

RIGENERAZIONE URBANA A BASE CULTURALE:

L'ESPERIENZA DI MERCATO LORENTEGGIO, MILANO

Erika Lazzarino

DYNAMOSCOPIO
Associazione Culturale

Bologna,8 Marzo 2018

DYNAMOSCOPIO
Associazione Culturale

RIGENERAZIONE CULTURALE
E
INNOVAZIONE SOCIALE

RICERCA QUALITATIVA

PROGETTAZIONE CULTURALE

IMPLEMENTAZIONE SUL CAMPO



UN APPROCCIO ANTROPOLOGICO ALLA RIGENERAZIONE URBANA

DALL’ANTROPOLOGIA 2 PREMESSE:

- SIGNIFICATO DI CULTURA (NON UNA SOLA MA MOLTE CULTURE)
- APPROCCIO EMICO (NON ESISTONO TERRITORI SENZA CULTURE)

UN APPROCCIO ANTROPOLOGICO ALLA RIGENERAZIONE URBANA

FRAME ANTROPOLOGICO ALLA RIGENERAZIONE URBANA:

- TEORIE DEL MUTAMENTO —> CREATIVITA' CULTURALE
- PRACTICE THEORIES —> AGENCY

UN APPROCCIO ANTROPOLOGICO ALLA RIGENERAZIONE URBANA

CREATIVITA' DELLA CULTURA:

- PROCESSO SOCIALE E COLLABORATIVO (COLLECTIVE CREATIVITY)
- IN CONTINUITA' CON LE VARIAZIONI SOCIALI E CULTURALI
- TEMA DEI VINCOLI (RICETTIVITA', DESIDERIO, CONDIVISIONE)

UN APPROCCIO ANTROPOLOGICO ALLA RIGENERAZIONE URBANA

2 LIVELLI DI LETTURA DELLA CREATIVITA' CULTURALE:

- IMPROVVISAZIONE DIFFUSA E QUOTIDIANA (MARE)
- RICONFIGURAZIONE DELL'ESPERIENZA SOCIALE (ISOLE)

RIGENERAZIONE URBANA COME TENSIONE DI PASSAGGIO FRA IL MARE E LE ISOLE

UN APPROCCIO ANTROPOLOGICO ALLA RIGENERAZIONE URBANA

AGENCY:

- APPROCCI ACTOR-ORIENTED E PRACTICE-ORIENTED
- AL CENTRO I SOGGETTI, CAPACI DI TRASFORMARE CON LE PRATICHE LE STRUTTURE SOCIALI
- TEMA DEL POTERE E DELLA STORIA

UN APPROCCIO ANTROPOLOGICO ALLA RIGENERAZIONE URBANA

2 MODI PER INTENDERE L'AGENCY:

- CAPACITA' TRASFORMATIVA DEI SOGGETTI DI PRODURRE EFFETTI DIRETTI SULLE LORO VITE (SOFT)
- CAPACITA' DEI SOGGETTI DI PORRE IN ESSERE VERI E PROPRI PROGETTI CULTURALI TRAMITE L'AZIONE (HARD)

UN APPROCCIO ANTROPOLOGICO ALLA RIGENERAZIONE URBANA

- SGUARDO EMICO
- DIMENSIONE DEL LOCALE (SITUATA)
- CAMBIAMENTO COME CREATIVITA' DELLA CULTURA (RISIGNIFICAZIONE SOCIALE)
- LE CULTURE SONO AGITE E GLI ABITANTI SONO AGENTI DI CULTURA, AUTORI, ATTORI, ARTIGIANI…

UN APPROCCIO ANTROPOLOGICO ALLA RIGENERAZIONE URBANA

- CON QUALE TIPO DI CAMBIAMENTO HA A CHE FARE LA RIGENERAZIONE URBANA?
- RIGENERAZIONE URBANA: PROCESSO DI CAMBIAMENTO SOCIALE O AMBITO DI DESIGN?

RIGENERAZIONE URBANA A BASE CULTURALE COME FUTURE-ORIENTED DESIGN, CHE INTERCETTA ESPERIENZE DI COLLABORATIVE CHANGE-MAKING GIA‘ IN CORSO

LA RIGENERAZIONE URBANA A BASE CULTURALE

SPATIAL REGENERATION
ECONOMIC REGENERATION
INTEGRATED REGENERATION
CULTURAL REGENERATION

LA CULTURA E’ CONCEPITA COME:

- UN MOTORE DI RIGENERAZIONE
- UN NUOVO SETTORE DI ECONOMIA URBANA
- UN CAMPO DELLE POLITICHE DI PROMOZIONE DELLA PRODUZIONE E DEL CONSUMO CULTURALE

PERCHE’ LA CULTURA E’ DIVENTATA COSI’ IMPORTANTE NEI PROCESSI DI RIGENERAZIONE?

- SVILUPPO DI UN’ECONOMIA URBANA DELLA CULTURA
- AUMENTO DEL CONSUMO CULTURALE
- MARKETING URBANO
- SUPPORTO AL RICONOSCIMENTO E ALL’INCLUSIONE SOCIALE

- CULTURE-LED REGENERATION MODEL
  (ES. NEW TATE GALLERY IN LONDON, GUGGENHEIM MUSEUM IN BILBAO, FABBRICA DEL VAPORE IN MILAN)
- CULTURAL REGENERATION MODEL
  (ES. TEMPLE BAR AREA IN DUBLIN, MUSEUMS QUARTER IN VIENNA, SOLARI-SAVONA-TORTONA DISTRICT IN MILAN)
- CULTURE AND REGENERATION MODEL

G. EVANS (2005), *MEASURE FOR MEASURE: EVALUATING THE EVIDENCE OF CULTURE REGENERATION*
(<URBAN STUDIES>, 42, 5-6)

UN APPROCCIO ANTROPOLOGICO ALLA RIGENERAZIONE URBANA

LA RIGENERAZIONE URBANA A BASE CULTURALE

- PROCESSO DI CHANGE-MAKING COLLABORATIVO
- INCONTRO FRA CAMBIAMENTO SOCIALE E PIANIFICAZIONE DEL CAMBIAMENTO
- CREATIVITA' DELLA CULTURA
- AGENCY

UN APPROCCIO ANTROPOLOGICO ALLA RIGENERAZIONE URBANA

LA RIGENERAZIONE URBANA A BASE CULTURALE

- EMERSIONE E INCLUSIONE DI ATTORI, PRATICHE E COMPETENZE
- LA DIVERSITA' CULTURALE COME ARENA PER LA RIGENERAZIONE
- LA RIGENERAZIONE E' QUOTIDIANA, LOCALE E INTERDISCIPLINARE

UN APPROCCIO ANTROPOLOGICO ALLA RIGENERAZIONE URBANA

LA RIGENERAZIONE URBANA A BASE CULTURALE

MODELLIZZA PROCESSI DI CAMBIAMENTO COLLABORATIVO, IN CUI:

- IL PROGETTISTA E' IMBRICATO NEL LOCALE
- LA PIANIFICAZIONE ABILITA/CORRISPONDE AL MUTAMENTO LOCALE
- L'INTERVENTO INTERCETTA SENSE-MAKING LOCALE

UN APPROCCIO ANTROPOLOGICO ALLA RIGENERAZIONE URBANA

LA RIGENERAZIONE URBANA A BASE CULTURALE

FUNZIONA DOVE CREATIVITA' CULTURALE E AGENCY SONO DENSE, OSSIA DOVE SI CONCENTRANO:

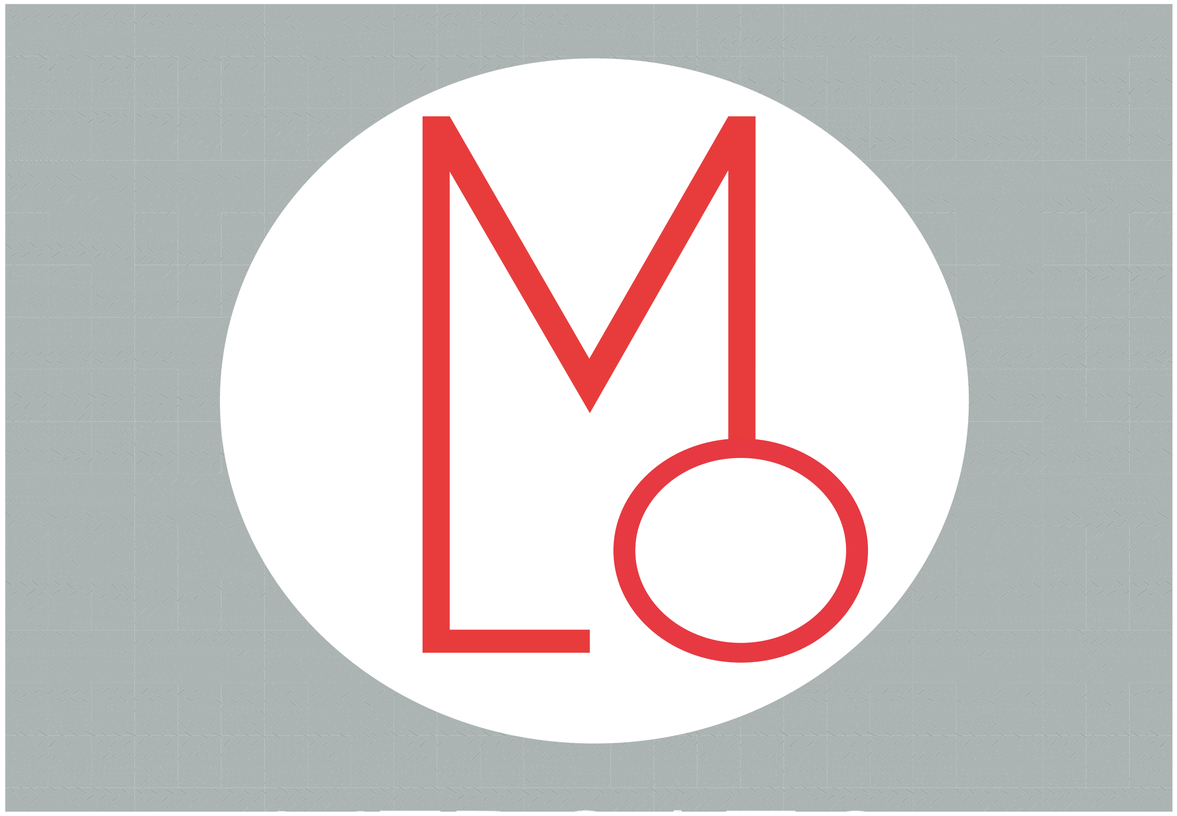
- DIVERSITA' CULTURALE
- ALLENTAMENTO DEL CONTROLLO E DELLE POLITICHE SOCIALI
- DISEGUAGLIANZA E DISCOMFORT ABITATIVO

UN APPROCCIO ANTROPOLOGICO ALLA RIGENERAZIONE URBANA

LA RIGENERAZIONE URBANA A BASE CULTURALE

3 OBIETTIVI:

- LE COMUNITA' LOCALI SONO COMMITTENTI DI RIGENERAZIONE
- IL NETWORKING (ATTORI, COMPETENZE, RISORSE) E' SOSTENIBILITA'
- LE PERIFERIE SONO RISORSA PER LE CITTA'



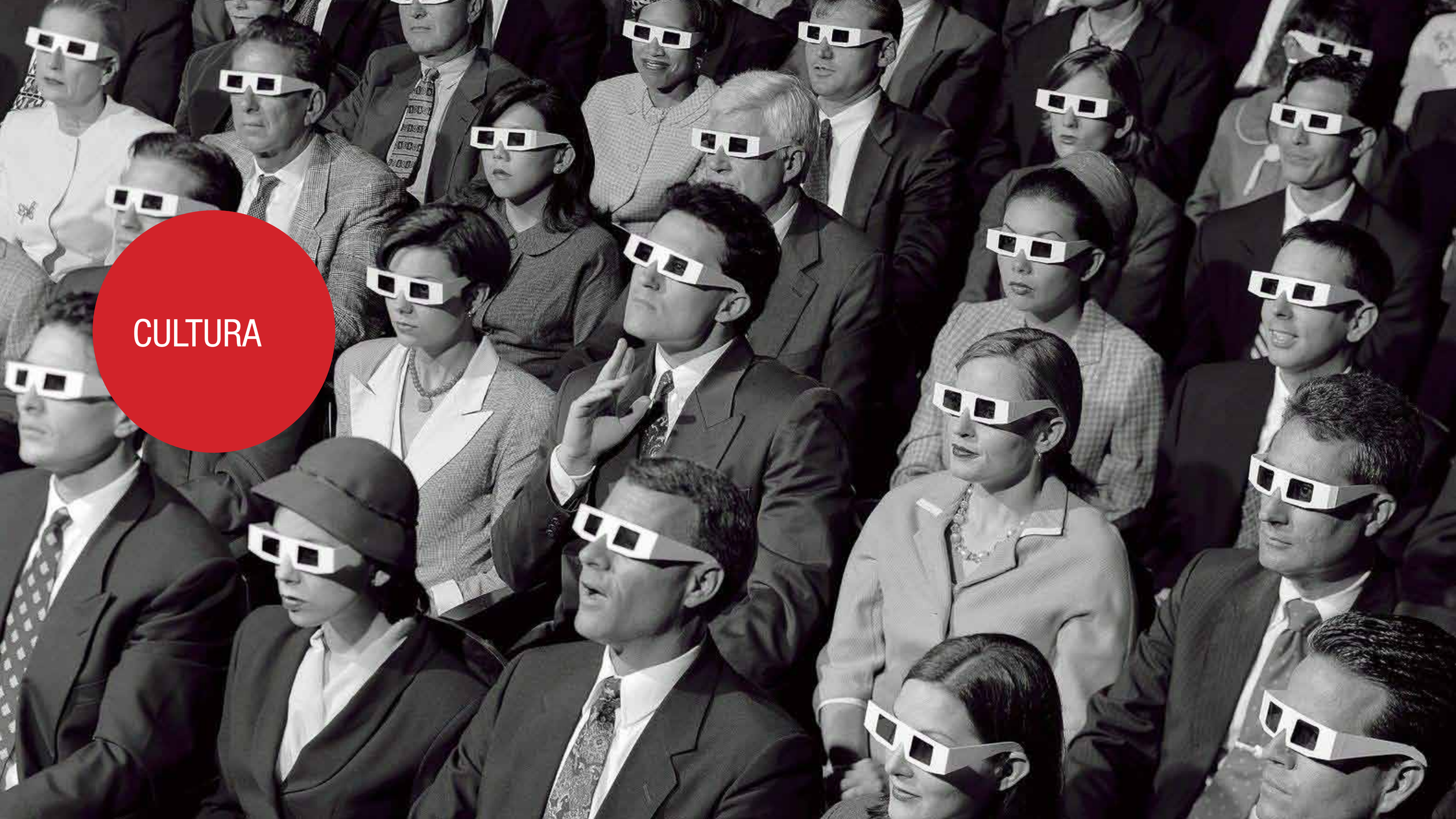
MERCATO LORENTEGGIO

popolare dal 1954


CULTURA

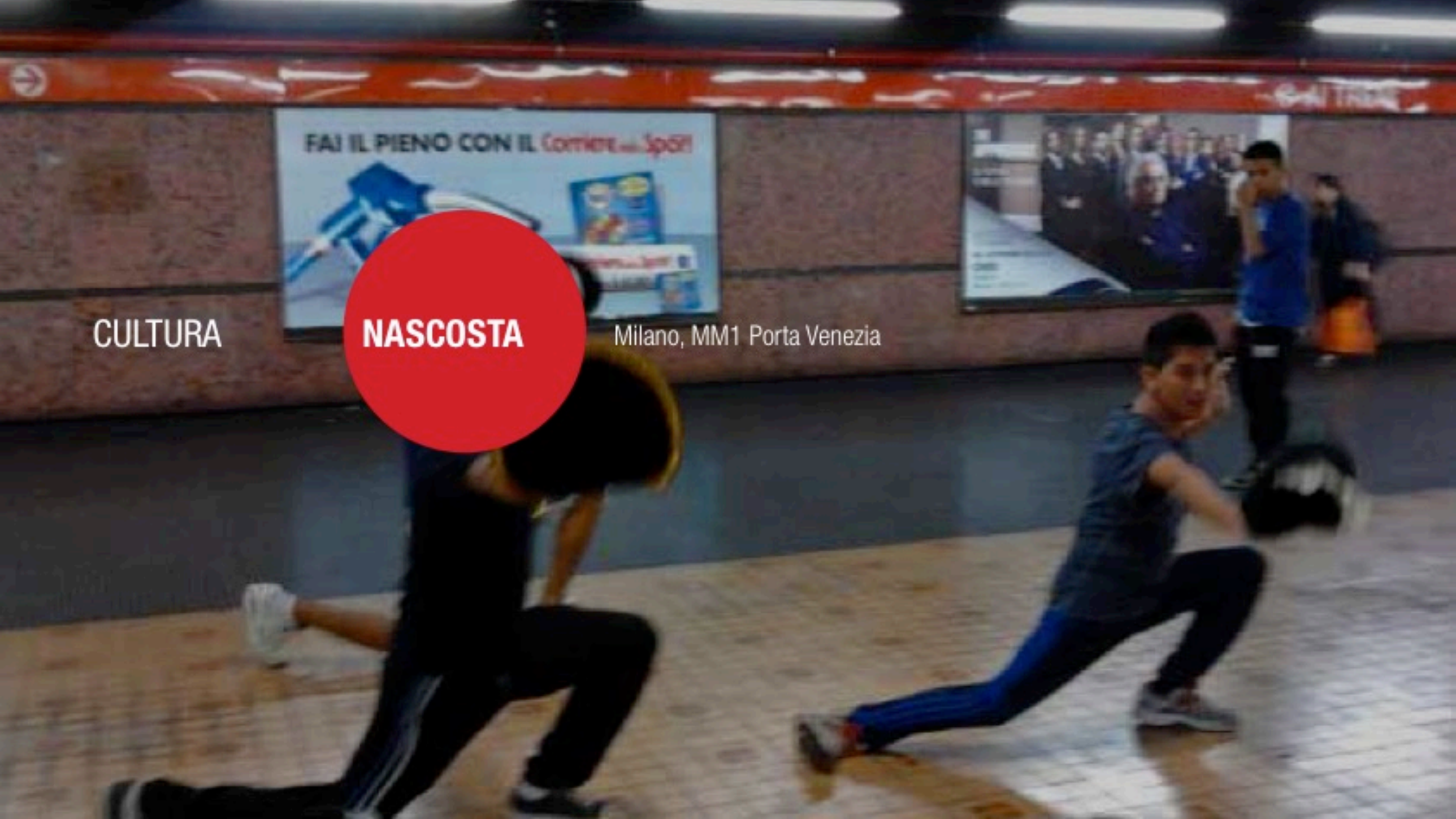


CULTURA


CULTURA


CULTURA
PICCOLA
Milano, Fonderia Valtorta


CULTURA
QUOTIDIANA
Roma, Porta Portese



CULTURA

NASCOSTA

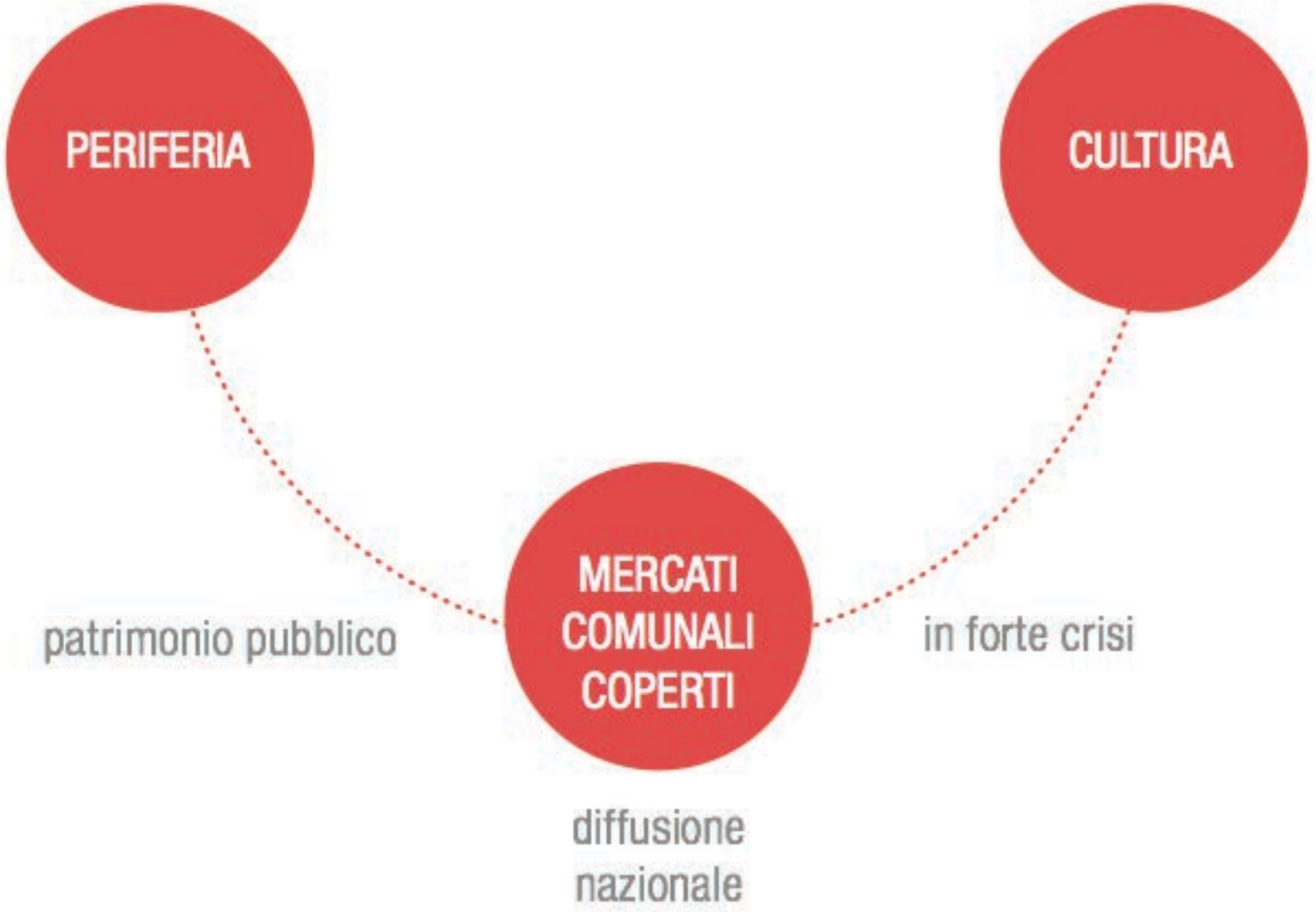
Milano, MM1 Porta Venezia

PERIFERIA

periferia,
si salvi chi può

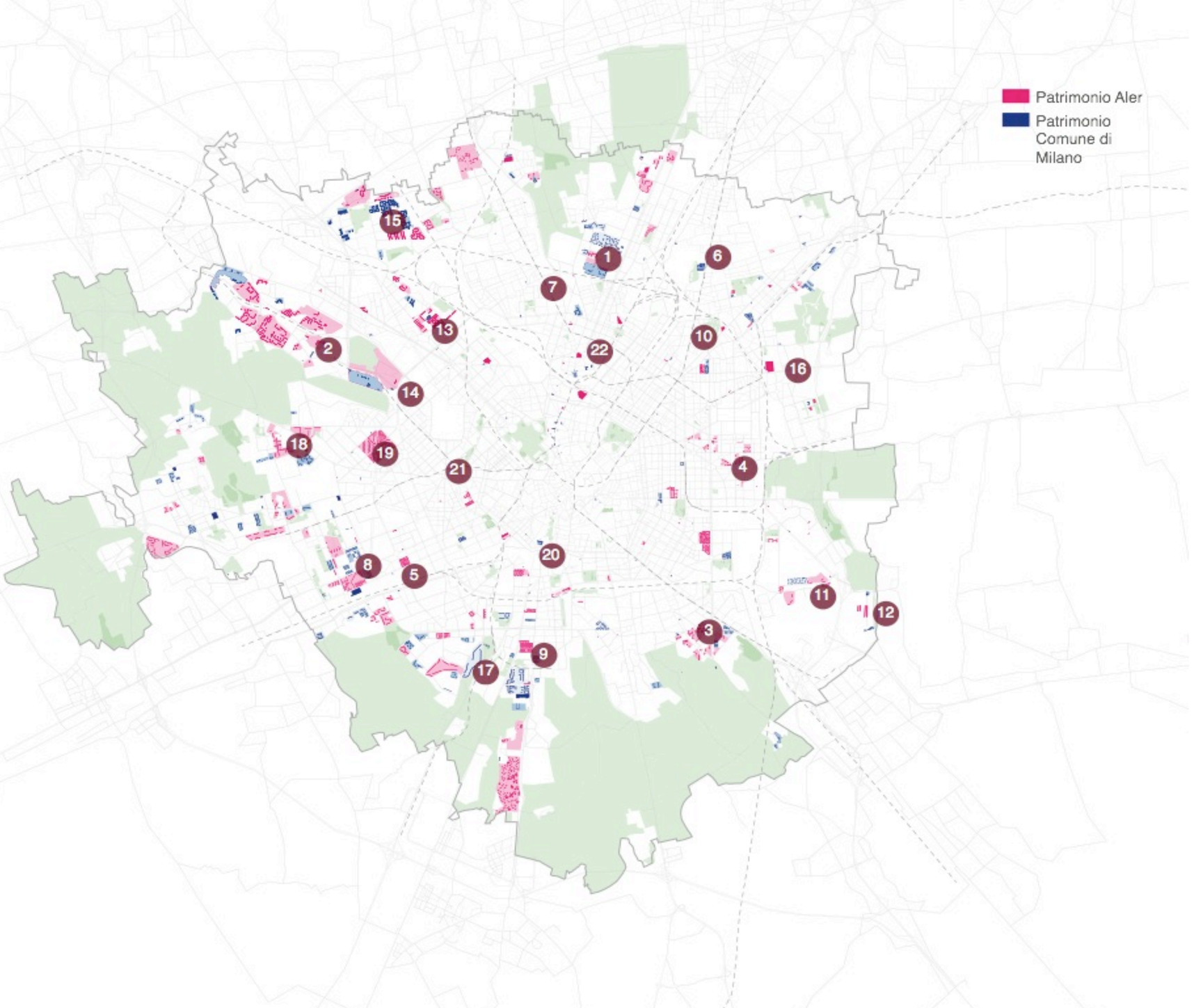
CULTURA

pubblico sei e
pubblico rimani


PERIFERIA
CULTURA
MERCATI
COMUNALI
COPERTI
patrimonio pubblico
in forte crisi
diffusione
nazionale

MERCATI COMUNALI COPERTI

1_ Ca' Granda I via Moncalieri
2_ Chiarelli I via Chiarelli
3_ Ferrara I via Ferrara
4_ Fusina I via Fusina
5_ Giambellino I L.go Balestra
6_ Gratosoglio I via L. Basso
7_ Livigno I via Livigno
8_ Lorenteggio I via Lorenteggio
9_ Montegani I via Montegani
10_ Monza I viale Monza
11_ Morsenchio I L.go Gonzaga
12_ Ponte Lambro I via Parea
13_ Prealpi I via Prealpi
14_ QT 8 I via Isernia
15_ Q.to Oggiaro I via Traversi
16_ Rombon I via Rombon
17_ S. Ambrogio I via S. Paolino
18_ S. Leonardo I via Visconti
19_ Selinunte I p.le Selinunte
20_ Ticinese I p.zza XXIV Maggio
21_ Wagner I p.zza Wagner
22_ Zara I p.le Lagosta
23_ Suffragio I XXII Marzo



QUARTIERE GIAMBELLINO-LORENTEGGIO




CITROËN
DN 193PK




NFC








DRAGO
PER LA RIQUALIFICAZIONE DEL QUARTIER


PUSSYCAT
CINEMA
PANIFICIO
I FRUTTI DEL GRANO


14 LORENTEGGIO
7533
3617


Pam






vodafone
MediaWorld
Doppio concentrato digitale?
0-24


McDrive
VIA LORENTEGGIO 246
Spazio Pubblicitario
McCafé
Cappuccino
e brioche.
1,50€
APERTO DALLE ORE 7:00
NUOVA APERTURA
McDONALD'S
VIA LORENTEGGIO, 246
Spazio Pubblicitario
LORENTEGGIO
0-24
Clear Channel
MIDAS
eni
Replay






0-24






© Marco Caselli Nirmal


BAR
AVANDERIA
PANETTIERE
MERCATO COMUNALE
CK 808KE


MERCATO COMUNALE
COMUNALE
AVIP
BAR
LAVANDERIA
MERCATO COMUNALE
Lorenteggio
Bar Tavola fredda
SERVIZI SOCIALI


COMUNALE
DA VITO
Salumeria
Macelleria Equina
Rosticceria Siciliana
Via Lorenteggio, 177 Milano Tel.024121814

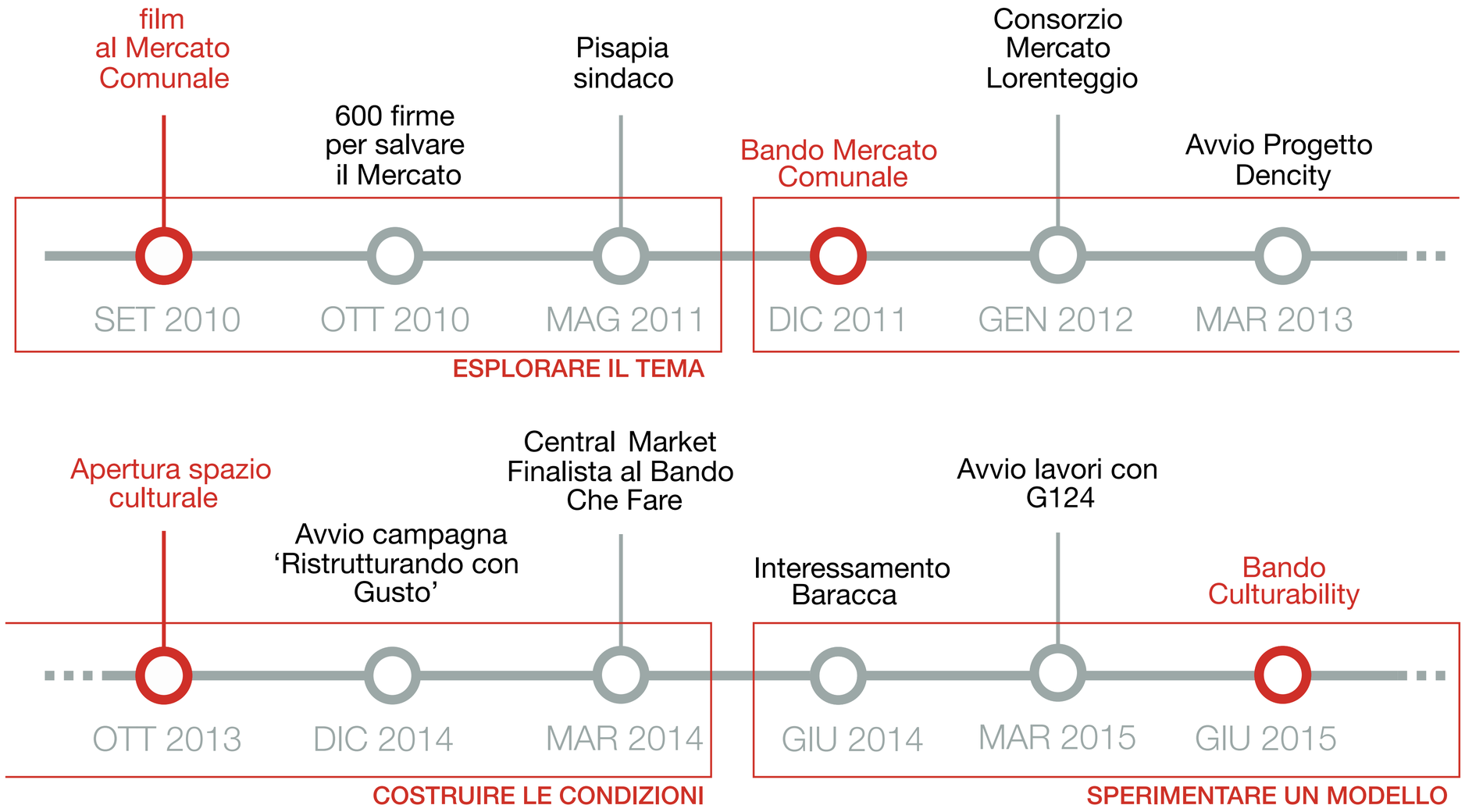

Kinder
Bueno

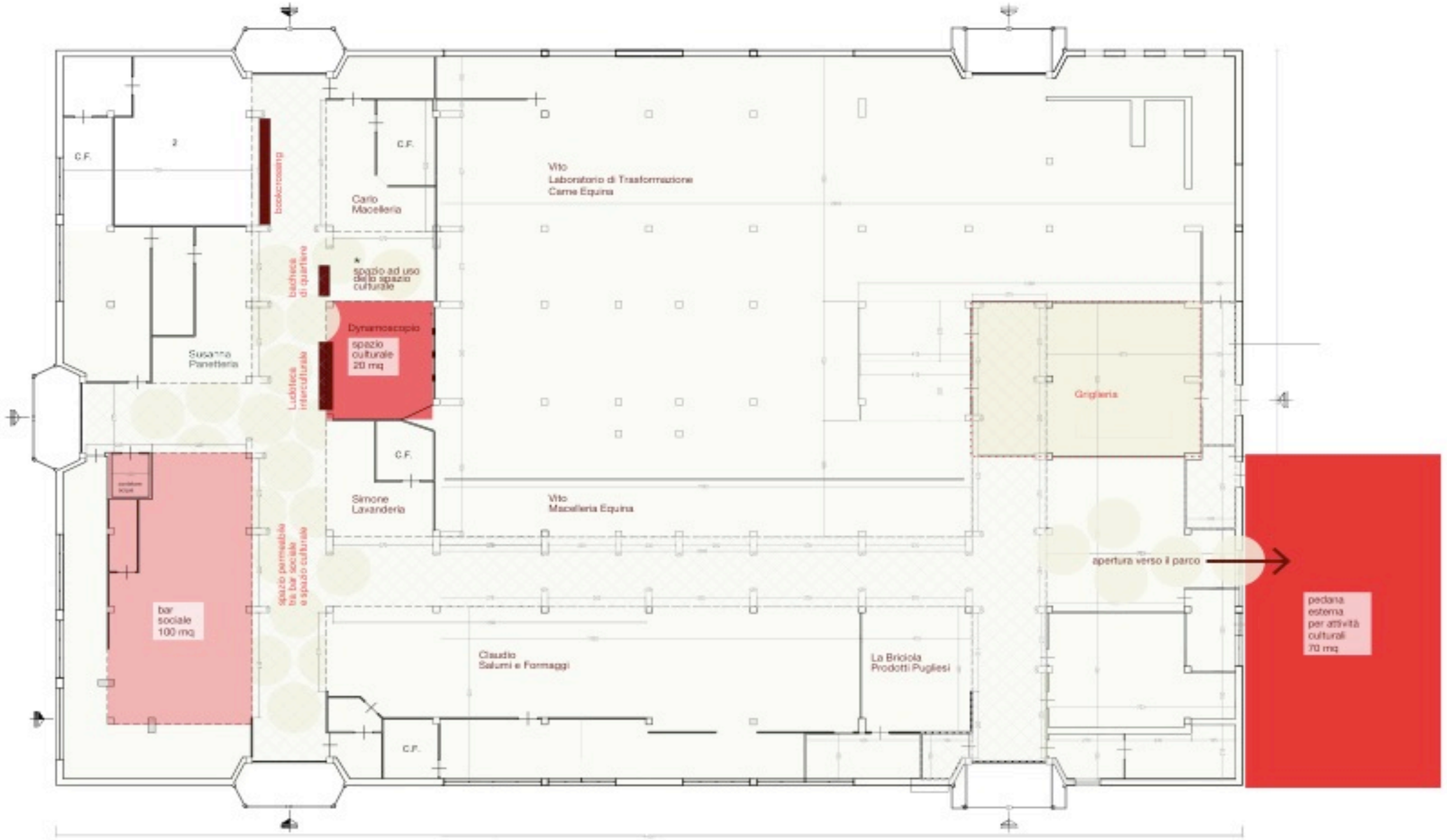

POLLI ALLO SPIEDO
BUON APPETITO.


ESTINTORE
fragola
menta
Barilla
Dolci Sfizi



LE TAPPE DEL PROCESSO DI RIGENERAZIONE DEL MERCATO COMUNALE




C.F.
2
bookcrossing
C.F.
Carlo
Macelleria
Vito
Laboratorio di Trasformazione
Carne Equina
bacheca
di quartiere
spazio ad uso
della spazio
culturale
Dynamoscopio
spazio
culturale
20 mq
Susanna
Panetteria
Ludoteca
interculturale
Grigliata
C.F.
Simone
Lavanderia
Vito
Macelleria Equina
apertura verso il parco
spazio permeabile
tra bar sociale
e spazio culturale
bar
sociale
100 mq
pedana
esterna
per attività
culturali
70 mq
Claudio
Salumi e Formaggi
La Briciola
Prodotti Pugliesi
C.F.


lo stiamo ristrutturando con gusto
MERCATO
COMUNALE
LORENTEGGIO 177
CONSORZIO
MERCATO
LORENTEGGIO
Den
city
SPAZIO3
fondazione
cariplo


PER FARE
GRANDE UNA
CITTA' CI
VOGLION TANTE
PICCOLE CULTURE
MACELLERIA
ERCATO
VINO
SFUSO
STUFATO
TAGLIATA
EQUINA
Tel. 02 41.21.814


POLLI ALLO SPIEDO
BUON


PIUMONE
€ 10,00
PROMOZIONE
3x2
Gratta e Vinci!
GELATI


KOMATSU

Den City

Den City


per fare grande


molte piccole culture
NETWORK TERRITORIALE
Eko city
Solari-Savona-Tortona: rigenerazione urbana
Giambellino-Lorenteggio: scambio fra culture




IL GUSTO
I VIAGGI DEL CIBO




#dencitynetwork
PER FARE
GRANDE
UNA CITTÀ
CI VOGLIONO
MOLTE PICCOLE
CULTURE
Den
city







© Marco Caselli Nirmal


LLE CULTURE
ETARDO
N PENTOLA


DA VITO

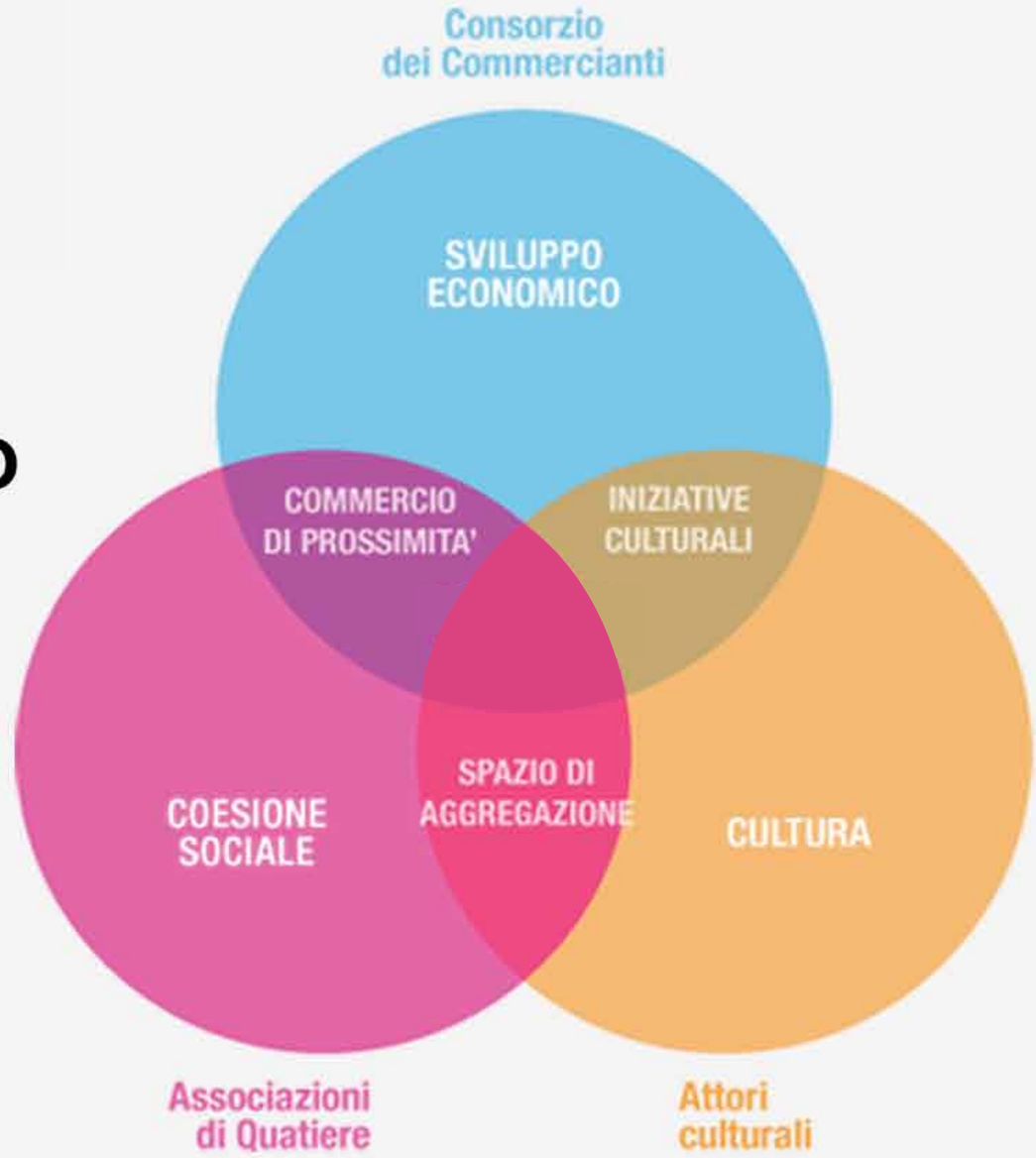

MOSTRA
BRONZI
Panini
Freschi
OFFERTA



GLI INGREDIENTI DEL NOSTRO PERCORSO AL MERCATO COMUNALE LORENTEGGIO

CULTURA
COESIONE SOCIALE
SVILUPPO ECONOMICO

GLI INGREDINENTI DEL
NOSTRO LAVORO CON IL
CONSORZIO DEL MERCATO




MERCATO
LORENTEGGIO
popolare dal 1954
PER FARE
GRANDE
UNA CITTÀ
CI VOGLIONO
MOLTE PICCOLE
CULTURE


PER FARE
GRANDE
UNA CITTÀ
CI VOGLIONO
MOLTE PICCOLE


UN MERCATO COMUNALE
COPERTO
UNA PERIFERIA MILANESE
UNA POPOLAZIONE
SOTTO-ESPOSTA
ALLA CULTURA



UN BOX CULTURALE

UN CONSORZIO COMMERCIANTI

UNA RETE LOCALE



fruizione culturale

COPRODUZIONE CULTURALE



socialità

CONDIVISIONE DEI SAPERI



commercio di prossimità

RESPONSABILITÀ SOCIALE



INCLUSIONE

CITTADINANZA ATTIVA

CIRCOLARITA' DELLE RISORSE



RIGENERAZIONE COME PROCESSO SOCIALE COLLABORATIVO

MLO - MERCATO LORENTEGGIO // *un'ipotesi di modello*



DIAMO I NUMERI

222.000€ in attività culturali in 4 anni di lavoro di Dynamoscopio

20.000 persone venute a conoscenza di MLO

5.000 persone intercettate dagli eventi

6 eventi musicali cittadini
10 mostre, presentazioni e allestimenti artistici
4 laboratori artistici e corsi

22.000€ di affitto corrisposti al settore Commercio del Comune di Milano a trimestre

6.000€ corrisposti prima del passaggio a Consorzio

Gestione ordinaria dell'immobile e del servizio senza oneri per la PA

Ristrutturazione della struttura del Mercato Comunale senza oneri per la PA


FREE WIFI AREA




JAMBELLICO hino
PECORINO


LE CULTURE
TROVANO
UN MERCATO




COCKTAIL
SPRITZ


PER FARE
GRANDE
UNA CITTÀ
CI VOGLIONO
MOLTE PICCOLE
CULTURE
IL NOSTRO APERITIVO
13 febbraio 2016
Twist


13 febbraio 2016
Twist
13 febbraio 2016
Twist


è ora di...
EMPATIA
SOLIDARIETÀ
RISPETTO
ACCOGLIENZA


GIAMBELLINO
DOP
DI ORIGINE POPOLARE
CARTA DEI PRODOTTI DOP
SUSANNA
STROZZAPRETI
500 g e
AZIENDA AGRICOLA
PODERE MONTICELLI
CRACKERS BIOLOGICI
ROSMARINO
Senza lievito
limoni


PERA
برقوق






LIUNA
VIRARDI
A Ayoara
B Banjara
C Cofan
E Evenchi
F Fang
G Gihani
M
N Nahua






Let's Colour


Let's Colour

























GRAZIE

Erika Lazzarino

DYNAMOSCOPIO
Associazione Culturale

erika@dynamoscopio.it