

Il bello e l'utile

*Prato della Valle
nella Padova di Memmo*

Marsilio

© 2012 by Marsilio Editori® s.p.a. in Venezia
Prima edizione: novembre 2012
ISBN 978-88-317-1538
www.marsilioeditori.it

INDICE

Giovanni Costa

- 9 *Attualità della «general idea» di Andrea Memmo*

Guido Zucconi

- 19 *Il Prato e l'Isola: realtà e sogno di Andrea Memmo*

Marco Mondini

- 61 *Guida al testo*

- 65 DESCRIZIONE DELLA GENERAL IDEA, ED IN GRAN PARTE EFFETTUATA DALL'ECCELLENTISSIMO SIGNORE ANDREA MEMMO SUL MATERIALE DEL PRATO, CHE DENOMINAVASI DELLA VALLE
Estesa da D. Vincenzo Radicchio Veneziano

Attualità della «general idea» di Andrea Memmo

Giovanni Costa

Molti ricordano le negazioni che segnalano le tre particolarità di Padova di cui i suoi abitanti vanno molto orgogliosi. Le prime due: un Santo senza nome, Sant'Antonio, Santo per antonomasia, e un caffè senza porte, il Pedrocchi, che nelle epoche d'oro non chiudeva mai neanche di notte e quindi non aveva bisogno di porte. La terza, un Prato senza erba, potrebbe però essere completata e arricchita di significati con «una città senza soldi che realizza un Prato senza erba cioè la più grande piazza d'Europa», il Prato della Valle, appunto. Il tutto in tempi da record. È questa la «general idea, in gran parte effettuata» da Andrea Memmo, Provveditore della Serenissima a Padova per diciassette mesi dal 1775 al 1776.

È una storia sotto molti aspetti esemplare che viene riproposta in questo volume attraverso la ricostruzione che ne fece Vincenzo Radicchio, probabilmente uno pseudonimo dello stesso Andrea Memmo. Vera o presunta che sia l'attribuzione, resta una ricostruzione «autorizzata» dall'artefice di questa impresa di cui lungo tutto il testo viene spiegata la progettualità e la realizzazione sul piano del consenso, della fattibilità economica e finanziaria, delle soluzioni tecniche e così via. È proprio il tentativo di fissare i significati del progetto che rende la lettura della «Descrizione della general idea» (d'ora in avanti DGI) con gli occhi di oggi particolarmente utile. Di questi significati mi limiterò a riprendere alcuni di carattere economico e organizzativo, rinviando all'ampio saggio introduttivo di Guido Zucconi e alla Guida alla lettura del testo di Marco Mondini per l'approfondimento degli altri.

MEMMO, UN TECNICO RIFORMISTA

Sono molti i punti di contatto con la realtà attuale. Memmo interviene in una situazione economica e sociale di ristagno in una zona della città parti-

colamente degradata e senza disporre di risorse economiche adeguate poiché la Serenissima si avviava al tramonto e i suoi forzieri erano vuoti. Avendo perso il dominio dei mari non aveva saputo trovare nell'entroterra un ruolo che tenesse conto dei mutati equilibri geopolitici indotti dall'emergente rivoluzione industriale e dalle nuove concentrazioni urbane che stavano radicalmente cambiando le determinanti della ricchezza delle nazioni.

Andrea Memmo è una splendida figura di uomo pubblico che svolge la sua funzione disponendo di una solida cultura, di una rete di relazioni con i maggiori pensatori e tecnici del suo tempo, di una leadership visionaria capace di concepire e realizzare un progetto di grande cambiamento. Il profilo del personaggio che attorno al suo progetto riesce a mobilitare le risorse finanziarie e l'iniziativa dei privati diventa esemplare in quest'epoca in cui sono invece molti i soggetti privati che, insediatisi in ruoli politici, si sono specializzati nell'attrarre finanziamenti pubblici attorno a progetti altrettanto privati e spesso mediocri se non criminosi.

Memmo è quello che oggi potremmo definire un tecnico che tuttavia, anche se dà prova di profonde conoscenze in tema di architettura e urbanistica, si affida ai migliori architetti e urbanisti con i quali è in grado di dialogare senza complessi. Ma riesce a essere anche un politico perché cura pur nel suo ruolo di emissario della Serenissima la ricerca del consenso, coinvolgendo nel suo progetto le figure chiave della città. Per questo fa leva sull'ambizione, sull'interesse anche economico e sull'entusiasmo che riesce a suscitare nei suoi interlocutori.

Lo spirito riformatore di Memmo si esprime in diversi settori con proposte ancor oggi di attualità, in un Paese dove le riforme sono sempre in lista d'attesa. È contrario alle corporazioni professionali che limitano l'accesso ai mestieri e deprimono la concorrenza. È favorevole a processi formativi che partano dall'esperienza concreta e poi la supportino con conoscenze di tipo teorico. In questo senso sostiene, sposando le idee e le iniziative di Domenico Cerato, una riforma, ma sarebbe più corretto dire una fondazione, degli studi di architettura dei quali propone anche una versione di scuola domenicale per scalpellini e altri mestieri del settore.

Come scrive Melchiorre Cesarotti, Memmo concepì «un piano vasto e magnifico, ma ben digerito e ben connesso in ogni sua parte, per cui le arti del gusto divenivano strumenti della civile economia, e gli adornamenti e il diletto strumenti della massima utilità nazionale: piano atto a rawvivar l'industria, a svegliar l'arti, ad accrescer l'unione, e la politezza socievole, a render

la città opportuna, deliziosa, mirabile ai forastieri e attraendone numeroso concorso, a farle piovver nel seno una rugiada ristoratrice e benefica»¹.

Il contesto economico in cui si inserisce l'idea di Memmo (rapporti Venezia-Padova, crisi della Serenissima ecc.) ha, sia pure in una scala diversa, molte analogie con la crisi attuale quali la scarsità di risorse finanziarie disponibili per il decisore pubblico, una classe politica che si trova in difficoltà a mobilitare energie e progetti in grado di imprimere una svolta.

Un altro fattore da considerare per ricavare insegnamenti per l'attualità è la dimensione temporale. Memmo realizza la parte iniziale dell'intervento in tempi contenuti. Nel confrontare i processi decisionali italiani e giapponesi, si è soliti dire che giapponesi impiegano un'eternità a prendere una decisione e poi un attimo per realizzarla; gli italiani un attimo a prendere una decisione e un'eternità a realizzarla. C'è chi sostiene che i padovani di oggi, a giudicare dal progetto del tram, impiegano molto tempo per entrambe le fasi e non sembra esserci prospettiva migliore per i progetti oggi in discussione: auditorium, nuovo ospedale e centro congressi. Ripercorrere l'esperienza del Prato potrebbe dare loro l'orgoglio di quando furono velocissimi sia nel decidere che nel realizzare. Diciassette mesi, ma sotto la regia di Andrea Memmo, patrizio veneziano.

Memmo teorizza l'intervento architettonico non come chiuso in sé bensì come nodo in grado di attrarre e mobilitare persone, relazioni e attività. Per questo lo concepisce e progetta assieme alla dimensione urbana, punto di riferimento di un'attività sociale. Lo spazio che crea o, meglio, che rivitalizza con il Prato è un'entità aperta, un luogo d'incontro e d'interfaccia tra città e campagna e non solo perché vi si svolge la «fiera di animali» ma perché attira una grande quantità di gente «pronta a raccogliere le sollecitazioni di una nuova agricoltura, scaturita e stimolata dal territorio, concepita alla maniera dei fisiocrati, ma ancora dura a venire»². Anche nell'incompiutezza del disegno di Memmo³ ci sono analogie con la situazione attuale caratterizzata da una serie *ininterrotta* di riforme *interrotte*.

1. Citato in S. Zaggia, «Isolletta sacra al commercio ed all'arti». Andrea Memmo, Melchiorre Cesarotti e il Prato della Valle come esperimento di riforma del paesaggio urbano, in Melchiorre Cesarotti e le trasformazioni del paesaggio europeo, a cura di F. Finotti, Trieste, Edizioni Università di Trieste, 2010, p. 114.

2. M. Brusatin, Venezia nel Settecento. Stato, architettura, Territorio, Torino, Einaudi, 1980, p. 119.

3. G. Zuccani in questo volume.

UN PRECURSORE

L'esperienza di Memmo può essere utilmente appaiata con un'altra di carattere imprenditoriale con la quale ha in comune un'idea di organizzazione dello spazio e delle attività. La Serenissima ha, infatti, nello stesso secolo un altro esempio di innovatore che anticipa soluzioni che si affermeranno in epoche successive. Si tratta di Jacopo Linussio, un originale imprenditore

tessile vissuto in Camia dal 1691 al 1747⁴. La sua fu un'innovazione di prodotto: i suoi tessuti in lana avevano una lucentezza simile ai broccati del tempo ma costi inferiori. Non entravano in competizione diretta con i preziosi manufatti di Venezia, che ne aveva il monopolio. Era un prodotto di massa, accessibile a molti, ma ugualmente apprezzato dalle dame veneziane cui piacevano quelle tele operate con eleganti disegni e colori armoniosi. Una sorta di anticipazione di «United Colors of Benetton» di cui Linussio precorre anche l'organizzazione del lavoro. Infatti nelle fabbriche della zona si concentravano solo duemila operai dediti alle fasi di lavorazione più delicate mentre il grosso della produzione veniva realizzato nel tradizionale lavoro a domicilio che impiegava ben trentaduemila addetti.

Linussio fu anche attento ai rapporti politici con Venezia, cui forniva un'enorme quantità di tele per le vele delle navi prodotte nell'Arsenale, e da cui riceveva favori in termini di dazi. Fu anche un mecenate, chiamando rinomati pittori a decorare palazzi e chiese, avendo però attenzione ai risvolti di marketing. Faceva infatti dipingere in tutte le opere quello che oggi si chiamerebbe il logo dell'azienda, allora lo stemma della sua famiglia. Anticipò per i suoi operai e artigiani persino i *fringe benefits*, sotto forma di una sorta di *ticket restaurant*, la «moneta Linussio», con cui i suoi operai potevano comprare solo derrate alimentari e altri prodotti da lui stesso forniti. Forse guadagnava anche in questo, ma sottraeva i suoi operai alle speculazioni dei mercanti. Qualcosa di simile ha fatto ai nostri giorni sempre nei territori che furono della Serenissima la Luxottica con un accordo aziendale che prevede erogazioni sotto forma di un «pacchetto» alimentare e di altri benefit che riguardano l'istruzione dei figli e la salute. L'impresa di Linussio sopravvisse per un certo tempo dopo la sua morte. Decadde, secondo gli storici, a causa della crisi di Venezia e dell'arrivo dei francesi, secondo una moderna analisi aziendalistica, perché i passaggi generazionali non furono ben gestiti e soprattutto perché si arrestò il processo d'innovazione. La formula produttiva sarà ripresa nella seconda metà del Novecento dai Benetton e dai suoi molti emuli del tessile-abbigliamento nella campagna delle Venezie.

FINANZA CREATIVA

Il termine finanza creativa ha assunto oggi una connotazione negativa per il carattere funambolico di certi virtuosismi contabili che hanno nascosto la realtà dei conti pubblici e anche lo stato d'indebitamento insostenibile di certe istituzioni finanziarie, aggravando situazioni già de-

4. G. Ganzer, *Jacopo Linussio, un manager del Settecento*, Udine, Istituto per l'Enciclopedia del Friuli-Venezia Giulia, 1986; AA.VV., *Jacopo Linussio. Arte e impresa nel Settecento in Camia*, Udine, Arti Grafiche Friulane, 1991.

teriorate e divenendo talvolta fonti autonome di crisi ancor più virulente. Ne è derivata una messa in discussione della leva finanziaria a causa dell'uso dissennato che ne è stato fatto. Sarebbe un errore demonizzare la leva finanziaria e la ricerca di soluzioni creative, che nel caso di Memmo appaiono oggi virtuose e si prestano a utili riflessioni in quanto sembrano ispirarsi a un principio di sussidiarietà *ante litteram* che si affida ai privati prima di ricorrere a risorse pubbliche o alla tassazione.

Sul piano della finanza, Memmo si dimostra, infatti, un accorto utilizzatore di una combinazione di strumenti tale da assicurare al suo progetto di assetto e organizzazione del Prato della Valle le risorse in grado da renderlo realizzabile e sostenibile nel tempo:

a) anzitutto cerca di garantirsi la domanda sia progettando un luogo in grado di attrarre i «Cittadini» e i «Forastieri» a comprare sia acquisendo l'impegno dei commercianti di servirsi di quegli spazi. Quindi «chiamò alcuni de' bottegai da lui conosciuti, e secretamente comunicato ad essi il suo pensiero, lo aggradirono, persuasi che avrebbero venduto più in quel luogo dove tutti sarebbero concorsi, che nelle loro botteghe sparse per la Città, e che essendovi il teatro aperto si sarebbero facilmente risarciti delle piccole spese di trasporto, e di casotto, o baracca»⁵;

b) non si accontentò di avere le risorse necessarie per realizzare il progetto ma pensò anche di costituire un fondo per assicurare al progetto le risorse per sostenerne gli sviluppi ulteriori; cioè il ruolo che oggi viene attribuito al patrimonio di una Fondazione;

c) per far fronte alla costruzione delle scalinate che dovevano avere caratteristiche di solidità e di uniformità erano necessari fondi che il Presidente non aveva. Ecco allora che Memmo suggerisce di attivare quello che oggi si chiamerebbe il *project financing* cioè di cercare un impresario «che con giusto suo profitto attendesse d'esserne rimborsato col ritratto di quelle»⁶. Quindi «Fecero far subito ad Alvise Giacon una scalinata sopra il disegno, e calcolarono poscia che con una parte del guadagno annuale potevano soddisfarlo delle 60 scalinate, che s'impegnava di consegnar tutte fatte a tenor della prima per l'ultimo di Settembre, e le 40 altre che avrebbe date in progresso, come si eseguì. Allora comunicate tali cose agli altri Presidenti, che s'impegnarono con scrittura a soddisfarlo anche del proprio in qualunque sinistro avvenimento nello spazio di quattro anni, il che deve far loro onore, chiamò chi gli sembrava più al caso, perché sopra questo medesimo capitale, ch'era ancora da formarsi dasse a censo il capitale, che

5. DGI, p. 68.

6. *Ibid.*, p. 70.

abbisognava per alzar l'Isola, e far l'altre prime spese; e gli riuscì d'aver quanto allora bastava colla condizione, che dopo soddisfatto il Giacon a poco a poco sarebbesi del frutto delle scalinate risarcito del capitale⁷;

d) un'altra fonte di risorse per l'abbellimento del Prato attraverso le statue fu ricercata presso le famiglie che avrebbero «sponsorizzato», diremmo oggi, la scelta di un loro antenato o di un personaggio da loro indicato;

e) nel piano di raccolta dei fondi per la costruzione delle botteghe la creatività anticipatoria di Memmo si esercita in pratiche che oggi si chiamano “analisi motivazionali” e “segmentazione del mercato”: «con un sol colpo d'occhio, per così dire, vidde quanti potessero spendere la lieve somma delle 800 lire, e trovò che molti più ne avrebbe trovati del bisogno. Allora li separò nella sua mente, e disse fra se, questi dieci, per esempio, tra i quindici ne faranno una per ciascheduno senza oggetto d'interesse, invitati che siano da me, sol per farmi piacere: questi altri otto fra dodici ne intraprenderanno la spesa per coltivarmi: questi tre tra i sette la faranno per ambizione: questi due tra i quattro per amor di Patria; ma per trovar il maggior numero poi vi vuole un motivo d'interesse»⁸;

f) Memmo non disdegna di sollecitare le elargizioni liberali che oggi vanno sotto il nome di *fund raising* e di *crowd funding* rivolgendosi alle varie categorie produttive e ricevendo risposte positive da «più di 800 persone. Che vollero pur donare qualcosa alla cassa Prato»⁹.

Accanto a questa pratica della sussidiarietà, Memmo delinea anche una politica liberista degli scambi. Da un lato evidenzia come l'impulso da dare ai commerci facendo in modo che la bilancia commerciale della città sia in attivo, renda disponibile una quantità di denaro la cui circolazione dà impulso al benessere dei cittadini: una sorta di moltiplicatore keynesiano attivato non dalla spesa pubblica ma dall'iniziativa economica. Da un altro lato rileva come il sistema dei dazi ostacoli lo sviluppo dei commerci e si dichiara quindi favorevole se non proprio alla creazione di una zona franca almeno a una riduzione di questi dazi in alcuni periodi dell'anno, in occasione delle fiere. Si dichiara anche convinto che l'impulso che ne deriverebbe ai commerci risarcirebbe le perdite dell'erario dovute alla diminuzione delle tariffe.

Del politico Memmo ha la visione e la progettualità che lo portano a concepire un'idea realizzabile a stadi con una struttura modulare. I moduli li ritroviamo nelle piazzole del mercato, nelle botteghe mobili, e nelle stesse statue che dovranno abbellire la piazza¹⁰. La modularità è

7. *Ibid.*, p. 70.

8. *Ibid.*, p. 76.

9. *Ibid.*, p. 79.

10. G. Zucconi, in questo volume.

ai nostri giorni uno strumento importante nella produzione di prodotti, di servizi, d'infrastrutture. Essa consente conseguire rilevanti *economie di scala* con la standardizzazione dei moduli, e rilevanti *economie di varietà* attraverso la combinazione di moduli. Alla modularità si accompagna la polifunzionalità, cioè la possibilità di utilizzare gli spazi e i manufatti per assolvere a diverse funzioni nel corso dell'anno e nelle varie parti di cui si compone attraverso percorsi specifici. Attorno a questa visione riesce a coagulare consenso e interessi in combinazioni adattate agli interlocutori di volta in volta individuati ottenendo così risorse private sotto forma sia di donazioni sia di vero e proprio investimento ora di natura solo finanziaria ora di natura prettamente imprenditoriale. Ciò gli consente di evitare l'introduzione di tasse di scopo o di altre misure fiscali.

ORGANIZZAZIONE DEL TERRITORIO

L'esperienza di Memmo consente anche una riflessione attuale sull'uso del territorio. Il nostro territorio negli ultimi decenni è stato consumato da un'architettura governata più dalla speculazione fondiaria che da amministratori e realizzata più da capomastri che da architetti, con poche idee e ancor meno coraggio, con deboli canoni estetici ed etici. I suoi confini si sono allargati e smagliati. La coesione interna non è più la caratteristica dominante di certe città e certe regioni che con gli immigrati hanno importato ansie e contraddizioni che stentano a comporsi in una nuova sintesi. La specializzazione territoriale delle concentrazioni di piccole imprese non è più fonte di vantaggio competitivo e si trasforma spesso in rigidità monoculturale. Memmo si propose allora di aprire la concentrazione di botteghe e mestieri nel centro storico della città creando spazi alternativi ma strutturati, integrativi della città e del suo rapporto con la campagna che poco hanno in comune con i non luoghi oggi chiamati centri commerciali.

Oggi si discute se la competizione si giochi tra territori o tra imprese. C'è chi sostiene che la differenza, il vantaggio competitivo nascono dall'idea imprenditoriale, dal progetto e dalla visione dell'azienda. Le imprese gestiscono business e non territori. Gli Enti locali gestiscono territori e non business. Chi gestisce il territorio dovrebbe creare le condizioni per trattenere e attirare imprese con grandi competenze e grandi progetti e non difendere contro l'evidenza e contro la dura logica della competizione, imprese che non sanno uscire dalla prospettiva locale, dalle beghe parrocchiali¹¹. In questa prospettiva o si conquista o si è conquistati, non si può stare fermi.

11. C. De Michelis, *La megalopoli delle Venezie. Tra municipi e capitale*, Venezia, Marsilio, 2012, pp. 104-105.

Ma ha ancora senso nell'epoca della competizione globale parlare di territorio? Lo ha più che mai. Ma bisogna chiarire di quale territorio si parla. Il territorio non è un dato oggettivo, è il risultato di una scelta. Alcuni studiosi parlano di *enacted environment*, cioè di ambiente attivato mentalmente. La costruzione mentale può vincerla sul dato empirico: il territorio cui rapportarsi è frutto di una decisione, dipende dalla strategia e dalle dimensioni dei mercati nei quali si vuole, o si deve, competere. Non può essere lo stesso per la viabilità locale o i grandi corridoi, per una banca di credito cooperativo o per un grande gruppo bancario, per una vetrina per prodotti tipici locali o per un'esposizione che si propone di fornire servizi sofisticati a visitatori di tutto il mondo. Il territorio è allora un'entità a geometria variabile, i cui confini si modificano in funzione dei problemi. I responsabili delle politiche industriali e sociali hanno oggi un compito difficile, ma non lo era meno ai tempi di Memmo. Non sarà certo loro utile ancorarsi a un'idea di territorio come entità chiusa. L'etologia suggerisce che gli animali che segnano territori troppo stretti finiscono in ruoli domestici o preda degli animali che competono su spazi aperti. Fuor di metafora, per competere su spazi aperti bisogna crescere e per crescere bisogna correre il rischio dell'ibridazione. Le risorse umane più pregiate sono attratte dall'ibridazione, come sostiene Richard Florida, lo studioso americano che ha analizzato le aree urbane in molte parti del mondo, valutandole per la loro capacità di attrarre quella che chiama «la nuova classe creativa»¹². Nel dibattito sulle città non sempre sono stati colti tutti gli elementi di novità introdotti da questi studi di Richard Florida. Il focus deve spostarsi dalla città alla popolazione e alle sue caratteristiche qualitative.

IDENTITÀ E SPAZIO URBANO

Nel dibattito sul ruolo dell'architettura e dell'urbanistica nel sostenere lo sviluppo economico e sociale di un'area, nel Veneto (ma anche in altre regioni) è spesso rilevata da più parti l'assenza di un grande progetto (e il pensiero qui va a Memmo) in grado di fungere da volano per tutta una serie d'iniziative collaterali, di attivare soprattutto il terziario, tradizionale e innovativo, e riqualificare l'industria. Hanno queste caratteristiche il Passante di Mestre o il Mose o l'ospedale Sant'Angelo di Mestre? Senza sottovalutarne l'impatto, forse no. Le avranno la Tav, il nuovo ospedale e l'auditorium di Padova o Veneto City o la torre Lumière a Marghera, supposto che arrivino alla fase realizzativa?

12. R. Florida, *L'ascesa della nuova classe creativa. Stile di vita, valori e professioni*, Milano, Mondadori, 2003.

Anche in questo caso il dubbio è legittimo perché sarebbero certo *grandi opere* ma disgiunte da un *grande progetto*.

Qualche anno fa, al Palazzo della Ragione, all'apertura di una mostra dove sono stati esposti gli studi dell'Accademia d'architettura dell'Università della Svizzera Italiana sul recupero di dieci siti della città¹³, uno degli oratori ha colpito il pubblico un po' scettico con un semplice ragionamento: «Ci troviamo in uno dei più bei prodotti dell'architettura dell'età comunale, tutti pensiamo che sia uno dei gioielli della città. Bene, un'opera così, con questi volumi e in questo contesto, con le regole in vigore oggi, con la trappola dei veti incrociati in cui siamo invischianti, non sarebbe mai stata costruita». È un concetto che dovremmo sempre tener presente quando ci troviamo di fronte a nuove proposte architettoniche, per impedire che quello che qualcuno ha definito un muro di Berlino ideologico ci blocchi. Questo non significa né perdere i legami col passato, né abbassare la guardia, significa solo farsi guidare da un pensiero libero che, in quanto sfida passato e futuro, comporta anche qualche rischio.

L'identità è una dimensione che l'economia standard ha rimosso creando modelli, spazi e strutture che per funzionare hanno bisogno di negarla. È da questa negazione che forse è nata l'ultima grande crisi. Marc Augé il creatore del concetto di «non luogo» (inteso come spazio di concentrazione di persone dove lo scambio sociale e affettivo è praticamente nullo: aeroporto, supermercato, autostrada)¹⁴ ha recentemente spostato l'attenzione sulle «non persone», individui cui sono negate identità e cittadinanza¹⁵. Parafrasando le negazioni di Augé, si può ricostruire lo scenario teorico ed empirico entro cui nel 2008 è maturata una crisi provocata da non persone (l'individuo ridotto dagli economisti a operatore logico), che si aggiravano per non luoghi (i mercati che postulano l'irrelevanza della specifica identità delle parti contraenti) e si scambiavano non beni (gli indici), pagando con la non moneta degli alchimisti finanziari. Molti pensano oggi che per uscire dalla crisi bisognerà tornare all'economia reale, alle persone vere. Forse è ozioso chiedersi se siano i non luoghi a creare le non persone o viceversa. Certo è che esiste il problema di creare le complementarità tra persone e luoghi, lo stesso problema che Memmo cercò di affrontare con gli spazi strutturati nel Prato.

L'insegnamento che si può trarre da Memmo e dalla sua «idea» è che dare identità, consistenza e continuità temporale ai luoghi di produzio-

13. AA.VV., *Padova, atelier internazionale d'architettura*, Bologna, Editrice Compositori, 2005.

14. M. Augé, *Nonluoghi. Introduzione a un'antropologia della surmodernità*, Milano, Eleuthera, 2003.

15. M. Augé, *I nuovi confini dei nonluoghi*, in «Corriere della Sera», 12/7/2010, p. 29.

ne, consumo e divertimento significa porre le premesse per costruire (o ricostruire) un'identità in cui ciascuno possa riconoscersi e attraverso cui farsi riconoscere, sviluppare un sistema di relazioni, individuare i gruppi sociali di riferimento e i tratti distintivi che li differenziano da altri. Differenziare e integrare sono le due polarità attraverso cui passa la soluzione di problemi apparentemente lontani quali l'organizzazione produttiva e sociale o il marketing per uscire dalla crisi. Nella differenziazione il pericolo è di creare un eccesso di frammentazione, costruire barriere mentali che inducono una visione stereotipata dell'altro, un eccesso di fiducia nelle proprie forze e capacità, una sistematica sottovalutazione dei segnali che provengono dall'esterno e una sostanziale incapacità di cambiare, di metabolizzare il diverso. Sono in fondo le paure e le resistenze del «Misanthropo padovano» di cui parla Memmo¹⁶. Nell'integrazione il pericolo da evitare riguarda l'appiattimento sullo stesso modello, la negazione delle differenze e della pluralità di esperienze e bisogni. Le economie di scala e di replicazione sono perseguite a scapito delle economie di varietà e d'innovazione. I modelli di consumo e produzione convergono a livello globale in una desolante uniformità che genera stagnazione.

La discussione attuale sulle province e le città metropolitane rimanda ancora a una progettualità che sembra mancare, vista la fretta con cui si sono ridisegnati i confini delle nuove entità. Per valutare il ruolo che in Italia potrebbero avere le città metropolitane si tenga conto di una recente previsione sull'evoluzione delle concentrazioni urbane nel mondo. Uno studio della McKinsey¹⁷ ipotizza che nel 2025 seicento città concentreranno due miliardi di abitanti – circa un quarto della popolazione – e il 60% del Pil del pianeta. Il ruolo maggiore non sarà però giocato dalle megalopoli di qualche decina di milioni di abitanti bensì dalle città di «peso medio», fino ai dieci milioni: limite dal quale le prime città italiane, anche dopo i prospettati addensamenti metropolitani, saranno comunque lontane. Pur avendo presenti i limiti di queste estrapolazioni demografiche che non riescono a tener conto di fattori di discontinuità che possono sempre manifestarsi, si potrebbero aprire grandi opportunità per le aree urbane che sapranno entrare nella competizione cercando una differenziazione di tipo qualitativo, trasformando apparenti elementi di debolezza numerica in una grande forza distintiva. Quella forza che potrebbe derivare da una «general idea» à la Memmo¹⁸.

16. DGI, p. 79. Si veda anche Zucconi e Mondini in questo volume.

17. R. Dobbs *et al.*, *Urban world. Mapping the economic power of cities*, McKinsey Global Institute, 2011.

18. Ringrazio Bruno Arrigotti che mi ha iniziato al testo di Vincenzo Radicchio, Giorgio Carli e Omar Lodesani che hanno letto una prima versione di questo capitolo e dato preziosi suggerimenti, Alessandra De Crescenzo, Silvia Toninato e Giovanna Vascon che hanno pazientemente trascritto *La descrizione della general idea*. Fondamentale il coordinamento di Rossella Spolaore.