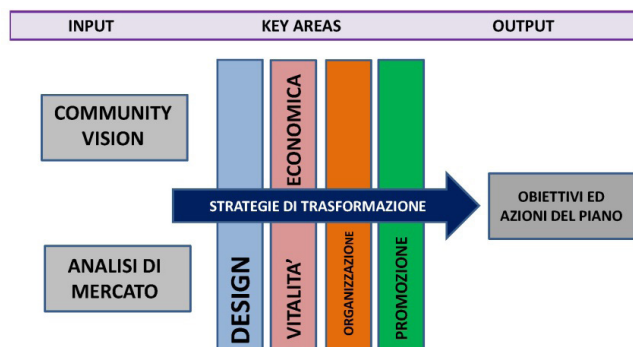
- le tendenze di consumo in relazione ai diversi beni offerti sul mercato e l'attuale localizzazione dell'offerta di alcuni beni;
- il numero di attività commerciali presenti nell'area secondo i diversi settori merceologici.

La visione è fondata sulla capacità della comunità locale di prefigurare uno specifico ruolo per il suo futuro (hub artistico o culturale, distretto innovativo, ecc.), rispetto al quale definire gli obiettivi della trasformazione che deve essere integrata e plurisettoriale. L'individuazione di un ruolo specifico, basato sulle potenzialità locali, deve mettere il quartiere nelle condizioni di presentarsi come un luogo specializzato ed altamente competitivo e di eccellenza nel settore prescelto.

Community Transformation Strategies. A seguito e coerentemente con la *vision* proposta, il modello prevede che vengano individuate delle strategie di trasformazione attraverso le quali definire le azioni che la comunità intende adottare per raggiungere la Vision; le strategie di trasformazione tendono ad essere selettive e normalmente si individuano 2 o 3 strategie prioritarie (*key strategies*) sviluppate tanto nel breve quanto nel lungo termine. Ogni strategia di trasformazione viene sviluppata secondo le quattro *key areas* indicate nelle linee guida del modello, ovvero:

- *Vitalità economica.* Creare un ambiente e le condizioni più favorevoli per incentivare gli investimenti dei piccoli e medi imprenditori esistenti in loco, rappresenta una sorta di pre condizione necessaria per la complessiva valorizzazione del quartiere. In questo quadro il patrimonio storico-artistico e le tradizioni in ambito produttivo e commerciale sono considerate le principali risorse da cui muovere.
- *Design.* Un ambiente urbano accogliente e di qualità è considerato una condizione fondamentale per attrarre utenti e visitatori, sia per attività culturali, commerciali o di ristorazione; da questo punto di vista *Main Street*, abbiamo detto, tende a privilegiare i distretti storici in quanto presentano un potenziale di qualità ambientale elevato rispetto ad altre aree.
- *Promozione.* La promozione dell'area interessata al progetto può avvenire in molte forme attraverso: l'evidenziazione delle tradizioni culturali, la celebrazione e la conservazione di importanti architetture e storia, incoraggiando le aziende locali ad agire in modo cooperativo, promuovendo campagne di offerte commerciali, ospitando eventi speciali per valorizzare l'immagine percepita del distretto.
- *Organizzazione.* Altro aspetto da considerare è quello di garantire l'ideazione e l'attuazione del programma degli interventi mediante adeguate forme di organizzazione (fondazione ad hoc, organizzazione no profit, società pubblica o mista, ecc.) ma, qualunque sia la scelta operata, l'obiettivo è quello comunque quello di mettere in campo tutte le possibili risorse necessarie, da quelle finanziarie a quelle umane.

Il diagramma che segue illustra in sintesi il metodo di approccio proposto da *Main Street*.



Due casi di studio serviranno a comprendere meglio l'idea del metodo di lavoro e del percorso seguito: il *Main Street program* del quartiere di Shaw a Washington DC e il recupero del Brookland Park boulevard, un corridoio commerciale a Richmond in Virginia.

Main Street Shaw in Washington DC

Trattandosi di una delle città più 'antiche' degli Stati Uniti, la capitale Washington presenta uno dei patrimoni storici più rilevanti della nazione e la sua conservazione e valorizzazione uno dei principali obiettivi delle politiche urbane⁹. In tale quadro *Main Street* ha svolto un ruolo di primaria importanza sin dal 2002 (anno della creazione del District of Columbia *Main Street program*) nella rivitalizzazione e conservazione dell'importante patrimonio storico-culturale. La mission di DC *Main Street* è stata quella di rivitalizzare i corridoi commerciali che caratterizzano i numerosi quartieri che circondano il centro storico-monumentale; molti di questi quartieri hanno avuto origine nella seconda metà dell' 800 e spesso erano di origine etnica, come l'esempio che tratteremo in seguito, nato per ospitare popolazione afroamericana. Creato con il contributo del *National Trust* e collocato all'interno del DSLBD (Department of Small and Local Business Development) nel 2016 il Main Street program di Washington contava su 10 programmi attivi in altrettanti corridoi commerciali attorno alla Capitale¹⁰. Fra questi il programma del quartiere Shaw rappresenta uno dei più significativi ed ha vinto il *Great America Main Street Award* nel 2016. Shaw si colloca a nord del centro monumentale e le sue origini risalgono attorno al 1860, come area con popolazione a prevalenza afroamericana.

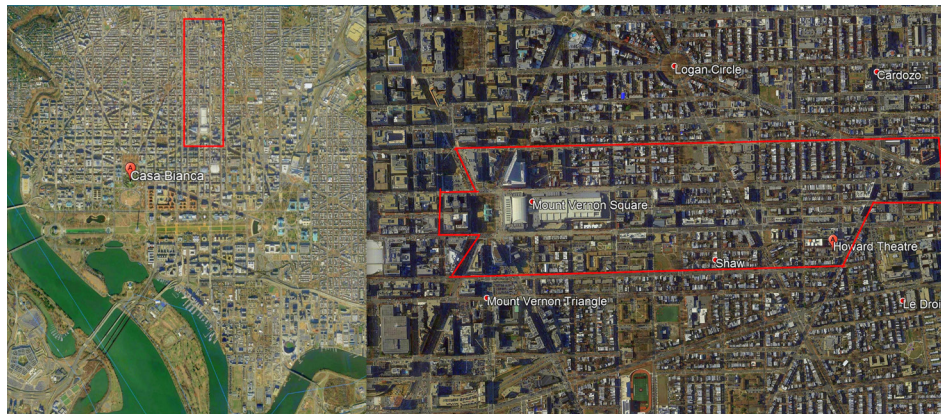


Figura 1 | A sinistra: planimetria di Washington con la localizzazione dell'area del quartiere Shaw; al centro l'area monumentale con la Casa Bianca ed in basso a sinistra l'edificio del Pentagono. A destra una planimetria di dettaglio dell'area di intervento.

Furono proprio queste radici culturali afroamericane a segnare lo sviluppo del quartiere che divenne sede di teatri e locali in cui si suonava jazz, ed è in questo periodo che si crea quel corridoio commerciale fra la VII e la IX strada che ha caratterizzato lo sviluppo dell'area, consolidatosi per circa un secolo. Nel 1968 il quartiere fu teatro di una rivolta della popolazione di colore che segnò in un certo senso l'inizio di un processo di declino, con la chiusura di diversi esercizi commerciali e l'abbandono del quartiere da parte di diversi residenti.

Alla fine del secolo scorso due importanti realizzazioni hanno creato le premesse per

⁹ Gran parte delle informazioni relative all'esperienza di Shaw si devono alla preziosa collaborazione della dott.ssa Cristina Amoroso, responsabile del programma Main Street a Washington DC, da noi intervistata e che ci ha accompagnato in una visita nei luoghi.

¹⁰ Sulle vicende e l'esperienza di Main Street a Washington DC si può consultare il sito del *Department of Small and Local Business Development*: <http://dslbd.dc.gov/service/DCMS>

la rinascita del quartiere: la realizzazione di una stazione della Metropolitana della Green Line nel 1991 e la realizzazione del *Walter E. Washington Convention center*, una struttura da circa 200.000 mq di superficie con 70 sale riunioni e conferenze e che accoglie circa 1 milione di visitatori l'anno.

Le risorse che offre il quartiere rappresentano oggi altrettanti punti di forza su cui si è fondato il processo di rivalizzazione. In primo luogo l'elevata accessibilità garantita dalla presenza di due linee della metropolitana (la Green line di cui si è detto e più recentemente la Yellow line) con due diverse stazioni e la presenza di importanti svincoli autostradali.

La ricca tradizione culturale del quartiere è legata ad alcuni nomi leggendari della musica afroamericana e del jazz, valga per tutti il nome di Duke Ellington, nato a Shaw, ed è incarnata nel famoso *Howard Theatre* (Fig.2) recentemente restaurato, sede storica di concerti Jazz e R&B. Forte di questa tradizione Shaw è sede di numerosi locali e circoli dove è possibile ascoltare dell'ottima musica, che rappresentano una specifica attrazione nei confronti dell'intera città (Fig. 3).



Figura 2 | Lo Howard theatre recentemente restaurato.

Figura 3 | Edilizia fine '800 a Shaw.

Lo *Shaw Main Street program* iniziò ad operare nel 2003 con l'individuazione dell'area di intervento, ovvero quella comprendente la VII e la IX strada nel tratto fra la K Street a Sud e Florida Avenue a Nord, un rettangolo di circa 2 km x 800 m comprendente una trentina di isolati.

Gli interventi operati sono stati prevalentemente:

- prestiti a tasso agevolato fino ad un massimo di 50.000 \$ per i piccoli investitori, per l'avvio dell'attività commerciali (DSLBD) o il recupero degli edifici a carattere storico;
- formazione ed assistenza tecnica agli investitori nella preparazione ed attuazione dei loro progetti, con particolare attenzione agli interventi di recupero dei fabbricati storici;
- elaborazione di studi ed indagini di mercato allo scopo di orientare gli investitori verso le attività più richieste dai residenti o carenti nell'area;
- attività di servizio aggiuntive quali pulizia delle strade, progettazione e cura del verde urbano, miglioramento della segnaletica stradale, miglioramento complessivo della qualità dello spazio pubblico;
- attività di marketing e promozionali fra cui l'organizzazione di eventi culturali o ludici per attrarre visitatori nell'area.

In aggiunta a questa attività minuta sono stati promossi alcuni importanti progetti pilota di grosse dimensioni, fra cui 2 sembrano di sicuro rilievo:

- Il progetto *Citymarket at O Street*, un investimento da 330 milioni di dollari per la

realizzazione di un Giant Food supermarket da 72.000 metri quadri, un hotel di 182 camere, 497 appartamenti e 560 spazi-parcheggio (Fig. 4).

- La *Wonder bread factory*, un hub tecnologico e spazio di co-working, ospitante studi e laboratori nei settori high-tech, ricavato dal recupero di una vecchia fabbrica di pane costruita nel 1911.



Figura 4 | Il Giant Food Supermarket ad O Street.

Il piano di rivitalizzazione commerciale di Brookland park boulevard

Main Street ha avuto larga diffusione anche nello stato della Virginia (Accordino, Fasulo, 2015) e ad esso si sono ispirati diversi altri interventi; fra questi, un esempio interessante ha riguardato l'area del Brookland Park Boulevard a Richmond¹¹. Il piano si proponeva la rivitalizzazione dell'area attraverso la valorizzazione delle attività commerciali che, con alterne vicende nel corso degli anni, ne avevano caratterizzato l'economia e lo sviluppo urbanistico. Il Boulevard in questione rappresenta un corridoio di traffico importante in quanto porta di accesso da nord al centro urbano di Richmond (Fig. 5) ed asse di connessione fra due importanti autostrade interstatali: la I 95 e l'I 64 che collega Richmond a Kansas city. Grazie a questa invidiabile posizione, sin dalla fine del XIX secolo, il Boulevard è stato un luogo di grande traffico e quindi un posto privilegiato per la nascita di attività commerciali.

Questa vocazione commerciale ha favorito anche la nascita di insediamenti residenziali nell'intorno, con la formazioni di alcuni quartieri oggi considerati 'storici' per tutta la prima metà del secolo scorso (Fig. 6). A partire dagli anni '60 il deciso incremento della popolazione afroamericana ha prodotto un allontanamento della popolazione bianca a reddito più alto, e ciò ha dato avvio ad una politica di disinvestimenti, abbandono delle proprietà immobiliari, chiusura di attività commerciali. Alla fine degli anni '80 si è assistito ai primi tentativi di avviare una politica di recupero e rivitalizzazione dell'area; i primi interventi attuati riguardarono nel 1988 un programma di recupero delle facciate degli edifici storici, grazie anche alla nascita della *Higland Park community Development Corp.* A partire dal 1996 questi sforzi furono incrementati grazie all'impegno della *Richmond Redevelopment and Housing Authority* e ad un Programma municipale di rilancio delle attività commerciali.

¹¹ Il *Brookland park boulevard commercial revitalization plan* è stato elaborato per conto della Città di Richmond e la Comunità del Brookland Park, da parte di un gruppo di docenti e studenti della *Virginia Commonwealth University* di Richmond, coordinati dal prof. John Accordino nel dicembre 2005. Si veda: Accordino, 2005.

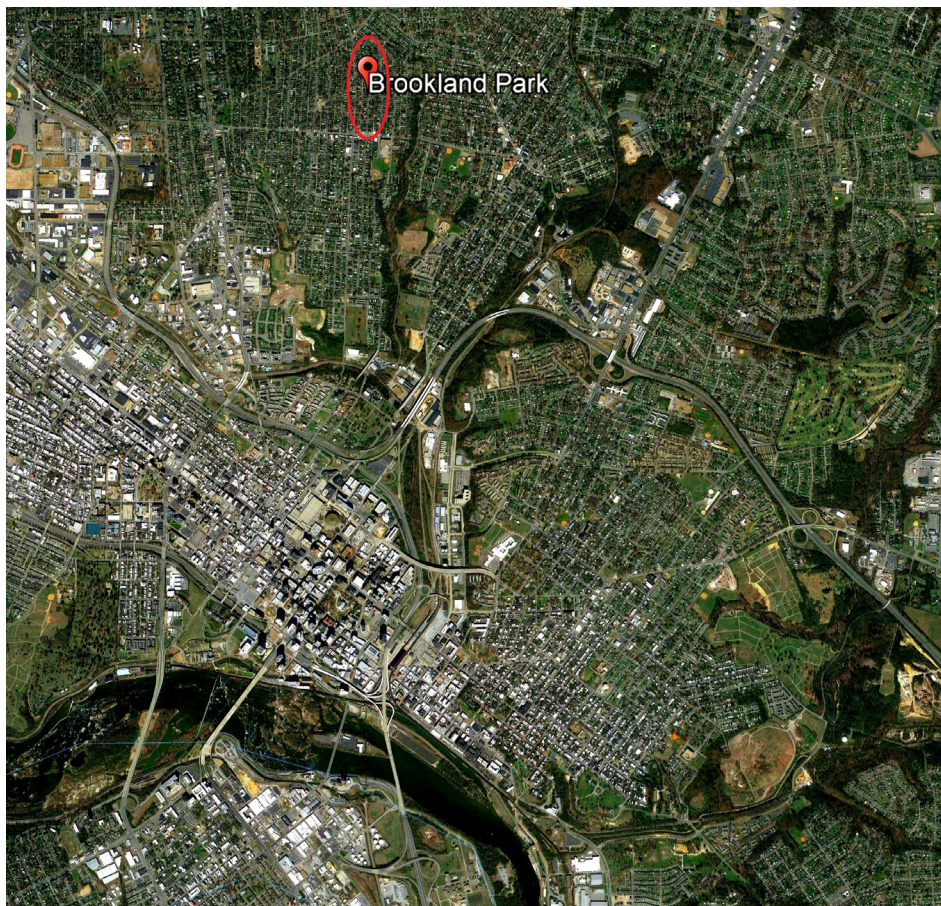


Figura 5 | Il downtown di Richmond e l'area di Brookland Park.



Figura 6 | Il Brookland Theater e caratteristici edifici dei primi del XX secolo.

La diagnosi: punti di forza e criticità. Con il piano del 2005 la città di Richmond e la Comunità di Brookland park vollero scommettere sulla possibilità di restituire all'area la vitalità e l'importanza commerciale che aveva in origine a partire da alcuni significativi 'punti di forza', cui abbiamo già accennato, ovvero il valore 'storico' e la sua elevata accessibilità in prossimità del *downtown* di Richmond. Inoltre, le condizioni sociali ed economiche della popolazione delle aree circostanti, una consolidata classe media, offrono buone prospettive alle attività commerciali, in termini di capa-

cità di spesa e propensione al consumo. Ed infine vanno considerate alcune attività commerciali caratteristiche dell'area ed in primo luogo quella legata alle acconciature maschili e femminili, diventata ormai una tradizione consolidata fra la popolazione afroamericana; una attività molto rinomata e specifica che attrae numerosi clienti da un vasto territorio circostante (Fig. 7).



Figura 7 | Un negozio di parrucchiere e tatuaggi sul Brookland park boulevard, attività rinomata nel quartiere.

A fronte di tali punti di forza esistono ovviamente alcune criticità, prima fra tutte la presenza di attività criminali, la cui pericolosità, tuttavia, appare essere più legata alla percezione che di essa hanno i cittadini di quanto non lo sia realmente.

A partire da tali considerazioni di base, il piano ha proceduto ad una attenta verifica delle stesse, per valutare con maggiore attenzione punti di forza e debolezze. Dopo una generale descrizione dell'area, della sua evoluzione e dei suoi caratteri storici si è proceduto ad una puntuale rassegna della pianificazione esistente, all'interno della quale una particolare rilevanza assumono il Master plan della città di Richmond e il *Commercial Areas Revitalization Effort (CARE)*, un programma di aiuti finanziari alle piccole-medie imprese commerciali promosso dallo Stato della Virginia¹².

L'analisi di mercato. Il primo passo nella realizzazione del piano è stato, dunque, l'individuazione della possibile area d'influenza del corridoio commerciale; a tale scopo si è considerato un territorio compreso entro un raggio di un miglio, per quanto riguarda i beni di prima necessità ed entro un raggio di tre miglia dal corridoio per quanto riguarda beni di consumo non quotidiani; all'interno del territorio stesso sono stati individuati tutti i possibili attrattori aggiuntivi di popolazione ed utenti, fra cui gli edifici storici, le scuole, i servizi pubblici e privati (Fig. 8). Sono stati individuati anche i corridoi commerciali più vicini allo scopo di valutare, per i diversi settori merceologici, i livelli di possibile concorrenza presenti nel territorio. (Fig. 9).

¹² Il programma prevede attività di supporto ed assistenza tecnica per le imprese che intendono avviare attività commerciali ed artigianali e l'erogazione di prestiti a tasso agevolato, in media il 50% di quello di mercato.

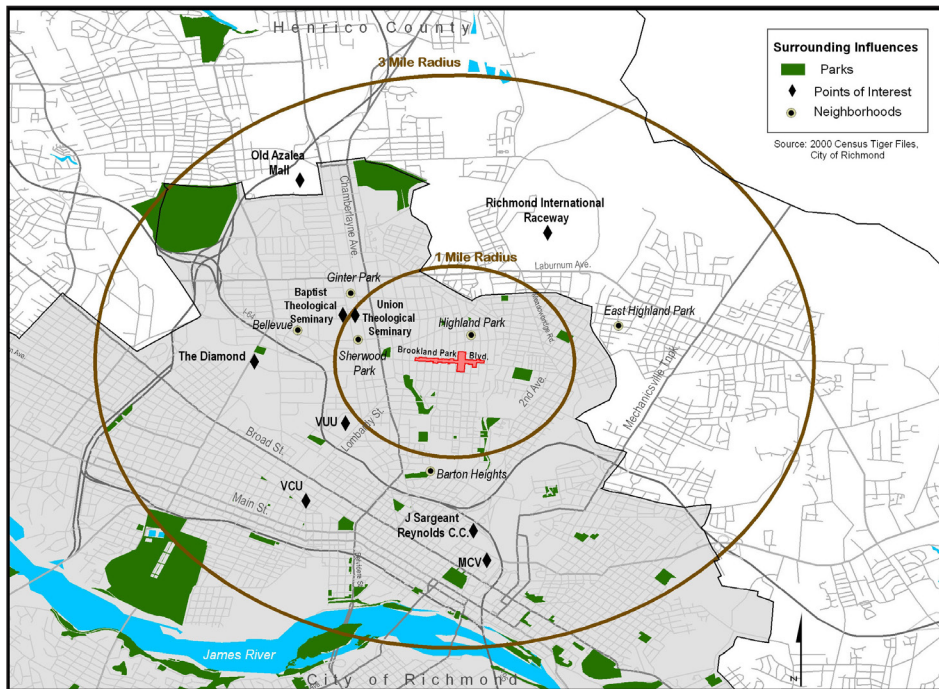


Figura 8 | L'immagine individua le due aree di influenza commerciale (beni di prima necessità e non quotidiani) del Brookland park boulevard e gli altri corridoi commerciali ricadenti all'interno del raggio di tre miglia.

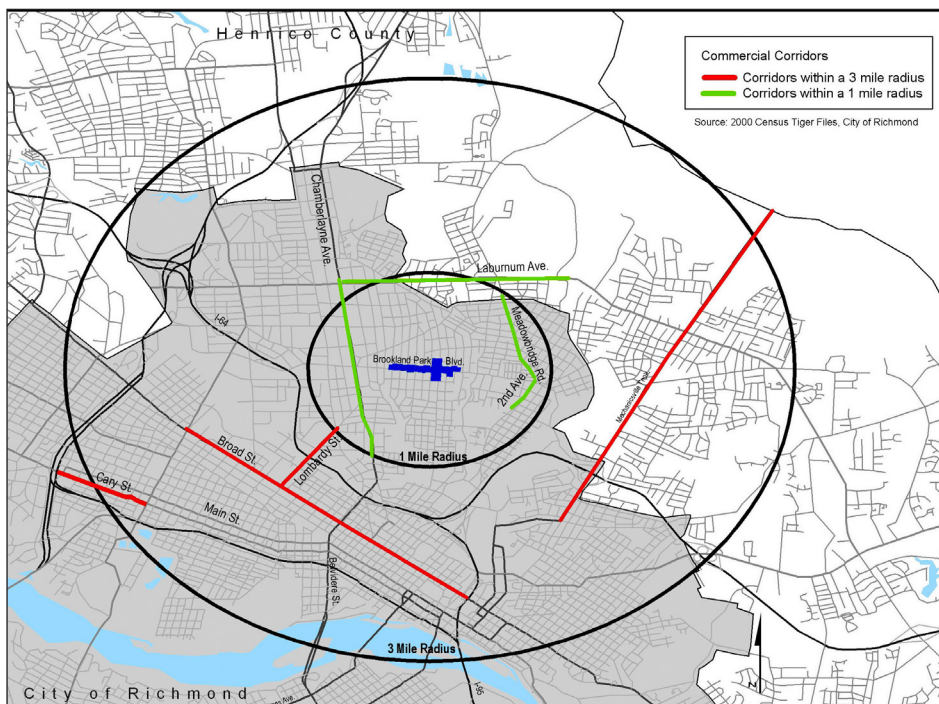


Figura 9 | Gli attrattori aggiuntivi di popolazione ed utenti all'interno delle aree di influenza del Corridoio commerciale di Brookland park.

All'interno del territorio così individuato si è proceduto ad una analisi statistica della popolazione presente e delle condizioni economiche e sociali della stessa, integrata con una indagine in loco, svolta attraverso questionari ed interviste a commercianti ed a consumatori; è stato così possibile valutare il valore complessivo della *domanda di consumo*, articolata per diversi settori merceologici ed espressa in dollari per anno-

Tale valore è stato diviso per un indicatore denominato *sales per square foot*¹³, attraverso il quale è stato possibile stimare il fabbisogno di superficie commerciale per il dimensionamento del piano.

Un altro importante filone di analisi ha riguardato il settore immobiliare, allo scopo di comprendere se alla domanda di nuovi spazi per attività di vendita corrispondesse una offerta adeguata da parte del mercato e la localizzazione degli spazi disponibili rispetto all'asse del Boulevard. In tal modo si è potuto configurare un modello quantitativo di domanda- offerta relativa da un lato alle attività commerciali secondo la loro tipologia e dall'altro agli spazi necessari allo sviluppo di tale attività.

Il ruolo dello spazio urbano. Uno dei fondamenti delle politiche di Main street, come abbiamo anche accennato in precedenza, è quella di considerare la qualità dello spazio architettonico ed urbano e l'efficienza delle infrastrutture territoriali, una delle variabili fondamentali in grado di promuovere o meno lo sviluppo commerciale di una determinata regione. Questo è stato anche uno degli aspetti fondamentali affrontati nel piano di Brookland park. A tale scopo è stata condotta un'indagine dettagliata che ha riguardato in sostanza tre aspetti, per ognuno dei quali sono stati evidenziati eventuali punti di forza e criticità:

1. *Accessibilità:* infrastrutture stradali, presenza di piste ciclabili, aree pedonali, aree di parcheggio, tipologia e qualità del trasporto pubblico;
2. *Patrimonio edilizio:* edifici di carattere storico, presenza di edifici inutilizzati o sotto utilizzati, stato di conservazione dei fabbricati, disponibilità di aree per interventi residenziali;
3. *Spazio pubblico:* luoghi maggiormente frequentati, stato dei marciapiedi, illuminazione, presenza e qualità delle aree verdi e tipologia delle alberature, elementi di arredo e cartellonistica.

La seguente tabella riassume in estrema sintesi i principali punti di forza e le debolezze emerse dalla fase diagnostica del piano.

	STRENGTHS	WEAKNESS
CONDIZIONI ECONOMICHE E SOCIALI	Buone condizioni economiche delle famiglie residenti Presenza di numerose community organizations ed elevata volontà di partecipazione Presenza di attive organizzazioni di commercianti	Presenza di attività criminali più percepite che reali
ATTIVITA' COMMERCIALI	Cluster di eccellenza legato all'hair dressing ed in generale alla beauty ed al wellness	Tessuto commerciale scarsamente articolato e concentrato solo su pochi settori merceologici
MERCATO IMMOBILIARE	Trend di attività edificatoria e di vendita positivi negli ultimi anni Prezzi ancora accessibili	Tendenza dei prezzi ad incremento
PATRIMONIO EDILIZIO	Presenza di edifici storici di qualità architettonica in grado di risultare attrattivi per attività commerciali	Diversi edifici lungo il boulevard risultano abbandonati da anni ed in condizioni di forte degrado
ACCESSIBILITA'	Ottimi collegamenti viari Presenza di linee pubbliche di bus per il collegamento con Downtown Richmond	Insufficienti aree per il parcheggio Assenza di zone pedonali
SPAZIO PUBBLICO	Immagine paesaggistica complessiva accattivante e di buona qualità, grazie alla presenza di edifici e luoghi storici	Marciapiedi di dimensioni ridotte ed in cattive condizioni Aree scarsamente illuminate Scarsa presenza di verde e di luoghi di sosta In alcuni tratti immagine degradata dovuta alla presenza di edifici in stato di abbandono

13 *Sales per square foot* rappresenta il valore in dollari di vendite per unità di superficie da cui si è potuto calcolare il fabbisogno complessivo di superficie di vendita, in ragione delle proiezioni del piano. Da tale superficie è stata sottratta la superficie di vendita attualmente esistente e si è potuto calcolare così il fabbisogno di superficie commerciale per il dimensionamento del piano.

Gli obiettivi e le azioni del piano. Il piano di rivitalizzazione commerciale di Brookland park (Figg. 10 – 11) si presenta come un piano integrato fra obiettivi di natura diversa, economica, sociale, infrastrutturale e di qualità ambientale. Esso è stato articolato in 5 obiettivi generali, ognuno dei quali articolato in sotto obiettivi, per ognuno dei quali è prevista o sono previste azioni corrispondenti. I cinque obiettivi generali sono:

Rafforzare le attività commerciali esistenti e favorire la nascita di nuove attraverso:

- l'utilizzo del programma CARE per la concessione di assistenza tecnica e presiti a tasso agevolato per vecchi e nuovi esercizi commerciali;
- la creazione di una associazione dei commercianti dell'area per favorire e rafforzare forme di cooperazione;
- favorire il recupero delle facciate storiche e in generale degli immobili esistenti, già in uso o non utilizzati.

Favorire l'insediamento di nuovi nuclei familiari mediante adeguata offerta di nuove opportunità residenziali attraverso:

- la realizzazione di un residence per anziani (Senior housing facility);
- l'utilizzo a scopo residenziale dei piani superiori, quando le attività commerciali utilizzano solo il piano terra;
- modifiche, ove necessario, al Piano generale della città di Richmond per favorire l'insediamento di attività residenziali.

Migliorare la qualità dell'immagine urbana e dello spazio pubblico attraverso:

- la creazione di un'area pedonale lungo il boulevard facilmente accessibile e sicura;
- la ristrutturazione dei marciapiede e la creazione di attraversamenti sicuri;
- la creazione di *pocket parks* e l'uso esteso del verde come arredo urbano mediante l'utilizzo di specifiche alberature che servano anche a definire una più vivida immagine urbana.

Promuovere il brand e l'immagine del Boulevard Park Commercial Corridor attraverso:

- la creazione di una scuola per aspiranti parrucchieri, barbieri ed in generale addetti alla cura del corpo, per valorizzare la specificità commerciale di Brookland Park;
- creazione di un brand che identifichi il Brookland park boulevard commercial corridor, attività di marketing e pubblicità sui media;
- creazione di un Festival culturale.

Ridurre il crimine effettivo e la sua percezione:

- richiedere al comune una maggiore presenza della polizia e favorire la cooperazione di questa con le organizzazioni dei cittadini e dei commercianti;
- incentivare la collocazione di telecamere di controllo e migliorare l'illuminazione nelle strade.

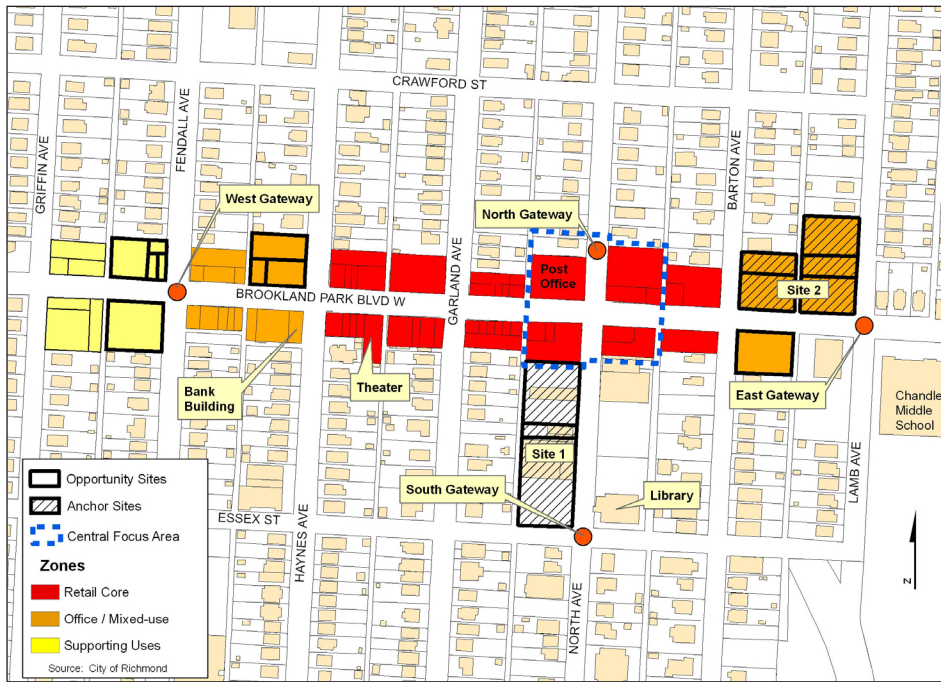


Figura 10 | Il Piano di sviluppo del corridoio commerciale di Brookland park con le diverse zone d'uso.

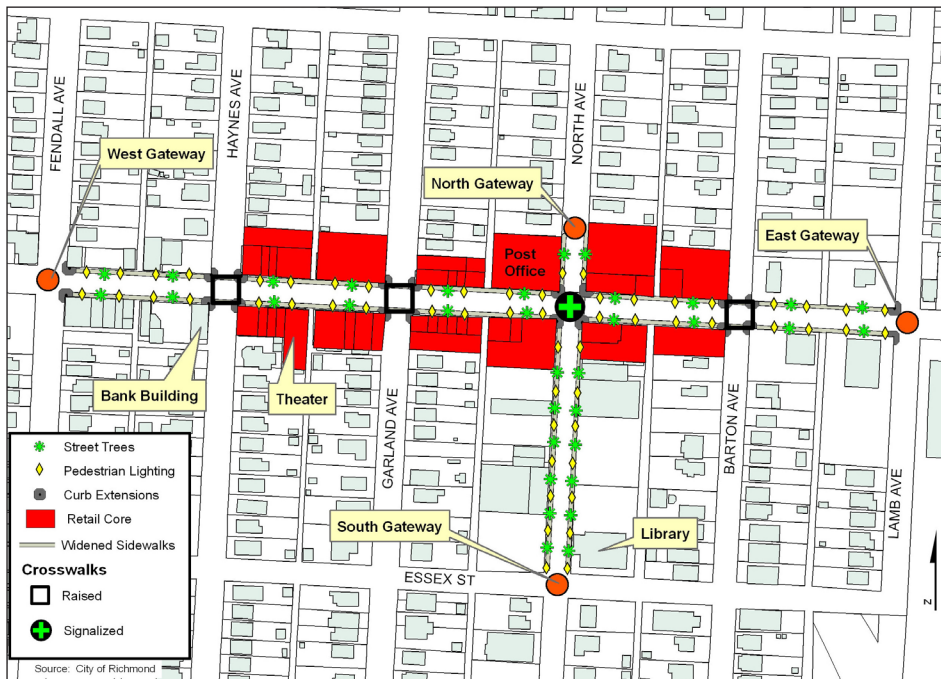


Figura 11 | Piano di sviluppo del Corridoio commerciale di Brookland park: quadro degli interventi previsti.

Conclusioni

L'esperienza del programma *Main Street* ci appare oltremodo interessante e significativa di un approccio che tende a fornire solide basi economiche ai processi di rigenerazione urbana, sostenendo progetti di sviluppo dell'economia locale, fondati in buona misura su attività commerciali ed artigianali. Il metodo di intervento proposto fonda gran parte del suo successo sulla capacità di attivare un processo di partenariato in grado di coinvolgere, in tutto il percorso, dall'ideazione all'attuazione e gestione, istituzioni pubbliche e private, ognuno con ben individuati e specifici compiti e ruoli. In particolare, sul fronte delle istituzioni pubbliche, emerge la centralità di un approccio trans scalare che vede una partecipazione al programma, con ruoli e pesi ovviamente diversi, del Governo Federale, degli Stati, delle singole Municipalità; come altrettanto centrale, e direi determinante, appare il coinvolgimento della Comunità locale, degli operatori economici direttamente coinvolti, ma anche delle associazioni culturali e dei cittadini tutti, cui è affidato il compito di tradurre il programma in azioni e atti concreti. In altri termini, gli esempi illustrati sono la conferma della efficacia di una programmazione realmente partecipata dal basso, in cui la Comunità rappresenta il principale attore, soprattutto nella fase di attuazione e gestione del programma stesso.

La gestione temporale del programma e la sua articolazione in strategie di breve e medio termine è uno degli elementi più significativi del progetto, laddove, come già detto in precedenza, la solidità e il peso delle strategie di lungo termine, sono accompagnate da 'obiettivi a breve', sintetizzati nello slogan 'lighter, quicker and cheaper' (presto e bene diremmo noi), in grado di veicolare all'intera comunità l'idea di un progetto di grado traguardare subito alcuni obiettivi concreti e tangibili.

Altro elemento significativo è rappresentato dalla capacità di produrre una strategia integrata di intervento in cui il sostegno economico alle imprese, sotto forma di sgravi fiscali o prestiti agevolati, si coniuga con le politiche di riqualificazione del patrimonio edilizio, affidate in buona misura ai privati, e degli spazi pubblici; senza trascurare tutti gli aspetti legati al marketing, come la promozione dell'immagine del quartiere, la creazione di Associazioni di sostegno, la realizzazione di eventi promozionali.

All'interno di tale quadro, aspetto di particolare interesse per quanto di competenza del progettista-pianificatore, è il ruolo assegnato alla qualità dello spazio pubblico, come vero e proprio 'attrattore' per gli utenti che ovviamente amano ritrovarsi e passeggiare all'interno di uno spazio di qualità, per cui particolare attenzione nei diversi progetti è stata posta ai temi dell'accessibilità, della presenza di parcheggi e soprattutto della creazione di aree pedonali, di piccole aree verdi (*pocket parks*).

Paradossalmente la grande forza del programma *Main Street*, almeno relativamente ai casi che abbiamo potuto conoscere, ovvero quello di raggiungere in maniera efficace l'obiettivo della rigenerazione, ne rappresenta, a distanza di alcuni anni una delle principali debolezze; infatti, una delle conseguenze negative di *Main Street* è quella che nel volgere degli anni (ed ormai le esperienze sono datate nel tempo da poter consentire una valutazione sugli effetti a medio termine) il processo di rigenerazione urbana tende a spingere verso l'alto il prezzo degli immobili, in maniera proporzionale al successo del progetto, innescando un processo di *gentrification*. Una controindicazione solo parzialmente mitigata da interventi di housing sociale, pensati, come abbiamo detto, per consentire il parziale mantenimento in loco della popolazione originaria.

Riferimenti bibliografici

- Fera G., (2008), *Comunità, urbanistica, partecipazione. Materiali per una pianificazione strategica comunitaria*, F. Angeli, Milano.
- JCHS (Joint Center for Housing Studies of Harvard University) (2010), *Long-Term Low Income Housing Tax Credit Policy Questions*, scaricabile dal sito: <http://www.jchs.harvard.edu/research/publications/long-term-low-income-housing-tax-credit-policy-questions>.
- Accordino J., (2005), *Brookland Park Boulevard Commercial Revitalization Plan*, scaricabile da: <https://www.yumpu.com/en/document/view/22181023/brookland-park-boulevard-commercial-revitalization-plan-virginia>
- Accordino J., Fasulo F., (2015), *30 Years of Impact: How the Main Street Program Has Revitalized Virginia Communities*, Preservation Virginia, Richmond, https://preservationvirginia.org/docs/VCU_Phase_II_FINAL.pdf
- Ripkema D., Cheong C., Randall M. (2011), *Measuring Economic Impacts of Historic Preservation. A Report to the Advisory Council on Historic Preservation*, Washington DC, scaricabile da <http://www.preserveamerica.gov/docs/economic-impacts-of-historic-preservation-study.pdf>
- Walker C. (2002), *Community Development Corporations and their Changing Support System*, The Urban Institute, Washington DC.

Sitografia

- Departement of Small and Local Business Development – Washington DC,
<http://dslbd.dc.gov/service/DCMS>
- Main Street America,
<https://www.mainstreet.org/home>
- National Congress for Community Economic Development (NCCED),
<https://www.eli.org/brownfields-program/national-congress-community-economic-development-ncced>

Giuseppe Fera è ordinario di Urbanistica presso il Dipartimento Architettura e Territorio dell'Università di Reggio Calabria. Fra i suoi principali temi di ricerca si ricordano i processi di produzione edilizia informale e l'autocostruzione, le politiche territoriali per la mitigazione del rischio sismico, i processi di pianificazione strategica comunitaria e partecipata. E' autore di numerosi libri fra cui *La città antisismica* e *Urbanistica, teorie e storia* per l'editore Gangemi e, più recentemente *La pianificazione strategica comunitaria* per F. Angeli.



Golden

Chicken
and
Bread

Giuseppe Fera

**LO SPAZIO COMMERCIALE
COME MOTORE DI
RIGENERAZIONE URBANA:
IL PROGRAMMA MAIN STREET
NEGLI STATI UNITI**