

Nuovi scenari per l'attrattività delle città e dei territori. Dibattiti, progetti e strategie in contesti metropolitani mondiali

Il volume curato da Patrizia Ingallina, professore di Urbanistica e Pianificazione del Territorio presso l'Université des Sciences et Technologies de Lille¹, ospita numerosi contributi redatti da studiosi e ricercatori internazionali sul tema dell'attrattività. Divenuto uno dei principali obiettivi delle politiche urbane degli ultimi decenni, la capacità di un territorio di attrarre nuovi investimenti, flussi di visitatori, giovani talenti e innovative opportunità di crescita, sfugge ad una interpretazione univoca a causa dell'elevato numero di variabili che contribuiscono alla sua definizione. Per meglio districarsi all'interno del coacervo di strade che compongono il terreno d'azione dell'attrattività, il libro offre un sapiente mix di casi concreti e riflessioni teoriche, che svelando i diversi significati racchiusi all'interno di uno stesso termine, aiuta a fare chiarezza sul rapporto che intercorre tra l'attrattività e concetti quali la competitività, l'autenticità e la cultura.

Sovente circondata da un alone di positività, l'attrattività presenta – secondo gli autori dei contributi raccolti all'interno della pubblicazione – alcuni limiti che ne ridimensionano la portata e la replicabilità. I molteplici interventi che si sono susseguiti negli ultimi anni per risollevare le sorti di quartieri, città, o aree antropizzate più ampie, hanno svolto un ruolo determinante nel diffondere l'illusione che fosse sufficiente, ad esempio, costruire un museo di arte contemporanea per portare nuova linfa all'interno di un territorio, omettendo di dire che non tutti i contesti sono uguali e che ciò che ha avuto successo in un determinato luogo non è detto che produca gli stessi effetti in zone che presentano caratteristiche diametralmente opposte. Se è vero che un ambiente urbano maggiormente attraente riesce a catturare con più facilità l'attenzione di diversi gruppi di investitori e consumatori, siano essi imprese private intenzionate a conferire capitali per la costruzione di nuove attività produttive, oppure turisti invogliati a mettersi in viaggio dalla nuova immagine della città, risulta essere altrettanto vero che ad un aumento di attrattività corrisponde, alle volte, un abbassamento della coesione sociale con il progressivo allontanamento della fascia di reddito medio-bassa. Detto altrimenti una zona maggiormente attrattiva può diventare, infatti, un'area in cui gli affitti tendono a crescere con il passare del tempo e in cui l'accessibilità ai nuovi posti di lavoro è riservata a personale altamente specializzato. Per contrastare fenomeni di questo tipo è necessario che le strategie e le azioni messe in atto per conseguire un vantaggio in termini di attrattività siano sviluppate a partire dalle caratteristiche geografiche, culturali, economiche e sociali di un dato territorio e siano capaci di rispondere alle istanze sollevate da ciascuno di questi aspetti.

L'apertura dei mercati, il progressivo accorciarsi delle distanze – favorito dalla vasta offerta di voli *low-cost* -, le infinite possibilità di comunicazione messe a disposizione da Internet e dalle nuove tecnologie, hanno rafforzato il legame esistente tra la nozione di attrattività e quella di competitività, in quanto le città concorrono per accaparrarsi le stesse risorse. Ne sono un esempio le *second cities*, ossia quelle città che oggi “si contendono posizioni di rilievo per dimostrarsi attrattive nei confronti delle opportunità di sviluppo o di rilancio su scala globale”.

Tuttavia il vero problema messo in evidenza dagli autori dei vari contributi riguarda il futuro della nozione di attrattività alla luce dell'attuale contesto di crisi. Le domande a cui politici ed esperti di pianificazione territoriale e culturale sono chiamati a rispondere diventano allora: quale attrattività? E, soprattutto, per chi?

Il volume si presenta diviso in tre parti. La prima ospita il dibattito sulla nozione di attrattività; la seconda indaga l'attrattività territoriale nei contesti metropolitani presentando i casi di Parigi, Londra e Seoul; la terza si sofferma sulle strategie per migliorare l'attrattività, partendo dal racconto delle azioni intraprese da città come Torino e Palermo in Italia, e Lille in Francia.

Tafter Journal

Esperienze e strumenti per cultura e territorio

Tafter Journal

scritto da Vittoria Azzarita il 1 Ottobre 2010

Nuovi scenari per l'attrattività delle città e dei territori

Dibattiti, progetti e strategie in contesti metropolitani mondiali

A cura di Patrizia Ingallina

FrancoAngeli, 2010

Euro 29



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)