

Retail Environment

guest editor

Vincenzo Buongiorno



G. Strappa editoriale, *Retail space e forma delle città* - V. Buongiorno, *Urbano/suburbano. Retail environment e spazio pubblico nell'età della città digitale* - H. Davis, A. Dhanani, *The Winkley Estate in London: An Old Typo-Morphological Model for the New Economy* - C. D. Đokić, A. Zorić, A. Đorđević, *"Belgrade" Department stores: Setbacks, challenges and new perspectives on an old commercial Model* - X. Xiao, *Linear Marketplaces upon Fixation Line of Shanghai, a Case Study of Hongzhu Market* - V. Casarin, *Como Roma está enfrentando a instalação de anúncios comerciais na paisagem urbana?* - G. Moretti, *Shopping centers: understanding the typological process to innovate* - A. Allegri, *Decodificando di luoghi del commercio negli spazi urbani. Un estratto dall'Atlante dei Sistemi Commerciali di Lisbona, 1970-2010* - M. Maretto, *Commercio e rigenerazione urbana. I centri commerciali delle frange periurbane come nuove "polarità"* - P. Carlotti, *"City Mall" e vuoti urbani. Metamorfosi di uno spazio collettivo.*

U+D urbanform and design

Reg. Trib. Roma N°149 del 17 giugno 2014
info@urbanform.it

ISUFitaly_International Seminar on Urban Form - Italian Network
DiAP_Dipartimento di Architettura e Progetto
LPA Lab_Lettura e Progetto dell'Architettura
via di Ripetta, n.123, 00186, Roma, Italy
tel: +39 06 688 788 32

Direttore_Editor
Giuseppe Strappa, Univ. di Roma "Sapienza"

Vicedirezione_Co-Editors
Paolo Carlotti, Univ. di Roma "Sapienza"

Sede Bari: **Matteo Ieva**, Polit. di Bari
Sede Parma: **Marco Maretto**, Univ. di Parma
Sede Firenze: **Alessandro Merlo**, Univ. di Firenze

Caporedattore_Assistant Editor
Giulia Annalinda Neglia, Polit. di Bari

Redazione_Editorial Team
Studi e Ricerche_Studies and Research:
Mariangela Turchiarulo, Polit. di Bari

Punti di Vista_Viewpoints:
Nicola Scardigno, Polit. di Bari

Recensioni e Notizie_Book Reviews & News:
Giuseppe Francesco Rociola, Polit. di Bari

Revisione testi inglese_English texts reviews:
Giuseppe Francesco Rociola, Polit. di Bari
Nicola Scardigno, Polit. di Bari

Progetto grafico e composizione_Graphical and compositional project
Antonio Camporeale, LPA Univ. di Roma "Sapienza"

Comitato Scientifico_Scientific Committee
Luis A. de Armiño Pérez, Univ. Polit. de Valencia;
Giuseppe C. Arcidiacono, Univ. di R. Calabria;
Eduard Bru, Univ. Polit. de Catalunya;
Brenda Case Sheer, Univ. of Utah;
Enrico Bordogna, Polit. di Milano;
Giancarlo Cataldi, Univ. di Firenze;
Michael P. Conzen, Univ. of Chicago;
Carlos F. L. Dias Coelho, Univ. de Lisboa;
Kai Gu, Univ. of Auckland;
Pierre Larochelle, Univ. Laval;
Vicente Mas Llorens, Univ. Polit. de Valencia;
Nicola Marzot, TU Delft;
Gianpiero Moretti, Univ. Laval Québec;
Vitor Oliveira, Univ. de Porto;
Attilio Petruccioli, Univ. di Roma "Sapienza";
Franco Purini, Univ. di Roma "Sapienza";
Carlo Quintelli, Univ. di Parma;
Ivor Samuels, Univ. of Birmingham;
Jeremy Whitehand, Univ. of Birmingham.

Referees:
Vitangelo Ardito
Alessandra Capanna
Giuseppe Fallacara
Ayse Sema Kubat
Roberta Lucente
Anna Bruna Menghini
Nicola Parisi
Luigi Ramazzotti
Ludovico Romagni

The authors of the published materials are responsible for the authenticity and accuracy of citations, names and other information, as well as for the compliance with intellectual property laws.

ISSN 2384-9207 (Online)
ISSN 2612-3754 (Print)

ISBN 978-88-913-1961-6 (Online)
ISBN 978-88-913-1963-0 (Print)

In copertina: complesso di centri commerciali Sainte Foy-Place Laurier. Insurance plan of the city of Quebec, Underwriters' survey bureau Ltd, Toronto 1951-1962.

On the cover: Sainte Foy-Place Laurier Shopping centres. Insurance plan of the city of Quebec, Underwriters' survey bureau Ltd, Toronto 1951-1962.

Indice_Index

2019_anno VI_n.11/12

MONOGRAPHIC ISSUE

Retail Environment

guest editor

Vincenzo Buongiorno

Editoriale_Editorial

E | Giuseppe Strappa 6
Retail space e forma delle città.
Retail space and form of the cities.

Nota introduttiva_Introductory Note

N | Vincenzo Buongiorno 8
Urbano/suburbano. Retail environment e spazio pubblico nell'età della città digitale.
Urban/Suburban. Retail environment and public space in the age of digital city.

Saggi_Essays

1 | Howard Davis, Ashley Dhanani 12
The Winkley Estate in London: An Old Typo-Morphological Model for the New Economy.
Il Winkley Estate di Londra: un vecchio modello tipo-morfologico per la New Economy.

2 | Vladan Đokić, Ana Zorić, Aleksandra Đorđević 24
"Belgrade" Department stores: setbacks, challenges and new perspectives on an old commercial Model.
I grandi magazzini "Belgrado": decadenza, sfide e nuove prospettive di un vecchio modello commerciale.

3 | Xiao Xiao 34
Linear Marketplaces upon Fixation Line of Shanghai, a Case Study of Hongzhu Market.
I mercati lineari sulle fixation line di Shangai, il caso studio di Hongzhu Market.

4 Vanessa Casarin	44
<i>Como Roma está enfrentando a instalação de anúncios comerciais na paisagem urbana?</i>	
<i>How Rome is coping with the placement of commercial signs in urban landscape?</i>	
5 Gianpiero Moretti	56
<i>Shopping centers: understanding the typological process to innovate.</i>	
<i>Centri commerciali: interpretare il processo tipologico per l'innovazione.</i>	
6 Alessia Allegri	74
<i>Decodificando i luoghi del commercio negli spazi urbani. Un estratto dall'Atlante dei Sistemi Commerciali di Lisbona, 1970-2010.</i>	
<i>Decoding Commercial Places in Urban Spaces.</i>	
<i>An excerpt from the Atlas of Lisbon Commercial Systems, 1970-2010.</i>	
7 Marco Maretto	84
<i>Commercio e rigenerazione urbana. I centri commerciali delle frange periurbane come nuove "polarità".</i>	
<i>Urban retail and regeneration. The chance of the fringe shopping centers as new polarities for the XXI Century City.</i>	
8 Paolo Carlotti	88
<i>"City Mall" e vuoti urbani. Metamorfosi di uno spazio collettivo.</i>	
<i>"City Mall" and Urban Voids. Metamorphosis of a collective space.</i>	
Recensioni_Book Reviews	
1 M. Beccu, A. B. Menghini, A. Zattera (eds.) <i>Le forme del museo. Ragionamenti ed esercizi didattici.</i> (Matteo leva).	96
2 E. Firley (ed.), <i>Designing Change. Professional Mutations in Urban Design 1980-2020.</i> (Alessandro Camiz).	98
3 G. A. Neglia, <i>Tutto è giardino. Paradigmi di paesaggi sostenibili tra Mediterraneo e Medioriente.</i> (Fabio Di Carlo).	100

“City Mall” e vuoti urbani. Metamorfosi di uno spazio collettivo

Paolo Carlotti

Dipartimento di Architettura e Progetto, Università degli Studi di Roma “Sapienza”

E-mail: paolo.carlotti@uniroma1.it

“City Mall” and Urban Voids. Metamorphosis of a collective space

Keywords: City mall, urban regeneration, urban morphology

Abstract

The market, as in the case of Rome, is at the origin of the city and represents the cause of the success for many cities. Linked to the position it had at the origin and which today proves to be significant enough to allow it to play the role of the node at territorial scale.

Within the city, the food supply and distribution system plays a role that is particularly important today; its articulation and distribution within the city is as strategic for supply as for the sale of goods.

The text presents the case of a new shopping center, located a few hundred meters from Saint Peter's square in Rome. It is located on the site of the ancient furnaces – an urban void – and presents elements of innovation compared to traditional mall, intended for the prevalent commercial use, and in majority distributed at the edge of urban agglomerations and along the main urban roads. Among the new mall, which sometimes reproduce the forms and characters of the city, the novelty represented by the new urban shopping center is clearly evident. It is built inside the urban fabric, within an urban industrial void, and proposes itself as an integrated node, capable of regenerative function both in the building tissue and in the urban context.

The market is at the origin of the city. The historical antagonism between nomadic and sedentary culture finds its moment of synthesis in the market.

Agora, Foro, Suk, Bazar are some of the most common terms to define the place assigned to exchange merchandise and products within the city. Rome already has its first market in the place of the forum of the royal age, where the Sabine and Latin ethnic groups, nomads and farmers, begin to exchange products on the edge of the area (at that time) useful for the anthropic settlement on the hills of the Royal city. We had already observed it in 2000, when on the occasion of the book on the Roman house (Bascià, Carlotti, Maffei, 2000), we drawn the map of the city of the Kings.

Ammerman (Ammerman, 1996), few years earlier, founded – at 13 meters below the current level of the city – the floor of the first Forum, located just on top of the Velabrum and near the Regia.

Il mercato è all'origine della città. L'antagonismo storico tra cultura nomade e sedentaria trova il luogo di sintesi nel mercato. Agora, Foro, Suk, Bazar sono alcuni dei termini più diffusi per definire il luogo deputato allo scambio dei materiali e dei prodotti nella città. Roma ha già il suo primo mercato nel foro in età regia, dove, etnie sabine e latine, nomadi e agricoltori, iniziano a scambiarsi i prodotti al margine dell'area (allora) utile per l'insediamento antropico e costituito dai colli della città Regia. Lo avevamo già osservato nel 2000, quando in occasione della pubblicazione del libro sulla casa romana (Bascià, Carlotti, Maffei, 2000), avevamo ricostruito la mappa della città dei Re.

Qualche anno prima Ammerman (Ammerman, 1996) aveva trovato, a 13 metri sotto il livello attuale, il pavimento del primo foro, allocato appena in cima al *Velabrum* e in prossimità della Regia. Si tratta di uno spazio appena esterno agli insediamenti tra Campidoglio e Palatino. Un luogo al confine tra due nuclei proto-urbani ma anche, se osservato a scala più grande, al margine della grande area della transumanza del *Latius vetus*. Questo Foro, pur essendo solo pavimentato, svolge, per la prima volta la sua funzione speciale e accentrante che lo renderà centro del nuovo nucleo urbano, che così rigenerato cambierà le regole che avevano finallora stabilito le centralità e le marginalità nell'insediamento.

Ancora oggi il destino del mercato, come pure della città più in generale, risiede nella sua posizione. Tanto più strategica è la posizione del sito forense tanto più le attività accessorie ad esso connesse si svilupperanno. Spesso il successo di molte città è dovuto all'essere state fondate nel punto giusto del territorio; nel sito che ha poi condizionato il paesaggio di ciascuna fase seriore dello sviluppo urbano. *Londinium*, *Lutetia*, *Aquincum*, etc. si trovano in punti significativi del territorio europeo, tali che oggi quasi ne identificano l'intera realtà nazionale, talvolta rappresentando perfino un sistema più ampio di quello nazionale. Parigi, l'antica *Lutetia Parisiorum*, fondata da Tito Labieno nel 52 a.C., è oggi un punto di riferimento per la nazione Francese ma anche un nodo importante per l'intera pan-regione europea. L'allocazione centrale nel territorio Nazionale, ne costituisce l'essenza, che oggi, a distanza di secoli, si irradia sull'intera rete globale delle città. Le connessioni tra altri importanti nodi della regione europea hanno elevato il suo rango di nodo, attraverso nuove e più veloci connessioni, fisiche e virtuali, determinando, allo stesso tempo, una crescita esponenziale del primato raggiunto. Nel disegno dei grandi nodi strategici internazionali, Parigi appare come l'*alter ego* della città di New York, città d'oltreoceano, nodo della rete sistemica di insediamenti del continente nord-americano.

Grandi centri di egual dimensione, anche se dal peso economico molto inferiore, sono quelli di Istanbul e Il Cairo, riconoscibili nel loro ruolo per la posizione occupata nei punti di incontro e contatto tra culture ed economie complementari di scambio. Il Cairo ha giocato da sempre il suo ruolo importante di nodo tra l'economia pastorale sahariana e quella stanziale che caratterizzava le aree insediate del bacino Mediterraneo; così come Istanbul, distesa su quel canale importante del Bosforo, rappresenta la connessione tra Europa ed Asia. Roma, luogo baricentrico dell'ecumene romana, ha la sua fortuna e la sua ragione d'essere nel Mediterraneo, che tuttavia nei momenti di crisi,

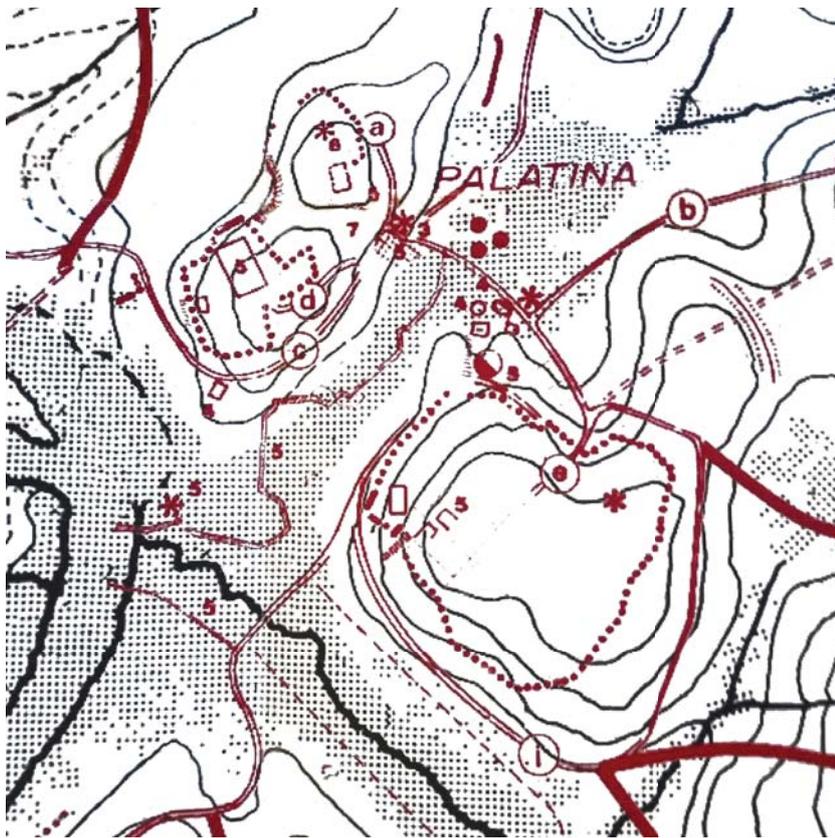


Fig. 1 - Area del foro "Etrusco" della città Regia tra il Campidoglio e il Palatino (tre punti rossi).
Rome in Royal age. The Forum was in between Capitol and Palatine hills (three red points).

come quello attuale, si riduce al livello locale. La crisi della realtà mediterranea è anche la crisi della città di Roma.

Il mercato, le città o i centri di scambio hanno la loro fortuna nella posizione, nelle connessioni e nell'essere più o meno nodo di una rete. Oggi lo scambio non è solo dei prodotti, delle quantità e quantità vendute, ma più che mai è rappresentato dalle capacità attrattive che ciascun nodo riesce ad esercitare sulla pan regione dove questo risulta inserito: storica, turistica, commerciale, politica o scientifica che sia. Il grande confronto tra città delle società moderne si gioca proprio sul ruolo che questi nodi riescono ad esercitare sul sistema reticolare urbano cui sono connessi. Oggi come prima, ma con un cambiamento ritmato da un tempo sempre più veloce, le città europee si contendono il ruolo di: Hub aeroportuali; il primato nel sistema dei porti (Si pensi al riguardo al ruolo avuto dai porti di Gioia Tauro e da Gibilterra (Algesiras) dal 1989 con la caduta del Muro di Berlino e la conseguente delocalizzazione e globalizzazione. L'inversione delle rotte commerciali Cina – Europa, passando per Suez e il Mediterraneo ha fatto letteralmente esplodere il traffico di questi porti) per lo scambio e l'approvvigionamento delle merci; o la connessione tra i principali nodi ferroviari ad alta velocità (si pensi al ruolo di Lione nella rete ferroviaria), che negli ultimi decenni hanno completamente, per alcune rotte, superato in numero di passeggeri dello spostamento aereo nazionale.

Le città nella società e nell'economia contemporanea rappresentano i nodi centrali di un sistema, complessi e articolati, di attività per natura e qualità estremamente diversificate e sempre più concentrati in pochi e significativi luoghi del paesaggio contemporaneo. Reti sistemiche e gerarchizzate in attiva competizione, al cui interno si può osservare il sistema di approvvigionamento e distribuzione dei prodotti alimentari. Sistema tanto importante da aver

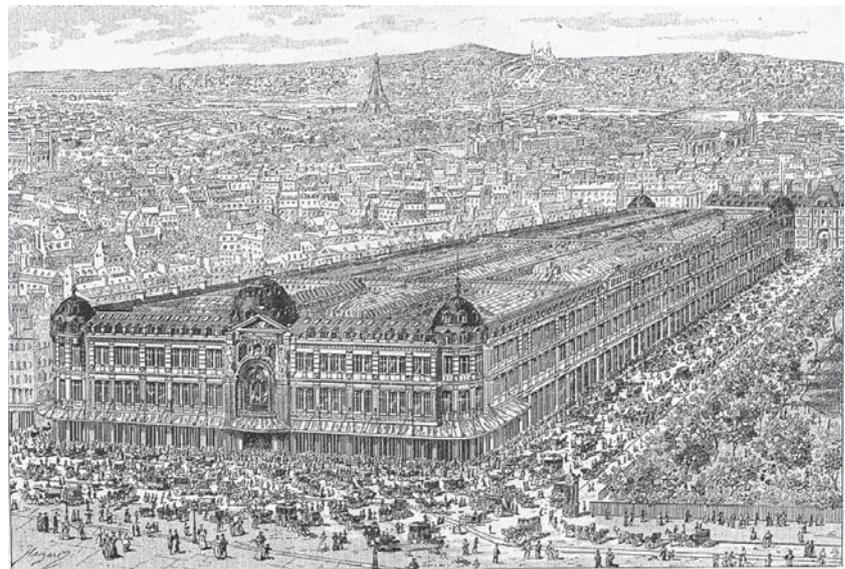
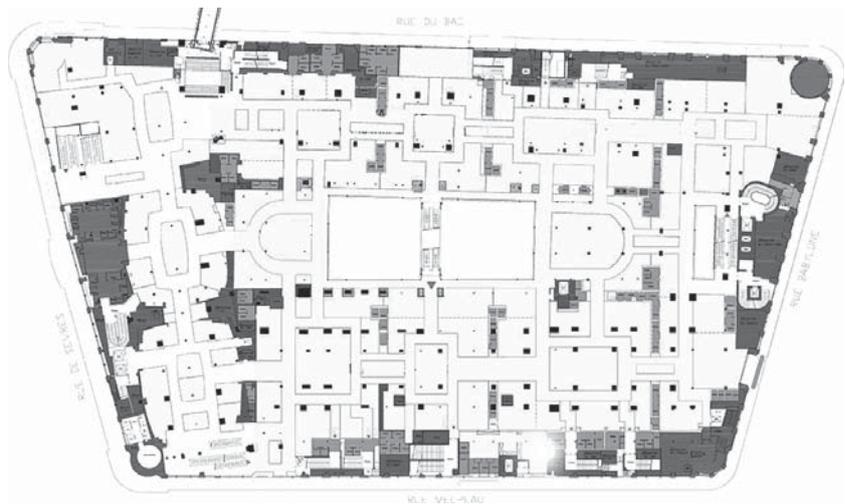
It was a space just outside the settlements between the Capitol and Palatine Hill. A place on the border between two proto-urban core, but also, if observed on a higher scale, on the edge of the larger transhumance space of Latius Vetus.

The Forum, although only paved, performs, for the first time, the special and centralizing function, which will transform it in the new center of the urban core and which will change those rules that had – until that moment – determined the centrality and margins in the settlement.

Even today the fortune of the market place, as well as for the city more generally, derives from its position. The more strategic position of the forensic site is, the more the ancillary activities connected to it will develop. Often the success of many cities has been due to having been founded in the right place in the area; a site which conditioned the landscape of each phase of urban development. "Londinium", "Lutetia", "Aquincum", etc. they are located at significant points of the European territory, such that today they almost identify the entire national reality, sometimes even representing a wider system than the national one. Paris, the ancient "Lutetia Parisiorum", founded by Tito Labieno in 52 BC, is today a point of reference for the French nation, but also an important node for the whole pan-European region. The central allocation in the national territory is its essence, which today, centuries later, radiates on the entire global network of the cities. The connections between other important nodes in the European region elevated its rank as a node, through new and faster physical and virtual connections, determining an exponential growth of the achieved level. In the design of the great international strategic nodes, Paris appears as the alter ego of New York city, an overseas town, a node of the systemic network of settlements on the North American continent. Large centers of equal size, even if with a much lower economic weight, are those of Istanbul and Cairo, recognizable in their role for their position in the meeting points between cultures and complementary exchange economies. Cairo has always played its important role as a node between the Saharan pastoral economies and the sedentary economies of the Mediterranean basin, just as Istanbul straddles Europe and Asia, lying on that important Bosphorus channel. Rome lives its fortune and its reason for being in the Mediterranean, which, however, in times of crisis, such as today, is reduced to the local level. The crisis in the Mediterranean world is also the crisis in the city of Rome.

The market, cities or exchange centers derive their fortune from their position, from their connections and from the fact to be more or less the center of a network. Today the exchange is not only of products, goods and quantities sold, but more than ever it is represented by the attractive capacities that each node is able to exercise on the pan region where it is inserted: historical, tourist, commercial, political or scientific. Competition between cities of present day societies is played precisely on the role that nodes manage to play on the urban network system to which they are connected. Today, as before, but with a much more lively rhythm, European cities are competing in the role of airport hubs, in the system of ports, and in the exchange and supply of goods or in the connection between the main high-speed railway nodes (look for role of Lyon in the European railway network), which in recent decades have completely exceeded, for some connections, the number of passengers of the national air travel. Cities in society and in the contemporary econ-

Fig. 2 - Paris. Le Bon Marché, 1852.



omy represent the central nodes of a system, complex and articulated, of extremely diversified activities by nature and quality, increasingly concentrated in a few significant points in the contemporary landscape. Systemic and hierarchical networks in active competition, within which the system of supply and distribution of food can be observed. A system so important that has been a fundamental target for the United Nations agency since 1996, when FAO shifted its focus on agriculture to food supply and distribution in cities. A pyramidal and branched structure whose production centers can also be very far, but that affect the physical and local aggregate of the city. In advanced societies, the system of food supply and distribution tends to merge with the system of procurement and distribution of non-food products. From the increasingly intensive and specialized production sites, one move to the mall centers, located on strategic axes of great communication and close to the port and airport infrastructures capable of projecting them on a global system. The storage centers are used to store products and to send goods and food as quickly as possible to the most important world markets. They are deputed to large international distribution and therefore it does not matter whether or not they are accessible to local users. They are the great inter regional nodes useful for gathering and redistributing. On the contrary, the distribution system is hierarchically organized in a pyramidal system that

rappresentato per l'agenzia delle Nazioni Unite FAO un obiettivo fondamentale fin dal 1996, quando dall'agricoltura la FAO spostò l'attenzione sull'approvvigionamento e la distribuzione alimentare (SADA) nelle città (Argenti, 2000). Una struttura piramidale e ramificata i cui centri di produzione possono essere anche lontanissimi ma incidere ugualmente sull'aggregato fisico e locale della città.

Nelle società avanzate il sistema di approvvigionamento e distribuzione dei prodotti alimentari tende a fondersi con il sistema dell'approvvigionamento e distribuzione dei prodotti non alimentari. Dai luoghi di produzione, sempre più intensivi e specializzati, si passa ai grandi centri di stoccaggio, allocati su assi strategici di grande comunicazione e prossimi a infrastrutture portuali e aeroportuali capaci di proiettarle sul piano globale. Essi, i centri di stoccaggio, servono per conservare i prodotti e per spedire, il più velocemente possibile, le merci nei più importanti mercati mondiali; sono deputati alla grande distribuzione internazionale e dunque non importa se siano o meno accessibili all'utenza locale. Sono i grandi nodi interregionali utili per raccogliere e per ridistribuire.

Diametralmente opposto è il sistema della distribuzione tradizionale, organizzato gerarchicamente con un sistema piramidale reticolare che vede al suo apice i grandi mercati di vendita all'ingrosso a cui si lega tutta la catena dei mercati principali, poi quelli locali e infine la capillare rete del dettaglio. Una rete che, in passato, aveva un numero elevatissimo di addetti e offriva una variegata offerta, ma che tuttavia aggiungeva anche, a ogni passaggio di mano, qualcosa sul prezzo del prodotto e che invece si è ridotto con l'avvento dei primi centri commerciali. (Le Bon Marché – 1852 Paris; Macy's – 1860 NY. Nel 1930, nel Queens a New York nasce il "King Kullen Grocery Company" sulla Ja-

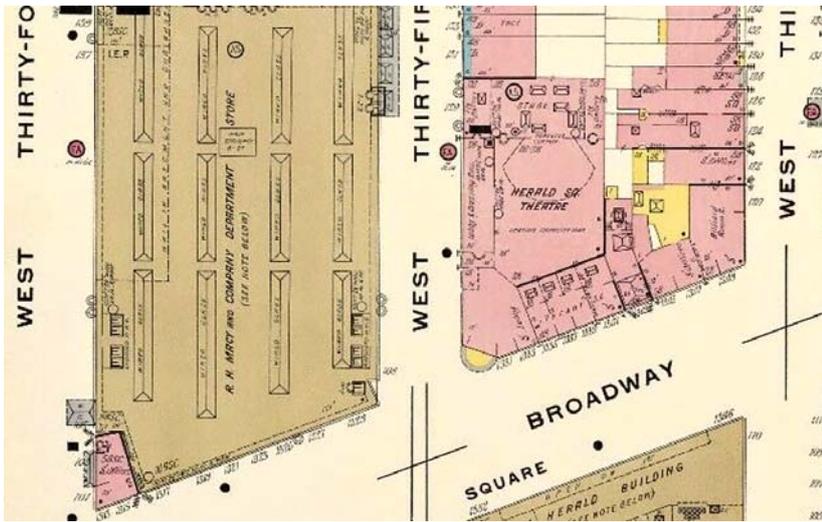


Fig. 3 - New York. Macy's, 1860.



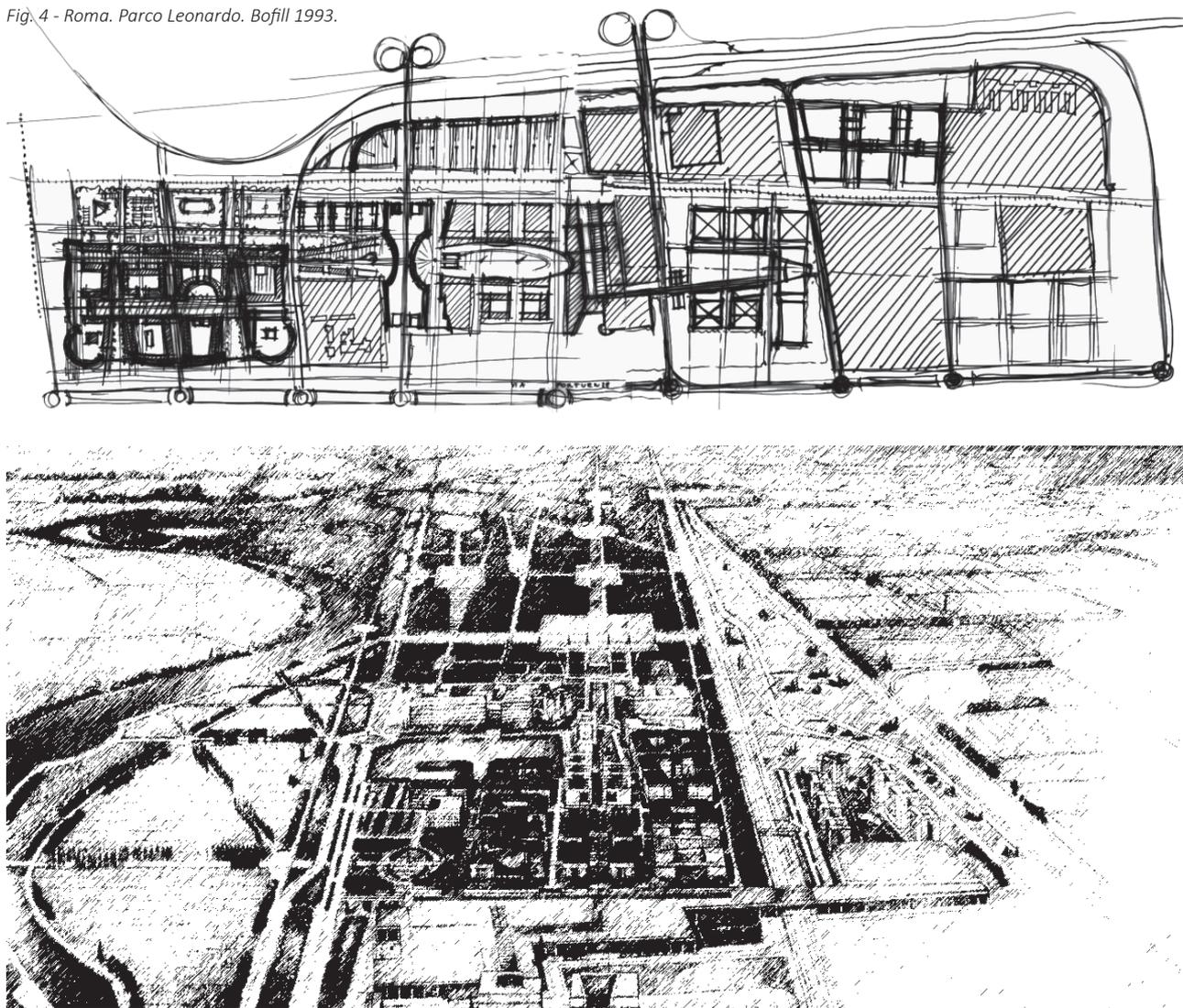
maica Avenue, un luogo innovativo con i prodotti prezzati e sistemati su scaffali divisi per reparto. Dotato di aria condizionata e di impiegati con le divise, di contenitori refrigeranti e di un packaging di riconoscimento questo sarà il primo supermercato al mondo). Un sistema che ha massimizzato i profitti della grande distribuzione e ha via via escluso dalla filiera i mediatori più deboli, provocando per conseguenza una grande riduzione degli addetti nel settore. Un fenomeno, originariamente relativamente contenuto nei centri urbani della vecchia Europa, limitatamente ben visto dall'utenza per la notevole differenza dei costi del prodotto, che però dagli ultimi anni '90 ha registrato tutta una serie di cambiamenti e che più recentemente ha fatto emergere la grande rivoluzione dell'E-commerce.

Se il fenomeno, nei primi decenni del secolo scorso, aveva contribuito a migliorare le tecniche produttive e ad aumentare la qualità e la varietà dei prodotti, nonché offrire l'occasione per il miglioramento delle infrastrutture e delle reti di connessione, dall'altra ha trasformato la società dominata dalla produzione in quella dominata dal consumo. La macchina e la realizzazione di una rete stradale più efficiente, ha migliorato l'accessibilità negli spazi urbani ed extra-urbani ma reso meno significativa l'ubicazione nei grandi centri (Il primo centro commerciale, denominato Market Square, progettato dall'architetto Arthur Aldis nel 1916 nel sobborgo di Lake Forest, è a una cinquantina di chilometri di distanza dal centro di Chicago, dove dal 1892 aveva cominciato ad operare un mezzo di trasporto innovativo e rapido).

In Europa lo sviluppo degli shopping center (I caratteri matrice possono essere rintracciati nella diffusione delle catene di negozi, (chain stores), quindi poi nella concentrazione degli stessi in un unico luogo – i "magazzini centrali" – che permetteranno la ricezione di quantità complesse, la loro gestione per il

sees at its peak the largest wholesale markets, therefore the entire chain of the main markets, then the local ones and finally the capillary retail network. A network that, in the past, had a very large number of employees and recorded a varied offer, but which, however, also added, at every change of hand, something about the price of the product, which instead decreased with the advent of the first shopping centers. A system that maximized the profits of large retailers and gradually excluded the retail shop from the supply chain, consequently causing a large reduction in the number of employees in the sector. A phenomenon, originally relatively contained in the urban centers of old Europe, which is well seen by the users because of the significant difference in the costs of the product, but which in the last 90's has undergone a whole series of changes and which more recently has brought out the great E-commerce revolution. If the phenomenon, in the first decades of the last century, had contributed to improving production techniques and to increasing the quality and variety of products, as well as to the improvement of infrastructures and connection networks, on the other hand it has transformed the production-dominated society in that dominated by consumption. The machine and the creation of a more efficient way network has improved accessibility in urban and extra-urban spaces, making the location in large centers less significant (The first shopping center, called Mar-

Fig. 4 - Roma. Parco Leonardo. Bofill 1993.



ket Square, designed by the architect Arthur Aldis in 1916 in the suburb of Lake Forest, is about fifty kilometers away from the center of Chicago, where an innovative and rapid means of transport had started operating since 1892.

In Europe, the development of shopping centers has not been homogeneous: in the northern countries and in particular in Germany, Great Britain and France, the hypermarket first developed and then the shopping center, as we know it today. In the remaining countries where the distribution of large-scale distribution was later, the simultaneous development of both models was recorded.

In Italy, due to a law requiring special authorizations (law 426 of 1971) for the construction of large sales outlets, the first modern shopping center was only in 1973 in Cinisello Balsamo in the province of Milan. Politics, in fact, in those years saw in the distribution sector a threat to the retail trade and therefore sought to safeguard small shops.

Towards the end of the 1970s and throughout the 1980s, the distribution model of the French-style shopping center spread across all regions of Italy. However, the size of the structure remained linked to the food hypermarket while the shops in the shopping arcade remained modest in size and marginal at the activity of the "anchor" (The anchor is the dominant commercial element and generally linked to the supermarket of food products).

In the 1980s in Italy the formula of the "French-style" shopping center was now widespread in all regions and competition between various

rapido rifornimento dei negozi e al fine di ottimizzare le forniture.

Nel 1931 a Dallas viene inaugurato l'Highland Park Shopping Village, dove per la prima volta i negozi si spostano dalla strada pubblica all'interno di un'area centrale organizzata, ponendosi serialmente lungo un asse matrice parallelo alla rete viaria "strip malls".

Nel 1956 nella periferia di Detroit nello Stato del Michigan è realizzato il primo shopping center interamente coperto: il Southland Center. Parte di un progetto che prevedeva quattro grandi unità nei dintorni di Detroit: Nortland Center, Eastland Center, and Westland Center. Edificio realizzato da Victor Gruen, che aveva già realizzato la prima boutique a New York si presenta, fortemente innovativo, con una facciata espressivamente curata che si distingue da quella degli altri store e con una galleria che quasi guida il cliente verso spazi di vendita capaci di esaltare l'interesse per i prodotti esposti.

Fino agli anni Ottanta i centri commerciali erano divisi in due grandi gruppi:

1. Regional Shopping Centers, situati in aree extra-urbane e con una dimensione di circa 50.000 mq.
2. Convenient Shopping Centers, situati in nuove concentrazioni residenziali con dimensioni non superiori ai 10.000 mq.

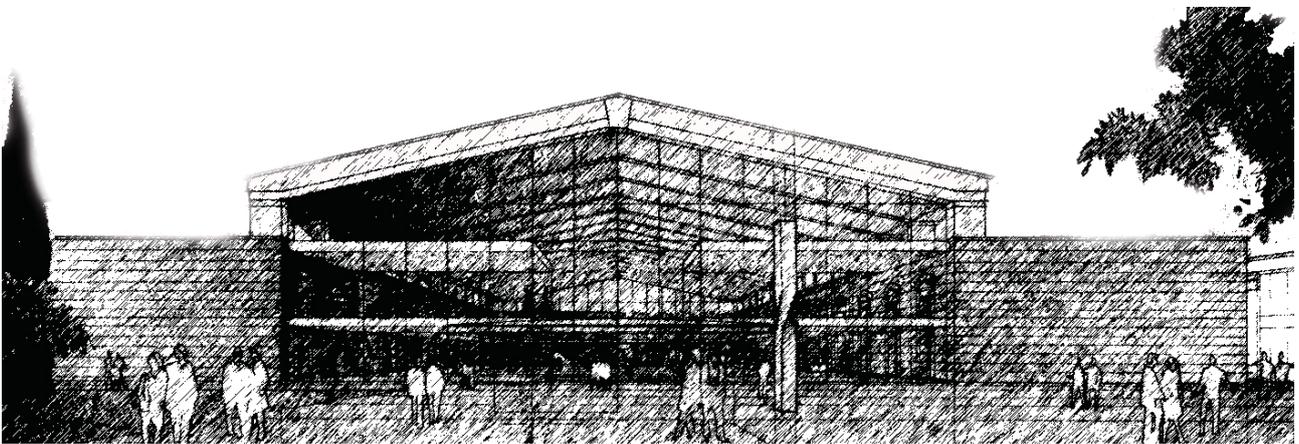
Durante questi anni, i centri commerciali sono in stretta competizione e vicini alla saturazione del mercato. Al fine di creare nuove realtà competitive sono nati nuove tipologie di shopping center, per penetrare nicchie di mercato e target specifici.

Si creano due nuove categorie tuttora presenti:

1. Centri urbani specializzati, sviluppati in aree centrali ad alta densità di uffici con ampio mix di negozi altamente specializzati nei beni per la persona e nei servizi di ristorazione.



Fig. 5 - Roma. Parco Leonardo. Bofill 1993.



2. Centri urbani a tema, localizzati lungo le grandi direttrici extraurbane fortemente dipendenti dalla presenza di grandi catene specializzate e dotati di una buona accessibilità automobilistica. Principalmente specializzati in abbigliamento e moda, articoli per la casa e beni banali a prezzi scontati) non è stato omogeneo: nei Paesi del nord e in particolare in Germania, Gran Bretagna e Francia, si è sviluppato prima l'ipermercato e poi il centro commerciale così come lo conosciamo oggi. Nei restanti paesi dove la diffusione della grande distribuzione è stata più tardiva, si è registrato invece lo sviluppo contemporaneo di entrambi i modelli.

In Italia, a causa di una legge che richiedeva speciali autorizzazioni (legge 426 del 1971) per la costruzione di punti vendita di grandi dimensioni, il primo centro commerciale moderno si è avuto solo nel 1973 a Cinisello Balsamo in provincia di Milano. La politica, infatti, in quegli anni vedeva nel settore della grande distribuzione una minaccia al commercio del dettaglio e cercava perciò di salvaguardare i piccoli negozi.

Verso la fine degli anni Settanta e per tutto il decennio del 1980, la formula distributiva del centro commerciale su modello francese si diffonde in tutte le regioni d'Italia. Tuttavia, la grandezza della struttura rimane legata all'ipermercato alimentare mentre i negozi nella galleria commerciale sono di contorno all'attività dell'ancora (L'ancora è l'elemento commerciale dominante e generalmente legato al supermercato dei prodotti alimentari).

Negli anni Ottanta in Italia la formula del centro commerciale "alla francese" si diffonde in tutte le regioni e la concorrenza comincia a farsi sentire: necessitano nuovi criteri di mercato per contrastare la concorrenza. Il modello di shopping center, concentrato esclusivamente sull'ipermercato non è più in grado di coprire le aspettative dei consumatori e iniziano a formarsi altri modelli di

centers began to be felt: new market criteria are needed to fight competitors. The shopping center model that focuses exclusively on the hypermarket is no longer able to cover all consumer expectations and for this gap in Italy other shopping center models are starting to form which are differentiating themselves both in terms of size and in terms offering capacity for which the position where the large shopping centers are located has a significant impact.

In Rome, parallel to what happened in the rest of the Country, the development of the shopping centers takes place neither a strategic plan nor a reflection on the merits. Allocation choices are often delegated directly to companies, to economic experts who respond to different logics. The phenomenon of large retailers does not receive adequate credit and attention from the technicians of the urban project and the new centers are positioned on the edge of the city along the main road arteries, effectively turning marginal areas with new extra-urban poles of attraction, capable, in some cases, to alter the market value of the land and trigger building densification processes around it.

In the 90s the reflection on the theme of the shopping center led to experimenting models such as that of Parco Leonardo (1993 - Bofill), which in fact became the central pole of the peripheral building aggregate between Acilia and Fiumicino, connected by the regional train to the city of Rome. It is the first of the new shopping

centers that connect to the public transport network. It is proposed as a city within a city with a central nucleus that collects (at least in the paper) most of the services (school, square, cinema, commercial spaces, church, etc.). The new neighborhood is designed for alternative and mainly pedestrian mobility, where cars move on a lower level than the street level. Copy the city in its most significant expressions. It places nodes, connection axes, services and specialized buildings by borrowing real examples.

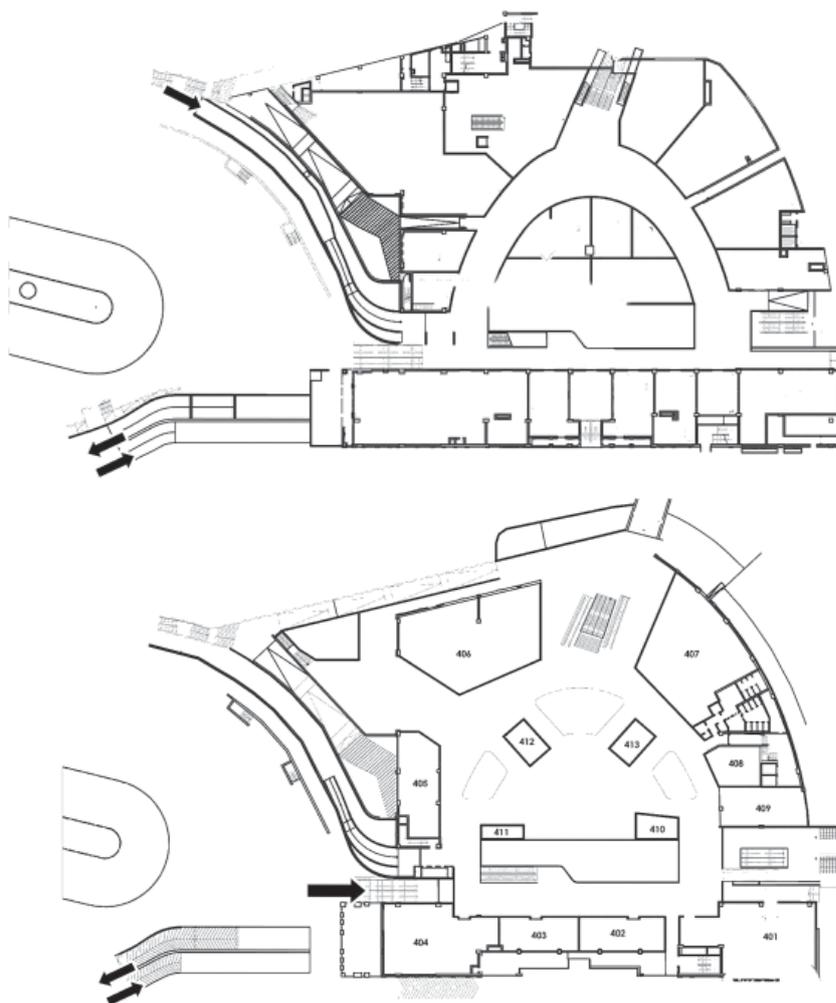
Other situations such as that of Euroma2 (2008), although originally conceived as urban centrality - the largest shopping center in Rome (52,000 sq. M. 230 shops) - like many other large new centers built on the motorway belt of the Roman metropolitan area, remains bound to the outdated monofunctional concept of the shopping center. Bound to private transport or public surface transport, it is still a traditional expression of a place remains mainly, if not exclusively, devoted to trade. Slowly the shopping center seems to change its nature by transforming itself into the vulgar version of a "dreamed" city where events are proposed to attract the greatest number of people and where it is possible to stay for a whole day. The urban places that try to replace the real city, which change according to the holiday and where you can find space for the entertainment of young children, otherwise scarcely interested in shopping.

A somewhat separate and certainly more interesting case seems to be that of the shopping center in Valle Aurelia. Built in Rome in 2018, with a relatively modest surface (60 shops), it is an integrated complex structure. It is located in an important urban connection, at the intersection on two most important public transport infrastructures in the city (Metro Line A and FM3) which in fact enlarges the radius of its accessibility to more than half of the Roman population, offering a potential catchment area far superior to all other shopping centers.

By emerging inside an urban void, left to the disposal of the ancient Roman furnaces, at the foot of one of the most important green areas of the capital and above all just 500 meters from the most important Roman centrality (San Pietro), the shopping center takes place within the city by considering typical morphological process that had generated nodes, connections and special buildings. Beyond the architectural quality that such an urban space would certainly have deserved, it tries to combine the traditional process of urban transformation with the project of the present day city, replacing the emptiness made to the city by the abandonment of productive activities, a complex building that reconnects the neighborhoods that have been built over the years. Realizing what is undoubtedly a polar place capable of performing the function of "anchor" for other existing commercial activities distributed along the main roads of this western urban sector.

The morphological reading of the cartography of this western part of the city of Rome highlights the close relationship, in recent times, between the physical form and the places and the progressive anthropization of the urban space. The matrix roads can in fact be recognized in the ridge path represented from the Portuense-Pineta Sacchetti that originally connected the Janiculum to the passway on the Tiber and to the northern lakes of the Etruscan region: a sort of plateau close to the city. A space that saw the first development of the modern city, spread over the same strategic places used for defensive purposes in the seventeenth century and then used for military fortifications for the entrenched fort, just be-

Fig. 6 - Roma. City mall "Aura", Valle Aurelia, 2018.



centro commerciale che vengono a differenziarsi tanto per dimensione che per capacità di offerta e per i quali torna nuovamente ad incidere la posizione ove questi si collocano.

A Roma parallelamente a quanto accadeva nel resto del Paese lo sviluppano dei grandi centri commerciali avviene senza un disegno strategico, né una riflessione sul merito. Spesso le scelte di allocazione sono delegate direttamente alle imprese del settore o agli esperti economici che rispondono a differenti logiche. Il fenomeno della grande distribuzione non riceve adeguato credito ed attenzione da parte dei tecnici del progetto urbano e i nuovi centri si posizionano sul bordo della città, spesso lungo arterie stradali principali, trasformando di fatto aree marginali in nuovi poli di attrazione extraurbani, capaci di innescare processi di densificazione edilizia attorno a loro.

Negli anni '90 la riflessione sul tema del centro commerciale porta a sperimentare modelli come quello di Parco Leonardo (1993, Bofill) – tra Acilia e Fiumicino collegato con la linea metropolitana regionale per l'aeroporto – che di fatto diventano il polo centrale dell'aggregato edilizio periferico. È il primo dei nuovi centri commerciali che si collegano alla rete pubblica dei trasporti. Si propone come una città nella città con un nucleo centrale che raccoglie (almeno nella carta) la maggior parte dei servizi (scuola, piazza, cinema, spazi commerciali, chiesa, etc.). È pensato per una mobilità alternativa e prevalentemente pedonale e dove le auto si muovono su un livello inferiore a quello stradale. Copia la città nelle sue espressioni più significative. Pone nodi, assi di connessione, servizi e edifici specializzati prendendo a prestito esempi reali.

Altre realizzazioni, come quella di Euroma2 (2008), benché originariamente proposto come centralità urbana – il più grande centro commerciale di Roma (52000 mq. 230 esercizi commerciali) – come molti altri grandi nuovi centri



Fig. 7 - Centro commerciale "Valle Aurelia". L'ex fornace e il teatro.

City mall "Aura" within "Valle Aurelia" neighborhood: theatre and ex furnace.



realizzati sulla cintura autostradale dell'area metropolitana Romana, restano vincolati al superato concetto monofunzionale del centro commerciale: vincolato al trasporto privato o a mezzi di trasporto pubblici di superficie è ancora espressione tradizionale del luogo prevalentemente, se non esclusivamente, dedicato al commercio.

Tuttavia lentamente il centro commerciale sembra cambiare natura, per trasformarsi, nella versione volgare di città "sognata" dove si propongono eventi per attrarre il maggior numero di persone e dove è possibile stanziare per una intera giornata. Luoghi urbani che provano a sostituirsi alla città reale, che a seconda della festività cambiano aspetto e dove si può trovare spazio per l'intrattenimento dei figli piccoli, altrimenti scarsamente interessati agli acquisti. Un caso un po' a parte e certamente più interessante sembra essere quello dal nuovo centro commerciale a Valle Aurelia. Realizzato a Roma nel 2018, per una superficie relativamente modesta (60 esercizi commerciali) è una struttura complessa integrata. Si colloca in una importante connessione urbana, nell'intersezione tra due delle più importanti infrastrutture pubbliche di trasporto della città (Linea metro A e FM3) che di fatto estendono il raggio della sua accessibilità a più della metà della popolazione romana. Un bacino potenziale di utenti di gran lunga superiore a tutti gli altri centri commerciali. Allocandosi in un vuoto urbano, lasciato per la dismissione delle antiche fornaci romane, ai piedi di una delle aree verdi più importanti della capitale e soprattutto a soli 500 metri dalla più importante centralità romana (San Pietro), si inserisce nella città in maniera conseguente al processo formativo che ha generato nodi, connessioni e edifici speciali.

Al di là della qualità architettonica che avrebbe certamente meritato un tale spazio urbano, esso prova a coniugare il tradizionale processo di trasforma-

fore the unification of Italy. They are places spontaneously adapted to settlement development and that then influenced the inner expansions. According to a typical processual development which from the ridge paths ridge pass to the valley roads, after the Second World War, the further expansion of the city sees the creation of synthetic connecting routes further downstream. Tracks, today highly structured, but barely mentioned only in the late 1940s. The roads of Baldo degli Ubaldi and via Gregorio VII are nothing more than synthetic routes that have facilitated the connection between more built areas of this portion of the city of Rome which already constituted significant nodalities.

The allocation of the new local centrality, recognizable in the building structure of the social and the commercial centrality of Valle Aurelia, is then only the last act of this process of densification and of urban knotting in the building fabric of these neighborhoods. As had already emerged in the 1990s, the disposal of the Valle Aurelia furnace area had left a void that should have been filled anyway. The hypothesis of redevelopment as a park gate has left room for other solutions which, following the restructuring of the urban railway connection and the last section of the metro "A", have made the realization of this local centrality prevail, transforming it into an attractive element and conclusive of a process of urban regeneration.

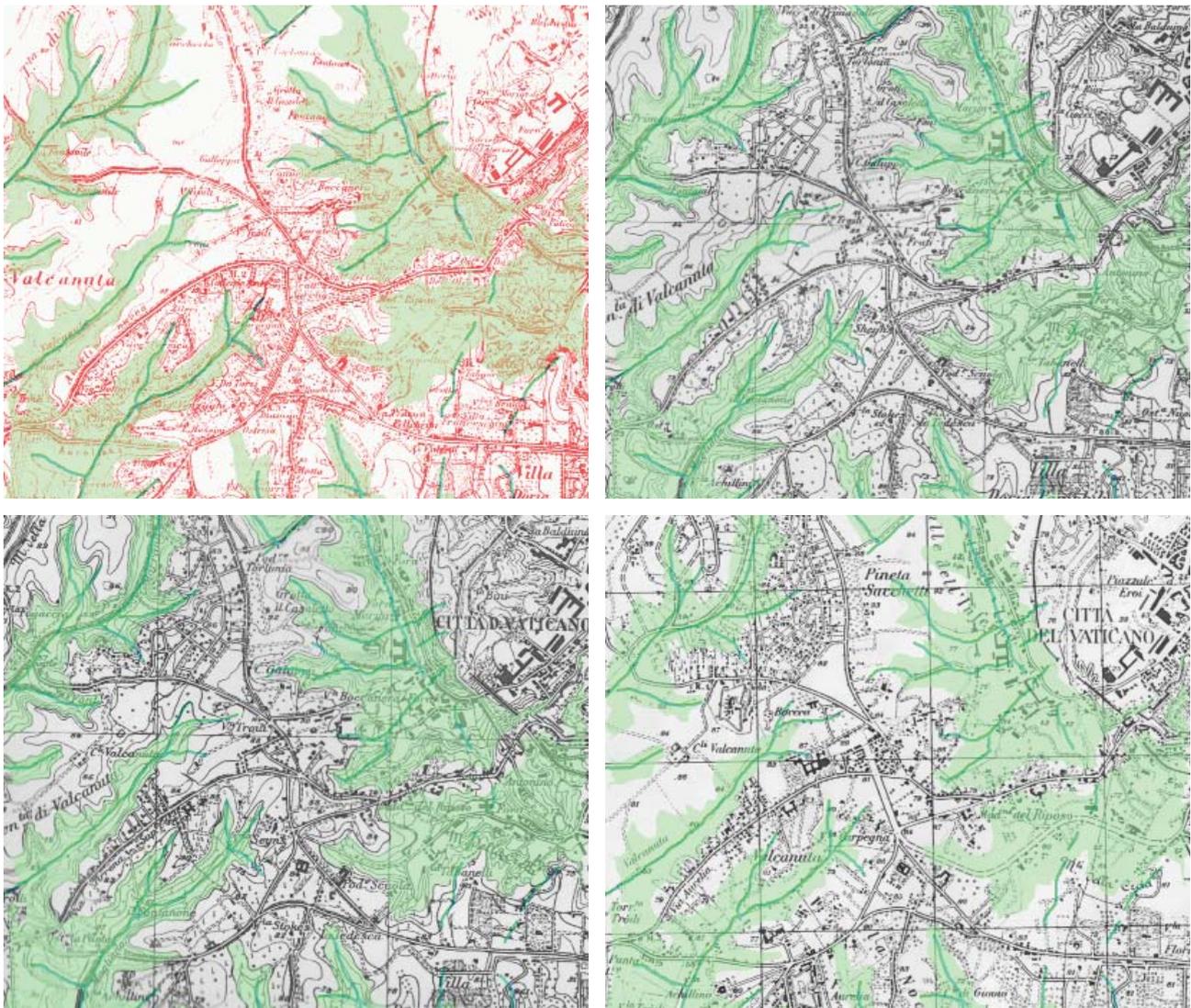


Fig. 8 - IGM 1895-1949.

zione urbano con il progetto della città contemporanea, sostituendo al vuoto reso alla città dalla dismissione delle attività produttive, un elemento complesso centrale che riannoda i quartieri che sono stati realizzati nel corso degli anni; realizzando quello che oramai senza dubbio è un luogo polare capace di svolgere la funzione d'ancora per le altre attività commerciali esistenti e distribuite lungo le vie principali di questo settore occidentale della città.

La lettura morfologica della cartografia di questa parte occidentale della città di Roma mette in evidenza lo stretto rapporto che è intercorso, in tempi recenti, tra la forma fisica dei luoghi e la progressiva antropizzazione dello spazio urbano. Gli assi matrice generatori si possono infatti riconoscere nel percorso matrice della Portuense-Pineta Sacchetti che all'origine collegava il Gianicolo al guado sul Tevere e ai laghi settentrionali della regione etrusca; una sorta di altopiano in prossimità della città. Uno spazio che ha visto il primo sviluppo della città moderna estendersi sugli stessi luoghi strategici utilizzati a scopo difensivo nel XVII secolo e successivamente utilizzati per le fortificazioni militari per il forte trincerato, appena prima l'unità d'Italia. Sono luoghi che spontaneamente si offrivano per lo sviluppo insediativo e che hanno poi influenzato le seriori espansioni.

Secondo uno sviluppo processuale tipico che alle percorrenze e strutturazioni di crinale fanno seguire i percorsi di mezzacosta e di fondo valle. Dal secondo dopoguerra, l'ulteriore ampliamento della città ha visto generarsi percorsi sintetici di collegamento. Tracciati, oggi fortemente strutturanti, ma appena accennati solo alla fine degli anni '40. I tracciati di Baldo degli Ubaldi e della via Gregorio VII non sono altro che percorsi sintetici che hanno facilitato la connessione tra aree più densificate di questa porzione della città di Roma che costituivano già delle nodalità significative.

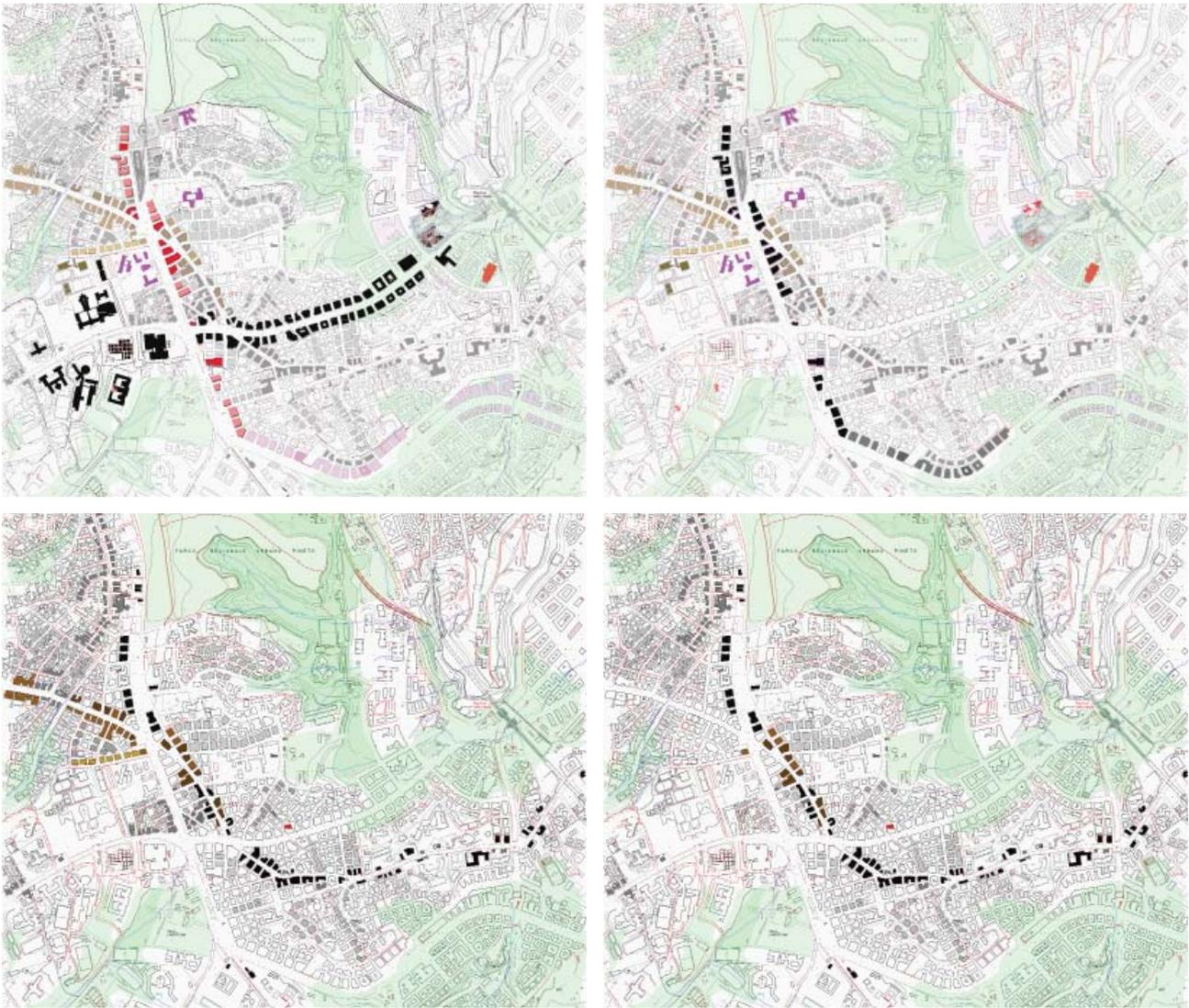


Fig. 9 - Studio della morfologia urbana.
 In nero: percorsi principali nelle differenti fasi.
 Urban morphology study. Black: main path in
 the different phases.

L'allocatione della nuova centralità locale, riconoscibile nella struttura edilizia della centralità sociale e commerciale a Valle Aurelia, non è allora che l'ultimo atto di questo processo di densificazione e di annodamenti urbani seri nel tessuto edilizio di questi quartieri. Come era già emerso negli anni '90, la dismissione dell'area delle fornaci di Valle Aurelia aveva lasciato un vuoto che si sarebbe comunque dovuto colmare. L'ipotesi di riqualificazione come porta del parco ha lasciato spazio ad altre soluzioni che a seguito della ristrutturazione della connessione ferroviarie urbana e dell'ultimo tratto della metro "A", hanno fatto prevalere la realizzazione di questa centralità locale, trasformandola in elemento attrattore e conclusivo di un processo di rigenerazione urbana.

References

- Ammerman A. J. (1990) "On the Origins of the Forum Romanum", in *American Journal of Archaeology*, 94.
- Argenti O. (2000) *Food into the cities*, FAO, Roma.
- Bascià L., Carlotti P., Maffei G. L. (2000) *La casa romana nella storia della città*, Alinea, Firenze.
- Carlotti P. (1995) *Per lo studio del processo di trasformazione del territorio romano*, Esagrafica, Roma.
- Carretta Primoli J. (2013/2014) *L'evoluzione del marketing nei centri commerciali negli ultimi venti anni. Dagli eventi al marketing relazionale*, Tesi di laurea (relatori proff. Tiziano Vescovi, Francesco Zirpoli).
- Fera G. (2018) "Lo spazio commerciale come motore della rigenerazione urbana: il programma main street negli US", in *Planum. The journal of Urbanism*, n. 38, vol I.
- Ruatti G. (2013/2014) *Lo scenario evolutivo della grande distribuzione organizzata in Italia*, Tesi di laurea (relatori proff. Barbara Del Curto, Marco Metelli, aa. 2013-14).

