

# LEGGERE LA RIGENERAZIONE URBANA

Storie da "dentro" le esperienze

Racconti di

Amata Brancaleone e Cooperativa sociale Villaggio Globale, Ravenna

Associazione Culturale La Capagrossa Coworking, Ruvo di Puglia (BA)

Associazione di Promozione Sociale Warrols, Putignano (BA)

Cooperativa Sociale Young Inside, Bolzano

DarCasa, Milano

Dynamoscopio associazione culturale, Milano

Kilowatt, Bologna

Lab SOP, Trento

La Rete delle case del quartiere, Torino

Libera Campania, Castel Volturno (CE)

Libera Campania, Pontecagnano (SA)

Metropoliz, Roma

Team ReUSEs, L'Aquila

Urban Landscape Hub, Milano

Con i contributi di

Annibale d'Elia e Elena Granata

A cura di

Carlo Andorlini, Luca Bizzarri e Lisa Lorusso

New Fabric

3



Illustrazione in copertina di Martha Jimenez Rosano

© Copyright 2017 by Pacini Editore Srl

ISBN 978-88-6315-**xxx-x**

*Realizzazione editoriale*



Via A. Gherardesca  
56121 Ospedaletto (Pisa)

Fotolito e Stampa  
**IGP** Industrie Grafiche Pacini

Le fotocopie per uso personale del lettore possono essere effettuate nei limiti del 15% di ciascun volume/fascicolo di periodico dietro pagamento alla SIAE del compenso previsto dall'art. 68, commi 4 e 5, della legge 22 aprile 1941 n. 633.

Le riproduzioni effettuate per finalità di carattere professionale, economico o commerciale o comunque per uso diverso da quello personale possono essere effettuate a seguito di specifica autorizzazione rilasciata da AIDRO, Corso di Porta Romana n. 108, Milano 20122, e-mail [segreteria@aidro.org](mailto:segreteria@aidro.org) e sito web [www.aidro.org](http://www.aidro.org).

# Indice

---

Introduzione. *Newfabric* attraverso PRiNT ..... pag.  
*Comitato editoriale*

Prefazioni ..... »  
*Annibale d'Elia*  
*Elena Granata*

## I RACCONTI

### PARTE 1

#### LA RIGENERAZIONE URBANA PASSA DALLA CUCITURA DEGLI SPAZI

Save Town, incubatore per quartieri in difficoltà ..... »  
*Associazione di Promozione Sociale Warrols (Putignano BA)*

#### FabriQiamo

Un approccio pop-up per trasformare gli spazi di interazione pubblici ... »  
*Urban Landscape Hub (Milano)*

Il *coworking* come pretesto per l'innovazione sociale ..... »  
*Associazione culturale La Capagrossa (Ruvo di Puglia BA)*

### PARTE 2

#### LA RIGENERAZIONE URBANA PASSA DALLA COMUNITÀ

Di serre, di orti e percorsi. Kilowatt e il community hub.

"Serre dei Giardini Margherita" ..... »  
*Kilowatt (Bologna)*

Il Laboratorio Sociale Officina Piedicastello. Dal riciclo alla città conviviale »  
*Lab SOP (Trento)*

### PARTE 3

#### LA RIGENERAZIONE URBANA PASSA DALLA CULTURA

Mercato Lorenteggio. Un approccio culturale alla rigenerazione urbana »  
*Associazione culturale Dynamoscopio (Milano)*

Il Festival delle Resistenze contemporanee. Storie di un quartiere resistente »  
*Cooperativa sociale Young Inside (Bolzano)*

#### PARTE 4

##### LA RIGENERAZIONE URBANA PASSA DALL'AMBIENTE

Anima, un parco Eco-archeologico per riscoprire l'anima ..... »  
*Libera Campania (Pontecagnano SA)*

Le mirabili imprese dell'Amata Brancaleone ..... »  
Una comunità che si attiva per rigenerare un bene comune ..... »  
*Amata Brancaleone e Cooperativa sociale Villaggio Globale (Ravenna)*

#### PARTE 5

##### LA RIGENERAZIONE URBANA PASSA DAL RISCATTO

ReUSEs - Reuse of Urban and Social SPacEs  
Il racconto di una pratica territoriale di riuso urbano post-sisma ..... »  
*Team ReUSEs (L'Aquila)*

Orizzonti innovativi e meridiani ..... »  
*Libera Campania (Castel Volturno CE)*

#### PARTE 6

##### LA RIGENERAZIONE URBANA PASSA DALL'ABITARE

Tre periferie milanesi. Sei donne. Una casa, Dar ..... »  
*DarCasa (Milano)*

Metropoliz - Città meticcia. Storia di una comunità abitativa che si fa cultura ..... »  
*Metropoliz (Roma)*

Spazi di comunità che generano prossimità ..... »  
*La Rete delle case del quartiere (Torino)*

#### APPENDICE

Manifesto PRiNT ..... »

La call PRiNT ..... »

Gli autori dei racconti ..... »

Approfondimenti suggeriti dagli autori dei racconti ..... »

# Introduzione.

## Newfabric attraverso PRiNT

---

*Comitato editoriale*

**Newfabric** è la collana di Pacini Editore che ha deciso di puntare sulla generazione di racconto, di scambio e sulla fondazione di una narrazione che considera l'utilità sociale l'alternativa alla forma di possesso. **Newfabric** è l'unione della complessità, dei diversi punti di vista su quello che succede nei processi nazionali di creazione di senso rispetto ai luoghi e alle comunità che nascono attorno a questi luoghi. **Un insieme di professionisti che ragionano da contesti diversi sulla base di valori comuni o meglio che si sono avvicinati attraverso il dibattito e la discussione.** **Newfabric** è oggi il risultato di un serie di azioni che sono partite certamente dalla messa in discussione della generazione (il ruolo importante delle politiche giovanili nella definizione del modello di sviluppo che porta avanti la collana editoriale) e questo la racconta la storia dei suoi direttori, ma che è andata oltre come sono andate oltre oggi le politiche pubbliche che vogliono ragionare sui giovani. Ecco perché **Newfabric** è una collana editoriale particolare, perché **non pubblica libri per venderli** (effetto secondario e per la sostenibilità del progetto), **ma per dare un punto di riferimento a tutti coloro che fanno cose, per mettere assieme diversi ambiti, per approfondire alcuni aspetti di politica dello sviluppo e per rilanciare continuamente la riflessione attorno ai territori e alle comunità, luoghi e persone quindi.**

Per fare tutto ciò stiamo utilizzando uno strumento, **una call** che nella sua prima uscita ha avuto un grande successo: **PRiNT. Raccontare per trasformare.** 100 le candidature arrivate e una doppia selezione: una prima sull'idea che ha fatto proseguire 26 progetti e una seconda sui contenuti e sul racconto vero e proprio che ha portato 14 realtà a costituire **questo primo volume**

### **sulla rigenerazione urbana e non solo urbana.**

Il risultato del periodo che ha coperto l'uscita della *call* è stato avvincente e ci ha dato esattamente quello che volevamo: far emergere i racconti da parte dei territori (tutte le Regioni hanno inviato almeno un racconto nella prima selezione con eccezione della Valle d'Aosta) da cui abbiamo cercato di profilare un *identikit* di massima di **cosa possa intendersi con lo slogan 'rigenerazione urbana'**, dove in questo caso non intendiamo solo e necessariamente l'ambiente urbano bensì anche quello rurale o meglio detto non-urbano. Il tutto tenendo ferme due parole che portano con sé significati che ci stanno a cuore: **cittadinanza e benessere.**

**Cittadinanza** perché è proprio attraverso la messa in opera di riattivazione di relazioni comunitarie, rigenerazione di spazi inutilizzati o sottoutilizzati, presa in consegna di funzioni tradizionalmente delegate all'ente pubblico e mai realizzate (per mancanza di amore, di passione, di appartenenza, di *ownership*), di implementazione di dispositivi concreti di diffusione del potere dove decide e realizza chi fa, chi si impegna, chi c'è lì e in quel momento;

**Benessere** perché traduce in italiano - forse immeritadamente - quel concetto di *welfare* urbano che sempre più si sente quando si parla di progettazione pubblica e di città intelligenti che spesso pensano, ma non sentono, il cambiamento che propongono. Chi fa, e soprattutto vede realizzato il proprio sforzo, sta meglio in termini emotivi ma a quanto pare anche fisici. Pensiamo alle grandi opportunità messe in campo dai fenomeni dell'economia della condivisione nella promozione delle forme abitative in modalità *co-housing*, dove la relazione fra i diversi attori che godono di servizi in comune genera non solo relazione - e quindi meno solitudine-, senso di appartenenza anche in zone periferiche e a volte sostegno in termini di mantenimento della salute.

La lettura dei racconti non porta a una definizione ulteriore o diversa o alternativa a quelle già presenti in molti percorsi di ricerca e di sperimentazione in Italia ma **suggerisce sei direzioni** che ci sembrano importanti perché mettono in gioco altrettanti concetti sostanziali al processo di innovazione sociale in atto in Italia e non solo, ovvero **la contaminazione necessaria** (o la **cucitura**, come l'abbiamo chiamata in questa pubblicazione), **la comunità orizzontale, la cultura che produce coesione sociale, l'ambiente praticabile, il riscatto sociale, l'abitare di senso.**

# Prefazioni

---

## I barbieri, il punk e l'innovazione sociale

*Annibale d'Elia*

Ogni volta che sento la parola hub mi viene in mente Peppino, il barbiere punk metal di Bari, e la sua bottega nella periferia malfamata di Japigia durante la seconda metà degli anni 80. Peppino era un signore sui sessanta dall'aspetto normalissimo, e normalissima era la sua bottega. Ma, a dispetto delle apparenze, quel luogo era un punto di riferimento per la gioventù alternativa e ribelle della città. Ciò che rendeva speciale Peppino, oltre i prezzi modici e una serena assenza di giudizio sui gusti dei clienti, era la capacità di riprodurre fedelmente le acconciature che i ragazzi e le ragazze gli mostravano nelle foto ritagliate dalle riviste. Pare che tutto fosse nato per caso: una ragazza dark cercava di somigliare al suo cantante preferito e, soddisfatta del risultato, ne aveva parlato in giro. Fatto sta che, con l'andar del tempo, quella bottega era diventata una tappa fissa e irrinunciabile per i membri di quella variopinta comunità urbana. Non si andava lì solo per accorciare la zazzera o sagomare la cresta, ma per incontrare gli altri frequentatori del locale, fare due chiacchiere e tenersi aggiornati sulle ultime novità in fatto di musica o di stile. Nello stesso modo, la bottega era il posto giusto se si voleva far sapere qualcosa a qualcuno. Chi tornava da Londra con notizie fresche o dischi nuovi, era da Peppino che andava a vantarsi delle ultime scoperte. Man mano che la comunità cresceva, il suo ruolo di connettore andava rafforzandosi. Ogni nuovo arrivato passava da quella stanzetta al piano terra per conoscere, farsi conoscere e debuttare in società. Per la scena punk rock e new wave cittadina, quella bottega era un fattore di coesione e di inclusione dei nuovi arrivati, un luogo di elaborazione culturale e un acceleratore di innovazione. In modo del tutto inconsapevole Peppino aveva creato - e in qualche modo era lui stesso - una piattaforma relazionale, un supernodo di una rete sociale, un cosiddetto community hub. Posti come la bottega di Peppino, dove si addensano le comunità umane e si

infittiscono gli scambi, esistono da sempre e ovunque. Essi nascono in modo naturale e nei contesti più impensati, solitamente in concomitanza con l'avvento di piccoli e grandi mutamenti. Luoghi del genere stanno nascendo anche oggi, numerosissimi, mentre le nostre società sono alle prese con lo sforzo di cambiare se stesse per adattarsi alle grandi trasformazioni in atto. Stanno nascendo nelle pieghe delle nostre città, piccole o grandi, in modo spontaneo o per effetti di (rare) politiche pubbliche intelligenti e generative. Ricuciono spazi urbani, riattivano comunità, producono nuova cultura, nuova economia o nuova attenzione per l'ambiente oppure reinventano le pratiche dell'abitare in chiave collaborativa. Sono parte di quel percorso ancora difficile da inquadrare che chiamiamo *innovazione sociale*.

Di questo, e di molto altro, parlano le 14 storie raccolte in questo libro. Tutte insieme, rappresentano il tentativo di raccontare l'innovazione sociale e la rigenerazione urbana "da dentro", attraverso la voce e le storie di chi le pratica tutti i giorni. E non è un caso. Ancora non è chiaro quale sarà l'esito di questo percorso, ma di certo sappiamo che in questo campo le esperienze corrono più veloci delle teorie. Ogni volta che si azzarda una definizione di innovazione sociale, viene fuori un'esperienza nata sul campo che sposta il confine un po' più in là. È come se un cartografo cercasse di disegnare la mappa di un mondo fluido, con i continenti ancora in rapido movimento.

Un'altra cosa che ho capito dell'innovazione sociale, qualunque cosa sia, è che le piattaforme non servono solo all'interno delle singole esperienze - per legare spazi, persone e territorio - ma anche per collegare queste esperienze tra di loro. In altre parole, anche qui c'è un gran bisogno di botteghe di barbieri, cioè di luoghi e occasioni di connessione, per mettere in relazione pionieri ed esploratori e creare ponti tra questi e il resto del mondo. Attenzione, non sto parlando di coordinare, mettere ordine, distribuire compiti o "fare sistema" ma di condividere le proprie risorse, aprire le porte e rendersi utili a questi esperimenti. Non si tratta di elaborare grandi piani e programmi predeterminati ma di creare un ambiente accogliente dove aggregare persone, moltiplicare le conversazioni e allargare progressivamente il giro. Esattamente come accade nelle feste ben riuscite. In questa prospettiva l'avventura di Print, messa in campo da un gruppo di operatori ed esperti appassionati con la complicità di Pacini Editore, sembra partire con il piede giusto. Il libro che avete tra le mani non è solo una raccolta di esperienze di innovazione sociale e rigenerazione urbana ma il risultato di un processo aperto e generoso. L'obiettivo ambizioso è trasformare un'avventura editoriale in un "un connettore tra persone, le loro storie, gli avvenimenti di innovazione in atto, i mutamenti dei contesti".

Un *hub*, insomma. Proprio come Peppino.



## La “prima volta” dei nuovi rigeneratori

*Elena Granata*

Prendersi cura dei luoghi, contrapporre un vitalistico desiderio collettivo di regalare una seconda giovinezza a edifici, piazze, borghi storici salvandoli dal loro inevitabile abbandono. La *mission* di queste quattordici belle storie è solo all'apparenza banale.

Sappiamo che aggiustare, riutilizzare, reinventare le cose, ci salva dalla condanna di continuare solo a consumarle. Che impiegare il proprio tempo per dare una seconda vita alle cose è un atto di civiltà, di attenzione ambientale, di sfida all'eternità. È un modo per liberarci dal possederle, dal conservarle gelosamente per sempre. Ci sono luoghi bellissimi ora abbandonati, ci sono paesi arrivati ai loro ultimi giorni, ci sono materiali storici e naturali che non sono più oggetto di cura.

Tutte le storie di questo libro ci parlano di questi luoghi. Raccontano esperienze di rigenerazione e di riuso, di riqualificazione e di rivitalizzazione, di riattivazione e di resistenza. Non a caso il prefisso “ri” allude alla ripetizione, alla seconda vita, a qualcosa che è stato e che può rinnovarsi nel tempo. Ma che c'è di nuovo in queste pratiche? Tutta la storia delle nostre città si è sviluppata all'insegna dell'uso e del riuso, della reinvenzione a partire dai materiali lasciati dal tempo. Dove sta lo scarto e il salto creativo rispetto al passato? Ogni generazione ha adattato e modificato quello che ha ereditato. Per cogliere l'innovazione dobbiamo ribaltare il punto di osservazione.

Focalizzando tutta la nostra attenzione sulle cose, sui luoghi e i manufatti - degni di avere vissuto una prima volta e ora ancora più degni di viverne una seconda - rischiamo di non cogliere la varietà delle prassi dei rigeneratori, che sono invece la vera innovazione di questi processi di riuso.

Sono architetti, designer, antropologi, insegnanti. Hanno in tasca lauree non sempre spendibili nel mercato del lavoro, provengono dal mondo cooperativo o dell'impegno civile, sentono l'urgenza di collocarsi nel mondo.

A sorprendermi è il racconto della loro “prima volta”, il modo in cui si è fatta largo un'idea, come ha preso concretezza, trovato compagni di viaggio, bandi e finanziamenti che l'hanno resa possibile. Sono soprattutto le storie del sud Italia a rivelare il ruolo attivo di giovani professionisti che hanno avuto la capacità di individuare un bisogno e disegnare una strategia, di mettersi in rete e di lavorare insieme. Hanno provato a rompere gli schemi del passato