

5. Strutture commerciali e relazioni con il contesto insediativo: un repertorio esemplificativo di nuovi format e di temi emergenti

Questo capitolo contiene alcuni esempi di strutture commerciali che rappresentano a vario modo dei tipi significativi, rappresentativi sia del commercio urbano che extraurbano, sia delle modalità distributive tradizionali che di quelle più recenti. In realtà queste distinzioni si dimostrano via via meno interessanti dal punto di vista della classificazione dei formati o dei luoghi del commercio, in quanto la dinamica del settore, le modificazioni nelle procedure di regolamentazione, i cambiamenti nei modelli di vita e di consumo inducono frequenti trasformazioni nel sistema dell'offerta, soprattutto nelle situazioni in cui i soggetti economici che operano nel settore dimostrano una notevole propensione a partecipare a questi processi. Ad esempio, è evidente come nei casi recenti di inserimento di strutture commerciali complesse, con la presenza di attività che associano pratiche di consumo di merci a funzioni ludico-culturali, nei centri urbani si tende a fornire all'utente tutte le facilitazioni che caratterizzano il commercio extraurbano, come l'accessibilità con mezzo privato e la sosta. D'altra parte nei casi di strutture extraurbane progettate ex novo (ne sono un esempio i factory outlet centre) si ricorre a modelli microurbanistici e architettonici che simulano lo spazio urbano, con piazze portici e slarghi su cui si affacciano negozi e botteghe.

Gli esempi sono stati selezionati senza alcun intento di esaustività, ma in quanto interessanti in sé e nel rapporto con il contesto insediativo in cui sono collocati. Questo approccio rappresenta la particolare ottica con cui si guarda ai luoghi del commercio da una prospettiva territorialista e urbanistica, secondo la quale è sempre importante tenere conto degli effetti che una attività o una funzione economica o sociale induce nel contesto e, d'altra parte, dei modi in cui il contesto fisico con i suoi vincoli e le sue peculiarità influenza ogni attività o funzione. Nella trattazione delle strutture commerciali questo significa, ad esempio nel caso delle grandi superfici, andare al di là della individuazione dei bacini gravitazionali o della valutazione dell'impatto sulla viabilità, per tenere conto anche del rapporto, più o meno positivo, con lo spazio costruito o aperto, con il sistema dei luoghi pubblici e con il paesaggio, con gli obiettivi di integrazione piuttosto che di isolamento rispetto ai tessuti e alle funzioni dell'intorno.

I casi sono trattati attraverso delle schede, che tendono a restituire in modo sistematico alcuni elementi descrittivi che si ritengono interessanti, anche se non vi è nessuna finalità comparativa né pretesa di indicare casi esemplari, anche se si tratta sempre di progetti o di situazioni considerati meritevoli di attenzione, o per la qualità microurbanistica e architettonica o per l'innovatività degli aspetti gestionali.

5.1. Superstore e supermercati: la sperimentazione di un modello architettonico ed urbanistico ecologico per la grande distribuzione applicata a format di medie dimensioni

Recentemente in seguito alle difficoltà di trovare nuove localizzazioni e al mutato comportamento dei consumatori si assiste, da parte della grande distribuzione, ad una messa in discussione del modello distributivo dell'ipermercato e di conseguenza molte insegne stanno puntando a format di medie dimensioni che vanno dai 400 ai 2500 mq come i supermercati e i superstore. I supermercati sono strutture di vendita al dettaglio operanti prevalentemente nel campo alimentare con un vasto assortimento di prodotti di largo consumo con reparti di ridotte dimensioni per il settore non alimentare, la cui superficie di vendita è superiore ai 400 mq. I superstore possono essere identificati come un formato distributivo intermedio collocabile tra l'ipermercato e il supermercato (particolarmente utilizzato dal gruppo Esselunga), generalmente con superficie di vendita non superiore ai 4.500 mq. Alcune insegne particolarmente attive nel mercato milanese hanno da sempre fatto della media dimensione il loro punto di forza permettendo di presidiare in maniera capillare le principali arterie di accesso ai principali centri urbani. La diffusione di questo modello distributivo, legato a uno scenario futuro di sempre maggiore sviluppo del format, rende importante la valutazione degli aspetti localizzativi ma anche delle caratteristiche architettoniche e costruttive di questi formati commerciali.

Il progetto del supermarket Sainsbury, realizzato a Greenwich-Londra, è stato scelto in quanto affronta un tema innovativo per la grande distribuzione dal punto di vista della progettazione architettonica, del risparmio energetico e dell'accessibilità alla struttura. Il supermercato Sanisbury, inaugurato nel 1999, è stato realizzato nell'ambito del progetto Greenwich Peninsula, contestualmente all'istallazione del Millennium Dome, su un'area di circa 1.214.000 mq sviluppata da English Partnerships, agenzia nazionale a supporto del governo inglese nei progetti di rigenerazione e sviluppo urbano. Il master plan identifica come principali elementi del progetto il Millennium Dome (spazio espositivo inaugurato nel 2001), il North Greenwich Transport Interchange (quartiere direzionale), il Millennium Village (quartiere residenziale a forte impronta ecologica, collegato a due grandi aree verdi attrezzate) e un'area commerciale a supporto del quartiere residenziale e del centro direzionale, con un supermercato, due superfici specializzate di medie dimensioni, un hotel e un multiplex di 14 sale. Il masterplan punta a ridurre al massimo l'impatto ambientale dell'intervento attraverso un'attenzione particolare alla progettazione delle strutture edilizie e attraverso la realizzazione di una rete infrastrutturale che possa garantire un'accessibilità all'area sfruttando prevalentemente le linee di trasporto pubblico e disincentivando l'uso del mezzo privato.

Il supermercato Sainsbury, situato a poca distanza dal Millennium Dome, viene concepito come modello costruttivo ecologico per la grande distribuzione. Si tratta di una sperimentazione esemplare dal punto di vista energetico; il consumo di energia è pari al 50% dell'energia necessaria ad un analogo supermercato tradizionale. Pannelli solari e pale eoliche forniscono l'energia necessaria per l'illuminazione e per le insegne luminose, il 90% del calore espulso dalle apparecchiature frigorifere è riciclato per riscaldare la zona di vendita. La luce interna è quasi tutta naturale ed il pavimento galleggiante, al di sotto dei banchi delle merci, contiene un sistema di ventilazione che capta aria fresca dall'esterno e la proietta verticalmente sugli

stands. L'acqua piovana, dalla copertura, viene incanalata, condotta ad un bacino esterno e riutilizzata per l'irrigazione delle superfici verdi.

Il supermercato è accessibile direttamente dalla metropolitana o utilizzando la rete di piste ciclabili realizzate a connessione delle differenti parti dell'intervento. Per disincentivare l'uso del mezzo privato sono stati previsti solo 500 posti auto, 1.500 per tutta la zona commerciale.

Si tratta sicuramente di un edificio impegnativo dal punto di vista costruttivo che obbliga gli investitori a un spesa iniziale molto maggiore rispetto a un progetto tradizionale, che tuttavia dovrebbe risultare economicamente vantaggioso soprattutto per quanto riguarda le spese ordinarie di gestione e di manutenzione.

5.1.1 Sainsbury Store, Greenwich Londra (UK), 1999

PROGETTISTI	Chetwoods Associates
DATA APERTURA	14 settembre 1999
LOCATION	Greenwich - London (GB)
ACCESSIBILITÀ	Autostrada A102, fermata metropolitana North Greenwich, linea Jubilee
SUPERFICIE AREA	La superficie di tutta l'area commerciale è di 16.250 mq
SUPERFICIE TOTALE (Slp)	3.500 mq
GLA TOTALE	-
NUMERO TOTALE ATTIVITÀ	5
"ANCORE"	Nella zona commerciale oltre al supermarket Sainsbury troviamo due superfici specializzate, B & Q (arredamento e articoli da giardino) e COMET (elettronica), un multiplex UCI (14 sale) e una struttura ricettiva (Holiday Inn Hotel)
SUPERFICIE PARCHEGGIO/N.POSTI AUTO	500 posti (1.500 posti auto totali per tutta l'area commerciale)
BACINO DI ATTRAZIONE	La struttura è dimensionata a servizio della zona residenziale che conta 2.500 abitazioni ma l'alta accessibilità dell'area estende potenzialmente il bacino d'utenza a tutto l'ambito urbano londinese
SVILUPPATORI	Sainsbury's Supermarkets Ltd and J Sainsbury Development Ltd
INVESTIMENTO TOTALE	Circa 23.200.000 euro
STRUMENTI URBANISTICI E PROCEDURE DI ATTUAZIONE	Masterplan "Greenwich Penisula development Framework"
PRINCIPALI ATTORI COINVOLTI NELLE DIVERSE FASI DEL PROCESSO	English Partnerships, Sainsbury's Supermarkets Ltd

5.2 Centri commerciali urbani: il commercio come elemento di completamento e rivitalizzazione di ambiti urbani dismessi o degradati

I due casi lombardi presentati di seguito, uno realizzato e l'altro in progetto, rappresentano due esempi notevoli di come un intervento per la realizzazione di strutture commerciali nell'ambito di programmi complessi per la riqualificazione di aree urbane dismesse in ambito urbano, possa diventare esso stesso un elemento di ricomposizione urbana, dotato di qualità architettonica ed urbanistica, in grado di contribuire alla costruzione dello spazio pubblico: il commercio in questi progetti non è solo supporto fondamentale alla fattibilità economica, ma anche elemento di qualità progettuale.

Il progetto del centro Commerciale Freccia Rossa si localizza in un'area a ridosso del centro storico di Brescia, in un contesto altamente accessibile sia dal punto di vista veicolare che pedonale, nell'ambito del programma di riqualificazione della zona industriale dismessa denominata Comparto Milano, nella quale si localizzavano alcune tra le principali industrie bresciane: Bisider, ATB, Tempini, SMI. Il progetto è stato presentato pubblicamente nell'autunno 2005.

Il centro commerciale si sviluppa lungo le aree che collegano le due parti di città attualmente separate dall'isolato industriale, migliorando dunque la percorribilità e l'accessibilità al centro e divenendo un vero e proprio snodo tra il nucleo storico ed i quartieri di nuova edificazione. La composizione del centro commerciale si articola attorno a una piazza pubblica di 10.000 mq posta di fronte all'ingresso del centro storico, che dovrebbe assumere il ruolo di spazio pubblico molto frequentato per la presenza di un continuo passaggio di pendolari e utenti delle attività commerciali. Queste dovrebbero generare, grazie al mix previsto (commercio + entertainment), un flusso di utenti nell'arco dell'intera giornata e anche in parte nelle ore notturne, assicurando una connessione pedonale tra il centro e le aree semiperiferiche. Gli spazi per la sosta vengono ricavati su tre livelli, di cui due interrati, per un totale di 2500 nuovi posti auto: 1500 pubblici e 1000 privati.

L'aggregato commerciale del Progetto Portello a Milano, inaugurato nell'autunno 2005, è stato realizzato nell'ambito del Programma integrato di Intervento (PII) omonimo che interessa un ambito territoriale di oltre 385.000 mq nato con l'intento di rispondere ad importanti obiettivi di riqualificazione urbana quali: il riutilizzo delle aree industriali ex Alfa Romeo e Lancia, la ricostruzione di un tessuto urbano attraverso l'insediamento di funzioni residenziali e commerciali e la creazione di spazi pubblici come un parco e delle piazze attrezzate.

La composizione dell'aggregato commerciale, progettata dallo Studio Valle responsabile anche del Masterplan del PII, risulta molto innovativa in quanto organizza l'offerta commerciale attorno a una piazza aperta semi-pubblica coperta da una pensilina alta 14 metri (la "vela") che funge anche da landmark. L'aggregato commerciale si compone di cinque edifici, distinti dal punto di vista architettonico, con negozi e un ipermercato al piano terra e con uffici ai livelli superiori. Le strutture commerciali sono relazionate tra loro da strade con portici che confluiscono nella piazza centrale. La piazza coperta dalla "vela" ha assunto un carattere di spazio urbano già dopo pochi mesi dall'inaugurazione dell'aggregato commerciale del Portello.

5.2.1 Centro Commerciale Freccia Rossa, Brescia, in progetto

PROGETTISTI	Studio BDP Design di Londra
DATA APERTURA	2007
LOCATION	Brescia - centro storico
ACCESSIBILITÀ	Collocato sull'anello che circonda il centro storico della città, a 200 mt. dalla stazione ferroviaria e dal Terminal degli autobus. Facilmente raggiungibile dalla tangenziale di Brescia.
SUPERFICIE AREA	-
SUPERFICIE TOTALE (Slp)	50.000 mq
GLA TOTALE	28.000 mq (18.000 mq per il commerciale 10.000 mq per il non commerciale)
NUMERO TOTALE ATTIVITÀ	130
"ANCORE"	Pam, Quilleri Cinema Multisala 5 / 6 sale, Virgin Active, Zara, Sport Goods, Electronic Devices.
SUPERFICIE PARCHEGGIO/N.POSTI AUTO	80.000 mq di superficie circa 2.500 posti (1000 pubblici, 1500 privati)
BACINO DI ATTRAZIONE	582.000 persone
SVILUPPATORI	Sonae Sierra (50%) Aig Real Estate Partners L.P. (40%) Coimpredil (10%)
INVESTIMENTO TOTALE	€ 130.000.000
STRUMENTI URBANISTICI E PROCEDURE DI ATTUAZIONE	Variante al PRG del Comparto Milano
PRINCIPALI ATTORI COINVOLTI NELLE DIVERSE FASI DEL PROCESSO	PUBBLICI Tecnici e consulenti redazione PRG PRIVATI Sonae Sierra Aig Real Estate Partners L.P. Coimpredil

Figura 5.2.1.1



Figura 5.2.1.1
**Planimetria generale del progetto Freccia
Rossa**
Fonte: Sonae Sierra, Opuscolo, Brescia, 2005

Figure 5.2.1.2 e 5.2.1.3
Prospetti
Fonte: Sonae Sierra, Opuscolo, Brescia, 2005

5.2.2 Aggregato commerciale "Progetto Portello", Milano, 2005

PROGETTISTI	Studio Valle Architetti Associati
DATA APERTURA	15 marzo 2005
LOCATION	Milano - ex area Alfa Piazzale Accursio
ACCESSIBILITÀ	Trasporto pubblico di superficie, autostrade nord
SUPERFICIE AREA	-
SUPERFICIE TOTALE (Slp)	25.000 mq
SUPERFICIE DI VENDITA	11.922 mq
NUMERO TOTALE ATTIVITÀ	30 negozi
"ANCORE"	Retail: IPER PORTELLO, IPLANET, BOTANIC, ZARA, MAX MARA, H & M, FELTRINELLI
SUPERFICIE PARCHEGGIO/N.POSTI AUTO	30.000 mq di parcheggi interrati
BACINO DI ATTRAZIONE	-
SVILUPPATORI	Finiper
INVESTIMENTO TOTALE	23.000.000 di euro
STRUMENTI URBANISTICI E PROCEDURE DI ATTUAZIONE	Programma integrato di intervento (PII)
PRINCIPALI ATTORI COINVOLTI NELLE DIVERSE FASI DEL PROCESSO	Comune di Milano Società Nuova Portello Regione Lombardia

Figura 5.2.2.1



Figura 5.2.2.1
Inquadramento urbano del PII Portello
Fonte: Sebastiano Brandolini, Milano. Nuova
architettura, Milano, Skira editore, 2005

Figura 5.2.2.2 (a fronte)
Profili degli edifici nell'area del Progetto
Portello

Figura 5.2.2.3 (a fronte)
Visuale frontale dell'aggregato commerciale

Figura 5.2.2.2

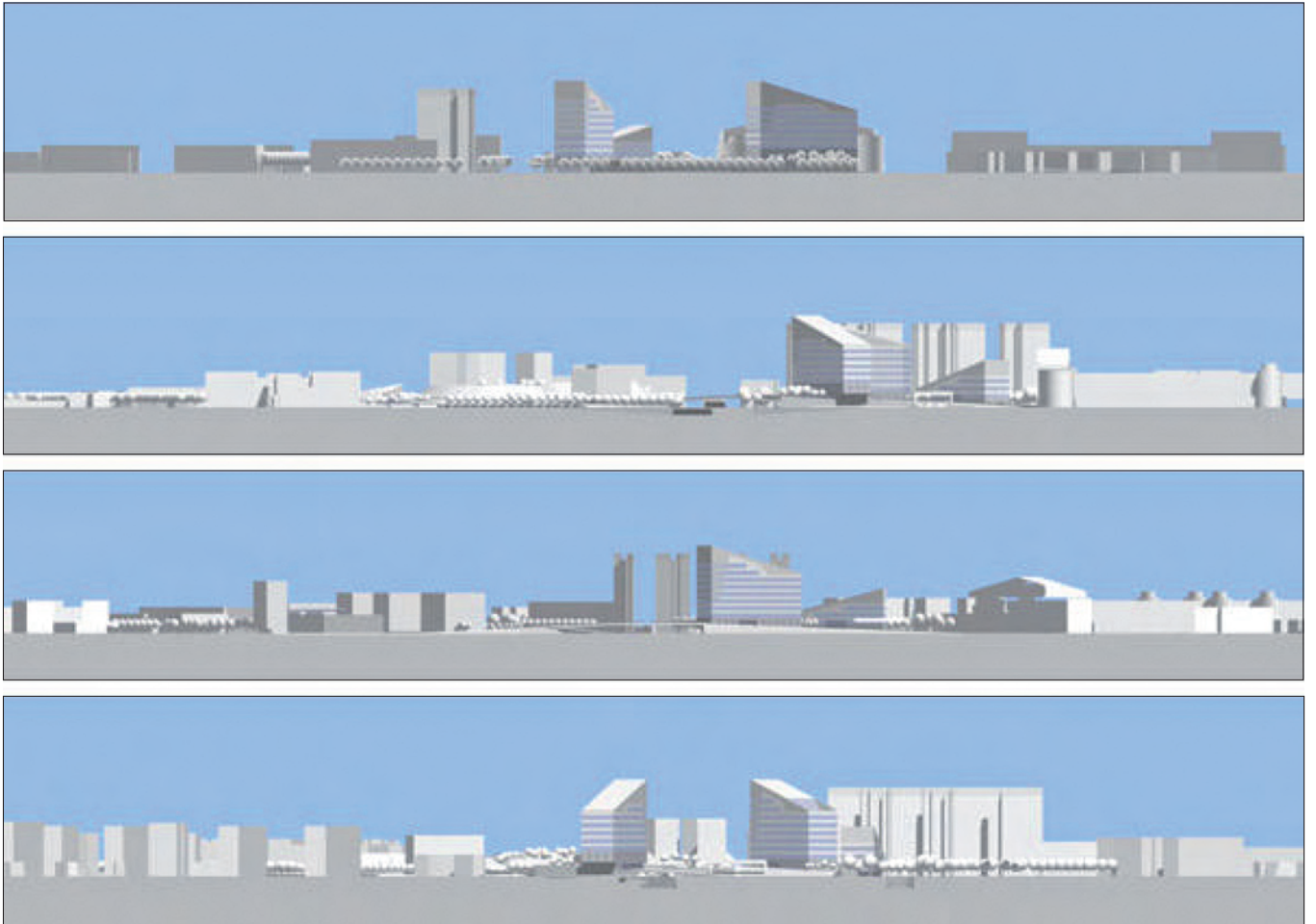


Figura 5.2.2.3



5.3 Il commercio nella riqualificazione dei grandi quartieri residenziali come elemento generatore di qualità urbana

Il progetto di riqualificazione di Pieve Emanuele è particolare per il contesto di grave degrado di un insieme di strutture residenziali e terziarie realizzate nell'estrema periferia sud di Milano negli anni settanta e perché rappresenta, nel contesto milanese, un esempio di sperimentazione di nuove forme di articolazione architettonica degli spazi commerciali che possano rappresentare anche luoghi di vita collettiva, centralità in ambiti urbani periferici ad alta densità abitativa e con rilevanti problemi sociali.

Articolazioni architettoniche simili, che hanno portato ad esiti molto positivi dal punto di vista della valenza urbana dello spazio commerciale, sono già state sperimentate per interventi commerciali progettati nell'ambito di interventi di recupero di aree urbane dismesse più centrali, come nell'esempio del Piano integrato di intervento del Portello a Milano.

Il Pru di Pieve Emanuele riguarda un complesso esistente ex Enpam (Ente nazionale di previdenza ed assistenza dei medici e degli odontoiatri) costituito da edifici per uffici e da alcune aree di proprietà comunale, per un totale di circa 19 ha. Il contesto di riferimento è costituito da un complesso direzionale mai utilizzato in condizione di grave degrado edilizio, da un quartiere residenziale di edilizia pubblica ad alta densità abitativa (1.500 abitanti concentrati in 12 edifici di 11 piani), con popolazione prevalentemente immigrata e dall'insediamento residenziale articolato in 5 comparti, per un totale di 1.200 alloggi distribuiti in fabbricati di 9 piani tra i quali si inserisce l'edificio semicircolare del Residence Ripamonti con 839 mini-alloggi. Queste componenti del tessuto sono isolate una dall'altra e sono interessate da gravi problemi di carattere sociale, di accessibilità e di sottodimensionamento dei servizi. Il Pru assume dunque un connotato strategico in quanto diviene l'occasione, senza ulteriore consumo di suolo, per realizzare vari obiettivi:

- riconnessione del comparto oggetto di recupero con il nucleo urbano di Pieve Emanuele, oggi fisicamente e socialmente separato e scarsamente accessibile;
- connessione dei due complessi residenziali;
- realizzazione di nuove residenze convenzionate e sovvenzionate e di un insediamento polifunzionale caratterizzato da servizi pubblici e di uso pubblico (attrezzature scolastiche e polivalenti, piazze, aree verdi, percorsi ciclopeditoni, etc.);
- riorganizzazione della viabilità di accesso e distribuzione e realizzazione di una fermata (poi stazione) RFI sulla tratta ferroviaria Milano-Genova.

La parte commerciale dell'intervento prevede la compresenza di una grande superficie di vendita, di medie superfici e pubblici esercizi per un totale di 10.000 mq. L'articolazione architettonica della componente commerciale mira a creare uno spazio ad uso pubblico, una piazza, per buona parte coperta da una pensilina, all'intersezione dei percorsi pedonali e ciclabili di connessione tra i diversi settori del comparto.

Il Pru di Pieve Emanuele rappresenta quindi un'importante occasione di sperimentazione che potrebbe portare a riconsiderare il ruolo del commercio e dei formati della grande distribuzione in contesti residenziali densi e connotati da forti problematiche di carattere urbanistico e sociale.

5.3.1 PRU complesso ex Enpam e quartiere di via delle Rose, Pieve Emanuele, in progetto

PROGETTISTI	Studio Piani e Progetti - Milano, arch. G. Maffioletti e A. Trevisan
DATA APERTURA	-
LOCATION	Pieve Emanuele (MI), quartiere di via delle Rose
ACCESSIBILITÀ	Strada provinciale SP28 e dal 2008 ferrovia Milano-Genova
SUPERFICIE TOTALE PROGETTO	98.439 mq (Slp)
SUPERFICIE COMMERCIALE	21.600 mq (Slp)
SUPERFICIE VENDITA	10.000 mq
NUMERO TOTALE ATTIVITÀ	-
ANCORE	GSS (Bricolage) di 4.500 mq, MSV alimentare di 1.500 mq e due MSV non alimentari di 1.250 mq ciascuna
SUPERFICIE PARCHEGGIO/N.POSTI AUTO	7.713 mq
BACINO DI ATTRAZIONE	-
SVILUPPATORI	ALER - ASSET
INVESTIMENTO TOTALE	Circa 170.000.000 di euro (di cui 41.000.000 finanziati dalla Regione Lombardia)
STRUMENTI URBANISTICI E PROCEDURE DI ATTUAZIONE	Programma di Riqualificazione Urbana (PRU)
PRINCIPALI ATTORI COINVOLTI NELLE DIVERSE FASI DEL PROCESSO	ALER Milano, Regione Lombardia, Comune di Pieve Emanuele, RFI

Figura 5.3.1.1



Figura 5.3.1.1
Il progetto con l'identificazione delle diverse componenti urbane del territorio

Figura 5.3.1.2

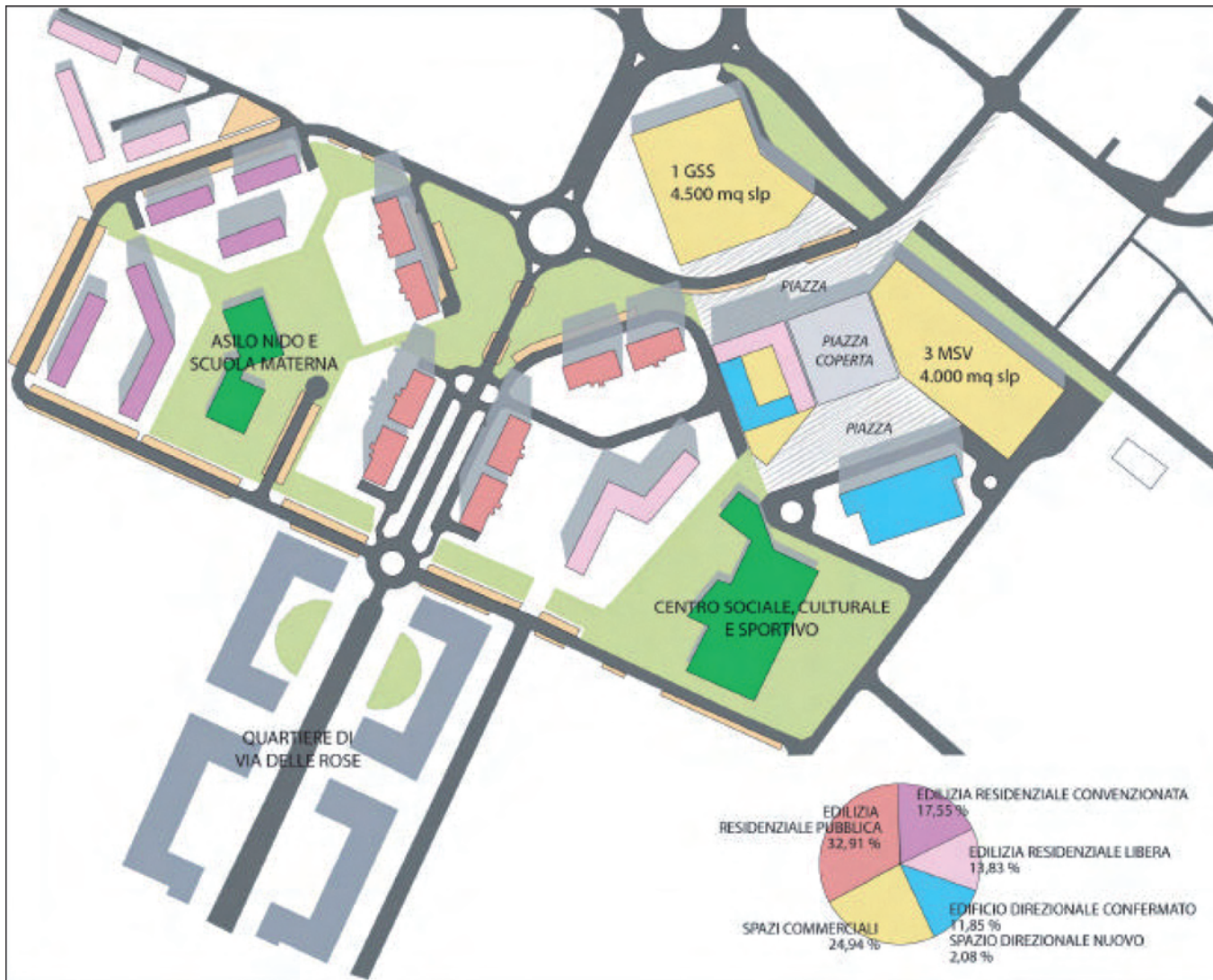


Figura 5.3.1.3

