



HAL
open science

La “smart city”, dall’immaginario urbano alle logiche di mercato del digitale

Ornella Zaza

► **To cite this version:**

Ornella Zaza. La “smart city”, dall’immaginario urbano alle logiche di mercato del digitale. Egidio Dansero; Maria Giuseppina Lucia; Ugo Rossi; Alessia Toldo. (S)radicamenti, 15, Società di Studi Geografici, pp.397-404, 2017, Memorie Geografiche, 978-88-908926-3-9. hal-02541046

HAL Id: hal-02541046

<https://hal.science/hal-02541046>

Submitted on 4 Jun 2020

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L’archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d’enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



La “smart city”, dall’immaginario urbano alle logiche di mercato del digitale

Ornella Zaza, Egidio Dansero, Maria Lucia, Ugo Rossi, Alessia Toldo

► To cite this version:

Ornella Zaza, Egidio Dansero, Maria Lucia, Ugo Rossi, Alessia Toldo. La “smart city”, dall’immaginario urbano alle logiche di mercato del digitale. (S)radicamenti, 15, Società di Studi Geografici, 2017, 978-88-908926-3-9. hal-02541046

HAL Id: hal-02541046

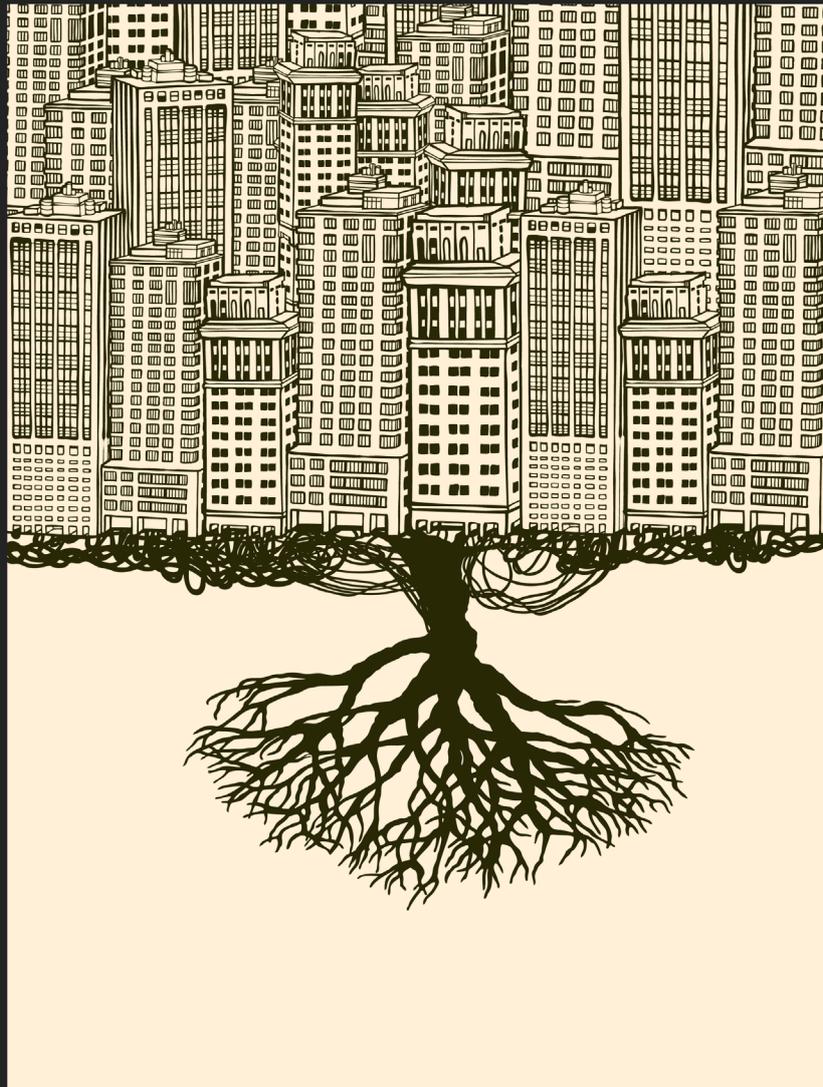
<https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-02541046>

Submitted on 4 Jun 2020

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L’archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d’enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

(S)radicamenti



MEMORIE GEOGRAFICHE
nuova serie / n. 15 / 2017



MEMORIE GEOGRAFICHE

Giornata di studio della Società di Studi Geografici
Torino, 16 dicembre 2016

(S)radicamenti

a cura di
Egidio Dansero, Maria Giuseppina Lucia,
Ugo Rossi e Alessia Toldo



(S)radicamenti è un volume delle Memorie Geografiche della Società di Studi Geografici

<http://www.societastudigeografici.it>

ISBN 978-88-908926-3-9

Numero monografico delle Memorie Geografiche della Società di Studi Geografici
(<http://www.societastudigeografici.it>)

Certificazione scientifica delle Opere

Le proposte dei contributi pubblicati in questo volume sono state oggetto di un processo di valutazione e di selezione a cura del Comitato scientifico e degli organizzatori delle sessioni della Giornata di studio della Società di Studi Geografici

Hanno contribuito alla realizzazione di questo volume:

Alba Angelucci, Nico Bazzoli, Raffaella Coletti, Egidio Dansero, Francesco Dini, Paolo Giaccaria, Viviana Langher, Mirella Loda, Maria Giuseppina Lucia, Maria Cristina Martinengo, Giacomo Pettenati, Anna Maria Pioletti, Matteo Puttilli, Francesco Quatraro, Chiara Rabbiosi, Luca Simone Rizzo, Ugo Rossi, Francesca Silvia Rota, Alessia Toldo, Sergio Zilli



Creative Commons Attribuzione – Condividi allo stesso modo 4.0 Internazionale

L'immagine di copertina è tratta da www.shutterstock.com

© 2017 Società di Studi Geografici

Via San Gallo, 10

50129 - Firenze

ORNELLA ZAZA

LA “SMART CITY”, DALL’IMMAGINARIO URBANO ALLE LOGICHE DI MERCATO DEL DIGITALE

1. CAPIRE LA TRASFORMAZIONE URBANA ATTRAVERSO I SUOI ATTORI. — Tutti ne parlano, tutti la vogliono: la “smart city”, immaginario urbano diffusosi prepotentemente nei primi anni Duemila, sembra essere l’unico futuro possibile per le città contemporanee. Le retoriche dominanti definiscono la “smart city” come una città che fa spazio alle nuove tecnologie, che utilizza meglio le sue risorse (ambientali, energetiche, alimentari), dove regna la partecipazione degli abitanti. Gli attori privati, poiché produttori di nuove tecnologie, stanno rivestendo un ruolo sempre più pregnante nel progetto della “città intelligente” di domani. L’applicazione delle logiche capitalistiche alla trasformazione urbana, benché già esistente (1), sembra vivere una nuova fase in seguito all’avvento del digitale. Le logiche di mercato e di sviluppo tecnologico del digitale hanno moltiplicato la produzione di “soluzioni” (prodotti o servizi) per la città, portando a una distinzione sempre meno netta tra “pubblico” e “privato” (categorie intese sia in termini di attori, che di obiettivi progettuali e campi di azione). La “smart city” è difatti spesso accompagnata una forte retorica della “co-costruzione” della città tra diversi attori: pubblici e privati, profit e no-profit, provenienti dall’ambito scientifico, sociale o culturale. Se le utopie concrete urbane del XX secolo erano principalmente frutto delle visioni di architetti e urbanisti (di cui il movimento modernista di Le Corbusier è un ottimo esempio) (Fishman, 1980), è impossibile identificare uno e un solo autore della “smart city”. In quest’articolo porremo dunque la seguente domanda: perché e come la “smart city” genera nuove forme di collaborazione tra diversi attori?

Per rispondere a tale domanda partiremo da un’etnografia di tre anni svolta al Comune di Parigi. Attraverso diverse interviste, ma soprattutto numerose osservazioni partecipanti (eventi pubblici, riunioni interne, pratiche lavorative), abbiamo potuto osservare i processi di pianificazione della “Parigi smart city”, analizzando il “prima” e il “dopo”, le resistenze e le trasformazioni, i radicamenti e gli sradicamenti, dovuti all’avvento del digitale. Il Comune di Parigi è l’attore centrale del nostro campo etnografico, attorno al quale mosaici di attori si sono costruiti e scomposti in una serie di progetti per la “città di domani”. Tra questi, abbiamo scelto di analizzare i progetti che erano *in primis* portati dall’attore pubblico, prevedevano in seguito l’utilizzo di tecnologie digitali, avevano inoltre l’obiettivo di “fabbricare la città” (Biau, Tapie, 2009), erano infine volgarizzati tramite la retorica della “co-costruzione” (Akrich, 2013).

Cercare di comprendere se, perché e come la “smart city” preveda la collaborazione tra diversi attori, non ci ha portato allo studio di un quartiere specifico, bensì a un campo etnografico frammentato ma indicativo, svolto a Parigi come a Bologna, Berlino, Bruxelles e San Francisco. Seguendo l’intuizione dell’antropologa Colette Pétonnet, abbiamo “fluttuato” tra diverse situazioni senza forzarle (Pétonnet, 1982), osservando un via-vai di attori che ha saputo raccontare, nella sua complessità, la trasformazione urbana attraverso il digitale. Gli interrogativi che le tecnologie digitali hanno posto al territorio durante gli anni Ottanta (la sovrapposizione tra spazio “virtuale” e “reale”, la compressione della percezione spazio-temporale, l’accelerazione, ecc.) ci hanno spinto a prediligere lo studio delle reti di attori come primo approccio al nostro oggetto di studio.

(1) Già nel 1850, il prefetto di Parigi Haussmann conseguì delle alleanze specifiche con gli immobiliari per distruggere la “vecchia Parigi” popolare e far nascere la “nuova Parigi” borghese (Harvey, 2003).



La risposta alla quale giungeremo è che il progetto della “smart city” costruisce delle nuove collaborazioni tra attori pubblici e privati. Da un lato, l’attore pubblico le influenza fortemente, territorializzando le utopie e ideologie del digitale (trasformando dunque la “smart city” in un’utopia urbana concreta) e proponendosi come mediatore tra gli attori (rendendo le interazioni meno conflittuali). Dall’altro, l’applicazione delle logiche di produzione (di prodotti o servizi digitali) alla città porta gli attori a collaborare, piuttosto che a concorrere, per l’emergenza di nuove “soluzioni” urbane.

Per giungere a tale risposta, presenteremo innanzitutto gli attori principali che collaborano al progetto della “Parigi smart city”: le grandi imprese, gli attori no-profit, gli incubatori e le start-up. Per ognuno, ne mostreremo le utopie o ideologie del digitale che li animano, le logiche di produzione che li caratterizzano, le geografie urbane che disegnano. Osservando infine il ruolo assunto dal Comune di Parigi, faremo emergere come la collaborazione tra gli attori fa convergere diversi approcci verso un’unica “città intelligente di domani” che trova ben poche opposizioni.

2. LE GRANDI IMPRESE E LA “SEMPLIFICAZIONE DELLA COMPLESSITÀ URBANA”. — Durante gli anni Ottanta, l’emergenza delle tecnologie digitali mise in crisi la cosiddetta “scienza moderna” cartesiana, per cui, grazie alla forza dell’oggettività, bastasse suddividere il reale in tante piccole parti per studiarlo e comprenderlo. Le nuove tecnologie aprivano un altro sguardo sul reale, il quale sembrava necessitare piuttosto una “scienza della complessità” per comprendere meglio gli elementi eterogenei che costituivano la contemporaneità (Morin, 1982). Le grandi imprese, motivate da logiche di vendita, hanno adattato progressivamente la loro produzione a tali cambiamenti socio-scientifici e hanno mobilitato la “scienza della complessità” per proporre nuove soluzioni tecnologiche.

Le contemporanee “piattaforme digitali urbane” per la “smart city” promettono difatti di accompagnare gli attori pubblici verso la comprensione della “complessità urbana” (gestione delle reti, analisi della mobilità, previsione della criminalità, ecc.). Tuttavia, queste piattaforme sembrano ridurre nuovamente il reale attraverso la logica della misura e della gestione, interpretando la città attraverso dati, indicatori e algoritmi che non prendono in conto il “fattore umano”.

Nel 2015 il Comune di Parigi partecipò a un progetto “smart city” assieme a altre due città europee. Un’impresa proponeva di ridurre il consumo energetico degli edifici a uso abitativo attraverso l’installazione di sensori con cui misurare una serie di fattori quantificabili (il meteo, l’orario, l’occupazione degli spazi, la temperatura degli ambienti, ecc.) e di conseguenza regolare la fornitura di gas, acqua ed elettricità. Durante le riunioni di progetto, diversi attori argomentavano che tali soluzioni tecnologiche non erano realmente in grado di ridurre il dispendio energetico poiché non prendevano in conto il “fattore comportamentale” (lasciare la finestra aperta, dimenticare la luce accesa, ecc.).

L’ultima frontiera delle “piattaforme digitali urbane” è difatti l’integrazione del “fattore umano”, utilizzando algoritmi per predire i comportamenti umani, *serious games* per influenzare le pratiche umane o dispositivi per automatizzare i gesti domestici (apertura e chiusura automatica delle finestre, accensione e spegnimento automatico delle luci, ecc.). L’ideologia di una “tecnica che tutto può” sembra paradossalmente rinforzarsi, a fronte di una concezione della “complessità urbana”: l’ossessione per i numeri e l’approccio quantitativo, di cui le grandi imprese sono i principali portavoce, sembrano porsi al centro del dibattito e delle pratiche sulla città.

Analizzando le immagini pubblicitarie delle grandi imprese del digitale, possiamo notare come effettivamente la “complessità urbana” sia divenuta progressivamente oggetto dei portfolio aziendali (Fig. 1). Le immagini dagli anni Venti agli anni Cinquanta raffiguravano ambienti interni, per lo più domestici (con una forte preponderanza della figura femminile) e dominati dai prodotti aziendali. Durante gli anni Ottanta avvenne un primo spostamento dall’interno (spazio domestico) all’esterno (spazio lavorativo): apparvero le prime fotografie dei luoghi di lavoro, in cui la prestazione tecnologica dei prodotti era prevalentemente valorizzata. Oggi, le immagini pubblicitarie dei principali colossi dell’informatica (tra cui Siemens, Cisco o IBM) raffigurano per la maggior parte scene immerse nello spazio urbano (spesso pubblico), in cui la presenza umana è una traccia quasi impercettibile.



Fig. 1 – Evoluzione delle immagini pubblicitarie di Siemens, dagli anni Venti al 2011.

Fonte: da sinistra a destra: http://www.gracesguide.co.uk/Siemens_Brothers_and_Co; <https://fr.pinterest.com/siemenshomed/siemens-historie>; <http://www.techrepublic.com/pictures/vintage-computer-advertisements-from-the-late-1970s/>; <http://www.anaheim.net>.

In un “campo economico” (Bourdieu, 1997) in cui lo spazio urbano sembra essere diventato un’ossessione, la risoluzione della “complessità urbana” ha aperto un nuovo mercato di prodotti e servizi digitali urbani alle grandi imprese.

Oggi le infrastrutture urbane sono molto più intelligenti poiché comunicano, permettono di far risalire le informazioni e, con ciò, permettono di generare dei nuovi utilizzi. Attraverso questo progetto, vorremmo sperimentare sulla scala di un quartiere l’insieme degli usi, in funzione e in adeguatezza dei bisogni. [...] Ciò significa che siamo in capacità di misurare, ed è qui tutta la posta in gioco, tutto ciò che succede in un quartiere e di porre alle infrastrutture urbane l’intelligenza di misura, dei sensori, della raccolta e trattamento dei dati (2).

La geografia urbana disegnata dalle grandi imprese del digitale è quella delle reti, delle infrastrutture, degli elementi in relazione, dei fattori interdipendenti, dei dati da incrociare. La scala di riferimento è quella della città, immaginata come una serie di quartieri in relazione secondo calcoli previsionali e matematici. Il tassello che le grandi imprese apportano alla “smart city” è quello del calcolo oggettivo, della misura, della gestione della complessità.

3. GLI ATTORI NO-PROFIT E LA “DEMOCRATIZZAZIONE DEL DIGITALE”. — Negli anni Novanta la diffusione di massa delle nuove tecnologie (alimentata dalla commercializzazione di tecnologie “individualizzanti”, come il personal computer), fu accompagnata da una forte critica al “totalitarismo tecnocratico” (Latouche, 2013). La considerazione dei fattori sociali, economici e culturali non poteva più essere elusa e le associazioni no-profit si fecero, più di altri, portatrici dell’utopia di un “digitale democratico”.

In quel periodo, Lionel Jospin fu nominato primo ministro in Francia. Definito da molti come il padre del “digitale pubblico”, Jospin lanciò un’enorme campagna politica che applicava i valori della Repubblica (libertà, uguaglianza, fraternità) al digitale: per la prima volta i poteri pubblici accompagnavano i cittadini verso la “rivoluzione digitale”. Diverse politiche furono attivate contro le disuguaglianze per l’accesso al digitale, tra cui la creazione degli *Espaces Publics Numériques* (“Spazi pubblici digitali”, in seguito EPN). La presenza sul territorio di locali associativi aperti al pubblico, caratterizzati da postazioni Internet gratuite e un programma formativo, avrebbe assicurato l’accesso al digitale alle popolazioni più escluse. Attribuendogli uno statuto associativo, il governo francese definì ruolo, localizzazione e raggio d’azione degli EPN, affinché divenissero i luoghi simbolo del “pubblico” (Delgado, 2016). “Per la gente non sono una start-up, sono un’associazione! Per cui faccio parte del Comune: lavoro per il bene collettivo, il bene comune!”, riassumeva il fondatore di un’associazione del digitale intervistato (3).

(2) Intervista a un’impresa del digitale, Parigi, 11 marzo 2016.

(3) Intervista al fondatore di un’associazione del digitale, Parigi, 12 gennaio 2016.

La dimensione “pubblica” degli EPN non è esclusivamente rappresentata dall’accesso libero, ma soprattutto dall’azione volontaristica dei comuni verso la “rivoluzione digitale”. Nel *masterpiece* della cultura digitale “Le comunità virtuali”, Rheingold (1991) s’interrogava sulle motivazioni dell’insuccesso dei *parental forum* (forum online dedicati alle questioni familiari) in Francia. Egli suppose che il loro successo negli Stati Uniti fosse dovuto alla mancanza di spazi pubblici in cui potessero emergere legami sociali, quando invece in Francia i bar di quartiere rispondevano a tale necessità. La nascita degli EPN confermava la supposizione di Rheingold: in Francia, lo spazio “pubblico” non poteva essere associato esclusivamente alla dimensione “virtuale”, ma necessitava quella “fisica”.

Prevalentemente supportati da finanziamenti pubblici (di cui in gran parte comunali), i fondatori degli EPN si sentono oggi abbandonati dalle autorità pubbliche. Mentre gli EPN chiudono per mancanza di finanziamenti (oggi a Parigi ve ne sono 15, contro 30 degli anni Novanta), altre “associazioni del digitale” sono emerse. Se gli EPN basano tutta la loro azione sull’“alfabetizzazione” al digitale (ispirandosi alle pratiche dell’educazione popolare), le nuove associazioni non riconoscono la frattura digitale – credendo che una panoplia di pratiche e strumenti digitali (Labelle, 2007) faccia oramai totalmente parte del quotidiano. Di conseguenza, queste ultime nascono attorno a dinamiche progettuali: creano collaborazioni con i fab-lab e gli attori dell’innovazione, organizzano workshop di “fabbricazione digitale”, considerano gli abitanti come attivi *bricoleurs* del digitale. L’obiettivo è creare “soluzioni urbane cittadine”, per una “smart city” a misura di “smart cittadino”. Distanziandosi dall’approccio no-profit, le nuove associazioni del digitale si aprono alle logiche imprenditoriali della produzione di prodotti o servizi digitali, posizionandosi – in tensione e in transizione – tra gli EPN e le piccole imprese.

Io non sono in questo miserabilismo digitale [...]. C’è veramente quest’idea [...] di drammatizzare il digitale, di banalizzarlo, di mostrare che non è qualcosa di complicato, che non vi riguarda. [...] E non ho voluto essere semplicemente in una critica retorica dell’algoritmo, ma ho voluto passare al campo della pratica e dell’impegno associativo, per fare in modo che la smart city [...] non trascurasse appunto i cittadini e le loro pratiche digitali. [...] La rivoluzione digitale è già fatta! Ciò che chiamiamo 2.0, è totalmente amalgamato alla vita quotidiana! (4).

Tuttavia, la geografia disegnata da entrambe le tipologie di associazioni è principalmente quella del quartiere, della prossimità. A Parigi, se gli EPN si trovano volontariamente nei quartieri affetti da specifiche politiche pubbliche nazionali (Fig. 2), le altre associazioni, pur non risiedendovi, attivano frequentemente i loro progetti nei quartieri “svantaggiati”. Una di queste associazioni ad esempio ha attivato nel 2014 un progetto per produrre dei sensori domestici per il calcolo dei consumi energetici. Il progetto prevedeva l’organizzazione di workshop con gli abitanti per l’auto-fabbricazione dei sensori: tali eventi (come d’altronde tutto il progetto) furono realizzati nelle corti di due case popolari parigine. La scelta di tali territori sembra non soltanto simboleggiare l’impegno civico delle associazioni del digitale, ma contribuisce anche al riconoscimento di tali progetti da parte dei poteri pubblici. Braccio destro dei comuni (se non altro a causa dei finanziamenti pubblici), le associazioni del digitale disegnano prevalentemente una geografia della “smart city” della necessità, della prossimità, del quartiere e dello spazio “pubblico”.

4. LE START-UP, GLI INCUBATORI E “L’APERTURA DEI PROCESSI DI GOVERNANCE”. — Le start-up sono sicuramente gli attori più citati nei discorsi sulla “smart city”. Strutture aziendali per natura “flessibili” (Marty, 2004), le start-up si caratterizzano per la mancanza di una separazione netta tra tempo libero e tempo di lavoro e per la tendenza alla collaborazione con altri attori economici.

(4) Intervista a una fondatrice di un’associazione del digitale, Parigi, 18 maggio 2015.

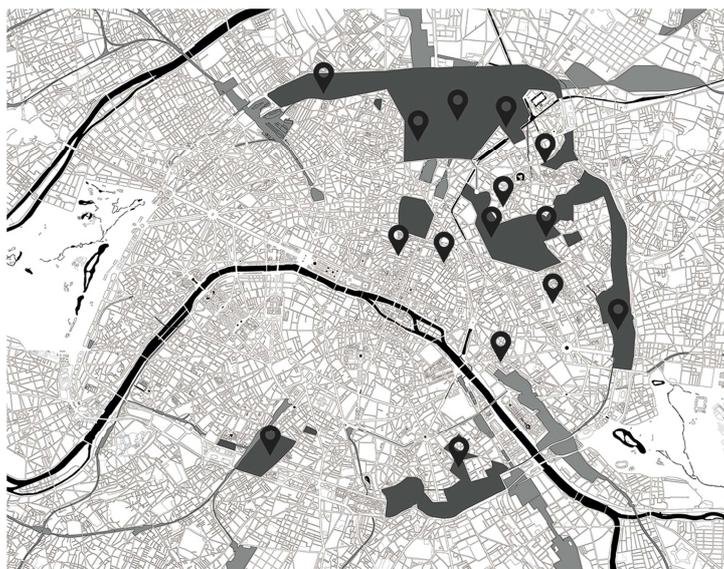


Fig. 2 – Carta della localizzazione degli EPN e dei *quartiers prioritaires de la politique de la ville* (“quartieri prioritari della politica della città”) di Parigi, quartieri affetti da politiche pubbliche nazionali specifiche.

Fonte: immagine prodotta dall'autore.

La teoria dell'*open innovation* di Henry Chesbrough (influenzata dal boom delle nuove tecnologie e ispirata dai movimenti dell'*open source*) afferma che l'emergenza di soluzioni innovative o di nuovi mercati è maggiormente facilitata dalla collaborazione, piuttosto che dalle logiche imprenditoriali della concorrenza e dei segreti aziendali (Fig. 3). Attraverso la diffusione della teoria dell'*open innovation*, l'immaginario dell'“apertura” ha progressivamente caratterizzato le start-up e influenzato gli attori economici del digitale, trasformando alcune pratiche fondanti del “digitale libero” (come quella dell'*open source*) in vere e proprie strategie di mercato (Broca, 2013).

C'è un modo di lavorare che è divertente. Parliamo tutto il tempo di ecosistema, ed è vero che ci sono tante strategie collaborative. Abbiamo un vero obiettivo nel lavorare in rete con gli altri, laddove le aziende mettono invece delle barriere. [...] In passato, ho passato tanto tempo a San Francisco [...] e lì incontri della gente allucinante, che prende il tempo di spiegarti le loro cose, di darti dei consigli, di condividere dei codici [informatici] è qualcosa di assai particolare per questa tipologia d'impresa [la start-up] (5).

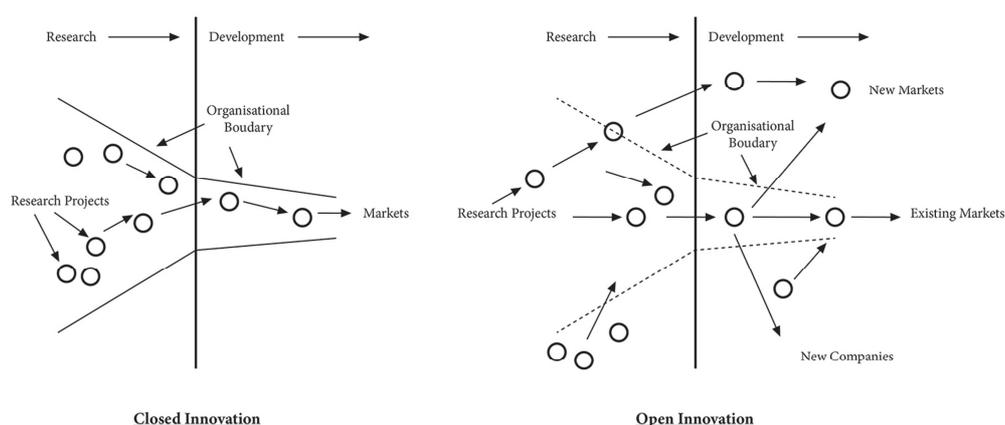


Fig. 3 – Schema dell'innovazione chiusa e dell'innovazione aperta secondo Henry Chesbrough.

Fonte: https://www.researchgate.net/publication/228216283_Virtual_Organizations_as_Temporary_Organizational_Networks_Boundary_Blurring_Dilemmas_Career_Characteristics_and_Leadership.

(5) Intervista alla fondatrice di un'associazione del digitale, Parigi, 3 maggio 2016.

Durante gli anni Duemila, la retorica dell'apertura contaminò anche i poteri pubblici. Per la prima volta, il presidente degli Stati Uniti, Barack Obama, affermava nel 2009 di poter creare un governo più giusto e democratico attraverso l'apertura dei dati (*open data*) e l'apertura dei sistemi di governance (*open government*). Poco più tardi, il Comune di Parigi inaugurò la piattaforma *open-data.paris* nel 2011 e nel 2013 organizzò diversi eventi ispirati ai metodi dell'open innovazione (*hackathon, meetup*, ecc.) invitando le start-up a partecipare. "Aprire" significava per gli attori pubblici non solo costruire dei consorzi multi-attori, fenomeno già esistente nei processi di trasformazione urbana (Pinson, 2006), ma rimetteva in discussione tutta l'azione pubblica. Non si trattava solo di "fare insieme" (Sennett, 2014), ma di trovare dei nuovi metodi lavorativi attraverso i quali gestire l'incertezza di un sistema di *governance* aperta.

Siamo capaci di aiutare la gente a gestire l'incertezza e a mantenerla più tempo possibile, a non decidere troppo velocemente, a lasciare una porta aperta! [...] E ciò richiede della fiducia da parte loro [in noi] e un metodo che dica "ok, oggi non lo sappiamo, ma sappiamo a che momento decideremo e come lo faremo". Sappiamo gestire le incertezze sino a dei momenti assai tardivi del progetto e sappiamo guidare le strutture più classiche a tenere le porte aperte per più tempo di ciò che farebbero abitualmente (6).

L'"incertezza" è una caratteristica propria ai metodi lavorativi delle start-up. Figlie di un mercato digitale in crescita, le start-up sono mosse dalle logiche dell'accelerazione e il rischio. Il loro obiettivo è di commercializzare un nuovo prodotto o servizio in tempi brevissimi, mobilizzando somme di capitali eccezionali. Le start-up non cercano di stabilizzare la produzione in un'ottica di strategia aziendale, piuttosto puntano a giocare una "mano di poker" sul mercato delle nuove tecnologie (Marty, 2004). Il risultato, al quale gli attori pubblici devono confrontarsi, è dunque una produzione incessante di nuove "soluzioni", in cui obsolescenza e innovazione ne sono le logiche principali.

In tale contesto, gli incubatori sono delle strutture nate per accompagnare la nascita ("incubazione") e crescita ("accelerazione") delle start-up e per incentivare la collaborazione ("open innovation") tra gli attori. Il NUMA è l'incubatore di start-up più famoso di Parigi. Caratterizzato da un forte afflusso di visitatori, l'edificio incarna l'ideologia dell'apertura sin dall'organizzazione dello spazio. Il piano terra è totalmente accessibile e aperto al pubblico e le mura sono in gran parte vetrate, permettendo ai frequentatori di guardare all'esterno e ai passanti di osservare l'interno.

Abbiamo una nozione di apertura che ci definisce davvero. Il luogo la incarna, è la cosa più visibile, ma è davvero una maniera di lavorare. Ogni volta che abbiamo un progetto, la prima domanda è "con chi potremmo farlo?" [...] e mai "non bisogna dirlo a nessuno, lo teniamo per noi", mai! [...] Tra l'apertura e la chiusura sceglieremo sempre l'apertura. Non esiste una carta per entrare, non ci sono membri del NUMA! (7).

Le start-up e gli incubatori disegnano una nuova geografia urbana della produzione. Al posto degli stabilimenti produttivi o degli uffici aziendali emergono dei luoghi "aperti", attraversati da incontri pubblici, workshop inter-aziendali ed eventi internazionali, in cui dominano indiscusse le logiche della collaborazione tra gli attori per produrre nuove "soluzioni".

5. LA "SMART CITY": UN IMMAGINARIO URBANO ACCELERATORE DELLA PRODUZIONE? — Grandi imprese, associazioni no-profit, start-up e incubatori: perché e in che modo dunque tali diverse tipologie di attori collaborano assieme per il progetto della "smart city"?

Nel luglio 2015, il Comune rese pubblico il piano d'azione per una "Parigi smart city". Nato dopo un anno di riflessioni e riunioni interne all'amministrazione, il documento presentava tre concetti chiave su cui fondava la strategia "smart city" parigina (la "città aperta", la "città connessa" e la "città

(6) Intervista al fondatore di un incubatore di start-up, Parigi, 9 ottobre 2015.

(7) Intervista al fondatore di un incubatore di start-up, Parigi, 9 ottobre 2015.

sostenibile”), per poi dettagliare una serie di progetti che il Comune avrebbe attivato entro il 2020 (fine del mandato del sindaco in carica). A tale occasione, il Comune lanciò il “Comitato dei Collaboratori” (*Comité des Partenaires*): grandi imprese, associazioni, start-up e incubatori erano invitati a partecipare a una serie di workshop del Comune per “co-costruire la smart city”. L’obiettivo era di stimolare una discussione sul documento, per far evolvere la strategia “smart city” comunale integrando i progetti e le strategie degli attori sul territorio.

Attraverso il piano d’azione “Parigi smart city”, innanzitutto l’attore pubblico territorializzava e legittimava l’immaginario della “smart city”, trasformandolo in un’utopia urbana concreta. Benché ogni attore disegnasse la propria geografia urbana del digitale (le reti connesse, i quartieri “svantaggiati”, i luoghi del “lavoro flessibile”), ad oggi in Francia solo l’attore pubblico può conferire alla “smart city” un impatto urbano globale, trasformandola in un vero e proprio obiettivo politico.

In secondo luogo, il Comune di Parigi ha influenzato l’emergenza e la stabilità delle reti multi-attori attraverso il “Comitato dei Collaboratori”. Piuttosto che rimanere escluso dalla “rivoluzione digitale”, il Comune si è proposto come “mediatore” della rete di attori, prendendone così parte attiva e influenzandone la composizione. È interessante notare ad esempio come le start-up siano spesso mobilitate poiché più “flessibili” delle grandi imprese e più tecnologicamente avanzate delle associazioni. Così facendo, il Comune riesce più facilmente a orientare le innovazioni tecnologiche delle start-up verso gli obiettivi comunali (ad esempio pretendendo la creazione di software *open source* e non proprietari) e ad assorbire le conoscenze tecnologiche all’interno dell’amministrazione pubblica stessa (data la tendenza alla condivisione di hardware o software).

La tendenza a “produrre soluzioni” per la “smart city” ci svela infine la seconda causa scatenante della collaborazione tra attori pubblici e privati, profit e no-profit, piccoli e grandi: le logiche di produzione di nuovi prodotti o servizi applicati alla città domandano un approccio interdisciplinare che porta i diversi attori a collaborare, piuttosto che a concorrere. Il “fare insieme” (Sennett, 2013) della “smart city” sembra essere direttamente proporzionale al mercato delle nuove tecnologie digitali, un mercato influenzato sia dall’avanzamento tecnologico che dal fattore sociale (Breton, 2006), al quale nessun attore sembra riuscire a far fronte individualmente. Le “piattaforme urbane digitali” delle grandi imprese hanno il limite di non prendere in conto il “fattore umano”, sul quale invece si basa l’azione delle associazioni no-profit, mentre le start-up e gli incubatori alimentano incessantemente l’emergenza di nuove tecnologie che ne fanno evolvere le caratteristiche.

La “città intelligente di domani” non è dunque più immaginata e realizzata esclusivamente dai professionisti dello spazio urbano (architetti, urbanisti, ingegneri), ma è influenzata da altri attori economici in precedenza estranei al progetto della città. Ci sembra dunque opportuno chiedersi se le logiche di mercato del digitale non rischino forse di alimentare degli immaginari urbani acceleratori della produzione di “soluzioni” (prodotti o servizi), che dunque pensano le città come dei territori sempre più “da usare” e sempre meno “da vivere”.

BIBLIOGRAFIA

- AKRICH M., “Co-construction”, in CASILLO I., BARBIER R., BLONDIAUX L., CHATEAURYNAUD F., FOURNIAU J.-M., LEFEBVRE R., NEVEU C., SALLES D. (a cura di), *Dictionnaire critique et interdisciplinaire de la participation*, Paris, GIS Démocratie et Participation, 2013, <http://www.dicopart.fr/es/dico/co-construction>.
- BIAU V., TAPIE G., *La fabrication de la ville. Métiers et organisations*, Marsiglia, Editions Parenthèses, 2009.
- BOURDIEU P., “Le champ économique”, *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, 119, 1997, pp. 48-66.
- BRETON P., “Imaginaire technique et pensée du social”, *Sociétés*, 3, 2006, n. 93, pp. 69-76.
- BROCA S., *Utopie du logiciel libre. Du bricolage informatique à la réinvention sociale*, Neuvy-en-Champagne, Le Passager clandestin, 2013.
- DELGADO M., *L’espace public comme idéologie*, Tolosa, Collectif des Métiers de l’Édition, 2016.
- FISHMAN R., *L’utopie urbaine au XXe siècle*, Bruxelles, Editions Mardaga, 1980.
- HARVEY D., *Paris, Capital of Modernity*, Abingdon, Routledge, 2003.

- LABELLE S., *La ville inscrite dans "la société de l'information": formes d'investissement d'un objet symbolique*, Tesi di dottorato, CELSA77 Paris-Sorbonne, 2007.
- LATOUCHE S., *Jacques Ellul contre le totalitarisme technicien*, Neuvy-en-Champagne, Le Passager Clandestin, 2013.
- MARTY O., *Klikoo.com: Ethnographie d'une start up*, Parigi, Editions Le Manuscrit, 2004.
- MORIN E., *Science avec conscience*, Parigi, Librairie Arthème Fayard, 1982.
- PETONNET C., "L'observation flottante. L'exemple d'un cimetière parisien", *L'Homme*, 22, 1982, n. 4, pp. 37-47.
- PINSON G., "Projets de ville et gouvernance urbaine", *Revue française de science politique*, 4, 2006, n. 56, pp. 619-651.
- RHEINGOLD H., *The Virtual Community: Finding Connection in a Computerized World*, New York, Harper Collins, 1993.
- SENNETT R., *Faire ensemble. Pour une éthique de la coopération*, Parigi, Albin Michel, 2014.

Université Paris Nanterre; ornellazaza@gmail.com

RIASSUNTO: La moltiplicazione di "soluzioni" urbane (prodotti o servizi) per la "smart city" sembra provocare una distinzione sempre meno netta tra le categorie del "pubblico" e del "privato", generando nuove forme di collaborazione multi-attori (Pinson, 2006). Durante un'etnografia di tre anni, abbiamo potuto osservare diverse situazioni (Pétonnet, 1982) in cui l'evoluzione delle reti degli attori ha potuto raccontare i processi di trasformazione urbana attraverso il digitale. In quest'articolo vedremo come l'attore pubblico influenza la costruzione di reti multi-attori territorializzando l'immaginario della "smart city" e proponendosi come mediatore della "co-costruzione" (Akrich, 2013). L'applicazione delle logiche di produzione a un oggetto interdisciplinare come quello della città porterà gli attori a collaborare, piuttosto che a concorrere, per l'emergenza di nuove "soluzioni" urbane digitali.

SUMMARY: The production of new "urban smart solutions" (products or services) seems to blur more and more the distinction between the "public" and the "private" categories, generating new forms of multi-actors partnership (Pinson, 2006). Thanks to an ethnographic fieldwork of three years, we have observed different situations (Pétonnet, 1982) in which the evolution of actors' networks shown the urban transformation's processes due to the "digital revolution". In this article we will explain the way public authorities influence the construction of multi-actors' networks, urbanising the "smart city" imaginary and playing a key role as the mediator of "co-construction" (Akrich, 2013) processes. Thus, the logics of production, applied to an interdisciplinary object as the city, will bring players to cooperate, rather than compete, for the emergence of new digital urban "solutions".

Parole chiave: smart city, etnografia, Parigi

Keywords: smart city, ethnography, Paris

INDICE

LIDIA SCARPELLI, <i>Presentazione</i>	pag.	5
EGIDIO DANSERO, MARIA GIUSEPPINA LUCIA, UGO ROSSI, ALESSIA TOLDO, <i>Introduzione – Dopo la grande crisi: l'Italia e l'economia globale tra radicamento e sradicamento socio-territoriale</i>	»	9

Sezione 1 – Neo-centralismo e territorio fra Aree Vaste, Città metropolitane e Legge 56

FRANCESCO DINI, SERGIO ZILLI, <i>Introduzione</i>	»	15
FIRENZO FERLAINO, FRANCESCA SILVIA ROTA, <i>Oltre la crisi: il ruolo delle città metropolitane</i>	»	17
ALBERTO CERIANI, FEDERICA SIGNORETTI, <i>Confini a prova di riordino. Evidenze dalla Lombardia</i>	»	27
SERGIO ZILLI, <i>Il riordino amministrativo dopo la Legge 56 e la sua declinazione nelle regioni a statuto speciale. Il caso del Friuli Venezia Giulia</i>	»	35
MARINA FUSCHI, FABRIZIO FERRARI, <i>L'Abruzzo “oltre” la proposta di riordino istituzionale. Le ragioni del territorio</i>	»	43
CONCETTINA PASCETTA, <i>Amministrazione e territorio in Molise: recenti sviluppi di un rapporto in evoluzione</i>	»	53
LUDOVICA LELLA, <i>La Città Metropolitana di Torino: la dimensione territoriale della competitività. il caso di della zona omogenea di Pinerolo</i>	»	61
STEFANO DE RUBERTIS, MARILENA LABIANCA, <i>Continuità, discontinuità e limiti delle forme di cooperazione intercomunale in Puglia</i>	»	69
ALESSANDRA GHISALBERTI, <i>Verso nuovi sistemi urbani in rete: il riordino territoriale e le aree vaste in Italia</i>	»	79
ANDREA GIANANTI, <i>Aree vaste: definitivo sradicamento oppure occasione per la ricerca di una nuova identità territoriale?</i>	»	87
ELISA TIZZONI, <i>I territori turistici e la Legge 56: questioni aperte e primi bilanci</i>	»	93
FRANCESCO DINI, PATRIZIA ROMEI, <i>Cuius lex (56) eius limes: la Città Metropolitana di Firenze</i>	»	101

Sezione 2 – (S)radicamenti urbani: mutamento, identità e partecipazione nella città globale

ALBA ANGELUCCI, NICO BAZZOLI, <i>Introduzione</i>	»	113
VALERIA FERRARETTO, SILVIA FERRARI, VERBENA GIAMBASTIANI, <i>Luogo, eterotopia, non-luogo. una breve storia intellettuale dello spazio del Novecento</i>	»	117

ANTONELLO SCIALDONE, Fabbisogni di assistenza delle popolazioni di origine straniera ed accesso ai servizi	pag. 123
VALERIA RAIMONDI, Oltre il campo: strategie dei rifugiati per un'accoglienza autogestita. il caso di Atene	» 131
SERGIO POLLUTRI, SILVIA SERACINI, BARBARA VALLESI, Le città "invisibili"? La concentrazione delle popolazioni straniere attraverso i dati dell'ultimo censimento: analisi sub-comunali e per nazionalità nei territori marchigiani	» 137
GIUSEPPE REINA, Segregazione residenziale negli Stati Uniti: il fenomeno del <i>passing</i>	» 145
GIANNI PETINO, LUCA RUGGIERO, La realtà dei paradigmi locali dell'auto-organizzazione come forma di "resistenza" e la "questione culturale" in un'importante città del Mezzogiorno	» 153
MAURO SPOTORNO, Clusterizzazione, gentrificazione e turismo nella città di Marrakech	» 161
LUGI SCROFANI, MASSIMO LEONE, Il commercio e le botteghe storiche tra mutamento dell'identità e tentativi di sradicamento nelle città contemporanee. il caso di Catania	» 169
MARIA ANTONIETTA CLERICI, Paesaggi urbani del commercio in trasformazione: quale ruolo per i negozi storici?	» 177
LYDIA POSTIGLIONE, Le "necessità condivise": molteplicità decisionali	» 183
BERNARDO CARDINALE, ROSY SCARLATA, Eventi sismici, (ri)costruzioni e (s)radicamenti: un'analisi della dinamica migratoria del "cratere" aquilano	» 193

Sezione 3 – Politiche per gli spazi marginali delle città

RAFFAELLA COLETTI, CHIARA RABBIOSI, <i>Introduzione</i>	» 205
CAROLINA MUDAN MARELLI, Politiche prioritarie, attori locali e processi di mercificazione dello stigma territoriale	» 209
RAFFAELLA COLETTI, FILIPPO CELATA, Politiche pubbliche e orti condivisi a Roma: tra promozione e controllo	» 217
CARLO SALONE, SARA BONINI BARALDI, GIAN GAVINO PAZZOLA, Dinamiche socio-spaziali nella produzione culturale urbana. Uno studio su Barriera di Milano, Torino	» 225
ELENA COLLI, Coltivare Milano: un focus sugli strumenti dell'azione pubblica per la valorizzazione del verde urbano	» 233
FAUSTO MARINCIONI, CRISTINA CASAREALE, FULVIO TOSERONI, Quarant'anni di terremoti nell'Italia centrale: influenze globali e problematiche locali alla base delle azioni di (s)radicamento territoriale	» 243

Sezione 4 – Il ruolo ambivalente dei mega eventi: tra ricadute turistiche ed eredità

ANNA MARIA PIOLETTI, <i>Introduzione</i>	» 251
MARCO BROGNA, VALERIA COCCO, I grandi eventi come sfida per la riqualificazione del territorio	» 255

DONATELLA CARBONI, I grandi eventi sportivi per un rilancio strategico in termini economici e dell'immagine di un luogo: il caso dell'America's Cup World Series a Napoli	pag. 261
GIAN LUIGI CORINTO, I <i>garden festival</i> tra identità locale, turismo e organizzazione urbana	» 269
ROSARIO DE IULIO, I mega eventi e lo sviluppo turistico delle città. il caso di Lisbona	» 277
ROSALINA GRUMO, L'evento "European Capital of Culture": identità, innovazione e impatti negli spazi urbani	» 287
CHITO GUALA, SONIA FERRARI, Eventi, turismo e territorio	» 295
ANTONIETTA IVONA, La diffusione della conoscenza dei luoghi attraverso gli eventi culturali locali	» 305
GUIDO LUCARNO, Mega eventi e riutilizzazione di aree dismesse: il caso di Expo 2015 a Milano	» 313
RACHELE PIRAS, Il futuro degli spazi urbani: il doppio gioco dei mega eventi come possibile riscrittura delle nostre città	» 321
DONATELLA PRIVITERA, Eventi urbani e spazio pubblico. il festival di <i>street art</i> tra territorialità e globalità	» 327
FRANCESCA RINELLA, Dal rito locale della "taranta" alla "pizzica globale"	» 335

Sezione 5 - Le radici del male. Quando il radicamento alimenta la violenza

FRANCESCA SILVIA ROTA, <i>Introduzione</i>	» 343
ERNESTO CALOGERO SFERRAZZA PAPA, Teicopolitica e ultramodernità. appunti per una filosofia del muro	» 345
DANIELE PARAGANO, Militarizzazione e violenza. Il radicamento nelle geografie del militarismo come possibile elemento della violenza	» 351
SABRINA SPAGNUOLO, SERENELLA STASI, Sulle spalle dei giganti, le teorie di Simone Weil per comprendere lo sradicamento contemporaneo. L'analisi dei conflitti delle periferie romane attraverso le narrazioni sui social network	» 357

Sezione 6 - La nuova industria della felicità? Promesse e contraddizioni della città neo-imprenditoriale

UGO ROSSI, <i>Introduzione</i>	» 367
SIMONETTA ARMONDI, Geografie delle produzioni a Milano. promesse e contraddizioni della direttrice nord	» 371
ARTURO DI BELLA, Favela hi-tech: urbanesimo smart e governo della povertà a Rio de Janeiro	» 377
ANNA PAOLA QUAGLIA, "Are you allowed not to enjoy?" imprenditori di se stessi e spazi di appartenenza: un caso etnografico di micro-fisica del potere	» 383

DIEGO DANILO VITELLO, Rappresentazioni economiche e trasformazioni urbanistiche a Torino: dalla transizione post-fordista alla <i>knowledge economy</i>	pag. 389
ORNELLA ZAZA, La “smart city”, dall’immaginario urbano alle logiche di mercato del digitale	» 397

Sezione 7 – Geografie del cibo: tra sradicamenti, deterritorializzazione e strategie di resistenza

ALESSIA TOLDO, GIACOMO PETTENATI, <i>Introduzione</i>	» 407
LORENZO CORSINI, FILIPPO RANDELLI, BENEDETTO ROCCHI, SABINA GIAMPAOLO, On-farm and regional factors affecting the participation of farmers to alternative food networks	» 411
NUNZIA BORRELLI, FRANCESCA BRUNETTI, LUCA DACONTO, RAFFAELLA SALA, Food system e processi di <i>re-embedding</i> . un’analisi spaziale degli <i>alternative food networks</i> nella città metropolitana di Milano	» 419
SIMON MAURANO, Tra <i>alternative food networks</i> e politiche urbane del cibo a partire dal caso di Bergamo. Spunti di riflessione dall’esperienza sul campo	» 427
MONICA BERNARDI, DAVIDE DIAMANTINI, Pratiche e politiche legate al cibo. Milano e il <i>food sharing</i>	» 435
LAURA ANGELA CERIOTTI, <i>Food strategy</i> e multifunzionalità nella filiera corta. Il caso del consumo di riso nei giovani e le sue potenzialità di creare <i>community</i>	» 443
LUCA BATTISTI, FEDERICA LARCHER, MARCO DEVECCHI, L’orto come strumento di educazione ambientale e inclusione sociale. esperienze multidisciplinari nella città di Torino	» 453
VALENTINA CATTIVELLI, Milano: la città degli orti	» 461
GIOVANNA GALEOTA LANZA, Food between cultural identity and deterritorialization of products. What remains of the Mediterranean in the Mediterranean diet?	» 471
ANNUNZIATA VITA, Il cibo tra logiche di mercato e sostenibilità della produzione	» 483
MATTEO COLLEONI, GIULIA CORTI, ANNA PETTINAROLI, GRETA SCOLARI, Definizione di un metodo per l’analisi del sistema-cibo	» 489
VALERIO BINI, (S)radicare il cibo in Africa: il caso del Dipartimento dell’Atacora (Benin)	» 495
ANNA MARIA COLAVITTI, FRANCESCO PES, Lo “sradicamento” del rapporto risorsa-territorio in un caso studio regionale (Sardegna)	» 503

Sezione 8 – Autenticità e radicamento nel turismo esperienziale

MARIA CRISTINA MARTINENGO, PAOLO GIACCARIA, <i>Introduzione</i>	» 513
MONICA GILLI, Teorie sull’autenticità: dall’inautenticità ai processi di autenticazione	» 515
CHIARA RABBIOSI, Turismo esperienziale e narrazione selettiva dei luoghi: il ruolo delle comunità residenti	» 521
ANTONINO LONGO, LINDA CICIRELLO, Autenticità e radicamento del turismo esperienziale per ritrovare la genesi del viaggio	» 529

CARLA FERRARIO, Gli itinerari culturali nel Mediterraneo. Le grandi vie del passato quale forma di turismo d'esperienza	pag. 535
PAOLO GERBALDO, L'inautentico che diventa un'esperienza autentica. Percorsi del turismo e dell'ospitalità dal <i>Grand Tour</i> al viaggio in Oriente	» 543
MICHELA LAZZERONI, Rievocazioni storiche e sviluppo locale: tra dinamiche di radicamento e promozione del turismo	» 551
ANTONELLA RINELLA, MARIA SIMONE, Oltre il turismo della "seconda casa": luoghi, memoria, identità nel progetto pluriennale del club per l'UNESCO di Cassano delle Murge (Bari)	» 557
CRISTINA LO PRESTI, MATTEO PUTTILLI, Tra pratica culturale e risorsa turistica. Lo <i>street food</i> a Mandalay (Myanmar)	» 565

Sezione 9 – Mobilità transnazionale dei flussi finanziari e territorialità: un'auspicabile sinergia per lo sviluppo

MARIA GIUSEPPINA LUCIA, <i>Introduzione</i>	» 577
FEDERICO SERGIANI, UMBERTO TRIULZI, La geofinanza tra dinamiche di mercato e strategie politiche	» 581
GIANFRANCO BATTISTI, La moltiplicazione degli operatori creditizi e l'emergere del sistema bancario ombra	» 589
TULLIO D'APONTE, Tramonta il "sogno" delle borse europee di sostituirsi alla City?	» 597
MARIA STELLA CHIARUTTINI, Banchieri centrali o locali? Brevi riflessioni sulla <i>vexata quaestio</i> della pluralità monetaria fra passato, presente e futuro	» 607
RAIMONDO COGOTTI, FRANCESCA FANTUZZI, Il mercato degli investimenti immobiliari	» 615
MARIA GIUSEPPINA LUCIA, Opportunità e sfide per lo sviluppo: gli investimenti dei fondi sovrani nel settore immobiliare	» 627
VIVIANA D'APONTE, I capsule hotel: un innovativo sistema di gestione finanziaria in ambiente aeroportuale	» 635
GIACOMO CAVUTA, SIMONA EPASTO, DANTE DI MATTEO, Mercato immobiliare e flussi di investimenti esteri. quali scenari di sviluppo in Europa dopo Brexit	» 643
MONICA MAGLIO, L'economia etica e la dinamica territoriale	» 651

Sezione 10 – Oltre lo spazio pubblico. Spazi, pratiche, attori

MIRELLA LODA, MATTEO PUTTILLI, <i>Introduzione</i>	» 659
RAFFAELLA AFFERNI, Dalla fabbrica fordista allo shopping mall. L'esempio di Arese shopping center	» 663
TERESA GRAZIANO, Attivismo digitale e diritto alla città sostenibile: pratiche di (ri)conquista dello spazio pubblico attraverso il Web	» 671
FABIO BERTONI, Spazi segretamente pubblici: il parkour e le soglie nella città	» 677

MARGHERITA CISANI, Pratiche collettive di mobilità lenta, spazi pubblici e paesaggi del quotidiano	pag. 685
GIACOMO PETTENATI, GUIDO BOELLA, EGIDIO DANSERO, Adolescenti, reti virtuali e spazio pubblico a torino. Il progetto Teencarto	» 691
SARA SPANU, Esplorare lo spazio pubblico urbano: luoghi, metodi e pratiche sociali	» 701

Sezione 11 – Nuove ruralità e assetti agricoli: modalità, percorsi e pratiche

LUCA SIMONE RIZZO, <i>Introduzione</i>	» 709
VALENTINA EVANGELISTA, Tracce di (s)radicamento territoriale nel distretto vitivinicolo di Villamagna (Abruzzo)	» 711
MARIATERESA GATTULLO, Le dimore rurali tra sradicamento e “nuove radici”. Un percorso teorico e alcune evidenze empiriche	» 721
STEFANIA CERUTTI, Percorsi di (s)radicamento territoriale e sviluppo sostenibile: la coltivazione della canapa nella regione alpina	» 731
MARINA BERTONCIN, ANDREA PASE, DARIA QUATRIDA, STEFANO TURRINI, <i>Ultra-thin spaces</i> : acqua, agricoltura e investimenti stranieri in Sudan	» 739

Sezione 12 – Migrazione, capitale umano e innovazione

FRANCESCO QUATRARO, <i>Introduzione</i>	» 753
FRANCESCO DE PASCALE, CHRIS KALENGE NGUVULU, The geoethical emergency on personal and environmental security in post-conflict areas: the case study of the Democratic Republic of Congo	» 755
GIORGIA IOVINO, “Si salvi chi può”: mobilità studentesca e squilibri socio-territoriali nel processo di accumulazione del capitale umano in Italia	» 763
ANDREA SALUSTRI, Flussi migratori e processi di innovazione nella regione UE-MENA	» 775

Sezione 13 – Significati simbolici del territorio: implicazioni nei processi comunitari, di rigenerazione e riqualificazione

VIVIANA LANGHER, <i>Introduzione</i>	» 785
CHIARA FREGONESE, MATTEO ANTONINI, FEDERICA MELIS, DONATELLA GIRARDI, UMBERTO DI TOPPA, Identità e sviluppo locale. Il ruolo dei processi simbolici nella pianificazione del territorio: una ricerca-intervento in un comune sardo	» 789
ANDREA CAPUTO, ANNA MARIA GRIPPO, VIVIANA LANGHER, MICHELE MAZZOLINI, FRANCESCA SOLLAZZO, Il ruolo dei processi simbolici nella progettazione di servizi per la comunità: una ricerca-intervento in un’area periferica di Roma	» 795
ANTONIO CHIMIENTI, GIORGIA CIOCCETTI, SAMUELE COCCI, Pubblico e rigenerazione urbana. Tra partecipazione e cultura locale, verso la costruzione di un modello d’intervento	» 803

AGNESE GIACCHETTA, ANNACHIARA MARTELLO, VALENTINA NANNINI, ANNA RIGLIONI, FRANCESCO VICANOLO, La rigenerazione delle comunità in termini di sviluppo produttivo: un caso-studio sulla cultura locale nell'agro-romano antico	pag. 809
ROSANNA DI BARTOLOMEI, Per una stima del paesaggio del benessere a partire dall'indagine statistica multiscopo sulle famiglie "Aspetti della vita quotidiana"	» 817

Sezione 14 - Interventi liberi

ALESSIA TOLDO, <i>Introduzione</i>	» 825
DANIELE BITETTI, "Vieni a ballare all'Auchan, Auchan, Auchan". Il centro commerciale come emblema del non-luogo in Puglia	» 827
ANTONIO DI CHIRO, Dalle metropoli ai non luoghi. Forme dell'abitare nell'epoca dello sradicamento	» 837
MARISA MALVASI, Quando il turismo giunge ad una banalizzazione esasperata. Il caso di Consonno (frazione di Olginate, LC)	» 843
LUCA SCOLFARO, Quali Aree interne? Due metodi a confronto per una loro identificazione	» 861
MARCELLO TADINI, La logistica nel Novarese: un esempio di radicamento territoriale	» 867

