

Politecnico di Milano
Scuola di Architettura e Società
Corso di Laurea in Architettura
AA 2010-11

NON SOLO CIBO

Spazi, tempi e paesaggi per un consumo consapevole

Tesi di Laurea Specialistica
Filippo Ogliani
Caterina Pilar Palumbo

Relatore: Stefano Boeri
Correlatrice: Isabella Inti

www.nnsolocibo.blogspot.it

A molti indubbiamente, il connubio cibo e architettura può apparire un bizzarro accostamento. Effettivamente parlare di una architettura legata al gusto porta facilmente a pensare che si tratti di una qualche trovata perlomeno divertente o pubblicitaria. Eppure la questione è più profonda di quel che generalmente si crede. Se infatti è vero quel che sostiene Jeremy Rifkin, ovvero che la città sia nata grazie ad un surplus delle produzioni agricole, allora la questione di manifesta in tutta la sua serietà. Vediamo dunque che più che di architettura si debba parlare di *urbanità*, ovvero quella serie di fenomeni che generano la città. Quell'insieme di cose che la generino, per così dire, dal basso, dal profondo delle cose, non l'urbanistica dei piani regolatori imposta dall'alto. Visti i recenti fenomeni di decentramento della produzione agricola la domanda spontanea che ci si pone è chiedersi come reagirà una città all'allontanarsi dei propri luoghi di approvvigionamento. Da qui l'interesse verso i processi della filiera agro-alimentare.

In origine questa tesi era nata con l'intento di studiare Milano e una possibile applicazione del biologico su larga scala. Fin dalle prime analisi, però, ci è parso ovvio come la questione fosse più complicata del previsto. Secondo molti la capacità alimentare del biologico prodotto a Milano non sarebbe minimamente in grado di sfamare l'intera città, ne tantomeno il sistema attuale di vendita bio è pronto per un tale passo. Le piccole entità di vendita alternativa che abbiamo analizzato sono efficienti in piccola scala, ma a livello organizzativo non sono competitive con la grande distribuzione. Riescono ad essere una valida alternativa solo se sono diffuse in modo attraverso una rete capillare e con un alto grado di collaborazione.

Nello studiare questi fenomeni abbiamo dovuto allargare lo sguardo verso l'intero sistema di commercializzazione dei prodotti agro-alimentari. L'interesse si è spontaneamente andato a focalizzare sulle enormi e sostanziali differenze tra i sistemi di vendita di vicinato e la grande distribuzione organizzata. Abbiamo studiato i grandi pregi dei mercati rionali nel favorire la socializzazione, nel passato, ma anche sull'incontrovertibile potere di comunicazione e sulla possibilità di rivolgersi a grandi masse di utenti che hanno i supermercati.

Così, con una buona dose di pragmatismo, ci si è diretti verso il ripensamento sia del supermercato sia del mercato rionale. Li si è progettati in maniera che le caratteristiche tipologiche di ciascuno dei due siano coniugate con i pregi del "concorrente" al fine di garantire, a differente scala, la qualità agro-alimentare del milanese.

Dove non è stato possibile applicare il km 0 nel senso tradizionale del termine, lo si è pensato dal punto di vista di chi fa la spesa creando un "utente a km 0". Dove ci si è scontrati con le arretratezze di comunicazione e di servizi si è andati nella direzione di un moderno ripensamento degli spazi e dei modi di vendita.

La vendita come atto sociale di interazione tra le persone, individui considerati nelle proprie specificità e non come utenti di un servizio.

Marc Augé ha scritto che: "i luoghi antropologici creano un sociale organico, i non luoghi creano una contrattualità solitaria", per noi il mercato è proprio uno di questi luoghi antropologici e il nostro progetto cerca di rispecchiare questo pensiero. Abbiamo voluto dunque che le varie declinazioni dello stare insieme siano una accanto all'altra, esse infatti fanno vivere in un solo luogo persone diverse con necessità e interessi differenti. Domanda e offerta eterogenee sono la manifestazione di una esperienza cittadina viva, la multifunzionalità del luogo per noi è essenziale. Abbiamo dunque ipotizzato un incubatore di funzioni, un presidio in stazione centrale aperto a tutte le ore del giorno e un mercato coperto in cui ci si può passare il sabato sera. Questi posti sono già presenti nella città, la spesa nel supermercato, la socialità nei bar e la conoscenza nelle scuole, e allora perché posizionarli proprio in questi due luoghi? Abbiamo scelto

Stazione Centrale e piazzale Lagosta perchè abbiamo valutato che essi sono identitari per la popolazione, per chi ci vive e per chi ci passa, vengono riconosciuti come un luogo *della città nella città*.

Possiamo quindi concludere che il senso delle strategie progettuali attuate nel nostro progetto è stato direzionato dalla consapevolezza che il comprare, il commerciare sia prima di tutto una attività sociale, che esista un valore aggiunto che, superando il valore intrinseco della merce, sia in grado di produrre qualità del vivere, qualità degli spazi rurali e qualità degli spazi cittadini.