



Università
Ca' Foscari
Venezia

Corso di Laurea Magistrale in
Economia e Gestione delle Arti e delle attività culturali
Ordinamento ex D.M. 270/2004

Tesi di Laurea

II KANAL-Centre Pompidou di Bruxelles

Il museo come vettore di urbanizzazione inclusiva nell'ambito
dei processi di rigenerazione culturale delle città postmoderne

Relatore

Ch. Prof. Fabrizio Panozzo

Laureando

Alessio Innocenzi

Matricola 861687

Anno Accademico

2017 / 2018

A Luigia,

INDICE

Introduzione	9
--------------	---

Capitolo primo

L'istituzione museale come motore della rigenerazione urbana

Prima parte. La cultura a servizio delle politiche urbane

I. 1.1 Deindustrializzazione e rigenerazione della città postmoderna	15
I. 1.2 La rigenerazione culturale. La cultura come vettore di sviluppo territoriale	20
I. 1.3 La cultura nelle politiche di prossimità	22
I. 1.4 Le politiche culturali d'attrattività	25
I. 1.5 Gli effetti perversi della rigenerazione culturale	28

Seconda parte. Il museo nella rigenerazione urbana: tipologie e scenari di metropolizzazione

I. 2.1 Le trasformazioni della museologia moderna	35
I. 2.2 Dal luogo vetrina a quello alternativo: quattro tipologie di museo	41

I. 2.3 Museo e sviluppo territoriale. Possibili scenari di metropolizzazione di un territorio	43
---	----

Terza parte. Alla ricerca di uno scenario alternativo

I. 3.1 Il Tate Modern, Southwark, Londra	50
I. 3.2 La Centrale Montemartini, quartiere Ostiense, Roma	54
I. 3.3 Il CENTQUATRE, 19° arrondissement, Parigi	57

Capitolo secondo

Mappatura delle condizioni di successo per la metropolizzazione inclusiva di un quartiere popolare

II. 1 Le condizioni urbanistiche	63
II. 2 Le condizioni patrimoniali. Architettura e proposta culturale	64
II. 3 La partecipazione degli abitanti. Coinvolgimento a monte, mediazione e partnerships con le strutture locali	70
II. 4 La complementarietà delle politiche urbane	75
II. 5 L'inserimento nel network culturale cittadino	76

Capitolo terzo

Il KANAL-Centre Pompidou, un museo del XXI° secolo

Prima parte. Bruxelles, un piano di rigenerazione per l'integrazione di due mondi separati

III. 1.1 Storia geopolitica di Bruxelles: il Canal come frattura fisica e simbolica nella morfologia sociale cittadina 84

III. 1.2 Dal DCC al Plan Canal: una svolta nella rigenerazione urbana di Bruxelles 91

III. 1.3 La cultura come motore della rigenerazione nel Plan Canal: il Pôle Culturel Citroën 95

Seconda parte. Il KANAL-Centre Pompidou, una nuova ambizione per Bruxelles

III. 2.1 Le premesse del progetto. Il contesto culturale del Canal 101

III. 2.2 Il KANAL-Centre Pompidou. Un nuovo museo d'arte moderna e contemporanea 104

III. 2.3 La fase di prefigurazione "Kanal Brut". Aspirazioni e critiche 108

Terza parte. Il KANAL-Centre Pompidou, un potenziale vettore di metropolizzazione inclusiva?

III. 3.1 Le condizioni urbanistiche. Il Pôle Culturel Citroën come ponte tra zone incomunicanti	119
III. 3.2 Le condizioni patrimoniali. Il progetto di riqualificazione architettuale e la programmazione di prefigurazione	124
III. 3.3 Coinvolgimento degli abitanti e accessibilità	134
III. 3.4 L'inserimento di KANAL-Centre Pompidou nel network socio-culturale di Bruxelles	145
III. 3.5 I meccanismi correttivi del Plan Canal e gli effetti del KANAL-Centre Pompidou sull'economia di Bruxelles	149
Conclusioni	155

INTRODUZIONE

Il presente elaborato si colloca nel contesto degli studi sui processi di rigenerazione culturale avviati nelle principali città globali con lo scopo di riqualificare le proprie zone “sensibili”. Queste aree urbane sono spesso accomunate da un passato industriale e caratterizzate dalla conseguente degradazione del proprio tessuto urbano, causata dai processi di deindustrializzazione che hanno segnato la nascita delle città postmoderne. Nello specifico, la ricerca tenta di fornire una comprensione approfondita delle dinamiche di sviluppo territoriale che il museo KANAL-Centre Pompidou, aperto in una fase sperimentale nel maggio 2018, sarà suscettibile di istaurare nei quartieri emarginati sottoposti al piano di rigenerazione denominato “Plan Canal”. A tal fine lo studio si pone l’obiettivo di verificare l’esistenza dei presupposti necessari alla realizzazione delle ambizioni di prestigio internazionale e degli obiettivi di coesione sociale che hanno guidato la riconversione dello storico Garage Citroën nel nuovo museo d’arte moderna e contemporanea, voluto dal governo della Région de Bruxelles-Capitale.

La parte iniziale del primo capitolo fornisce una panoramica sulle problematiche legate ai concetti di integrazione sociale, economica e urbana che affliggono le principali città postmoderne, e evidenzia la graduale strumentalizzazione culturale adottata da parte dei loro poteri pubblici, esplicitatasi in due principali tipologie di politiche di rigenerazione urbana - le politiche culturali di prossimità e le politiche culturali di attrattività. Dopo essersi soffermata sui benefici e sugli effetti perversi di tale strumentalizzazione delle pratiche culturali, la ricerca si concentra sugli attori privilegiati di questi processi: i

musei, divenuti importanti vettori di sviluppo territoriale nell'epoca della "sindrome di Bilbao". L'elaborato propone, quindi, una classificazione dei principali modelli di "Grande Infrastruttura culturale", ispirandosi a uno schema formulato da Simon Debersaques - ricercatore all'Université Libre de Bruxelles - e manifestatisi negli ultimi decenni in seguito alla ridefinizione dei *commitment* che ha riguardato la più parte degli attori culturali nella società postmoderna. Con il supporto di tre esempi museali di carattere internazionale - Tate Modern di Londra, Centrale Montemartini a Roma e CENTQUATRE di Parigi - questa analisi si conclude con un'ulteriore classificazione dell'istituzione museale, operata sulla base delle relazioni tra museo e contesto urbano, suscettibile di quattro potenziali fenomeni di sviluppo territoriale. Tra questi viene rimarcata la possibilità di configurare uno "scenario alternativo", attraverso la creazione di un museo capace di determinare una metropolizzazione inclusiva di un territorio, conciliando l'incremento dell'attrattività della zona e una migliorata prossimità sociale.

Il secondo capitolo si concentra sulla mappatura delle condizioni che, a partire da modelli teorici ed esempi pratici, si rivelano necessarie affinché un museo possa stimolare detto fenomeno di sviluppo territoriale. Il modello proposto si basa ampiamente su uno studio di Géraldine Djament-Tran e Sandra Guinand (2014) che comprende una serie di condizioni la cui ottemperanza è in grado di costituire una solida base per la realizzazione di una metropolizzazione inclusiva di una zona urbana in crisi, senza però avere la pretesa di fornire una ricetta infallibile di successo, essendo ogni territorio caratterizzato dalle proprie specificità, da bisogni differenti, da una storia peculiare e soggetto all'azione di attori diversi, mossi da interessi solo parzialmente simili.

Il terzo e ultimo capitolo dell'elaborato propone un'analisi approfondita sulla città di Bruxelles. La prima parte presenta il contesto demografico, politico, economico e culturale della capitale belga, evidenziando la particolare frattura esistente nella morfologia sociale della città, che impone l'urgenza di misure che favoriscano l'integrazione cittadina. La seconda sezione analizza il piano di rigenerazione urbana formatosi gradualmente dal momento della nascita della Regione di Bruxelles-Capitale, e ultimatosi nella definizione del Plan Canal, che persegue la rivitalizzazione strategica del vasto territorio che si sviluppa intorno allo storico canale industriale della città, conosciuto come "*croissant pauvre*" di Bruxelles. Attraverso lo studio del progetto Pôle Culturel Citroën, che ha determinato la riconversione del Garage Citroën nel nascente museo KANAL-Centre Pompidou, si sottolinea la valenza culturale conferita dai poteri pubblici al programma di rigenerazione, nel tentativo di indurre un'urbanizzazione inclusiva capace di trasformare il canale da elemento di divisione a strumento di incontro e condivisione. La terza parte è costituita dalla ricerca effettuata sul campo nei cinque mesi di soggiorno a Bruxelles, svolti nell'ambito del programma Erasmus+, volta a verificare la compatibilità delle caratteristiche del progetto KANAL-Centre Pompidou con le condizioni di successo delineate nel precedente capitolo. A tal fine sono stati condotti un sondaggio informale sulla base di cento abitanti – prevalentemente nei quartieri di Molenbeek e Anderlecht – e sette interviste a professionisti del settore e ai principali protagonisti del progetto, nel tentativo di acquisire una visione più globale e imparziale possibile sull'iniziativa messa in campo dalla Région de Bruxelles-Capitale. Le interviste, di tipo parzialmente strutturato, sono state rivolte a:

- Daniel Vander Gucht: sociologo e professore presso l'Université Libre de Bruxelles.
- Denis Laoureux: vice presidente del consiglio di amministrazione della Fondation Kanal e membro del comitato artistico del museo.
- Mathieu Van Crieelingen: ricercatore del dipartimento di Geografia Umana dell'Université Libre de Bruxelles ed esperto in materia di *gentrification* cittadina.
- Carine Fol: direttrice del centro d'arte contemporanea "La Centrale for contemporary art"
- Elke van den Bergh: coordinatrice dell'associazione socio-culturale "Maison des cultures et de la cohésion sociale de Molenbeek".
- Yves Goldstein: *chief* del progetto KANAL-Centre Pompidou
- Sonia Triki e Leen De Spiegelaere: coordinatrici di "RAB-BKO".

Gli estratti e le citazioni ricavati da tali interviste integreranno e argomenteranno i temi affrontati nella ricerca, costituendo un prezioso supporto alle varie parti della tesi, mentre i risultati del sondaggio risulteranno fondamentali nella verifica dell'importanza del Garage Citroën nella mappa mentale dei *Bruxellois*. Le testimonianze raccolte dagli abitanti del Territorio del Canal e dai professionisti consultati hanno rappresentato un importante strumento di comprensione sulle dinamiche riguardanti il contesto culturale, urbano e sociale di Bruxelles, e si sono rilevate determinanti nella definizione delle conclusioni di tale elaborato.

CAPITOLO PRIMO

L'istituzione museale come motore della rigenerazione urbana

PRIMA PARTE

La cultura a servizio delle politiche urbane

I.1.1 Deindustrializzazione e rigenerazione della città postmoderna

Negli ultimi decenni le città hanno sperimentato una trasformazione epocale e il dibattito pubblico sui problemi della nuova società è stato dominato da diverse riflessioni e questioni riguardo tematiche di rigenerazione, riconversione e riqualificazione urbana (Paddison e Miles 2006). La città moderna, obbligata a rispondere a differenti esigenze e bisogni e a risolvere nuovi problemi, deve infatti sapersi reinventare prendendo le distanze da un modello industriale obsoleto. Inoltre, la trasformazione della città, inizialmente di natura strettamente economica, attualmente si ripercuote anche negli aspetti urbanistici e sociali creando conseguenze complesse e spesso contraddittorie (Van Criekingen 2006). Il capitale intellettuale e la velocità nella circolazione delle informazioni diventano i nuovi fattori strategici di crescita economica, soppiantando quelli produttivi e determinando la terziarizzazione dell'economia¹ della città, nuovo centro di snodo per commerci, finanza, attività bancarie e innovazioni. La metamorfosi dei principali attori - da produttori a consumatori - sigla la nascita dell'economia post-moderna² decretando la

¹ *Treccani.it, s.v.*, "terziarizzazione: Processo, proprio delle economie avanzate, che consiste nella progressiva minore incidenza del settore industriale sulla formazione del PIL e sull'occupazione, a vantaggio del settore terziario, in partic. di quello avanzato che comprende i servizi alla produzione e alle imprese, caratterizzati dal continuo sviluppo delle tecnologie informative e informatiche.", <http://www.treccani.it/enciclopedia/terziarizzazione/>.

² *Treccani.it, s.v.*, "postmoderno: termine usato per connotare la condizione antropologica e culturale conseguente alla crisi e all'asserito tramonto della modernità nelle società del capitalismo maturo entrate circa dagli anni 1960 in una fase caratterizzata dalle dimensioni planetarie dell'economia e dei mercati

scomparsa di quella industriale e dando vita ad un nuovo tipo di società che, grazie all'evoluzione dei sistemi comunicativi ed informatici, diventa globalizzata e multiculturale. La conseguenza di tali processi è la creazione di società complesse ed eterogenee in cui le città postindustriali³ sono sottoposte a nuove sfide poiché, oltre a essere inserite in accanite dinamiche di competitività interurbana, si trovano ad affrontare problemi di maggior complessità a livello sociale, economico ed urbanistico (Nuere 2015).

Le trasformazioni economiche e i fenomeni di globalizzazione generano città connesse globalmente ma scollegate localmente, fisicamente e socialmente. Dal punto di vista fisico la deindustrializzazione lascia in eredità numerose aree urbane degradate, disconnesse dai centri commerciali e finanziari cittadini dove si concentrano la maggior parte delle attività economiche e dei servizi pubblici. Di conseguenza il problema della riqualificazione urbana calamita l'attenzione di pubblici e privati verso lo smantellamento e la riconversione degli ex distretti industriali, con l'obiettivo di garantire la centralità dei nuovi centri gestionali ed amministrativi e soddisfare le aspirazioni residenziali dei cittadini, rispondendo a un incessante aumento demografico. La necessità di assimilare tali zone al resto del tessuto urbano provoca una progressiva "metropolizzazione" del territorio che, come analizzato da Indovina (2003), produce un'integrazione complessiva di diverse aree suburbane comportando nuovi scambi economici e sociali - meticcianti culturali in cui si moltiplicano le relazioni sociali in un nuovo contesto di innovazione continua. Di conseguenza, numerosi fattori pongono problemi di ordine

finanziari, dall'aggressività dei messaggi pubblicitari, dall'invasione della televisione, dal flusso ininterrotto delle informazioni sulle reti telematiche", <http://www.treccani.it/enciclopedia/postmoderno/>.

³ Termine coniato dal sociologo francese Alain Touraine per indicare il tipo di società manifestatasi con il superamento della società industriale.

sociale: la metropolizzazione; il graduale dissolvimento dei legami tra dimensione nazionale e dimensione locale, la comparsa degli effetti negativi del multiculturalismo e l'aumento delle disuguaglianze nella distribuzione del reddito tra lavoratori qualificati e non - causate dalla terziarizzazione dell'economia e dal relativo cambiamento delle fonti di guadagno. Come sottolineato da Indovina (2003):

[...] la mescolanza delle differenze, ai diversi livelli e nei diversi contesti, appare come una forte aspirazione della contemporaneità, è ovvio che proprio per la sua carica innovativa, produce pulsioni di rigetto. Si tratta di un fenomeno sociale generato da diversi fattori (si vedrà più avanti) dal tecnologico al culturale, dall'economico al consumo, ecc., fattori che, come è noto, non influenzano in modo uguale i soggetti sociali, in relazione ad una sperequata distribuzione di risorse economiche e culturali.

Inoltre, i processi di globalizzazione e integrazione transnazionale hanno determinato la nascita di città che si caratterizzano per una generale tendenza alla perdita dell'identità locale, con conseguenti effetti di straniamento e alienazione sui loro abitanti. Il risultato è, come espresso da Vicentini (2008):

[...] la desolazione, l'omologazione, l'anonimità tipiche delle città moderne prive di centro e di confini, il senso di smarrimento che si impossessa dei suoi dispersi 'utenti' il cui unico spazio personalizzabile è oramai solo la disposizione dei mobili nella propria casa, la perdita di contatto tra abitare e costruito che rende impossibile i processi di identificazione con il luogo, di appartenenza ad una località, e quindi la percezione della propria stessa identità.

In questo contesto i poteri pubblici sono chiamati a rispondere a nuove sfide sul piano delle possibili forme di convivenza e

d'integrazione tra quartieri e zone urbane distanti dal punto di vista economico e sociale. Il problema è particolarmente complesso poiché la graduale polarizzazione economica e fisica tra ceti sociali agiati e quelli più poveri testimonia l'aggravarsi di divisioni di origine pregressa in seno alla morfologia sociale cittadina (Van Criekingen 2006). Le condizioni storiche di produzione dello spazio sociale in seguito all'industrializzazione di fine '800⁴ hanno messo in campo una struttura spaziale caratterizzata dalla concentrazione di abitazioni di scarsa qualità destinate alle popolazioni operaie, più o meno lontane dai centri cittadini. La precarietà di tali quartieri popolari si aggrava con la deindustrializzazione degli anni '60 e '70⁵, in cui la terziarizzazione dell'economia determina l'ascesa sociale delle classi medie e l'antitetica marginalizzazione di quelle operaie. Infatti, la crisi dell'offerta di lavoro non qualificato e i fenomeni di disoccupazione di massa causano un'ulteriore segregazione residenziale della *working class*, rilegata in quartieri abbandonati al degrado postindustriale, inquinati e mal serviti. Inoltre, siffatta polarizzazione sociale si vede accrescere in seguito ai recenti fenomeni di immigrazione internazionale. In effetti, l'accessibilità residenziale di tali quartieri, che li rende delle porte d'accesso per le popolazioni immigrate meno abbienti, determina non solo l'ulteriore aumento della loro marginalità economica ma anche la segregazione etnica di popolazioni di origine straniere, complicando i fenomeni di integrazione cittadina.

⁴ In particolare, i quartieri industriali nascono negli ultimi anni del 1800, inizialmente in Inghilterra e Regno Unito, per cercare di creare un continuum tra la fabbrica e le abitazioni dell'operario. Negli stessi anni appaiono anche le politiche per la creazione dei quartieri popolari per garantire servizi abitativi ai ceti meno abbienti della società.

⁵ I processi di deindustrializzazione si sono avviati e sono progrediti a velocità differenti: registrati inizialmente negli USA intorno al 1965 si sono poi estesi in Europa e Giappone a partire dalla seconda metà degli anni '70.

L'immobilità da parte dei poteri pubblici rispetto a questa situazione ha permesso l'accrescere di aree suburbane sempre più incomunicanti in cui mondi culturali diversi rivendicano la propria cultura e la propria identità, spesso in un movimento localista contrario all'apertura metropolitana della città (Touraine 1997). In effetti diverse politiche urbane e sociali, realizzate a partire dagli anni '80, hanno causato l'ulteriore chiusura dei quartieri emarginati e, anziché promuoverne l'apertura, l'integrazione e il dialogo verso le altre aree urbane, ne hanno aggravato marginalità economica, stigmatizzazione e segregazione residenziale (Debroux 2013). Le conseguenze a livello sociale risultano numerose e di elevata gravità: la marginalità economica porta all'aumento della povertà e della disoccupazione, alla diminuzione del grado d'istruzione e allo sviluppo della microcriminalità; mentre la segregazione residenziale genera forme di esclusione e discriminazione sociale, la nascita e la concentrazione degli integralismi culturali e religiosi, l'aggravarsi dei conflitti etnici (Auclair 2006). Questo "liquefarsi" della città moderna, comporta la degenerazione della società globale, che come puntualizzato da Bauman (2011), si caratterizza per:

[...] l'indebolimento dello stato nazione, la deistituzionalizzazione crescente (della famiglia, della scuola, ecc.), il venir meno di confini chiari tra lavoro e non lavoro, l'aumento delle disuguaglianze, la contrazione dei diritti sociale e del welfare, l'affermazione di un capitalismo volatile e d'azzardo, la conseguente libertà d'azione di poteri irresponsabili, lo sviluppo di reti mobili, i conflitti etnici, il terrorismo, lo spettro dello scontro di civiltà, l'esclusione sociale, l'aumento della microcriminalità [...].⁶

⁶ "La società liquida" è una metafora utilizzata dal celebre sociologo e filosofo Zygmunt Bauman per descrivere uno degli aspetti della postmodernità caratterizzata da incertezza, frenesia, esclusione.

I.1.2 La rigenerazione culturale. La cultura come vettore di sviluppo territoriale

A fronte di una generale immobilità nei primi anni della deindustrializzazione, attualmente l'intervento pubblico nei territori detti "in crisi", o "sensibili", è caratterizzato da un acceso dinamismo⁷. Grandi progetti di rigenerazione urbana sono stati messi in moto da autorità nazionali e locali che, attraverso il contributo di organizzazioni pubbliche e non, si sono attivate per la risoluzione dei problemi economici e sociali delle aree popolari e industriali attraverso politiche urbane incentrate sull'inclusione lavorativa, sulla creazione di alloggi sociali, sull'integrazione e la coesione sociale, sullo sviluppo economico. In questo contesto la graduale strumentalizzazione politica della cultura è stata ampiamente utilizzata per la sua capacità di risolvere i problemi della società odierna, portando alla nascita delle cosiddette "politiche culturali". Infatti, come sottolineato da Di Giorgi (2004), esiste un rapporto profondo che intercorre tra politica e cultura. La politica non può separarsi dalla cultura che nutre la società in cui si manifesta e, viceversa, la cultura rappresenta uno strumento di fondamentale efficacia nel corretto svolgimento della politica, intesa nella sua accezione elementare di partecipazione cittadina - colta e consapevole - alla cosa pubblica per la risoluzione dei problemi della comunità. In questo senso, oltre a fornire valori comuni, la cultura è un mezzo per comprendere cosa accade nella società e, come indica De Giorgi (2004), rappresenta nel suo significato più profondo:

⁷ Come spiegato da Daniel Vander Gucht i quartieri "sensibili" sono dei quartieri caratterizzati da problematiche comuni in termini di abitazioni, disoccupazione e reddito medio degli abitanti e concentrazione della popolazione.

modo di vivere e di pensare, organizzazione del proprio Io interiore, della propria personalità, conquista di coscienza superiore, attraverso la quale si riesce a comprendere il proprio valore storico, la propria funzione nella vita, i propri diritti e doveri.

Nell'epoca postmoderna caratterizzata da divisioni e disuguaglianze nella distribuzione di fattori economici e culturali, diventa centrale l'esigenza politica di abbattere le barriere d'accesso alla cultura per renderla uno strumento alla portata di tutti. Di conseguenza nell'opinione pubblica si è sviluppata una profonda riflessione sulla progettazione e l'implementazione di politiche culturali che, attraverso l'educazione e la pedagogia, promuovano il raggiungimento di una vera e propria democrazia culturale⁸. Trasformare il significato di cultura da privilegio di una classe a servizio a disposizione di tutti i cittadini (Vander Gucht 2004, 2018) è infatti la condizione principale per lo sviluppo di una politica dal basso che prenda in considerazione i bisogni dei cittadini e si dedichi al cambiamento delle loro condizioni di vita e alla risoluzione dei problemi economici, morali e sociali della comunità (Morin 1970). La cultura non è infatti unicamente espressione della società ma elemento di continua influenza e formazione della stessa; affinché il suo potenziale incubatore di cambiamento sia efficace è necessaria la costruzione di una politica della cultura riflessiva, teorica e progettuale, in grado di esercitare un'influenza critica nella società in cui si sviluppa e che, come indicato nuovamente da Di Giorgi (2004):

[...] sappia creare nuove proposte di convivenza e di relazioni umane che privilegino il bene comune, cioè che miri all'uomo e

⁸ Concetto predominante nella sociologia dell'arte degli anni '60. Si riferisce al dovere di rendere la cultura accessibile ai più per evitare usi discriminatori fatti dalle classi politiche sociali e politiche dominanti. Pierre Bourdieu è stato uno dei primi a trattare questo argomento nella sua inchiesta "*L'amour de l'art: les musées et leur public*" del 1966.

ai suoi contesti (famiglia, scuola, quartiere, città, ambiente). [...]
Una politica della cultura che si interroghi criticamente sulla
società, i suoi problemi, la sua organizzazione, il suo sviluppo.

Nelle evidenze pratiche degli ultimi anni la strumentalizzazione politica della cultura, nel contesto della rigenerazione urbana, si è tradotta in due principali tipologie di interventi territoriali atti a riqualificare le aree sensibili: politiche di prossimità, con lo scopo di incentivare l'integrazione civica e la coesione sociale, e politiche di attrattività, finalizzate principalmente allo sviluppo economico.

I.1.3 La cultura nelle politiche di prossimità

Le questioni dell'esclusione, della diversità e della "possibilità di vivere insieme"⁹ predominanti nell'epoca odierna inducono a strumentalizzare la cultura per l'attuazione delle cosiddette politiche di prossimità: misure adottate per rispondere a delle simili problematiche e soddisfare dei bisogni qualificati, comuni a più persone nei territori sensibili¹⁰. In questo contesto l'attuazione di politiche di prossimità di stampo culturale è mirata alla rigenerazione territoriale di tipo inclusivo; attraverso uno sviluppo territoriale capace di rispondere ai bisogni culturali e relazionali degli abitanti per favorirne l'integrazione e la coesione sociale, considerati rimedi assoluti ai principali problemi della società globale (Ceri 2008).

Per comprendere a fondo l'importanza della cultura nel compimento di questi processi sociali è importante definire in

⁹ *"Pourrons-nous vivre ensemble"* è il titolo del saggio del sociologo francese Alain Touraine del 1997 in cui si analizzano i problemi di convivenza emersa nella società postindustriale.

¹⁰ Politiche attuate per rispondere a un bisogno qualificato condiviso tra più persone, accumulate generalmente dalla vicinanza territoriale: da quelli primari, come mangiare, vestirsi, avere una casa, a quelli relativi al decoro del luogo in cui si vive, ai bisogni relazionali e culturali.

un primo momento i concetti di integrazione civica e coesione sociale. Con il termine integrazione civica, come spiegato da Lockwood (1999), si fa riferimento alla dimensione della partecipazione a un sistema - la società - e si indica "il grado di adattamento tra i soggetti, individuali e collettivi, [che ne fanno parte]"¹¹. Per la realizzazione di un processo di integrazione occorre pertanto un confronto su valori, norme, modelli di comportamento, schemi cognitivi, linguaggi e simboli di carattere comune (Ceri 2008). D'altro canto, il sociologo inglese definisce la coesione sociale come "lo stato di un sistema sociale misurato dal grado in cui gli individui fanno corpo in vista di un'azione o di una reazione comune". Anche se entrambi i concetti si riferiscono alle dinamiche delle relazioni sociali, l'integrazione si rivela di natura sistemica, basandosi sull'adattamento e l'accettazione della pluralità, mentre la coesione è di tipo evenemenziale e deriva dalla necessità di oltrepassare le dinamiche di differenziazione sociale per la formazione di un senso collettivo. Per questa ragione la necessità di sviluppare dei valori culturali comuni risponde a funzioni diverse: una funzione regolativa nell'integrazione e una identificativa nella coesione (Ceri 2008).

Aspirando all'integrazione civica e alla coesione sociale, le politiche culturali di prossimità mirano a una rigenerazione urbana fondata sull'inclusione e la diversità. Per riuscire in questo intento, esse si basano spesso sull'incremento delle possibilità d'accesso a mezzi di produzione artistici e luoghi culturali e su un forte sostegno all'educazione, per consentire la definizione di una politica più inglobante e favorire il fenomeno di democratizzazione culturale fondato sul riconoscimento delle

¹¹ Il concetto, esposto nel saggio "*Capitalism and social cohesion*" del 1999 si evolve e si differenzia da quello di integrazione sistemica, che concerne l'analisi di risorse e interessi alla base del funzionamento della società.

culture “popolari”, sul dialogo delle diversità e sull’inclusione dei cittadini emarginati (Genard, 2001).

La cultura, creata e promossa da strutture istituzionali o associative, è infatti considerata un laboratorio permanente di intervento capace di instaurare delle dinamiche locali all’interno dei territori sensibili per la ricostruzione delle identità individuali e collettive, il ripristino dei legami sociali e la rivalorizzazione del territorio (Auclair 2009). Effettivamente l’azione artistica e culturale comporta diversi effetti positivi sul piano sociale a livello individuale e collettivo. Per quanto concerne i singoli individui, i progetti artistici, attraverso spettacoli, *atelier* ed esposizioni, incoraggiano le persone ad uscire dal loro quartiere, combattendo l’isolamento morale, simbolico e fisico. In questo senso la capacità di sottolineare punti comuni e incoraggiare esperienze condivise permette alla cultura di rivestire l’essenziale funzione di ponte tra etnie, religioni e ceti sociali diversi, smussando le divisioni e le differenze che indeboliscono la società globale.

Inoltre, è importante sottolineare come una tale apertura di carattere artistico, intellettuale ed affettivo stimola gli abitanti a sviluppare non solo il proprio talento artistico, ma anche le competenze trasversali utili al loro inserimento occupazionale. Come evidenziato da Elke Van der Bergh -coordinatrice della “*Maison des cultures et de la cohesion sociale de Molenbeek*” - la partecipazione attiva a un progetto culturale può avere un impatto notevole nella lotta alla disoccupazione. Essere attori in una qualsivoglia iniziativa artistica aiuta spesso gli individui a “responsabilizzarsi, organizzarsi ed acquisire le attitudini professionali” fondamentali per l’inclusione nel mondo del lavoro.

Per quanto riguarda la vita collettiva, i progetti culturali si dimostrano idonei a trasformare l'immagine del quartiere non solo nella percezione interna, avvertita dalla propria popolazione, ma anche quella esterna, vissuta e sentita da parte della società. Le pratiche culturali e l'azione artistica, promuovendo ed evocando il vissuto, il quotidiano, gli stili di vita e le culture specifiche dei cittadini emarginati, sono in grado di valorizzare la ricchezza dei territori stigmatizzati, modificando la maniera in cui essi sono considerati a livello sociale e il modo in cui il loro sviluppo economico viene percepito e riprogettato a livello politico negli interventi di urbanizzazione e rigenerazione urbana.

I.1.4 Le politiche culturali d'attrattività

Come già sottolineato in precedenza, negli ultimi decenni il concetto di cultura come emanazione della società perde di significato, acquisendo sempre di più la valenza attiva di strumento critico in grado di migliorare socialmente ed economicamente la collettività. L'interesse degli attori economici verso il campo della cultura coincide con la comparsa del concetto di "economia culturale" o "economia creativa"; quest'ultima è definita come l'insieme di attività orientate verso lo sfruttamento commerciale della creazione artistica e semiotica nel contesto delle industrie e dei servizi postindustriali (Scott e Leriche 2005 cit. in Debroux 2013). In questa nuova economia la cultura, considerata fino allora un lusso subordinato alla crescita urbana, diventa uno strumento di sviluppo economico, e le politiche culturali assumono di volta in volta i connotati di vere e proprie "politiche d'attrattività". Tali politiche vengono implementate nella rigenerazione dei quartieri sensibili per migliorarne l'immagine esterna e

sollecitare lo sviluppo economico, attraendo investimenti esogeni e una nuova popolazione esterna. Esse infatti rivestono un ruolo chiave nello sviluppo, nella crescita e nella competitività della città, specialmente “grazie alla generazione di tutta una serie di esternalità positive in termini di dinamicità del tessuto economico e sociale, incremento occupazionale, stimolo all’innovazione” (Passilongo 2015). In questo senso le pratiche culturali e le industrie creative¹² sono considerate uno strumento-lotta alla degenerazione dei centri urbani, capaci di generare sviluppo economico, creare posti di lavoro e promuovere il turismo (Genard, 2001). Queste pratiche vengono di conseguenza strumentalizzate dalle autorità locali con l’obiettivo di rendere la propria città una “città creativa”¹³, trasformando l’economia industriale in una nuova economia culturale.

Questo approccio consumista del luogo creativo, sulla scia dei successi economici registrati nei quartieri portuali e industriali di Glasgow nel 1980 e Bilbao nel 1997, si articola principalmente in due diverse forme di riqualificazione urbana. In un primo momento si assiste allo sviluppo di *flagship projects*: l’installazione di un’infrastruttura o la creazione di un evento culturale diventano simboli della trasformazione della città, attirando nuovi consumatori e conferendole una nuova immagine positiva (Plaza 2000 cit. in Debroux 2013). Grazie al progetto faro il territorio diventa un *brand* e attraverso l’impulso di arte e cultura viene promosso come luogo creativo a livello globale implicando, grazie all’aumentato valore simbolico, l’incremento del turismo e l’attrazione degli

¹² Termine apparso nella Gran Bretagna degli anni '90, quando il governo laburista designò il complesso di industrie la cui attività si basava sullo sfruttamento della proprietà intellettuale e della creazione artistica come motore di crescita economica e strumento di rigenerazione della città.

¹³ “*Qu’est-ce que la ville creative*” è il titolo di un saggio di Elsa Vivant in cui si analizzano caratteristiche strutturali e funzionamento delle nuove economie delle città postindustriali.

investimenti necessari per mettere in moto processi di sviluppo economico locale (Vivant 2011).

Una seconda fase in cui si manifestano tali politiche di rigenerazione è rappresentata dalla costituzione di un quartiere culturale in cui, in una scala più locale, si mescolano creazione artistica, industrie creative e consumo culturale (Debroux 2013). In questi quartieri la produzione culturale non si sviluppa solamente intorno a una grande infrastruttura o un evento emblematico ma si organizza intorno a dei piccoli attori indipendenti che sostengono i nuovi talenti e favoriscono il processo di riconoscimento e istituzionalizzazione delle cosiddette culture *off*¹⁴ (Vivant 2009). Questo processo viene sostenuto per soddisfare la diversità di gusti della nuova classe media creativa – giovani famiglie che dispongono di un certo capitale sociale e culturale¹⁵ – nei quartieri rigenerati in cerca di fermento e diversità culturale, favorendo la pluridisciplinarietà, l'ibridazione di generi artistici e la *mixité* di pubblici. A tale rinnovamento simbolico e culturale del luogo, che inverte gli effetti negativi della deindustrializzazione trasformando il valore simbolico del “luogo di lavoro e sofferenza” a “luogo di storia e memoria” (Vivant, 2009), segue una trasformazione economica. I quartieri degradati ed emarginati diventano quartieri alla moda e l'arrivo della nuova classe media comporta cambiamenti economici e sociali nel territorio; all'aumento del livello generale d'istruzione segue la liberalizzazione dei costumi, mentre il passaggio all'economia post-industriale stimola la nascita di nuovi impieghi e competenze, trasforma le strutture commerciali e modifica la morfologia sociale e il valore

¹⁴ Forme d'arte e pratiche culturali minoritarie e marginali, considerate “popolari” e praticate e diffuse soprattutto tra i giovani. L'istituzionalizzazione delle “sottoculture”, iniziata negli anni '80, ha portato al riconoscimento di pratiche quali l'hip hop, il fumetto, i graffiti etc..

¹⁵ La nuova classe media è costituita in genere, secondo Vivant, da lavoratori qualificati operanti nel terziario e accomunati da un grande interesse per la vita culturale e grande tolleranza in fatto di costumi.

immobiliare dei terreni, incentivando l'implementazione di progetti privati alberghieri e residenziali.

I.1.5 Gli effetti perversi della rigenerazione culturale. Emarginazione e *gentrification*

L'adozione di una politica culturale all'interno di un quartiere sensibile è parte di un progetto metropolitano più ampio, sospeso tra politiche di prossimità e politiche di attrattività. Debersaques (2016) sottolinea come in questo contesto la pluralità di obiettivi legati all'azione culturale - "sostenere la creatività locale, promuovere l'inserzione sociale, democratizzare l'accesso all'arte, attirare imprese creative e la loro mano d'opera, attrarre turisti e rivalorizzare simbolicamente lo spazio urbano in vista di una rivalorizzazione immobiliare" - porti a logiche di produzione spesso contraddittorie. Questa opposizione socio-spaziale tra riconoscenza sociale - *bottom-up* - e dominazione economica - *top-down* - si può tradurre in conflitti e rapporti di forza fra gli attori urbani (Debersaques 2016).

Spesso nel capitalismo d'azzardo che contraddistingue la società odierna, le esigenze di integrazione sociale richieste nei quartieri in crisi fungono da pretesto per l'attuazione di politiche culturali le cui scelte e trasformazioni urbanistiche si fondano su logiche di attrattività finalizzate allo sviluppo economico e al prestigio globale (Ceri 2008). In progetti urbani di questo tipo il concetto di democrazia culturale viene snaturato poiché le autorità locali tendono a dotare il territorio di un "capitale simbolico collettivo" (Harvey 2011 cit. in Debersaques 2016) invece di stimolarlo. Ciò significa che la rigenerazione culturale mira a impiantare una cultura universalizzata, fonte di attrattività per turisti, classe media e attività economiche,

piuttosto che a stimolare le tradizioni, le espressioni creative e le specificità del territorio per consacrarne ricchezza e riaffermarne l'identità. In questo senso il principio di democrazia culturale cede il passo a operazioni artificiali di democratizzazione culturale, che con il pretesto di formare spontaneamente un nuovo pubblico presso i quartieri sensibili, promuovono un aumento meccanico e consumistico dell'offerta artistica e culturale provocando la feticizzazione e la standardizzazione culturale richiesti in una società globale attrattiva (Saez, 2008). Questi interventi, non considerando le questioni sociali nella propria dimensione culturale, risultano perciò decontestualizzati e determinano una mancanza di ricezione e riconoscenza da parte del pubblico ulteriormente emarginato ed escluso al quale originariamente si rivolgono (Genard 2001). Le politiche di rigenerazione culturale si sono rivelate perciò strumenti di ulteriore divisione e emarginazione – economica, culturale e residenziale - incapaci di rispondere alle esigenze degli abitanti e causa di diversi “effetti perversi” di natura simbolica e fisica, a livello individuale e comunitario.

A livello individuale il principale effetto collaterale della strumentalizzazione di una cultura universale è rappresentato dall'ulteriore emarginazione causata dalla difficoltà di attirare la popolazione che non possiede un sufficiente capitale culturale per riconoscerla. In questo senso le azioni culturali e le iniziative artistiche, invece di favorire l'accessibilità culturale a un vasto pubblico, producono fenomeni d'esclusione a causa della natura “elitaria” e delle barriere simboliche della cultura promossa. La barriera d'accesso alla cultura, la cui variante discriminante è rappresentata infatti dall'educazione – elemento carente nei territori sensibili contemplati- genera un aggravarsi di quelle divisioni esistenti in seno alla società che le politiche culturali dovrebbero almeno in parte risolvere (Vander Gucht 2018).

Come dimostrato per la prima volta da Bourdieu (1966), una strumentalizzazione culturale di questo genere rappresenta una vera e propria forma di discriminazione: un'autoesclusione socialmente accettabile poiché fondata sull'incompatibilità dei gusti culturali "popolari" con la cultura "istruita"¹⁶. Utilizzando il linguaggio del celebre sociologo francese, la cultura diventa in questi casi uno strumento in mano ai gruppi politici e sociali dominanti per la produzione dei cosiddetti "profitti di distinzione" che giustificano e legittimano le differenze socio-economiche esistenti tra i ceti agiati e quelli meno abbienti. In questo senso tali politiche culturali corrono il rischio di continuare a riprodurre inuguaglianze sociali, trascurando il ruolo determinante dell'educazione, unico strumento in grado di fornire le competenze necessarie per la partecipazione a una pratica culturale. Infatti, le rigenerazioni culturali che non si basano sulla partecipazione, la considerazione e l'educazione della popolazione socialmente svantaggiata di un territorio sensibile, si rivolgono principalmente ad un pubblico esterno, causando una loro ulteriore marginalizzazione sociale. In questi casi, trascurando le dinamiche di integrazione cittadina, i programmi di rigenerazione urbana veicolano la cultura verso forme di coesione sociale ulteriormente divisorie e isolanti. In una società poco o mal integrata - dove la scarsa partecipazione dei cittadini si traduce nella mancanza di coesistenza delle diversità culturali - la coesione sociale si sviluppa attorno a potenti fattori culturali quali nazionalismo, religione e appartenenza etnica - in grado di generare ulteriori divisioni e discriminazioni all'interno di una società complessa e multiculturale (Ceri 2008).

¹⁶ "*Le Savant et le Populaire*" è il titolo di un libro di C. Grignon e J. Passeron sulla distinzione discriminatoria indirizzata alle attività culturali delle classi popolari, incompatibili con le forme d'arte istituzionalizzate e perciò "istruite".

A livello collettivo l'impiantazione di una cultura universalizzata e globale è colpevole di velocizzare un fenomeno perverso della globalizzazione conosciuto con il nome di *gentrification*¹⁷. La definizione del concetto non è univoca e si è evoluta nella letteratura con il passare del tempo e in parallelo ai crescenti progetti di rigenerazione urbana di cui ne è diventato caratteristica strutturale. Il termine è inizialmente impiegato per indicare la riscoperta dei quartieri centrali degradati da parte della nuova classe media: lavoratori qualificati attivi nel settore terziario, con un elevato capitale culturale e sociale, grande interesse per la vita culturale e tolleranza dei costumi, e in cerca di qualità urbane proprie dei quartieri industriali e popolari, spesso centrali, caratterizzati da grande diversità sociale e da un rinnovato fermento culturale *undeground* (Vivant 2009). Attraverso l'attuazione massiccia delle politiche di rigenerazione urbana degli anni '80 questo processo di riscoperta si è trasformato in una vera e propria (ri)appropriazione territoriale che comporta evidenti trasformazioni economiche, sociali e culturali dei quartieri popolari delle città globali (Sassen 2001 cit. in Van Criekingen 2006). Le politiche pubbliche hanno infatti caldeggiato lo sviluppo economico delle aree sensibili attraverso una loro metamorfosi sociale: favorendo l'impiantazione della classe media, più ricca e istruita dei loro abitanti originari, si provoca una trasformazione non solo dell'immagine ma anche della struttura commerciale e economica di tali aree urbane. La sostituzione sociale rappresenta la condizione più efficace per aumentare l'attrattività del territorio e convertire i quartieri, una volta abitati dalla classe lavoratrice e dai ceti a basso reddito, in zone d'elezione per popolazioni più ricche e attività

¹⁷ Termine derivante dall'inglese *gentry*, piccola nobiltà inglese, e coniato dalla sociologa inglese Ruth Glass nel 1966, nell'ambito di uno studio sui cambiamenti fisici e sociali di alcuni quartieri di Londra.

ad alto valore aggiunto. L'aumento del valore immobiliare degli alloggi e la trasformazione del tessuto commerciale - in cui le attività operaie e artigiane vengono sostituite da alberghi, uffici, loft e ristoranti di lusso - convertono i quartieri gentrificati in distretti in *hype*, contraddistinti dalla privatizzazione degli spazi pubblici e dalla terziarizzazione dell'economia. In questo senso la *gentrification* è diventato sinonimo di un'urbanizzazione selettiva e strumento di ulteriore emarginazione economica e sociale della *working class* che, incapace di sopravvivere alla mutazione dei quartieri rigenerati, viene relegata nelle zone più povere e meno servite della città.

In questo contesto le politiche culturali incentrate sull'attrattività del territorio si sono rese complici di accelerare questo fenomeno di emarginazione sociale. Destinate alla classe media creativa e istruita, esse consistono nella dotazione di un alto capitale simbolico e sulla promozione di una cultura elevata che viene universalizzata senza permettere l'integrazione delle culture popolari. Tali politiche selettive causano la sopraffazione delle tipicità della cultura locale e comportano l'omologazione culturale che incoraggia l'uniformazione tipica della società globale.

Per di più, le politiche delle *coquilles vides*¹⁸ essendo orientate unicamente all'aumento meccanico e mercificatorio del consumo culturale, oltre a favorire le ulteriori divisioni e forme di discriminazione di cui si è parlato, causano la standardizzazione della cultura e comportano numerosi effetti negativi sulla qualità e sull'efficacia dell'offerta culturale (Debroux 2013). Parallelamente, anche i quartieri gentrificati dalla trasmissione di una cultura globale e uniformata diventano

¹⁸ "Conchiglie vuote" in francese indica in senso figurato qualcosa che, all'infuori della forma, non ha contenuto concreto.

una produzione in serie di quartieri alla moda, in cui le tradizioni vengono feticizzate e l'autenticità "creata a tavolino", ad uso e consumo dei portatori di nuovi stili di vita - i *gentrifier* - che colonizzano gli ex quartieri popolari causando la perdita dell'originalità e della mente locale¹⁹ del luogo (La Cecla 1995). "Vasti tessuti sociali vengono così lacerati per far posto ad un fiorire di negozi vintage, birrerie artigianali, pasticcerie siciliane a fianco di marchi transnazionali, in un panorama eclettico ma senza memoria" (Semi 2015) e dalle fattezze altamente dysneylandiane²⁰.

In conclusione, la *gentrification*, che risponde all'esigenza di rendere le città più vivibili e meno degradate, diventa in realtà un processo di upgrading che elimina inevitabilmente le opportunità che un quartiere povero e popolare offre a chi ci sta; e le politiche culturali si convertono in un potente strumento per una nuova lotta di classe che si nasconde dietro il vocabolario della rigenerazione urbana e della *mixité* sociale (Smith 1996 cit. in Vivant 2009). Quello che fa di un quartiere una meta turistica glamour è infatti il frutto di una "artificiosa" riqualificazione che consiste nel risanamento, il più delle volte con interventi di speculazione immobiliare, di aree popolari e nell'espulsione degli abitanti originari a favore di classi più agiate (Semi 2015). In conclusione, invece di assicurare una rigenerazione territoriale fondata sulla *mixité* sociale e funzionale²¹, le politiche culturali degli ultimi decenni sono strumentalizzate per l'agevolazione di fenomeni di *gentrification* che

¹⁹ Conversazione ininterrotta tra popolazione e luogo, mappe mentali che consentono di elaborare un'antropologia dell'abitare.

²⁰ Riferimento al saggio di Giovanni Semi "*Gentrification: tutte le città come Disneyland*".

²¹ Convivenza e scambio culturale tra gruppi sociali differenti e coesistenza, all'interno dello stesso territorio, di strutture con funzioni sociali, economiche e commerciali diversificate.

rappresentano di fatto un vero e proprio processo di *class remaking*.

SECONDA PARTE

Il museo nella rigenerazione urbana: tipologie e scenari di metropolizzazione

I.2.1 Le trasformazioni della museologia moderna

[...] si è passati alla valorizzazione dell'opera attraverso il contenitore architettonico che è anche centro culturale pulsante, luogo di segnali e messaggi, spazio per la comunicazione dei new media. [...] L'architettura oggi viene sempre più concepita come un'opera spettacolare che si inserisce nella scena urbana come una *performance* e che, anche tecnologicamente, afferma la sua natura espressiva. Il museo del nuovo secolo, prima ancora di rispondere a esigenze funzionali e costruttive, definisce un'immagine, rivendica la propria 'presenza' nel contesto. Icona della contemporaneità, esso occupa una posizione privilegiata nella struttura urbana, registra le oscillazioni del gusto e le evoluzioni culturali. Il 'sistema dell'arte' ha cambiato il museo contemporaneo, che ha assunto funzioni e responsabilità inedite. [...] (Locci 2010)

Nell'ambito delle politiche culturali degli ultimi due decenni il rapporto tra cultura e sviluppo territoriale si è profondamente trasformato e l'istituzione museale, marcata da un profondo movimento di modernizzazione, ha contribuito a queste mutazioni. In effetti i musei, rappresentando le strutture culturali che maggiormente riescono ad allinearsi alle strategie di sviluppo propugnate nelle politiche urbane attuali, sono stati i più ampiamente strumentalizzati nel quadro della pianificazione e dello sviluppo urbano (Lusso 2009). L'impatto territoriale provocato dalla creazione di una struttura museale si esplicita in una serie di ricadute positive a livello di immagine, rivitalizzazione economica, sviluppo turistico e coesione sociale,

capaci di contribuire notevolmente alla trasformazione fisica e sociale delle aree urbane decadenti, rendendo il museo un vettore di coesione sociale e nello stesso tempo una macchina da *mass entertainment* (Vivant 2010). Tali processi di trasformazione organica del ruolo, della missione e dell'identità, avvenuti in seno ai musei moderni – incominciati negli anni '60 con l'avvento della museografia, lo sviluppo della mediazione e l'introduzione delle attività commerciali - hanno portato a un vasto movimento di rinnovamento e costruzione museale (Balle 2004). Negli anni '80 la figura del museo viene riconsiderata attraverso la nascita di correnti museologiche dedite alla discussione di nuovi modelli di gestione e organizzazione: la "*Nouvelle Muséologie*" francese e la "*New Museology*" britannica sviluppano il concetto di "*Musée de voisinage*"²² - apparso un decennio prima – rivisitando il ruolo sociale e politico del museo e evidenziandone la vocazione collettiva, la dimensione pedagogica, l'essenza democratica. Di conseguenza, ai principali obiettivi culturali – quello didattico di documentazione e quello di preservazione²³ - si affiancano nuove funzioni che mettono l'accento sulla vocazione sociale e sull'interdisciplinarietà e l'integrazione multiculturale, ma anche e soprattutto su questioni legate ai temi della competitività, del management dei visitatori e del *fundraising* (Desvallées e Mairesse 2009).

Infatti, i musei non sono esenti dalla modernizzazione dei modelli di gestione strategica avvenuta in seno all'universo delle produzioni culturali. La nascita delle economie creative (§1.4) caratterizzate dalla complessa interazione tra cultura, economia

²² Movimento museologico che promuoveva l'idea di un museo aperto all'esterno, trasportato fuori dalle mura di un edificio, fatto dalla collettività e per la collettività.

²³ L'ICOM definisce l'istituzione museale come "un'istituzione permanente, senza scopo di lucro, al servizio della società e del suo sviluppo. È aperto al pubblico e compie ricerche che riguardano le testimonianze materiale e immateriali dell'umanità e del suo ambiente; le acquisisce, le conserva, le comunica e, soprattutto, le espone a fini di studio, educazione e diletto".

e tecnologia, ha comportato un'ulteriore evoluzione del museo che, in modo analogo alle industrie culturali, ha assunto modelli di management strategico propri alle altre organizzazioni di produzione. Questa mutazione dei modelli gestionali museali è dovuta in particolar modo alla concorrenza crescente, alla privatizzazione e alla diminuzione dei sussidi pubblici che spingono i musei a una progressiva autonomia, obbligandoli a non potersi più definire unicamente attraverso le proprie missioni originarie e vincolandoli a una maggiore dipendenza a fattori quali il numero degli ingressi e l'entità dei proventi accessori. La conseguente difficoltà nel conciliare gli obiettivi estetici, economici e manageriali sottolinea come anche il museo, come le altre organizzazioni di produzione culturale affronti un problema strategico, dovuto alla contemporanea subordinazione a tre diversi "*commitments*" (Chong 2002 cit. in Tamma e Curtolo 2009). Il primo impegno, che concerne l'"eccellenza e l'integrità estetica" spinge il museo a perseguire diligentemente le proprie missioni primarie che vertono su "l'acquisizione, la conservazione, la ricerca, la comunicazione e l'esposizione per scopi di studio, di educazione e di diletto, delle testimonianze materiali dell'umanità e dell'ambiente"²⁴. In questo senso l'istituzione museale ha il compito di mostrare, al fianco del patrimonio culturale consolidato, le forme espressive più emergenti, ponendosi dinnanzi al problema economico-manageriale – tipico delle organizzazioni nonprofit – di saper integrare l'eccellenza artistica alle logiche di mercato; essere capace di procurarsi risorse finanziarie, soddisfacendo il grande pubblico senza banalizzare la proposta culturale (Tamma e

²⁴ Secondo l'ICOM (International Council of Museums) il Museo è un'istituzione permanente senza scopo di lucro, al servizio della società e del suo sviluppo, aperta al pubblico, che effettua ricerche sulle testimonianze materiali e immateriali dell'uomo e del suo ambiente, le acquisisce, le conserva, le comunica e specificamente le espone per scopi di studio, istruzione e diletto.

Curtolo 2009). Il secondo *commitment* verte sull' "accessibilità e sviluppo dell'audience" e richiede una gestione strategica del museo capace di differenziare la propria offerta culturale – attraverso l'adozione di strumenti manageriali - con lo scopo di ampliare il consenso verso il pubblico e i privati che sostengono e supportano le attività del museo. Lo sviluppo della democrazia culturale a cui esso contribuisce, lo esorta inoltre a rendere la propria proposta culturale pluridisciplinare e a proporre attività partecipative che rendano arte e cultura maggiormente accessibili a fasce più estese di popolazione.

In questo senso le organizzazioni culturali dovrebbero investire sull'esplorazione di modalità e forme di proposta al pubblico che contribuiscano a superare le barriere del *first-time visitor*, ad aumentare la varietà di mezzi e di occasioni di consumo di prodotti culturali, a promuovere il coinvolgimento e una partecipazione maggiore dei fruitori nella produzione e nella promozione stesse delle attività culturali (Tamma 2009).

Infine, il terzo *commitment*, che si riferisce alla "*cost-effectiveness* e *public accountability*", obbliga la gestione del museo a saper ottimizzare le risorse pubbliche e private per assicurare l'equilibrio economico-finanziario di breve e lungo periodo.

In conclusione, il museo moderno ha il compito di pianificare strategie aziendali, sviluppare la comunicazione e il *fundraising*, diversificare le proprie attività, investire in nuovi settori, affiancando mostre dall'alto valore artistico a eventi *mainstream* per il grande pubblico, attività primarie a attività accessorie - quali ristorazione e bookshop - sostegno pubblico a *partnerships* con aziende commerciali.

Le trasformazioni sopra elencate conferiscono al museo un rinnovato triplice ruolo nello sviluppo socio-economico di un territorio. In primo luogo, esso diventa uno spazio pubblico di

vita e di aggregazione, dove i cittadini possono incontrarsi per condividere i propri valori e riflettere insieme sullo spazio simbolico e fisico in cui vivono. Il *commitment* sullo sviluppo dell'audience ha determinato l'adozione di strumenti manageriali in grado di aumentare l'accessibilità, differenziando l'offerta e attraendo un pubblico più ampio in termini di numero e caratteristiche sociali. Un migliorato grado di democrazia culturale permetterebbe di rendere i musei dei luoghi di sociabilità e di incontro, che contribuiscano a combattere i fenomeni di segregazione cittadina e discriminazione sociale. Secondariamente, l'istituzione museale, a causa del suo funzionamento artistico, rappresenta uno "specchio sociale" (Lasso 2015) che stimola la riflessione critica di artisti e cittadini sulla totalità delle questioni legate alla maniera in cui si costruisce la società, ai principali problemi da risolvere, al miglioramento delle condizioni di vita degli abitanti. L'impegno dovuto nel rispetto dell'integrità ed eccellenza artistica garantisce inoltre una proposta culturale efficace nell'influenzare il mondo politico sulla progettazione delle politiche urbane, rimarcando le responsabilità dell'istituzione verso la città e i suoi cittadini. Infine, la ricerca della *cost-effectiveness*, che incrementa le collaborazioni tra museo e settore privato, aumenta la portata dell'economia legata al settore artistico e turistico che colloca il museo in una posizione di aumentata centralità nello sviluppo economico territoriale e nella creazione di impiego a livello diretto, indiretto e indotto; conferendogli inoltre massima importanza nella competitività interurbana che caratterizza la società postindustriale - in cui le città concorrono per attrarre investitori e accrescere la propria economia (Vivant 2011). In effetti in un contesto di crescente competitività interurbana, il museo si trasforma in un efficace elemento del marketing mix della città, in grado di veicolare

verso l'esterno un'immagine positiva capace di attirare investitori, attività e una nuova popolazione.

In conclusione, tali trasformazioni - che rendono il museo uno strumento a forte vocazione sociale indirizzandolo allo stesso tempo verso forme di management di stampo imprenditoriale - si esplicitano in logiche di produzione che, per la loro potenziale contraddittorietà, possono rivelarsi di difficile conciliazione. Infatti, allo scopo di adempiere alle funzioni richieste dalle politiche di prossimità e ottemperare al dovere di democratizzazione culturale, il museo moderno acquisisce il carattere dinamico promosso dalle nuove museologie, uscendo gradualmente dalle proprie mura e interfacciandosi direttamente con il visitatore. Inoltre, esso si apre all'interdisciplinarietà e istituzionalizza le culture *off*, con l'obiettivo di attirare pubblici diversi e raggiungere una *mixité* - in termini di età, sesso, etnia e classe sociale - necessaria per farsi portavoce del dialogo tra etnie, culture e religioni differenti, stimolandone l'integrazione e valorizzandone la diversità. D'altro canto, sulla scia delle politiche di attrattività inaugurate da Glasgow e Bilbao, l'infrastruttura museale - considerata un vero e proprio motore di sviluppo economico globale e un efficace dispositivo di *citymarketing* - induce la trasformazione urbana ed economica propria delle città creative, comportando un netto miglioramento dell'immagine esterna della città, fondamentale per aumentare l'attrattività del luogo e contribuire alla sua brandizzazione (Gueit 2005 cit, in Lusso 2009). La sfida principale che si delinea dinnanzi al museo moderno è quindi quella di instaurare una dinamica culturale capace di soddisfare contemporaneamente la riconoscenza internazionale del museo e il suo inserimento nel quartiere, conciliando nella giusta misura attrattività e prossimità, diversificando le proprie attività nel rispetto dei vincoli

finanziari, degli standard qualitativi e dei doveri istituzionali senza scadere nella standardizzazione dell'offerta culturale.

I.2.2 Dal “luogo vetrina” a quello alternativo: quattro tipologie di museo

Sulla base delle numerose funzioni e dei rinnovati ruoli ricoperti dal museo del XXI secolo, è possibile operare una categorizzazione fondata sulla logica di produzione dominante nel suo sviluppo. Ai fini di questa analisi risulta necessario il riferimento a un modello teorico elaborato da Simon Debersaques - ricercatore in geografia umana all'Université Libre de Bruxelles – che identifica quattro diverse tipologie di quelle che sono definite, nella letteratura francese, GIC, acronimo di Grandi Infrastrutture Culturali²⁵ (Debersaques 2006; Djament-Tran e Guinand 2014; Di Méo 2016). Attraverso questo termine si inglobano tutti quei luoghi che accolgono delle manifestazioni artistiche e nei quali si produce, trasmette e consuma la cultura (Bianchini e Ghilardi 1997 cit. in Debersaques 2006). I criteri discriminanti per la distinzione delle diverse tipologie sono due, uno di natura politico-spaziale, l'altro di origine socio-spaziale. In base al primo si distinguono due modelli di sviluppo urbano culturale: un modello esogeno e uno endogeno. Il modello esogeno corrisponde a un approccio *top-down*, atto a dotare il territorio di un capitale simbolico collettivo (Harvey 2001 cit. in Debersaques 2016) convertendo una cultura universale in fonte di attrattività per visitatori, residenti e attività economiche in una logica di intrattenimento sociale, economico e urbanistico. D'altro canto, un modello endogeno si ha quando, con un approccio *bottom-up*, si stimola

²⁵ Traduzione dal francese *Grand équipement culturel (GEC)*.

un capitale simbolico collettivo (Harvey 2001 cit. in Debersaques 2016) capace di attivare le risorse proprie del territorio per consacrare l'identità locale. Attraverso il secondo criterio è possibile identificare il grado di "ancoraggio territoriale" (Auclair 2011 cit. in Debersaques 2016) dell'istituzione al contesto locale, potendo distinguere tra un inserimento debole - "*hors lieu*" - e uno forte - "*lieu de vie*": debole se l'infrastruttura si sviluppa in modo autonomo rispetto al territorio; forte se l'infrastruttura è co-costruita con gli abitanti del quartiere.

Attraverso le due dimensioni discriminati soprascritte, Debersaques (2016) identifica quattro categorie di GIC. Uno sviluppo top-down e un conseguente debole inserimento nel contesto locale porta alla creazione di un "luogo vetrina": si tratta di un potente strumento di marketing urbano in cui il GIC viene promosso come emblema della rigenerazione urbana per attrarre turismo e investitori; gli effetti perversi sono quelli, già discussi, di *class remaking*, *gentrification* e standardizzazione culturale (§ 1.5). Se l'approccio esogeno è invece accompagnato da un forte ancoraggio territoriale si forma un "luogo creativo": si tratta di un GIC che incrementa l'attrattività del luogo in un'ottica globale, riuscendo a mantenere una buona prossimità attraverso la mobilitazione il capitale sociale del quartiere. I possibili effetti perversi di un certo tipo di GIC sono rappresentati da potenziale *gentrification* e da una possibile polarizzazione sociale che dipende dal grado di integrazione sociale e, quindi, in parte anche dall'operato dell'infrastruttura. Viceversa, se l'approccio utilizzato è di tipo endogeno - *bottom-up* - si configurano due possibili tipologie di GIC. Se l'inserimento territoriale è debole si ha un "microcosmo" - una riappropriazione di un territorio per la creazione artistica fine a sé stessa; se invece l'inserimento è forte si ha quello che si

definisce “luogo comunitario”. Un luogo comunitario si fa padrone della cultura per la creazione di legami sociali, la ricostruzione dell’identità individuale e lo sviluppo di quella collettiva attraverso un miglioramento dell’immagine interna ed esterna del quartiere. Se il progetto di rigenerazione urbana in cui si iscrive si articola in politiche urbane che perseguono gli stessi obiettivi, allora si incrementeranno notevolmente il livello di integrazione della società e il grado di coesione sociale (Vander Gucht; Van Criekingen 2018). A causa della moderna museologia che sottopone musei e infrastrutture culturali a questioni multisetoriali e, a volte, contraddittorie, le suddette tipologie non rappresentano categorie statiche e i GIC, per rispondere alle differenti sfide derivanti dall’ “eteronomia delle politiche culturali contemporanee” (Debersaques 2016) sono sempre più spesso delle infrastrutture ibride che, come sarà analizzato nel prossimo paragrafo, danno vita a differenti scenari di territorializzazione e metropolizzazione.

I.2.3 Museo e sviluppo territoriale. Potenziali scenari di metropolizzazione di un territorio.

L’influenza dovuta all’istallazione di un museo nello sviluppo sociale di un territorio è legata al concetto di territorializzazione. Strettamente connesso a quello di metropolizzazione precedentemente discusso (§ 1.1), esso fa riferimento al rapporto dialettico tra territorio e infrastruttura culturale e si definisce come “processo di scomposizione spaziale – oggettivo o soggettivo – e di appropriazione da parte di gruppi sociali organizzati, implicati in un processo di identificazione [...]” (Di Méo 2014 cit. in Djament-Tran e Guinand 2014), potendosi anche rivelare fonte di esclusione, dominazione e segregazione. Il tipo di identificazione sociale determinato dipende in prima

istanza dalla configurazione dell'infrastruttura culturale, che si ripercuote nelle sue attività di mediazione, nella programmazione e nella diversificazione delle pratiche culturali, nelle collaborazioni con le organizzazioni sociali e con le scuole del territorio, nella tariffazione e negli orari di apertura, nei progetti educativi etc. Inoltre, la territorializzazione dipende da ulteriori fattori esterni all'organizzazione culturale, quali la natura delle politiche sociali e urbane complementari che agiscono nel medesimo territorio, e la composizione sociale dell'area urbana in cui si sviluppa il progetto di rigenerazione²⁶. A seconda del tipo di processo di identificazione sociale provocato dall'istallazione di un museo si assiste, come evidenziato da un interessante modello socio-geografico di Djament-Tran e Guinand (2014), a quattro scenari di metropolizzazione di un quartiere sensibile differenti – traiettorie ideali per un territorio dopo l'istallazione di un GIC.

Un primo tipo è quello che viene nominato “Testa di ponte della gentrificazione”. Il GIC, rientrando nella casistica delle infrastrutture esogene, genera notevoli effetti positivi nel campo dell'intrattenimento e del turismo e favorisce l'appropriazione del territorio da parte di una nuova popolazione, configurandosi il più delle volte come “luogo vetrina”. I problemi sociali vengono ignorati e sono traslati altrove da un vasto fenomeno di *gentrification* che interessa l'area rigenerata. La metropolizzazione che ne consegue è detta “selettiva” in quanto locale e globale vengono connessi attraverso la dotazione *top-down* di valori globali dominanti che permettono un forte ancoraggio ai nuovi abitanti - principalmente appartenenti alla classe media post industriale – escludendo la possibilità di integrazione e aggravando i fenomeni di emarginazione

²⁶ Le condizioni di successo per una territorializzazione tipo dal punto di vista economico e sociale saranno analizzate più approfonditamente nel corso del capitolo 2.

economica e sociale (Vander Gucht 2018). In questo caso una tale diffusione di pratiche e valori culturali scatena gli effetti perversi della strumentalizzazione discriminatoria della cultura finalizzata a una democratizzazione culturale di facciata, dietro al quale prevalgono gli interessi economici e gli obiettivi di “attrattività” (§ 1.5). In effetti il GIC riesce a innestare una dinamica capace non solo di ancorarsi a una nuova popolazione, accelerando notevolmente dinamiche gentrificatorie ma anche di generare un’immagine altamente attrattiva che richiama turisti, investitori e attività commerciali, altamente efficace nella riconversione economica urbana. In alcuni casi si registra una certa mobilitazione del capitale sociale del quartiere che rallenta e diminuisce l’entità della *gentrification*. Ciò avviene quando il GIC riesce a instaurare un certo legame con gli abitanti dell’area in cui si sviluppa, classificandosi così come “luogo creativo”. Tuttavia, le problematiche sociali di “prossimità” vengono messe in secondo piano dagli interessi che vertono attorno agli obiettivi di attrattività e si delineano quindi effetti negativi di dualizzazione sociale, in cui viene marcato il divario socio-culturale tra i nuovi abitanti e la popolazione originaria.

La seconda possibile tipologia di metropolizzazione è la “Cattedrale nel deserto”: un GIC concepito come luogo vetrina fallisce nell’intento di instaurare un fenomeno di *gentrification*/metropolizzazione selettiva, rivelandosi al contempo incapace di attrarre una nuova tipologia di abitanti, di creare un legame con la popolazione originaria del territorio e di richiamare visitatori e turisti. In questo senso non si rilevano particolari segnali di territorializzazione e appropriazione sociale dell’area urbana. Le cause del fallimento dell’istallazione di un GIC possono essere molteplici, ma spesso sono da identificare in una completa desincronizzazione tra il progetto di rigenerazione urbana e l’attività del GIC (Gravari-Barbas 2004

cit. in Djament-Tran e Guinand 2014). La scarsa frequentazione dell'infrastruttura culturale non permette l'adempimento né del dovere di democratizzazione culturale né di rilancio del territorio. Non si registrano nel momento iniziale particolari benefici o effetti perversi nell'area di installazione poiché non si realizzano né le aspirazioni proprie delle politiche di prossimità né le ambizioni tipiche di quelle d'attrattività.

Il terzo prototipo di sviluppo urbano avviene quando si delinea un'"infrastruttura insulare". Se lo sviluppo del GIC è di tipo esogeno si assiste ad un problema di innesto territoriale. Il GIC non riesce a inserirsi saldamente nel contesto locale. Ciò significa che non si crea alcun legame tra l'infrastruttura e la popolazione: non si nota né un ancoraggio alla popolazione originaria del territorio né una possibile calamitazione di potenziali nuovi abitanti frutto della rigenerazione urbana. Tuttavia, il GIC rappresenta un efficace "luogo vetrina" poiché conosce una forte frequentazione, principalmente legata all'implementazione di progetti per l'incremento del settore turistico e il rilancio economico del territorio. Pur non registrandosi particolari fenomeni di territorializzazione da parte dei cittadini, lo sviluppo di una metropolizzazione del genere è suscettibile di scatenare diversi effetti perversi culturali che portano al cosiddetto scenario dell'"arcipelago metropolitano". Infatti, un ennesimo caso di accantonamento delle questioni sociali nella propulsione esogena di un'infrastruttura culturale comporta la diffusione di valori standard – similmente a quanto accade nel primo caso analizzato – che, seppur incapaci di attecchire sugli abitanti, è in grado di garantire l'inserimento del GIC nel circuito turistico globale. Ancora una volta però la cultura viene sfruttata per il suo potenziale di integrazione economica, trascurando la risoluzione prioritaria delle tematiche sociali territoriali. Si

registra per cui una strumentalizzazione culturale mercificatrice che ha esito nel richiamare visitatori esterni e nell'attrarre l'attenzione di investitori e attori legati al settore turistico, ma che si rivela un mezzo decontestualizzato con conseguenze discriminatorie sulla popolazione locale, ulteriormente emarginata. L'effetto finale che ne risulta è rappresentato dallo svilupparsi di un dualismo territoriale che accentua l'emarginazione e aggrava isolamento, le tensioni e la segregazione residenziale e sociale degli abitanti. Un'infrastruttura insulare può nascere anche nel caso in cui la sua realizzazione, basata attraverso un approccio endogeno sulla valorizzazione degli abitanti del territorio e sulla loro partecipazione, sia finalizzata unicamente alla produzione artistica, senza risvolti sociali o economici. In questo contesto il GIC tende a configurarsi come un "luogo microcosmo" che segue una logica di produzione artistica e creativa fine a sé stessa, e che, seppur in grado di valorizzare e sviluppare i talenti locali e di avere ripercussioni positive sui singoli individui, trascura l'importante ruolo che gioca nella rigenerazione urbana di carattere economico-sociale.

Le prime tre configurazioni territoriali standard evidenziano come nella maggior parte dei casi si assista alla creazione di un GIC metropolitano distaccato dal contesto locale e selettivo dal punto di vista sociale²⁷. La quarta ipotesi riguarda una possibilità di sviluppare un'infrastruttura culturale "alternativa", efficace nell'adempiere alle dominanti logiche metropolitane e nel potenziare l'attrattività territoriale, ma in grado di conciliarle con le esigenze di prossimità agli abitanti del

²⁷ Tutte e tre le ipotesi di metropolizzazione implicano lo sviluppo di infrastrutture culturali, configurabili nella quattro tipologie descritte, incapaci di coniugare le logiche globali con quelle locali. Nella maggior parte dei casi vengono trascurate e sottovalutate le tematiche sociali predominanti nei territori sottoposti a rigenerazione. Date queste condizioni l'applicazione di una politica culturale genera effetti selettivi dal punto di vista sociale.

luogo. In questo caso si assiste a una territorializzazione “inclusiva”: la popolazione del territorio si appropria della nuova infrastruttura culturale e si identifica nei valori e nelle pratiche alle quali partecipano attivamente, diventando parte integrante nella co-costruzione del GIC e nella rigenerazione urbana. La dinamica culturale sviluppata dall’infrastruttura contribuisce al raggiungimento di un maggior grado di democrazia culturale mentre la dinamica territoriale instaurata determina la realizzazione di una “metropolizzazione dal basso” (Mongin 2013 cit. in Djament-Tran e Guinand 2014). In questo senso la politica culturale si fa portatrice di effetti positivi sia a livello economico sia a livello sociale. Nel processo di rigenerazione del territorio il GIC concorre a realizzare gli obiettivi legati alle politiche di attrattività, riuscendo tuttavia a trovare il giusto equilibrio con le esigenze di prossimità territoriali. Di conseguenza l’immagine dell’area urbana rigenerata migliora non solo esternamente, ma anche internamente nella percezione dei propri abitanti, che aderiscono alle pratiche culturali beneficiando di effetti positivi nella sfera sociale individuale e collettiva. Infatti, la loro partecipazione all’interno dell’infrastruttura culturale favorisce l’integrazione con la popolazione esterna, arrivata in seguito all’aumento dell’attrattività locale - formata da investitori immobiliari e imprenditori commerciali, da nuovi abitanti della moderna classe media “creativa”, da visitatori e turisti. In questo senso l’istallazione del GIC partecipa al conseguimento di *mixité* sociale e funzionale (Vander Gucht 2018). Gli effetti dell’aumentato livello di democrazia culturale si riflettono in una maggiore consapevolezza civica e in un rinnovato sentimento di identità collettiva, che costituiscono le basi della coesione sociale necessaria per identificare e risolvere le problematiche della società postmoderna.

TERZA PARTE

Alla ricerca di uno scenario “alternativo”

Nella seguente sezione si cerca di condurre un’analisi qualitativa su tre casi internazionali di musei, sorti al centro di progetti di rigenerazione di aree che, sebbene ognuna con le proprie specificità, sono accomunate da una storia simile e afflitte da problemi sociali del tutto analoghi. Il fine dell’analisi è quello di effettuare un confronto tra le traiettorie di territorializzazione verificatesi in seguito all’installazione di questi musei e la possibile tipologia di urbanizzazione innescata dal museo Kanal – Pompidou, oggetto di analisi nel terzo capitolo di questo elaborato, con l’obiettivo di integrare e verificare la mappatura delle condizioni di urbanizzazione inclusiva, discusse invece nel secondo capitolo della ricerca. Per ottenere il maggior parallelismo possibile ai fini di tale analisi comparativa, i casi internazionali scelti ed esaminati rientrano nella casistica dei GIC realizzati, in seguito a un approccio esogeno *top-down*, nel contesto di rigenerazione di vecchi edifici industriali appartenenti a quartieri sensibili. Si vedrà come la presenza e l’attività di un GIC apportino un contributo determinante nella generazione di dinamiche di urbanizzazione differenti, suscettibili di variazioni nel tempo a seconda della logica di produzione preponderante in seno alla direzione dell’infrastruttura culturale. Partendo dal Southbank di Londra, e passando per il quartiere Ostiense di Roma, l’analisi termina nel 19° *arrondissement* di Parigi per cercare di comprendere quali siano stati i fattori che hanno impedito, in questi quartieri sensibili, lo sviluppo di una metropolizzazione inclusiva, vera e propria chimera della società postmoderna secondo buona parte della letteratura (Sassen 2001, Indovina 2003, Auclair 2006, Ceri 2008, Van Criekingen 2014, Semi 2015). Le tre aree oggetto di analisi sono accomunate da un passato industriale

che, a partire dagli anni '60 ha lasciato in eredità un territorio fortemente degradato e inquinato, abitato da una popolazione spinta progressivamente ai margini della società, incapace di sapersi integrare con le aree urbane centrali di tre capitali europee che si sono proiettate a tutta velocità nell'era postmoderna. Obiettivi divergenti hanno portato i poteri pubblici delle tre capitali ad adottare piani di rigenerazione differenti, che non sempre in grado di realizzare le ambizioni originarie, hanno determinato scenari di metropolizzazione diversi.

I.3.1 La Tate Modern, Southwark, Londra

Il Southwark di Londra è un'area caratterizzata da una grande storia di sviluppo economico, progresso urbanistico e rigenerazione culturale. Zona rurale pressoché deserta e isolata dall'espansione cittadina avvenuta sull'altra riva del Tamigi, nel 1810 si assiste all'urbanizzazione dell'area al sud del fiume londinese, caratterizzata da un grande fermento culturale testimoniato dalla nascita dei *Penny Gaffs* - spettacoli teatrali esenti dalla censura e dalle restrizioni artistiche in vigore sulla riva opposta - e dalla realizzazione di uno dei migliori teatri dell'epoca, l'*Old Vic*. Nel 1830, il basso costo dei vasti terreni, l'accesso al fiume, e la migliorata accessibilità - dovuta alla costruzione dei ponti di Westminster e Blackfriars e della linea ferroviaria - hanno scatenato lo sviluppo dell'industria (carbone legno, ceramica, tintorie, fornaci, calzolerie e tipografie) e l'esplosione demografica che condusse alla creazione dei quartieri popolari, atti a ospitare il crescente numero di operai che si trasferiva nel Southbank. L'industrializzazione della zona proseguì di pari passo con la sua metropolizzazione che determinò la costruzione di strutture emblematiche della

Londra moderna, quali la Waterloo Station, la County Hall e l'Imperial War Museum che, aperto nel 1936, attestava la sopravvivenza del dinamismo culturale locale alla pesante industrializzazione. Southbank, divenuto uno dei maggiori centri produttivi londinesi e, per questo motivo, danneggiato gravemente dai bombardamenti della seconda guerra mondiale, passò alla storia come uno dei primi esempi di rigenerazione culturale. La zona fu infatti scelta come sito del Festival of Britain, con conseguente costruzione della Royal Festival Hall, al quale susseguì la comparsa di numerose *art venues* quali Hayward Gallery and Royal National Theatre. Parallelamente a una delle prime rigenerazioni culturali d'Europa, Londra fu testimone dei primi fenomeni di *gentrification* globali - osservati a partire dagli anni '60 dalla sociologa Ruth Glass, che ne coniò il termine (§ 1.5) - e che hanno determinato le maggiori ricadute in termine di cambiamento sociale nella maggior parte dei quartieri del distretto di Southwark. In particolare, il quartiere del Bankside - che si estende in prossimità della riva sud del Tamigi - ha visto la costruzione di complessi residenziali composti da loft e appartamenti di lusso in seguito all'acquisizione dello stato di nuovo "*cultural quarter*" di Londra, dovuto all'arrivo del Globe Theatre e, soprattutto, della Tate Modern.

Inaugurata nel 2000, la Tate Modern rappresenta l'eccellenza internazionale nel campo dell'arte moderna e contemporanea, e il museo più visitato al mondo con oltre 4 milioni e mezzo di visitatori annui²⁸. Il progetto che diede vita al museo risale al dicembre del 1992, quando la Tate Trustees - gruppo manageriale dell'istituzione nata nel 1889 grazie al collezionista Henry Tate - decise di creare un nuovo museo dedicato

²⁸ https://it.wikipedia.org/wiki/Tate_Modern.

esclusivamente all'arte moderna e contemporanea e separato dalla storica Tate Gallery. Il luogo ideale per accogliere il museo fu identificato nell'ex centrale elettrica del Bankside, luogo iconico che verteva in stato di abbandono dal 1981. Acquistato grazie a un contributo di 12 milioni di *pounds* erogato dalla English Partnerships - agenzia pubblica di rigenerazione nazionale - l'edificio fu riqualificato dallo studio di architetti svizzeri "Herzog & de Meuron", che decisero di mantenere intatte le principali caratteristiche architettoniche del sito, riportata alla struttura originale di acciaio e mattoni. Al termine dei lavori di riconversione la vecchia *Turbine Hall* divenne l'entrata alla più grande collezione inglese di arte moderna e contemporanea, esposta nelle gallerie ricavate dai vecchi locali caldaia. Il museo divenne sin da subito un simbolo della rigenerazione culturale di Londra, un brand capace di incrementare incredibilmente il settore turistico della capitale inglese - grazie alla caratura internazionale della sua collezione e alla riqualificazione spettacolare dell'edificio - contribuendo all'economia cittadina per 100 milioni di *pounds* all'anno in *benefits* economici. L'apertura del Tate Modern - palcoscenico artistico mondiale - aumentò sensibilmente l'attrattiva del quartiere di Soutwark, e, suggellando la vocazione creativa dell'intero Southbank, attirò numerosi investitori e nuovi progetti commerciali e residenziali. La costruzione di locali alla moda, costosi ristoranti e *flats* di lusso contribuirono a modificare definitivamente l'immagine esterna di un quartiere precedentemente degradato e snobbato.

Il processo di sviluppo territoriale avviato dal momento dell'inaugurazione del Tate Modern ha investito velocemente le altre zone del *Borough* di Southwark. Il quartiere di Walworth, una delle più povere aree di Londra, ha visto la pressione immobiliare moltiplicarsi nel giro di pochi anni, a causa della

riconversione dei “vuoti industriali” in nuovi complessi residenziali, che hanno sospinto i prezzi immobiliari oltre il limite di 270.000 *pounds* per un appartamento nel 2007. In questo contesto la mancanza d’intervento pubblico ha causato l’espansione della speculazione edilizia e provocato la conseguente sostituzione sociale nella quasi totalità del Southwark. A causa dei fenomeni sociali indotti sul territorio, la Tate Modern rappresenta al giorno d’oggi uno dei principali esempi di “Testa di ponte della *gentrification*”

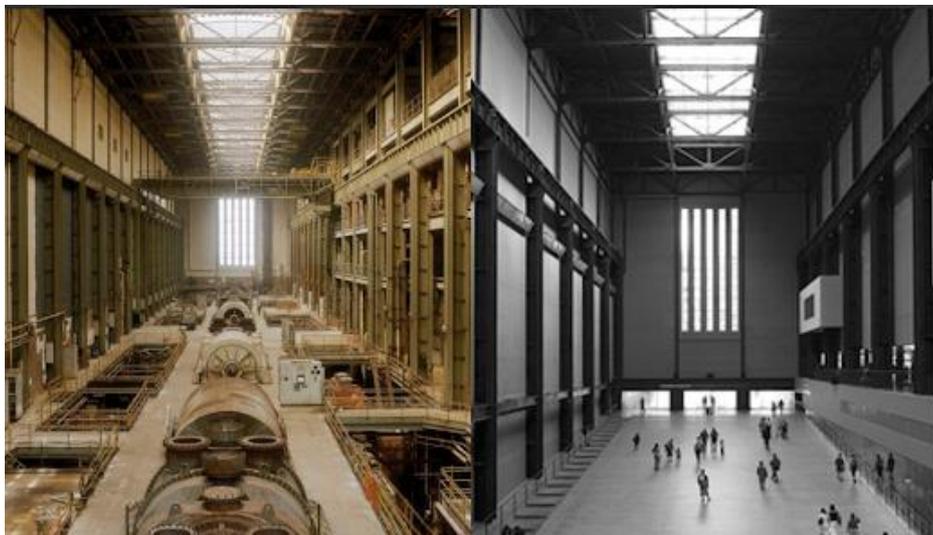


Figura 1. Tate Modern London, prima e dopo la riconversione

I.3.2 La Centrale Montemartini, quartiere Ostiense, Roma

Il quartiere Ostiense è stato il primo polo industriale di Roma Capitale per motivazioni di carattere strategico quali la presenza di importanti infrastrutture di carattere logistico e la particolare conformazione del territorio. La presenza di un porto, della rete ferroviaria e di un importante ponte, oltre alla disponibilità di terreni pianeggianti situati sulla riva sinistra del fiume Tevere, hanno spinto i poteri pubblici ad avviare i lavori per la creazione di un polo atto a trasformare la capitale italiana in una nuova città industriale. Il Piano Regolatore ufficiale risale al 1883, redatto da un'apposita commissione incaricata di colmare le lacune del primo piano risalente al 1873, e si traduce in un primo momento nella costruzione del mattatoio a Testaccio, completata nel 1891. A questa prima testimonianza della rivoluzione industriale romana, segue la nascita di importanti edifici industriali quali il complesso Italgas (ex SAR); Olea Romana; Vetreria Falleja; i Mercati Generali; e infine, nel 1913 la Centrale termoelettrica Giovanni Montemartini. Il Piano Regolatore prevedeva inoltre la creazione di un quartiere popolare, che ispirato dalla contiguità casa-lavoro delle principali città europee, si installò tra il 1907 e il 1917, nella parte nord del quartiere, sconfinando nell'adiacente Rione Testaccio con la costruzione di 395 edifici.

Dopo aver costituito per diversi decenni il polo industriale più produttivo della città, anche il quartiere Ostiense ha vissuto un periodo di declino e abbandono dovuto ai fenomeni transnazionali di deindustrializzazione degli anni '80. L'immobilismo e il degrado di quegli anni hanno permesso l'insorgere di numerose problematiche sociali e questioni

urbanistiche alle quali l'Assemblea Capitolina²⁹ ha deciso di rispondere con l'attuazione del Progetto Urbano Ostiense-Marconi (PUOM), che apre i cantieri per la rigenerazione di quest'area, considerata nuovamente strategica, nel 1998. Come scrive Marroni (2018), questo progetto prima che urbanistico o edilizio è culturale, volto ad innescare un processo e una domanda sociale con l'obiettivo di migliorare la qualità del quartiere. Si è voluto creare una nuova centralità urbana avvalendosi anche della partecipazione dei cittadini e delle istituzioni municipali per realizzare attività ed iniziative culturali pubbliche e private. Gli obiettivi prefissati erano quelli di riqualificare il quadrante urbano attraverso il recupero di aree per servizi pubblici, l'inserimento di importanti funzioni urbane, quali ad esempio quelle universitarie di Roma 3, e la realizzazione di una parte del parco del Tevere sud.

La rigenerazione della Centrale Montemartini ha luogo, quindi, sulla scia dei principi cardine della rifunzionalizzazione culturale promossa dal PUOM, fondata sullo sviluppo endogeno di un nuovo quartiere all'interno del quale i cittadini possano accrescere il proprio potenziale sociale, in uno spazio in cui si realizzi la coesistenza della storia e dell'innovazione di una zona importante per lo sviluppo sociale, culturale ed economico della città, fondato sull'identità del luogo. In questo contesto, il patrimonio industriale rappresentato dai locali dell'ex centrale termoelettrica fu destinato alla creazione del secondo polo espositivo dei Musei Capitolini, con il trasferimento di un'ampia collezione di sculture e reperti archeologici romani, e fu individuato come uno dei principali protagonisti di uno sviluppo culturale che portasse all'urbanizzazione inclusiva del quartiere Ostiense. Attraverso una grande mostra "Le Macchine e gli Dei",

²⁹ Organo elettivo di governo con funzioni di indirizzo e controllo politico-amministrativo del Comune di Roma.

nel 1997, due mondi diametralmente opposti, l'archeologia e l'archeologia industriale, furono per la prima volta accostati tramite un allestimento coraggioso, nel quale lo spazio fu organizzato in modo che gli oggetti preesistenti e ciò che si voleva mostrare rimanessero integri e non si snaturassero a vicenda. L'enorme successo della mostra, che decretò il passaggio da spazio temporaneo a museo permanente, si è replicato in modo più attenuato negli anni successivi. Tuttavia, alcune interessanti iniziative di mediazione (il "curatore in sala" ad esempio) non sono bastate per determinare l'appropriazione museale da parte degli abitanti locali, che hanno assistito invece a un'urbanizzazione del proprio quartiere dal forte carattere insulare. I motivi dell'insuccesso del piano PUOM si devono per la maggior parte all'incapacità di sincronizzare l'attività dei singoli attori culturali con il piano urbanistico, la cui inefficienza ha determinato la permanenza di numerosi vuoti industriali e differenti problemi sociali, tra i quali spiccano la mancanza di sicurezza, delinquenza, prostituzione e abusivismo. Inoltre, la diminuzione di visitatori dell'ultimo anno, a cui assistono in generale l'insieme dei musei civici romani, rischia di trasformare la Centrale Montemartini in una vera e propria Cattedrale nel deserto.

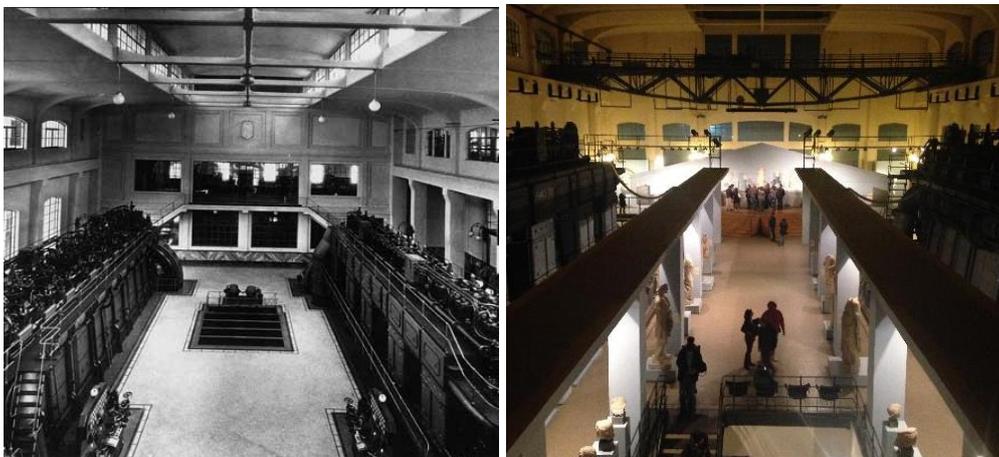


Figura 2. La Centrale Montemartini, prima e dopo la riconversione.

I.3.3 Le CENTQUATRE Paris, 19° arrondissement, Parigi

Parigi è la città europea che ha maggiormente assistito ai fenomeni di metropolizzazione avvenuti nell'epoca postmoderna (§. 1.1), che, nel 1860, hanno portato alla graduale annessione delle *villette* periferiche fino alla formazione delle attuali venti circoscrizioni – *arrondissement* – in cui è divisa la capitale francese. L'integrazione delle differenti aree urbane ha scatenato nella città parigina effetti sociali di inedita gravità che hanno determinato la comparsa di fenomeni di segregazione sociale di estrema delicatezza a livello europeo, soprattutto nella zona urbana Nord-Est³⁰. L'amministrazione parigina ha cercato spesso la soluzione a queste problematiche incentivando politiche di *gentrification* e provocando di conseguenza la mutazione sociale di numerosi quartieri popolari, tra i quali spiccano i casi di Montreuil e Seine-Saint-Denis, con effetti rilevanti sull'aumento delle differenze sociali tra l'Ovest – abitato dalle classi sociali più agiate - e l'Est parigino – che comprende le circoscrizioni più povere dell'Île-de-France.

Il 19° *arrondissement* fa parte di quest'ultima casistica di circoscrizioni, marcata da un forte passato industriale che, grazie alla creazione dei canali di Ourcq e di Saint-Denis e del bacino della Villette – avvenuta nei primi anni del 1800, ha reso la zona una delle più produttive di Parigi per quanto riguarda l'industria pesante e in particolare il settore chimico, metallurgico e meccanico. La deindustrializzazione e la terziarizzazione dell'economia registratesi nel secondo dopo guerra hanno causato l'aggravarsi della marginalità sociale dei quattro quartieri di cui si compone la circoscrizione – Villette, Pont-de-Flandre, Amérique e Combat - rilegati all'estrema

³⁰ Negli anni 2000 il 40% dei disoccupati erano concentrati nel 18°, 19° e 20° *arrondissement*, nella zona Nord-Est parigina, zona tradizionalmente industriale dove si registra anche la presenza del 32,6% di famiglie di origine straniera extracomunitaria. https://fr.wikipedia.org/wiki/Paris#Sociologie_urbaine.

periferia parigina e dalla storia tradizionalmente popolare. Per cercare di integrare queste zone al resto della città, i poteri pubblici parigini hanno stilato il progetto “Paris Nord-Est” - iscritto nel 2002 all’interno dell’ampio Grand Projet de Renouvellement Urbaine (GPRU) di Parigi – prefigurando un ambizioso progetto di rigenerazione urbana atto a trasformare il 10°, il 18° e il 19° *arrondissement* nella “metropoli del domani”, fondata sulle risorse del territorio, la diversità delle attività e il suo cosmopolitismo. Il piano, supervisionato da Michèle Tilmont, si basa sulla co-partecipazione dei cittadini, che possono dialogare attivamente con gli attori immobiliari e commerciali del territorio per arricchire il progetto attraverso la Maison des projets Paris Nord-Est ed è fondato su tre tipologie di politiche pubbliche che riguardano gli alloggi sociali, gli spazi pubblici e lo sviluppo culturale, finalizzati a evitare le dinamiche gentrificatorie verificatesi nella parte Ovest della città. Inoltre, il medesimo territorio è soggetto all’attuazione del progetto Grand Paris Express, che prevede la creazione di 4 linee metropolitane (15,16,17 e 18) e il prolungamento di altre due (11 e 14) per permettere alle periferie di essere meglio collegate con Parigi ma soprattutto tra di loro.

Sulla scia delle stesse aspirazioni di valorizzazione delle risorse locali e di integrazione sociale, e nell’ambito dello sviluppo culturale promosso dal GPRU, il sindaco di Parigi ha dato impulso a numerose iniziative di riconversione di edifici industriali in luoghi consacrati alla produzione e al consumo culturale. Il questo contesto il progetto di maggior rilievo, con un investimento di 102 milioni di euro – un quarto del budget destinato agli alloggi sociali, è rappresentato dal CENTQUATRE, installato nel 2008 sui 35000 metri quadri appartenuti alle pompe funebri municipali. Il “*Centre d’art et d’action culturelle*” che prende il nome del numero civico di rue d’Aubervilliers - in

cui si trova – è uno spazio di creazione e produzione artistica basato sull’incontro tra gli universi artistici, economici e sociali. Contemporaneamente luogo di produzione, d’espressione e di diffusione, il luogo comporta uno spazio di vita aperto al pubblico che ospita altresì un ristorante, un *café* e diverse attività commerciali. Nei primi 10 anni di attività, Le CENTQUATRE Paris è riuscito a diventare un luogo di relazioni, che si alimenta delle risorse umane locali e in cui la creatività funge da collegamento tra mondi possibili e persone differenti, permettendogli di superare le delusioni iniziali che facevano presagire la comparsa di un ennesimo caso di Cattedrale nel deserto, scollegata dalla città e dal problematico quartiere che la ospita. L’arrivo di Gonçalves alla direzione, nel 2010, ha stravolto un luogo monumento, troppo statico, rendendolo uno spazio libero e multidisciplinare, fatto di una *melange* di generi e mondi diversi. Al fianco delle opere di famosi drammaturghi e alle esposizioni di importanti collezionisti, si registra la messa in scena del mondiale di tatuaggi, di attività sportive e di benessere, manifestazioni di street art. La pluridisciplinarietà, una programmazione aperta democraticamente a una grande *mixité* di pubblico - fatta di arts numériques, teatro, musica, cinema – gli enormi sforzi di mediazione, le attività collaterali di tipo partecipativo e svariati progetti collaborativi quali la 104factory - destinata all’unione di innovazione tecnologica e creatività nelle giovani imprese - hanno permesso la nascita di un “luogo creativo” che, capace di promuovere uno sviluppo culturale dal basso e in grado di trasportare Parigi nella sua periferia, si prefigura come vettore di metropolizzazione inclusiva. Questo fenomeno di urbanizzazione è favorito ulteriormente dalle politiche pubbliche parigine che attuano nel territorio tramite la creazione di collegamenti urbanistici, la rivitalizzazione degli spazi pubblici e meccanismi di inclusione sociale.

La trasformazione avvenuta sotto la direzione portoghese di Gonçalvés ha smussato le critiche iniziali dovute alla monumentalità immobile del neonato CENTQUATRE, che ergeva barriere insuperabili tra i suoi spazi e gli abitanti del 19° e le proteste sorte in un primo momento da parte di essi che vedevano nel centro culturale, al quale vengono destinati una cospicua cifra dei fondi pubblici locali, un avvisaglia dell'imminente *gentrification* che li avrebbe costretti di lì a poco ad abbandonare la loro dimora, come accaduto ai concittadini dell'adiacente 10° arrondissement. Se il cambio di rotta nella gestione del 104, lasciando spazio e parola ai cittadini, ha causato l'emergere dell'identità locale e delle problematiche del territorio, favorendo la corretta applicazione delle ulteriori politiche sociali - previste dal GPRU - in grado di frenare i fenomeni di *class remaking* ed evitare la sua trasformazione in una "testa di ponte della *gentrification*", gli esempi di trasformazione sociale avvenuti in passato nella capitale francese impongono un continuo monitoraggio delle dinamiche di metropolizzazione attive in questo territorio.



Figura 3. Le CENTQUATRE, prima e dopo la riconversione.

CAPITOLO SECONDO

Mappatura delle condizioni di successo per la metropolizzazione inclusiva di un quartiere popolare

II.1 Le condizioni urbanistiche

Nel precedente capitolo si è esaminato come un museo, in un'urbanizzazione alternativa, ricerchi la coesistenza di prossimità e attrattività nel collegamento tra locale e globale. Tale collegamento si esplicita in primo luogo nell'articolazione tra infrastruttura - quartiere - città a livello micro e a livello macro (Djament-Tran e Guinand 2014). In questo senso, l'istallazione di un museo ha il compito di condurre il quartiere al di fuori dell'isolamento, in primo luogo fisico - in cui vertono i territori sensibili - attraverso la simultanea instaurazione di collegamenti di tipo micro e macro-urbanistico. Mentre i primi fanno riferimento al grado di accessibilità degli spazi pubblici locali, i secondi concernono, in una prospettiva più ampia, il livello di integrazione tra il quartiere e il resto della città. Per questo motivo i collegamenti macro-urbanistici rappresentano la condizione decisiva affinché il GIC possa assumere prestigio e valore internazionale e costituire il fulcro di nuove centralità, avviando allo stesso tempo il processo di integrazione sociale del quartiere al resto della città. In questo senso è fondamentale che il progetto di rigenerazione comprenda lo sviluppo di un efficiente servizio di trasporti pubblici urbani - elemento spesso carente nei quartieri sensibili - che implica la differenziazione dei mezzi di trasporto in mezzi leggeri e pesanti e l'estensione del servizio sia nelle singole linee, sia per le intere reti.

In seconda istanza, all'interno di aree caratterizzate il più delle volte da un tessuto urbano spezzato - fatto di costruzioni industriali dismesse e cantieri abbandonati - i collegamenti micro-urbanistici si rivelano essenziali per l'inserimento del museo nel territorio e il conseguimento di centralità locale da parte di esso. In questo contesto gioca un ruolo fondamentale la realizzazione di luoghi di ristoro e spazi pubblici che favoriscano il processo di territorializzazione e la corretta appropriazione

dell'area da parte degli abitanti. Inoltre, la creazione di itinerari culturali e turistici può assicurare allo stesso tempo una maggiore accessibilità ai visitatori esterni, stabilendo un collegamento importante tra il museo e il resto del patrimonio culturale e delle attrazioni turistiche della città.

II.2 Le condizioni patrimoniali. Architettura e proposta culturale

Come precedentemente sottolineato l'inserimento nel contesto territoriale rappresenta la *conditio sine qua non* di una potenziale "metropolizzazione dal basso" di successo. Il contesto territoriale è di fatto espresso in primo luogo dal patrimonio locale; determinante nella definizione dell'immagine del luogo, percepita internamente ed esternamente ad esso, e utile a instaurare le dinamiche sociali di prossimità necessarie all'integrazione cittadina e alla coesione sociale.

Tale patrimonio locale si è progressivamente perso nell'epoca moderna causando un peggioramento dell'immagine interna di certi luoghi in cui, conseguentemente, si sono registrati fenomeni di stigmatizzazione e discriminazione sociale (§1.1). Inoltre, dato che il patrimonio costituisce l'elemento più efficace di identificazione e appropriazione territoriale, in seguito alla sua perdita i luoghi soffrono un impoverimento della propria immagine interna che causa segregazione e conflitti sociali. Come evidenziato da La Cecla (1995) la modernità ha di fatto spazzato via la "cultura dell'abitare" delle società tradizionali: una forma di conoscenza locale – personale e interrelazionale – in grado di generare un profondo senso di appartenenza al luogo e all'ambiente in cui l'individuo sviluppa la percezione di sé stesso. Il moderno, ancora secondo l'antropologo siciliano, è invece caratterizzato da indifferenza, estraniamento,

disattenzione cronica rispetto al proprio territorio e al suo patrimonio; fenomeni causati dalla pianificazione, dall'istituzionalizzazione e dal controllo a fini economici e amministrativi della società globale. Per questo motivo si è diffusa una concezione oggettiva e universale di conoscenza del territorio che nega le specificità locali in favore dell'omogeneo e dell'uguale, impedendo quindi qualsiasi relazione e integrazione con il diverso. Il consumismo si appropria anche dei luoghi, occultando la "mente locale" formata dalla storia, dalle tradizioni, dalle conoscenze tramandate da generazioni di abitanti, che smarriscono non solo la capacità di abitare -intesa come comportamento, stile di vita, *habitus* al territorio e alle sue specificità – ma anche quella di viaggiare:

Lo stesso turismo di massa, il muoversi agitato della scentrata umanità contemporanea, non è che la commercializzazione di questo spaesamento, uno smarrimento che come abbiamo visto non prelude ad una conoscenza del luogo visitato bensì alla negazione di ogni sua specificità. Si è persa anche l'arte di viaggiare.

In virtù di quanto appena evidenziato tutti i mutamenti apportati a un luogo, che siano causati da motivi pratici o dovuti a fattori culturali e sociali, devono avvenire con la coscienza necessaria affinché la trasformazione rappresenti innovazione armonica piuttosto che fenomeno di straniamento. Come rimarcato da Peticca (2015):

Questo rispetto dei luoghi permette di mantenere quel senso di identificazione e orientamento, che consentono un buon rapporto con la città, che altrimenti può sembrare aliena e non permettere quelle fasi di appropriazione che generano una partecipazione nella gestione stessa degli spazi sia pubblici, che privati.

Il rispetto del patrimonio materiale e immateriale locale si configura, per cui, come un criterio essenziale affinché la riconfigurazione del luogo favorisca un processo di (ri)appropriazione da parte degli abitanti. Riscoprire l'identità locale, riconoscerne le proprietà e osservarne caratteristiche e abitudini significa infatti impossessarsi del luogo e rappresenta la condizione iniziale per l'avvio di una metropolizzazione dal basso (Peticca 2015). In uno scenario di urbanizzazione alternativo l'impiantazione di un'infrastruttura culturale gioca un ruolo cruciale in questa riscoperta, poiché, attraverso il suo potenziale di valorizzazione e trasmissione del patrimonio locale, può conferire nuovamente al luogo la proprietà perduta di essere tessuto di connessione, e, attraverso un'innovazione che lo connette a una dimensione globale, costituire il punto di incontro, dialogo e, infine, integrazione delle diversità.

La valorizzazione del patrimonio locale dipende innanzitutto dal rispetto delle architetture degli edifici nella riqualificazione promossa dalla rigenerazione urbana. In effetti, l'istallazione di un museo, che sia nella sua forma più emblematica di architettura spettacolare o in un più comune processo di riutilizzo³¹, comporta inevitabilmente la riqualificazione di vecchi edifici le cui vestigia vengono distrutte integralmente o troncate per un riutilizzo parziale. Queste vestigia caratterizzano fortemente il paesaggio fisico e simbolico del luogo poiché contribuiscono a forgiarne l'identità, influenzando la memoria collettiva locale attraverso la propria storia e presenza nel territorio. Già da tempo l'architettura è percepita di fatto come campo di indagine tra uomo e ambiente e, sulla scia

³¹ Le due principali modalità di costruzione museale riguardano la realizzazione di un edificio emblematico, spesso a opera di un *archistar*, o la riqualificazione di un edificio appartenente al patrimonio industriale della città.

degli studi della *Gestalt* e della psicologia della percezione³², è considerata come una concretizzazione dello “spazio esistenziale” (Norberg Schulz 1979 cit. in Peticca 2015). In questo senso tale disciplina, in modo analogo a un’opera d’arte, si prefigge l’obiettivo di custodire e riportare significati, conciliando l’aspetto pratico ad aspetti più profondi quali principalmente l’ambiente circostante. Il luogo, infatti, non è semplicemente un posto ma l’insieme delle specificità materiali che lo compongono, legate indissolubilmente ai fatti che vi accadono. Questa “atmosfera” o “carattere ambientale” è fatta di funzioni che hanno significati e modi di svolgersi diversi a seconda delle culture a cui appartengono e che contribuiscono a formare l’identità specifica del luogo. Inoltre, il significato di un edificio è collegato alla sua struttura ed entrambi influiscono profondamente in questa identità locale, che costituisce il *Genius loci* latino e il *Daimon* del luogo greco (Vicentini 2008). Questo spirito del luogo è l’elemento essenziale per un corretto abitare poiché consente all’uomo di sentirsi sicuro, permettendogli di orientarsi, interagire con il luogo e identificarsi in esso (Peticca 2015), evitando l’alienazione tipica delle metropoli moderne e generando in lui la consapevolezza di appartenenza persa nell’epoca attuale. La ristrutturazione architettonica di un museo deve perciò assecondare tale spirito, richiamando le vestigia iconiche del vecchio edificio con lo scopo di favorire continuamente, e a dispetto delle trasformazioni subite, il processo di identificazione nel luogo. Il museo deve comprendere per di più spazi ampi, gratuiti e accessibili al grande pubblico, atti a favorire la presa di coscienza sulle possibilità di sfruttare il museo come spazio pubblico - luogo di svago, divertimento e ricreazione. Come sarà analizzato in

³² La psicologia della percezione si occupa dello studio dei processi di elaborazione e trasformazione delle informazioni acquisite tramite gli organi di senso.

seguito, la frequentazione di questi spazi deve essere inoltre stimolata dallo svolgimento di attività partecipative e inclusive che spingano l'abitante ad appropriarsi del luogo (Goldstein 2018).

Nel contesto di un riutilizzo di vecchi edifici industriali per la creazione di un luogo culturale, il patrimonio del luogo deve essere conservato e messo in risalto non solo dal punto di vista urbanistico, ma anche da quello artistico. Infatti, detto patrimonio - mantenuto nella riconversione architettonica per favorire il caratteristico processo di identificazione - deve essere riscoperto, valorizzato e comunicato attraverso la proposta culturale del museo, costituita da *atelier*, esposizioni e spettacoli. Programmare attività capaci di dialogare con gli elementi base dell'architettura del luogo, con il suo vissuto umano e la sua storia sociale sono fondamentali per la riscoperta del patrimonio perduto negli ultimi decenni e la riacquisizione da parte dell'abitante di quella consapevolezza territoriale alla base del corretto abitare.

In questo senso anche l'istituzionalizzazione delle culture off, nate e praticate principalmente in sobborghi popolari, rientra nel processo di riconoscimento e divulgazione del patrimonio immateriale locale (costituendo, come vedremo, un efficace strumento di inclusione sociale). Il luogo culturale si impegna a mostrare la cultura popolare e più sperimentale del luogo e soprattutto a tessere legami con le pratiche culturali già istituzionalizzate attraverso un complicato lavoro pedagogico. L'inglobamento del patrimonio locale materiale e immateriale, integrato e posto sullo stesso piano delle forme e delle pratiche culturali più conosciute, consente a un museo di fornire una proposta culturale aperta a diversi livelli di lettura e che contribuisce a demistificare il rapporto di alcuni tipi di pubblico con il museo, rendendolo più accessibile agli abitanti locali.

Come puntualizzato da Daniel Vander Gucht – sociologo e professore all’Université Libre de Bruxelles:

[...] Trasportare le forme d’arte contemporanea all’interno del museo è una buona pratica per far conoscere la cultura attuale e avvicinare gli abitanti dei quartieri “difficili”, ma c’è bisogno di un gran lavoro pedagogico che sappia spiegarle e illustrare nella giusta maniera. Non deve essere una missione del museo quella di mostrare la *street art*, poiché si tratta di una pratica segregazionista e discriminatoria, che distingue l’arte contemporanea e la “buona cultura” delle classi educate e agiate dalle forme espressive dei cittadini che non ne hanno. Per questo motivo è essenziale tessere dei legami tra culture e storie differenti, tra la cultura popolare, e più sperimentale, e le pratiche già istituzionalizzate, per aprire gli orizzonti e beneficiare all’integrazione cittadina.

Concludendo, la proposta artistica e culturale deve rispecchiare la funzione di collegamento tra dimensione locale e dimensione globale ricoperta da un museo alternativo, attraverso la presentazione di famosi artisti internazionali - necessari ad acquisire l’attrattività richiesta - e giovani artisti locali - capaci di collocare il museo nell’ottica di prossimità necessaria alla sua contestualizzazione nel territorio. Inoltre, essa ha il compito di rispecchiare fedelmente una società variegata e multiculturale attraverso l’istituzionalizzazione delle culture più “popolari”, operata accanto alla proposizione delle forme artistiche tradizionali. Come sottolineato da Vander Gucht tuttavia è essenziale evitare classificazioni discriminatorie tra arte “superiori” e arti “popolari” che, come è avvenuto nelle *Beaux-arts* fino agli anni ’60³³, ricreano gli stessi effetti segregazionisti in seno ai rispettivi pubblici. *L’équipe* del museo, e in particolare

³³ Con il termine *Beaux-arts* ci si riferisce alle belle arti insegnate in alcune prestigiose scuole d’arte francesi, e che, fino al 1968, comprendevano pittura, scultura, incisione e architettura.

i curatori, hanno il compito perciò di tessere dei legami tra le differenti pratiche artistiche, evidenziando le analogie tra di esse - forme di rappresentazione diverse della stessa società - in un contesto pedagogico e pluridisciplinare. Infatti, solamente attraverso una ferma dedizione pedagogica è possibile sensibilizzare i diversi pubblici alla comprensione di culture distinte, favorendo di conseguenza la loro integrazione. Le questioni concernenti il coinvolgimento e l'integrazione delle diverse tipologie di cittadini, sono soggette a un'analisi più approfondita nel prossimo paragrafo.

II.3 La partecipazione degli abitanti. Mobilitazione a monte, mediazione e *partnership* con le strutture locali

Per innestare delle dinamiche di inclusione sociale e rendere alternativa l'urbanizzazione di un territorio sensibile, un museo deve focalizzarsi, come ripetuto più volte, non solo sull'attrattività, ma principalmente sulla prossimità. Per ottenere risultati tangibili riguardo i processi sociali di integrazione e coesione è di fatto indispensabile l'esistenza di una condizione fondamentale: il coinvolgimento popolare. In effetti, affinché un museo sia un luogo pubblico di incontro, condivisione e integrazione delle diversità, è richiesta una certa *mixité* di pubblico che includa in primo luogo gli abitanti del territorio in fase di rigenerazione. Poiché le classi sociali che subiscono forme di emarginazione sociale ed economica sono caratterizzate generalmente da forme di capitale culturale insufficienti alla frequentazione di un museo, gli abitanti di un territorio sensibile costituiscono solitamente parte del suo non-pubblico. Infatti, la concezione elitaria della cultura e la mancanza di forme concrete di democrazia culturale rendono spesso questi luoghi inaccessibili ai ceti meno abbienti che

vivono in tali territori. Per questo motivo un loro coinvolgimento in un progetto culturale richiede un grande sforzo da parte del museo e degli attori della rigenerazione urbana.

Effettivamente, l'accessibilità fisica apportata dai collegamenti urbanistici e quella simbolica favorita dalla valorizzazione del patrimonio locale non sono spesso elementi sufficienti a garantire la partecipazione effettiva e costante degli abitanti di un territorio sensibile all'interno del progetto culturale. Sulla scia del pensiero dominante nella letteratura in materia (Auclair 2006; Djament-Tran e Guinand 2014; Debersaques 2016) e sulla base dell'evidenza empirica dei casi analizzati, l'implicazione popolare deve essere ricercata principalmente dal Museo che a questo scopo deve modernizzarsi, seguendo le fila instaurate dalla Nuova Museologia negli anni '80, e ricercare il coinvolgimento degli abitanti attraverso progetti e proposte culturalmente "democratiche". In primo luogo, la partecipazione degli abitanti deve essere caldeggiata attraverso una loro preliminare implicazione a monte del progetto di istituzione di un nuovo museo. Il coinvolgimento deve essere successivamente perpetuato attraverso la mediazione che rappresenta un'attività peculiare dei musei moderni e il principale strumento di democratizzazione culturale in loro possesso. Infine, la partecipazione popolare è determinata dal miglioramento delle condizioni di accessibilità culturale, ricercate dalle politiche sociali ed educative messe in atto da strutture locali quali scuole e altre associazioni di stampo socio-culturale. Per questo motivo il partenariato locale si rivela fondamentale affinché una collaborazione tra il Museo e queste strutture diventi un efficace vettore di democratizzazione culturale (§ 2.5).

In una prima fase, il coinvolgimento a monte si articola in diverse attività di consultazione e diagnosi condivise al fine di

comprendere la varietà di usi e memorie associate al territorio con il fine di porre rimedio agli effetti di insularità e assicurare una mobilitazione popolare alla proposta culturale del Museo. In questo senso, ascoltare l'opinione degli abitanti significa prendere coscienza della loro visione del luogo, delle sue potenzialità e delle sue problematiche. Implicare gli abitanti già nelle prime riflessioni sulla forma e sul contenuto del futuro museo consente di agire conformemente ai loro bisogni, evitando il rischio di interventi decontestualizzati *hors-sol*. Ripensare un territorio come una pagina bianca è infatti la principale causa della comparsa delle cosiddette "cattedrali nel deserto". Inoltre, tale primo coinvolgimento degli abitanti, permettendo la comprensione approfondita di ciò che costituisce il patrimonio specifico di un luogo, agevola gli attori museali nell'adempimento alle condizioni patrimoniali esposte precedentemente (§ 2.2). Infine, la messa in pratica di una mobilitazione popolare "a monte" costituisce uno strumento di formazione e sensibilizzazione dei cittadini riguardo le trasformazioni fisiche e funzionali del luogo che consente la (ri)appropriazione di edifici industriali spesso ben delineati, per storia e significato, nell'immaginario collettivo. Concludendo, la consultazione continua degli abitanti in merito allo sviluppo del Museo e al suo operato supporta il processo di co-creazione alla base di un suo inserimento organico nel contesto territoriale.

Una volta concretizzato il progetto e installato il Museo, il personale dell'istituzione ha il compito di attrarre e fidelizzare gli abitanti locali per garantire il proseguimento della loro partecipazione. In questo contesto l'attività *core* di un museo è rappresentata dalla mediazione, diventata una pratica fondamentale nell'ambito degli slanci verso l'ottenimento della democrazia culturale promossi dalle nuove museologie degli ultimi decenni, fondati sulla creazione di un nuovo modello di

museo fatto non solo per gli abitanti ma con gli abitanti, al fine di incoraggiarne l'uso collettivo e abbattere le barriere che determinano la distanza tra musei e pubblico. In questo senso la co-creazione e la partecipazione attiva da parte dei cittadini è considerata il mezzo più efficace per abbattere le barriere di accesso alla cultura e limitarne gli usi discriminatori derivati da una sua considerazione elitaria in seno alla società. Infatti, la co-creazione si esplicita nella realizzazione di progetti culturali che partono dal vissuto degli abitanti e permettono quindi di trattare le loro questioni e preoccupazioni fondamentali, mantenendo tuttavia una dimensione universale. Date queste condizioni, la cultura è in grado di coinvolgere certe tipologie di popolazione là dove altri dispositivi educativi e sociali falliscono (Auclair 2006). In effetti, come ribadito da Vander Gucht, la partecipazione attiva dei cittadini è essenziale per attivare gli effetti positivi della cultura discussi nel primo capitolo (§ 1.3):

[...]se si realizza un progetto per gli abitanti lo scopo non deve essere quello di attrarli nel luogo culturale ma fare delle cose con loro. Devono essere gli abitanti a apportare qualcosa, la condivisione è fondamentale. [...] se si fanno le cose per la gente non si ha successo, se si fanno le cose con la gente si ha successo.

In questo contesto la mediazione, definita come “una gamma d'interventi finalizzati a stabilire dei ponti tra ciò che è esposto e la significazione”, costituisce uno strumento di comprensione ed educazione fondamentale affinché lo spettatore possa interagire con l'opera, appropriarsi del contenuto culturale e costruirne il significato (Desvallées e Mairesse 2009). Questa attività, che si esplica in differenti livelli che vanno dall'artista, al curatore, all'utilizzo di nuove tecnologie, costituisce una forma di educazione informale. Essa, infatti, rompendo la verticalità della trasmissione di conoscenze dall'emittente al recettore, permette di ridurre le distanze simboliche tra cittadino e Museo

e favorisce l'instaurarsi di un dialogo tra opere e pubblico, permettendo l'interpretazione da parte del visitatore (Esquivel 2008). Come sottolineato da Caro (2010) è soprattutto dopo l'avvento dell'arte contemporanea che si fa evidente il bisogno della mediazione culturale. Effettivamente, l'arte contemporanea, basata sull'interdisciplinarietà, rompe con le norme e le tradizioni artistiche mettendo in discussione gli status dell'opera d'arte. L'opera contemporanea si caratterizza per un forte carattere concettuale attraverso il quale critica la società mediante referenze estetiche multiple, eterogenee e mutevoli. Queste referenze esulano dalle dinamiche di comprensione tradizionali e si focalizzano non tanto sul valore estetico dell'opere quanto sul loro valore comunicativo, comportando delle dinamiche di comprensione spesso alla base del rigetto dello spettatore (Fortier 2013 cit. in Meier et al. 2018).

Infine, l'attività di mediazione ha il compito di includere un pubblico più vasto e differenziato possibile con l'obiettivo di favorire l'accessibilità a quella *mixité* necessaria per affrontare le differenti problematiche della società postmoderna, tra le quali spiccano le forme di discriminazione e segregazione sociale (§ 1.1). In questo senso si tratta di promuovere: la *mixité* nelle età, nei sessi e nelle nazionalità/origini etniche necessaria a riunire e conciliare le diverse comunità e a valorizzare le differenti culture presenti sul territorio; la *mixité* urbana e sociale opportuna per intervenire sui rapporti tra centro-città e periferie e sull'apertura esteriore delle aree suburbane emarginate. Tutto ciò si realizza attraverso attività partecipative nelle quali gli abitanti siano stimolati ad agire come attori e non più come soli spettatori, e per mezzo di un'offerta culturale che sia sufficientemente multiforme e pluridisciplinare da rendersi aperta a diversi livelli di lettura, accessibile quindi a diverse

tipologie di cittadini (§ 2.2). Sulla base di uno studio effettuato da Lasso - associazione socio-culturale attiva a Bruxelles – con la collaborazione di operatori culturali e insegnanti, una mediazione efficace nel coinvolgimento del pubblico più giovane, restio al mondo artistico e culturale si basa su diversi punti. Dedicare spazi per l'esplorazione e l'espressione della creatività, collaborare con il pubblico per lo sviluppo dell'offerta culturale, in modo partecipativo per avvicinarsi al vissuto e agli interessi dei giovani, dare loro la possibilità di esprimere la loro opinione, ricercare più differenziazione possibile nell'offerta, nella programmazione e nel personale, organizzare incontri e scambi in ambienti interattivi e accoglienti, investire nella comunicazione diretta e nei canali social come Facebook, Instagram, Snapchat, strumenti popolari, accessibili e informali.

II.4 Le condizioni politiche. La complementarità delle politiche urbane

Mentre la cooperazione con le strutture locali comporta una maggiore efficacia in termini di partecipazione popolare e determina un miglioramento dell'immagine interna del quartiere, la collaborazione con i *partner* istituzionali cittadini e locali risulta particolarmente incisiva nella sua percezione esteriore. L'implicazione degli attori istituzionali che partecipano alla rigenerazione urbana di una determinata zona nei progetti culturali di un museo permette di influenzare e riconcepire il loro modo di lavorare nella società, spingendoli ad adottare uno sguardo più valorizzante e meno discriminante nei confronti di questi quartieri e dei loro abitanti. È in questo senso che tali collaborazioni permettono a un museo di definire scenari di urbanizzazione alternativa e "dal basso", rivelandosi determinante nella lotta ai fenomeni insulari di segregazione -

spesso legati all'immagine esterna veicolata dagli attori istituzionali (Auclair 2006) – e nella riprogettazione a livello politico in grado di frenare i processi di *gentrification* sospinti da certe politiche di rigenerazione urbana. Gli attori istituzionali e politici locali, incaricati della rigenerazione urbana, definiscono infatti la traiettoria dell'urbanizzazione di un territorio attraverso differenti meccanismi correttivi principalmente in materia residenziale e lavorativa (Nakhlé e Raynaud 2016). Essi possono favorire di fatto l'integrazione economica e residenziale dei cittadini emarginati attraverso meccanismi di inclusione lavorativa e la creazione di alloggi accessibili, avvalendosi spesso dell'intermediazione di associazioni locali pubbliche e private. In questo contesto, Yves Goldstein - capo-progetto del KANAL-Centre Pompidou – osserva:

[...] [un museo costituisce uno] strumento culturale [capace di] influenzare i poteri pubblici affinché ci sia una vera *mixité* di persone nel futuro quartiere. Lasciare lo spazio all'opinione degli abitanti e co-creare il futuro museo con loro è fondamentale per influenzare i poteri pubblici e far sì che il museo sia uno strumento sociale per assicurare integrazione e coesione e frenare la *gentrification*, piuttosto che accelerarla come successo spesso nella storia, penso ad esempio a Guggenheim a Bilbao.

II.5 L'inserimento nel network culturale cittadino

La cultura è prodotta e diffusa da strutture che all'interno di una città formano una costellazione variegata e di associazioni, istituzioni, attori indipendenti che si ritrovano ad agire contemporaneamente in seno allo stesso territorio. Spesse volte gli attori culturali di uno stesso territorio promuovono occasioni di incontro e dibattito per orientare la politica culturale verso le

questioni e le esigenze della città e incitare una riflessione trasversale sul suo futuro e le sue ambizioni. Gli obiettivi perseguiti da un network culturale non si distaccano di molto da quelli ricercati dalle altre aziende di produzione, se non per il fatto che i benefici ricavati dalla cooperazione sono indirizzati in buona parte alla collettività, che usufruisce di effetti positivi estetici, sociali ed economici amplificati. In questo senso le organizzazioni culturali sfruttano in modo strategico le interazioni sia a livello orizzontale, sia a livello verticale con l'intera catena. Come esaminato da De Wit e Meyer (2010), esse cooperano per sfruttare le sinergie che creano valore aggiunto in tre differenti aree. La prima area si riferisce al *resource base* e si esplicita nella condivisione di risorse che avviene nelle due principali modalità del *learning* e del *leaning*: la prima mira alla condivisione di *knowledge, know-how* e *skills*; la seconda si basa sul prestito di risorse eccedenti, o di cui non se ne può fare un uso completo. La seconda area di riferimento è costituita dall'*activity system*, e si riferisce alla possibilità di integrare le proprie attività con quelle di un'altra associazione/organizzazione per essere più efficace ed efficiente nel raggiungimento dei propri obiettivi. In questo senso la collaborazione più comune è di tipo verticale tra gli attori che operano nei diversi livelli dell'industria creativa che concerne creazione, produzione, diffusione, educazione e formazione, informazione e promozione – *linking*. D'altro canto, il *lumping* permette di raggiungere benefici in termini di economia di scala attraverso la condivisione di programmi educativi, infrastrutture di produzione artistica, strumenti di marketing. Infine, la terza area nella quale le organizzazioni possono sfruttare potenziali sinergia è quella del *product offering*, che, declinata nel campo delle produzioni culturali, si esplicita nella capacità di agire congiuntamente – *leaning* – per aumentare

l'efficacia della riflessione artistica sulle diverse tematiche trattate (ad esempio festivals, *atelier* congiunti, spettacoli co-partecipati, piattaforme di discussione). Il *lobbying*, invece, si rivela particolarmente importante nel campo delle politiche urbane - ad esempio in un progetto di rigenerazione - poiché permette agli attori culturali di aumentare il condizionamento nei confronti degli attori pubblici politici e normativi, e di conseguenza sull'operato di privati e commerciali e sulla complementarità delle politiche urbane.

Ai fini di uno sviluppo territoriale inclusivo, l'inserimento nel network culturale cittadino da parte del museo risulta rilevante per gli effetti positivi conseguibili nella totalità delle aree analizzate. In particolare, oltre alla già sottolineata importanza del *lobbying* nella riprogettazione politica e urbana dei territori sensibili, la condivisione delle risorse - *learning* e *lending* - e l'integrazione di attività - *leaning* - permette l'aumento del grado di integrità ed eccellenza estetica - uno dei principali *commitment* del museo moderno - per il raggiungimento di maggiore efficacia nel perseguimento delle aspirazioni economiche di prestigio internazionale e incremento del settore turistico, e nella concretizzazione degli obiettivi sociali, nel ricoprire il ruolo di piattaforma di incontro e riflessione critica sulla società (§ 2.1). Per di più, la condivisione del *Resource base* e l'integrazione dell'*Activity system* permette maggiore aderenza al dovere di *cost-effectiveness* del museo moderno. Inoltre, l'integrazione delle attività garantisce un'augmentata incisività nell'importante funzione che il museo svolge nello "sviluppo dell'audience e nell'aumento dell'accessibilità" alla cultura. Infatti, attraverso il *linking* verticale con le scuole e associazioni socio culturali locali, è possibile potenziare l'azione di mediazione del museo nella formazione e nella partecipazione del pubblico sensibile, e nella realizzazione di una maggiore

democrazia culturale e integrazione cittadina. Per questo motivo un museo ha il compito di mettere in atto progetti che poggino sulla collaborazione con strutture locali quali associazioni socio-culturali, biblioteche, cinema e scuole. In questo senso esse svolgono un'attività chiave nella sensibilizzazione, nell'educazione e nella formazione culturale degli abitanti, agendo da efficaci vettori di integrazione e inclusione sociale. Effettivamente "il savoir-faire necessario per far venire [e partecipare i pubblici emarginati] si trova nella testa, nel cuore e nelle mani di coloro i quali tutti i giorni lavorano in maniera creativa con quei pubblici là." (Vancraeynest 2017) e che costituiscono un sostegno vitale nel processo di democratizzazione che converte la cultura in un'efficace leva di inclusione sociale; rimedio, secondo Vander Gucht alla carenza delle politiche sociali ed educative degli ultimi decenni:

[...] L'inuguaglianza sociale è il risultato di una politica educativa e sociale. La mancanza di educazione artistica nelle scuole fa sì che le persone che frequentano i musei appartengano esclusivamente alle categorie educate. Non possiamo domandare alla cultura di risolvere la totalità delle problematiche se il resto delle politiche non funzionano a dovere. [...] Esiste il pericolo di attribuire queste colpe all'arte contemporanea, accusata di essere troppo elitaria in quanto "nessuno la comprende". Non è così, gli artisti e l'arte contemporanea fanno un lavoro di ricerca, che per essere compreso a pieno ha bisogno di educazione scolastica e forme di apprendimento attraverso la stessa arte e non soltanto attraverso le scienze.

CAPITOLO 3

Il KANAL–Centre Pompidou, un museo del XXI° secolo

PRIMA PARTE

Bruxelles, un piano di rigenerazione per l'integrazione di due mondi separati

“A lungo considerato come una barriera, il canale si presenta oramai come il tratto d'unione capace di riconciliare i quartieri centrali e il resto della Regione”

ADP - Agenzia di Sviluppo Territoriale di Bruxelles



Figura 4. "Checkpoint Charlie" dell'artista Emilio Lopez-Menchero è un'istallazione che riproduce la celebre postazione di controllo su un ponte del Canal, tra rue Dansaert e la Chaussée de Gand

III.1.1 Storia geopolitica di Bruxelles: il Canal come frattura fisica e simbolica nella morfologia sociale cittadina

Il Canal, che attraversa la regione dal nord al sud, fatica a trovare il suo posto nella carta mentale dei *Bruxellois* che non abitano nelle sue vicinanze. Probabilmente perché il letto del fiume Senne, che sin dal medioevo ha fortemente contribuito a strutturare l'agglomerato urbano sviluppatosi nella sua valle, è attualmente invisibile per la maggior parte del suo percorso cittadino e si manifesta solamente in questa piccola via d'acqua artificiale che divide Bruxelles in due versanti. Infatti, attraverso i secoli, nella nascita della capitale belga – sviluppatasi a ridosso del tratto navigabile del fiume – la valle della Senne è stata soggetta a continue operazioni di trasformazione urbana che hanno modificato il corso del fiume per ottimizzarne il potenziale energetico e renderlo una via di comunicazione efficiente. In questo contesto la Senne ha da sempre costituito la principale fonte di energia primaria nello sviluppo economico della città che, a partire dal 13° secolo, diventa un'importante città industriale, attiva nel settore artigianale tessile e alimentare, espandendosi e acquisendo lo status di capitale. Per rispondere alle crescenti esigenze commerciali in termine di rapidità ed efficacia, la Senne vide l'attuazione di due principali progetti di rinnovamento che portarono alla costruzione del canale di Willebroeck, realizzato tra il 1551 e il 1561 per collegare la capitale belga all'importante polo economico di Anversa, e alla nascita del canale di Charleroi. Quest'ultimo, inaugurato nel 1832 per permettere il collegamento alle preziose riserve carbonifere della provincia del Hainaut, risponde alle esigenze energetiche emerse in seguito al graduale sviluppo industriale della valle, in cui si registrò la meccanizzazione delle industrie tradizionali e l'installazione dell'industrie pesanti, chimiche e metallurgiche nei comuni di

Laeken, Molenbeek e Anderlecht. I due canali, che si uniscono nei pressi di Place de l'Yser, congiuntamente alla realizzazione della rete ferroviaria e alla costruzione del porto di mare di Tour&Taxis, permettono dunque uno sviluppo spettacolare dell'industria, al quale si accompagna una crescita demografica e urbana senza precedenti che fa di Bruxelles il primo polo del paese in termini di impiego industriale. Inoltre, queste nuove vie di comunicazione determinano la pavimentazione della Senne, relegata a una funzione di evacuazione di rifiuti, e la costruzione di ampi *boulevard* in grado di collegare rapidamente le stazioni Nord e Sud, principale nuovo asse di comunicazione cittadino.

La creazione di questo canale industriale, capace di collegare Bruxelles al porto di Anversa e alla zona industriale di Charleroi, determina l'inizio di una strutturazione sociale fortemente polarizzata. Lo spazio *bruxellois* si organizza infatti secondo un'opposizione ovest-est causata da una segregazione socio-spaziale di antica origine. Infatti, mentre le attività economiche dipendenti dalle risorse della Senne si svilupparono nel fondo della valle, le *élite* si installarono sull'alto versante orientale, che dominava simbolicamente la parte bassa della valle e al riparo dalle condizioni insalubri di quest'ultima. L'industrializzazione della città ha rafforzato questa segregazione tra città alta e città bassa, dove la grande concentrazione di industrie determinò la nascita del cosiddetto "*Axe Usinier*" ("Asse Industriale"). In questo senso lo sviluppo urbano di Bruxelles rappresenta un'eccezione alle dinamiche di urbanizzazione delle principali città europee. La vicinanza del canale industriale al cuore storico medievale, il cosiddetto Pentagono, ha fatto sì che l'urbanizzazione delle aree rurali circostanti – che portò alla nascita della "prima corona" nel XIX secolo e della "seconda corona" negli anni '60 – determinasse un allontanamento centripeto delle classi agiate verso le periferie, e una

segregazione delle classi povere e operaie nella parte bassa della città, costituita da parte del centro e dai quartieri operai che bordano il canale. La popolazione di questo territorio assume un peso rilevante in termini numerici solo a partire dal 1870 quando, in seguito alla rivoluzione industriale e alla successiva urbanizzazione della “prima corona”, sorpassa gli abitanti del Pentagono, dove fino a quel momento si concentrava il 70% dei *Bruxellois*. Infatti, le condizioni agevolate dei quartieri popolari determinò la concentrazione di famiglie operaie, che si intensificò a partire dagli anni '60 in seguito ai massicci fenomeni di migrazione legata al lavoro in fabbrica. In seguito a questi fenomeni si accentuò la presenza della popolazione di origine straniera, legata principalmente al bacino del Mediterraneo, che determinerà in seguito la composizione sociale cosmopolita attuale.

La strutturazione attuale della società si configura come una dilatazione delle strutture esistenti ereditate dalla geografia dei secoli precedenti, poiché conserva la divisione tra i ceti medio-alti, nella città alta e nelle periferie, e le popolazioni povere nella parte bassa della città e nei vecchi quartieri industriali che bordano il canale, denominati “*croissant pauvre*”. La persistenza di una tale scomposizione sociale si deve ai fenomeni che hanno investito le società postmoderne negli ultimi quattro decenni. La deindustrializzazione degli anni '70 ha colpito in modo particolarmente violento Bruxelles, principale regione produttiva del paese, determinando la crisi dell'intero territorio industriale del Canal, in cui si sono manifestati gravi problemi di ordine sociale ed economico. Infatti, l'incessante diminuzione dell'impiego industriale – da 160000 posti di lavoro a 30000 nel giro di 40 anni – e le complesse questioni istituzionali belghe – causa di un forte disinteresse da parte delle due regioni per le problematiche della capitale – hanno determinato lo sviluppo di

un tessuto urbano debole, che vede il moltiplicarsi delle *friche* industriali³⁴ e l'incremento della disoccupazione in seno a una popolazione poco qualificata che trova nella zona delle condizioni di alloggio poco onerose. Inoltre, la situazione economica e la scomparsa progressiva della domanda di lavoro non qualificato conseguenti la crisi industriale hanno determinato il rallentamento degli storici fenomeni di ascensione sociale e del conseguente movimento centrifugo delle popolazioni costituite da operai e immigrati³⁵ che rendevano i quartieri poveri una porta di entrata temporanea. Con la deindustrializzazione e la disoccupazione di massa questo meccanismo ha smesso di funzionare e le popolazioni immigrate, prevalentemente di origine araba, installatesi a partire dagli anni '60 nel territorio del Canal – nei settori adiacenti le due stazioni principali di Gare du Nord e Gare du Midi - si sono ritrovate bloccate nel territorio, dove si registrano progressivi fenomeni di sedentarizzazione e preoccupanti episodi di emarginazione sociale e segregazione etnica.

Questi fenomeni si traducono in statistiche allarmanti sul piano socioeconomico e sanitario. Effettivamente, la demografia del territorio del Canal – 14 km e 2509 ettari (15,5% del territorio totale della Regione) che racchiudono 8 comuni e 1900000 persone (17% della popolazione) (Figura 5) - testimonia delle caratteristiche che lo contraddistinguono dal resto del territorio *bruxellois* e che determinano l'aggravarsi della frattura tra la parte orientale e quella occidentale di Bruxelles. Infatti, nel 2009, detto territorio è abitato dal 16% della popolazione totale della Regione, di cui il 17 % degli

³⁴ Il termine indica un terreno o un edificio lasciato in stato di abbandono dopo la cessazione delle attività industriali che vi si svolgevano. In italiano corrisponde al termine "vuoto industriale".

³⁵ Gli urbanisti definiscono Bruxelles come una "metropoli orizzontale" che si estende fuori dalle proprie frontiere per tener testa ai fenomeni di aumento demografico.

stranieri residenti e il 40% dei cittadini di provenienza nord-africana, che si sono appropriati dei vecchi edifici popolari che vertono in gravi condizioni di degrado in seguito alla Seconda Guerra Mondiale e alla deindustrializzazione.



Figura 5 I Comuni del Territorio del Canal: Schaerbeek, Saint Josse, Bruxelles, St-Gilles, Forest, Koekelberg, Molenbeek St-Jean, Anderlecht.

Questa tipologia di popolazione, caratterizzata da ampie famiglie e un grande tasso di natalità – testimoniato dal 44% di bambini tra 0 e 4 anni domiciliati nella Regione – si contraddistingue generalmente per un importante deficit in termine di formazione lavorativa qualificata. La massiccia diminuzione del numero di impieghi industriali, i problemi di riconoscimento dei diplomi stranieri e i fenomeni di

discriminazione nelle assunzioni, determinano un tasso di disoccupazione largamente al di sopra della media regionale – 25000 disoccupati, pari a un quarto della domanda di lavoro totale, ripartiti tra Molenbeek (30,9%), Anderlecht (28,5%) e Ville de Bruxelles (32,5%). La disoccupazione e l'assenza di attività professionali sono la causa della generazione dei redditi più bassi della Regione – 9006 euro a fronte dei 12593 del cittadino medio. Questa situazione nel territorio del Canal si configura come un paradosso tipico della capitale belga; una città nella quale si produce la maggior parte della ricchezza del paese ma che mostra allo stesso tempo statistiche di povertà e disoccupazione incredibilmente elevate che fanno sì che il 30% della popolazione viva al di sotto della soglia di povertà.

La segregazione sociale del territorio del Canal è aggravata dalla mancanza di infrastrutture scolari ed educative, fondamentali nei processi di integrazione cittadina, testimoniata nel 2010 da un tasso di copertura dell'offerta in strutture d'accoglienza della piccola infanzia del 18 %, tradotto in un deficit di 1900 posti, a fronte del tasso del 35% del resto della Regione e un relativo surplus di 774 posti. La segregazione scolastica – causata dalla scarsa mobilità delle popolazioni svantaggiate del Territorio - si registra con toni più gravi per quanto riguarda le strutture materne e primarie, con un gap di 5900 posti (2227 nelle prime e 3671 nelle seconde). La condizione solo parzialmente sufficiente che riguarda l'educazione secondaria non basta a risolvere le inadeguatezze educative e culturali del Territorio, dovute al deficit nell'educazione primaria che rappresenta la porta d'accesso al sistema scolastico e una tappa fondamentale nel percorso educativo e sociale dell'individuo (Guérin in Nakhlé e Raynaud 2016). Infatti, come analizzato da Vander Gucht: “la disuguaglianza sociale [...] è il risultato della politica educativa”

poiché la mancanza di educazione si ripercuote nelle pratiche discriminatorie che si avvalgono della cultura per riprodurre le inuguaglianze sociali e aumentare la segregazione delle popolazioni sfavorite.

La crisi economica, un tessuto urbano degradato, il deficit educativo e la segregazione etnica hanno contribuito a formare nel corso degli ultimi decenni una visione estremamente negativa nell'immaginario collettivo cittadino riguardo a numerosi quartieri appartenenti alle *communes* del territorio del Canal. L'immagine veicolata dai media e dagli attori istituzionali fino agli anni duemila rappresentava il canale come una barriera urbana che isolava una zona urbana sporca, insicura, priva di interessi e ricca di problematiche, e contribuiva ad acuire le distanze tra una riva e l'altra del canale. I recenti fatti di cronaca nera concernenti gli scontri etnici e gli episodi di terrorismo europeo hanno gettato un'ulteriore ondata di discriminazione verso il Territorio, a maggioranza fortemente islamica e trasformato in un ghetto dalla crisi economica, dalle politiche sociali e dalla conseguente immobilità imposta ai suoi cittadini. Come riportato in un'intervista di Repubblica.it del 2016 dall'Imam Habbachich, presidente dei 16 luoghi di culto musulmani del quartiere di Molenbeek Saint Jean: «La selezione economica ha generato una selezione etnica che non porta nulla di buono: lo vede anche lei che da qui al canale sembra di vivere in una città marocchina»³⁶. Tra tutti i quartieri del territorio del Canal, la *commune* di Molenbeek Saint-Jean – situata a ridosso del canale a soli 15 minuti di cammino dalla Grand Place - è stata quella che più di tutte ha fatto le spese di una recente ondata discriminatoria, balzando agli onori della cronaca per aver ospitato buona parte dei membri dello Stato Islamico

³⁶http://www.repubblica.it/venerdi/reportage/2016/03/07/news/viaggio_a_bruxellistan_un_mondo_a_parte-134939065/

responsabili dei più gravi attentati che hanno colpito l'Europa nel nuovo millennio³⁷ e procurandosi di conseguenza l'appellativo di "roccaforte del jihadismo europeo". In particolare, in seguito agli attacchi terroristici di Parigi del 2015 il clima di discriminazione e diffidenza nei confronti di questo comune, dal quale proveniva l'intero commando terrorista, ha raggiunto il suo apice, come ricorda Elke van den Bergh della *Maison des cultures de Molenbeek*: "in seguito agli attentati abbiamo ricevuto un sussidio dal Comune per incrementare le nostre attività con i giovani del quartiere, che era precipitato in un clima di terrore e isolamento surreale".

III.1.2. Dal DCC al Plan Canal: una svolta nella rigenerazione urbana di Bruxelles

La marginalità economica e sociale dei quartieri centrali racchiusi nel territorio che borda il canale causata dalla deindustrializzazione e dalla disoccupazione di massa che hanno sedentarizzato una popolazione dalla forte componente straniera, è stata favorita dall'immobilità dei poteri pubblici che non hanno saputo adottare politiche sociali capaci di risanare la spaccatura che stava dividendo Bruxelles in due parti asimmetriche, generando segregazione e discriminazione. L'inefficacia dell'azione pubblica è dovuta principalmente al complesso e macchinoso funzionamento istituzionale belga che divideva l'amministrazione della capitale Bruxelles tra le due regioni – la Vallonia e le Fiandre – che, divise per lingua e cultura, si contendevano competenze e priorità nei progetti riguardanti la capitale, soprattutto nel campo dell'urbanismo e del

³⁷ A Molenbeek sono legati l'attentato al Museo ebraico del 2014 a Bruxelles, la cellula jihadista di Verviers, un fallito attentato in un treno francese (2015), l'attacco al supermercato kosher dopo l'assalto a Charlie Hebdo (2015), gli attentati di Parigi (2015) e l'attentato all'aeroporto di Bruxelles (2016). <https://www.ilpost.it/2018/02/24/molenbeek-bruxelles-terrorismo-isis/>.

rinnovamento del territorio. Per cercare di ovviare a tale inefficienza istituzionale, nel 1989, in seguito a un processo di federalizzazione dello stato cominciata negli anni '70, fu istituita una terza regione bilingue – la Région de Bruxelles-Capitale - che comprende i 19 comuni della capitale belga. In effetti, dal momento della creazione della Regione le attenzioni pubbliche verso le importanti questioni sociali di Bruxelles hanno ricevuto un nuovo vigore. In particolare, si è iniziata a sviluppare il consenso istituzionale sul valore strategico del Territorio del Canal e una visione d'insieme regionale sul futuro dei propri quartieri.

Lo sviluppo, la riconversione e la rigenerazione del Territorio del Canal si sono operate in maniere graduale, progressiva e incrementale. Dalla sua identificazione come zona strategica necessitante un grande investimento pubblico, la sua evoluzione è stata il frutto di dispositivi mirati, iniziative settoriali e opportunità private che hanno saputo dare un nuovo vigore a questa zona sensibile. L'azione pubblica, attraverso alcune operazioni di rigenerazione, ha aperto la strada a una riflessione trasversale e a una pianificazione strategica per il Territorio del Canal. Il primo "schema direttore", voluto dall'esecutivo regionale nel 1991, inaugura una nuova metodologia nell'implementazione dei progetti urbani identificando l'organismo pubblico – BXL Developpement Urbain (amministrazione regionale per la pianificazione), sostituito in seguito da Perspective Brussels – responsabile di definirne uno sviluppo a lungo termine attraverso la negoziazione con la totalità degli attori coinvolti. Lo schema direttore identificava inoltre nell'Agence de Developpement Territorial (ADT), al quale è subentrato successivamente la Société d'Amenégement Urbain (SAU), l'attore pubblico incaricato della realizzazione dei vari progetti. In questo contesto gli strumenti di rinnovamento

urbano, in particolare i Contratti di Quartiere³⁸, hanno costituito e costituiscono il trampolino di lancio delle trasformazioni dei quartieri del Territorio in parallelo a una serie di progetti di sviluppo economico e coesione socio-territoriale, messi in campo da vari attori regionali, sostenuti dal programma FEDER³⁹. Per ottimizzare il processo di collaborazioni e far fronte alla dispersione degli interventi locali, il Governo della Région de Bruxelles-Capitale approvò nel 2013 il “*Plan Régional de Développement Durable*” (PRDD), un piano guida per la rigenerazione urbana che rafforzò la *partnership* tra dispositivi pubblici e iniziative private per lo sviluppo sostenibile di tipo socio-economico di perimetri specifici, denominati “Zone di Rigenerazione Urbana” (ZRU), accomunati da parametri statistici inferiori alla media regionale e concernenti i redditi, la disoccupazione e la densità della popolazione. Il PRDD è il risultato di una serie di lavori preparatori denominati “*Bruxelles Métropole 2040*” elaborati da tre *équipe* internazionali. Questo studio, finalizzato all’elaborazione di una visione territoriale metropolitana a lungo termine attraverso l’implementazione di strategie nel corto-medio periodo, ha individuato nel Territorio del Canal il principale asse strategico per lo sviluppo globale della città, determinando l’elaborazione di un ulteriore piano di rigenerazione, il Plan Canal.

Il Plan Canal si pone l’obiettivo primario di mobilitare il potenziale del Territorio del Canal, definendo un perimetro operativo di 700 ettari (di cui 300 di suolo pubblico) e formando un’*équipe* apposita che riunisce diversi organismi pubblici. Tale

³⁸ I Contratti di Quartiere sono dei programmi specifici adottati congiuntamente dalla Regione e dai comuni che, a partire dal 1994, tentano di rivitalizzare i quartieri che presentano una serie di difficoltà di ordine socio-economico, operando nel campo delle abitazioni, degli spazi pubblici, dell’impiego, delle infrastrutture.

³⁹ Il FEDER (Fondi Europei di Sviluppo Regionale) è uno dei fondi strutturali europei, destinato a rinforzare la coesione economica e sociale in seno all’Unione Europea attraverso la correzione degli squilibri regionali.

squadra, incaricata della *governance* del progetto, sotto l'egida del Ministro presidente della Regione⁴⁰, è composta in prima istanza dal *Maitre Architecte/Bouwmeester* della Regione, garante della supervisione del Plan Canal per garantire un alto livello di qualità architettuale e urbanistica, e a capo dell'*équipe* Research by Design che contribuisce all'evoluzione dei piani dei progetti. La missione di pianificazione, elaborazione e controllo del quadro regolamentario dei progetti è affidata all'Ufficio Bruxellois della Pianificazione – “perspective.brussels”. In aggiunta, l'*équipe* Plan Canal in seno a “Bruxelles Patrimonio e Urbanismo” ha il compito di istruire le domande per l'ottenimento dei permessi regionali e delle autorizzazioni urbanistiche per operare all'interno del perimetro stabilito. Infine, un gruppo di *chief* di progetto appartenenti alla SAU – “Société d'Aménagement Urbain” – ha il compito dell'implementazione operativa del Plan Canal, giocando un ruolo di coordinatore, abilitato in alcuni casi a incaricarsi direttamente della realizzazione dei progetti. Le ambizioni che guidano il lavoro di questa *équipe* si esplicitano in quattro punti al fine di restaurare le funzioni urbane, economiche, sociali e ambientali nel rispetto delle caratteristiche architettoniche e culturali proprie del territorio: sviluppo dell'attività economica, creazione alloggi adatti alle risorse di tutti i profili famigliari, creazione di spazi pubblici conviviali per la valorizzazione del patrimonio locale e la definizione del canale come legame tra quartieri, creazione delle condizioni per una città aperta a diverse funzione e differenti popoli in un territorio tradizionalmente luogo d'accoglienza di nuove popolazioni. Infine, la metodologia operativa stabilita dal Plan Canal è rappresentata dalla co-costruzione dei progetti tra attori

⁴⁰ La priorità alla rigenerazione del Territorio è stata accordata nell'ambito delle dichiarazioni di politica regionale per la legislatura 2014-2019 dal Ministro Presidente Rudi Vervoort.

pubblici e privati al fine di garantire il rispetto dei principi del Piano e la fattibilità dei progetti.

III.1.3. La cultura come motore di rigenerazione nel Plan Canal. Il Pôle Culturel Citroën.

Il Plan Canal si è distinto sin da subito per il fatto di attribuire alla cultura un ruolo centrale nella rigenerazione urbana di Bruxelles. Infatti, lo sviluppo culturale permette di conciliare alcuni obiettivi principali del piano urbano, riuscendo allo stesso tempo a promuovere lo sviluppo economico, porre le basi per una città aperta alla diversità, e contribuendo alla creazione di spazi pubblici di condivisione per la riqualificazione del canale e l'integrazione delle popolazioni. Per queste ragioni, tra gli importanti investimenti destinati alla creazione e alla riqualificazione di luoghi pubblici previsti dal Plan Canal⁴¹, il progetto più significativo riguarda la realizzazione di una grande infrastruttura culturale capace di rispondere a questa duplice esigenza di sviluppo economico e sociale del Territorio. Infatti, in primo luogo l'implementazione di una struttura culturale permette di dare un'importante impulso alla trasformazione di Bruxelles in una capitale postmoderna di riferimento nelle economie creative europee – come ambito da *“Bruxelles Métropole 2040”* - capace di sfruttare la cultura come motore principale di crescita economica della città, raddoppiando la frequentazione turistica e moltiplicando il numero di impieghi generati direttamente e indirettamente dal settore. Inoltre, la costruzione di una struttura di questo tipo consente di dotare un territorio sensibile di un importante luogo di incontro,

⁴¹ La priorità accordata alla creazione di spazi pubblici di qualità è emersa in seguito a una profonda riflessione sulla loro funzione sociale. Il Parc Béco, la Passerelle Picard, gli Abbatoir di Anderlecht costituiranno luoghi di convivialità, di incontro e condivisione atti ad abbattere le barriere costituite dal canale.

fondamentale per il proprio sviluppo sociale. Infatti, in una città multiculturale come Bruxelles, caratterizzata da tensioni e disparità sociali, la coesistenza è una realtà quotidiana che ha bisogno di luoghi di sociabilità che innovino, creino e forgino legami, proponendo pratiche culturali che favoriscano la partecipazione, l'emancipazione e l'integrazione delle popolazioni emarginate (Fondation Kanal 2017). Per di più, un luogo di promozione culturale, andando al di là dello spazio materiale, costituisce un luogo di rappresentazione immateriale, fatto di percezioni, impressioni, ambienti e ricordi che sono parte integrante del territorio ed elemento essenziale nel processo di appropriazione territoriale da parte dei nuovi cittadini che trovano spesso nel Territorio del Canal la porta d'accesso alla città (Van Wunnik cit. in Nakhlé e Raynaud 2016).

Gli studi preliminari sulla realizzazione di un progetto culturale a ridosso del canale sono iniziati nel maggio 2013 in occasione del primo seminario del governo Rudi Vervoort. In questa occasione è emersa per la prima volta la scelta di implementare un'importante infrastruttura culturale al ridosso del Canal attraverso la riqualificazione delle storiche officine Citroën – edificio emblematico del tessuto industriale *bruxellois* – situate in Place de l'Yser, congiunzione tra il quartiere di Molenbeek e il Pentagono. Per analizzare le potenzialità del sito Citroën Yser, la SAU – operatore diretto nella zona – ha costituito l'*équipe* "WAM", riunendo l'architetto olandese de Jonge, l'ufficio immobiliare Advisers e urbanistico MSA con la missione di delineare gli scenari più opportuni per la rigenerazione del sito su base tecnica, economica, urbanistica, patrimoniale, operativa e ambientale. Lo studio individua nel sito Citroën il luogo ideale per la creazione di uno spazio pubblico di produzione artistica adatto alla convergenza degli obiettivi di sviluppo economico e di miglioramento sociale della città postmoderna. Infatti, "La

decisione di destinare i 35000 metri quadrati delle officine Citroën alla creazione e alla diffusione artistica [...], dettata dalla convinzione che l'emancipazione e la vita di comunità dipendono dalla cultura" persegue l'ulteriore obiettivo di infondere un nuovo vigore all'economia della Regione. Per questo motivo, l'ambizione di convertire l'economia *bruxellois* in un'economia creativa capace di generare lo sviluppo economico del Territorio attraverso la valorizzazione e il rispetto delle tipicità culturale e architettoniche locali, candida la nuova struttura culturale a rappresentare un primo esempio significativo di urbanizzazione inclusiva di un territorio sensibile. Come annunciato dal Presidente Rudi Vervoort in occasione della presentazione del progetto:

Questo progetto costituisce un vettore di rivitalizzazione del territorio, ricucendo i legami tra le due rive del Canal, ma con la vocazione di diventare un vero e proprio emblema culturale della Regione *bruxellois*⁴².

Per adempiere a queste funzioni il Pôle Culturel Citroën è concepito come un polo pluridisciplinare che dedica 15000 metri quadri a un nuovo museo d'arte moderna e contemporanea, 9000 metri quadri al CIVA – Centro Internazionale per la Città, l'Architettura e il Paesaggio – e 10000 metri quadri a spazi pubblici polivalenti dalla dimensione fortemente pedagogica, interdisciplinare e ricreativa. Tale articolazione del progetto si basa su sei principi cardine: contributo all'educazione, miglioramento della qualità di vita, creazione di un'economia di tipo creativo, sviluppo artistico per

⁴² <http://www.lalibre.be/culture/politique/le-pompidou-a-bruxelles-pas-un-simple-musee-pop-up-57ecef1fcd70871fc422a6a3>.

i cittadini, creazione di comunità, apporto all'industria turistica (Figura 6).



Figura 6. I sei principi cardine del progetto Pôle Culturel Citroën

In conclusione, il Pôle Culturel Citroën è concepito come il progetto faro per la realizzazione degli obiettivi del Plan Canal che, attraverso lo sviluppo economico, l'abbellimento del territorio e la migliore condivisione degli spazi pubblici ambisce alla ristrutturazione dell'immagine interna ed esterna del Territorio del Canal e all'evoluzione dello sconnesso tessuto industriale dei suoi quartieri in spazi misti dove funzioni e cittadini sono sollecitati a convivere e affiancarsi. Come emerge dal comunicato ufficiale del SAU, nel giorno del raggiungimento dell'accordo che dà forma al Pôle Culturel Citroën:

La Région de Bruxelles-Capitale ha deciso di intraprendere questo ambizioso progetto per amplificare la dinamica culturale

di Bruxelles, per farne un punto centrale e catalizzatore della creazione contemporanea *bruxellois*. Al di là della sua importanza intrinseca, il Pôle Culturel Citroën ha il compito di riqualificare e dinamizzare questo territorio e permettere di tessere deli legami tra le due rive del canale.

SECONDA PARTE

Il KANAL-Centre Pompidou, una nuova ambizione per Bruxelles

III.2.1 Le premesse del progetto. Il contesto culturale del Canal

La decisione di assegnare a un museo d'arte moderna e contemporanea il ruolo di protagonista nel nuovo polo culturale non si configura come un ennesimo caso di Cattedrale nel deserto. In effetti, i quartieri popolari situati a ovest del canale, negli ultimi decenni hanno evidenziato un fermento artistico sorprendente in relazione allo loro status socio-economico, grazie all'incontro tra gli artisti e le particolarità di questo territorio che ha nutrito la creazione artistica con le caratteristiche intrinseche del proprio patrimonio locale – multiculturalità, cosmopolitismo, natura *underground* e postindustriale,

Infatti, negli anni '60, il prezzo accessibile degli affitti nel territorio del Canal risultanti dalla deindustrializzazione ha permesso agli artisti di investire e rivalorizzare vaste infrastrutture ex industriali, in una zona dove si incrociano un numero incredibile di culture e profili. Alle varietà di pubblici corrisponde una vasta offerta culturale che comprende locali notturni, sale concerti, teatri e scuole di danza, iniziative d'arte contemporanea e associazioni socio-culturali che tuttavia mantengono una dimensione locale e una natura *underground*. Per questo motivo, nonostante la notorietà del teatro Plan K, della sala concerti VK e del locale polifunzionale Fool Moon – sorti in spazi dismessi - l'attività culturale del territorio non è in grado di determinare la risonanza istituzionale necessaria allo

sviluppo sociale ed economico del territorio. In effetti, le principali istituzioni culturali di Bruxelles - teatri, musei, musica dal vivo e sale da spettacolo - si concentrano con grande densità nel comune centra di Ville de Bruxelles, nella parte alta della città, nel Mont des Arts e nei quartieri reali adiacenti (BOZAR, Musée Magritte, Musée Fin du Siècle, MRBA etc.).

Il primo punto di contatto tra questi due mondi culturali differenti - quello istituzionale a est del canale e quello underground a ovest - si registra nel 1999 in seguito trasferimento temporaneo dell'importante istituzione *bruxellois* rappresentata dal KVS - Teatro Reale Fiammingo -nato sul versante ovest del Pentagono nel 1877, in un vecchio birrifico nel cuore storico di Molenbeek, per permettere la ristrutturazione dei locali originari. La nuova collocazione nella vecchia fabbrica di birra Belle-Vue, che ospita l'istituzione fiamminga fino al 2004, si rivela un fallimento, sconnessa dagli abitanti del quartiere e abbandonata dal pubblico originario, che non osava mettere piede nella "pericolosa" Molenbeek. Le difficoltà di inserimento di un'istituzione cittadina nella "croissant pauvre" di Bruxelles innescò una riflessione pubblica sulla necessità di integrare la cultura istituzionale alla cultura underground del territorio del Canal con lo scopo di promuovere l'integrazione tra i rispettivi pubblici e abbattere la barriera rappresentata dal canale. Tale aspirazione, manifestatasi attraverso la nascita di iniziative artistiche che mobilitano in modo temporaneo diversi luoghi del Territorio (KunstenFESTIVALdesArts, Bruxelles-les-bains e Brussels Light Festival) trova grazie al Plan Canal una forma concreta nell'istituzione della Fondation Kanal, incaricata dalla Regione della riconversione del Garage Citroën, di cui 15000 metri

quadri destinati alla creazione del museo d'arte moderna e contemporanea.

La decisione di fondare nel futuro polo culturale un'istituzione di caratura internazionale nel campo dell'arte moderna e contemporanea, oltre a rispondere al bisogno di equilibrare l'asimmetria istituzionale nella geografia artistica *bruxellois* e a sfruttare economicamente il potenziale attrattivo di questo genere d'arte, mira a dotare Bruxelles di un museo mancante nel suo contesto artistico dal 2011, anno di chiusura delle gallerie del Musées Royaux des Beaux-Arts dedicate all'arte moderna e contemporanea⁴³. La nascita del nuovo museo sopperisce perciò a tale mancanza, fornendo alla capitale europea un *hub* multidisciplinare di spicco e una vetrina internazionale in grado di valorizzare la creatività di una delle realtà europee più importanti nel campo delle discipline artistiche, innalzando il prestigio urbano di Bruxelles e incrementando il turismo culturale nella città. Come rimarcato da Denis Laoureux – vicepresidente del CdA della Fondation Kanal:

La scena artistica *bruxellois* è riconosciuta internazionalmente per il suo livello di creatività e originalità. Si è spesso parlato di una nuova Berlino in quanto ci sono delle condizioni di emergenza artistica straordinarie e trovo che sia magnifico che

⁴³ La collezione d'arte moderna e contemporanea del Museo Reale delle Belle Arti è stata messa in deposito dal 2011, per lasciar posto all'apertura del museo Fin du Siècle. La complessità istituzionale belga - Région de Bruxelles-Capitale non ha competenze sul MRBA, gestito dal governo federale - non ha permesso una sua esposizione altrove.

i poteri pubblici abbiano preso coscienza di tutto ciò [...] sopperendo alla mancanza di infrastrutture simili a Bruxelles.

Yves Goldstein – *Project coordinator* del Governo regionale per il Pôle Culturel Citroën – rimarca la volontà della Regione di rimediare urgentemente a questa mancanza:

[...] l'obiettivo [era] di creare qualcosa che ancora non esiste a Bruxelles, ovvero una vita culturale che ruota attorno all'arte contemporanea, [...] ed essere una piattaforma e un palcoscenico per la città.

III.2.2 Il KANAL-Centre Pompidou. Un nuovo museo d'arte moderna e contemporanea

Dal momento della chiusura delle gallerie apposite dei Musei Reali di Belle Arti, la principale collezione d'arte moderna e contemporanea di Bruxelles non ha trovato un ulteriore luogo d'esposizione, bloccata dalla complessità istituzionale belga – che affida le competenze esclusive sulla gestione dei MRBA al Governo Federale – e dai tipici screzi politici tra Regione e la destra fiamminga in seno al Governo Federale, che si è dichiarata contraria alla collaborazione nella costituzione di un nuovo museo. Questo episodio ha spinto la Regione, dotata delle competenze necessarie in materia culturale nel 2012, a cercare altrove la sede e la collaborazione istituzionale necessaria per mettere velocemente in piedi la nuova struttura. Grazie all'esecuzione del progetto Pôle Culturel Citroën e all'istituzione della Fondation Kanal, il museo trova accoglienza nei locali dello storico Garage Citroën, situato in Place de l'Yser a ridosso del canale e vera e propria cerniera tra il centro storico e Molenbeek (Figura 7).

La SAU, che nell'area del Bessin de Vergote agisce come operatore diretto per l'esecuzione del Plan Canal, nell'ottobre 2015 formalizza l'acquisto dell'edificio per una somma di 20,5 milioni di euro, in seguito all'accordo raggiunto con l'azienda automobilistica francese, ancora operante nel sito, autorizzata a proseguire le sue attività fino a fine 2017. Inoltre, il *partner* ideale viene trovato il 29 settembre 2016, quando il presidente Vervoort firma un protocollo d'accordo con Serge Lesvignes – direttore del Centre Pompidou di Parigi. Il partenariato si sviluppa in due fasi. La prima prevede la messa in scena di una “fase di prefigurazione” sotto la direzione di Yves Goldstein - sancita con un protocollo il 19 luglio 2017 - durante la quale viene imbandito un concorso internazionale d'architettura sulla ristrutturazione del sito. La seconda, conclusa il 18 dicembre 2017, concerne la firma di un accordo di partenariato strutturale della durata di 10 anni tra la Région de Bruxelles-Capitale, Fondation Kanal e Centre Pompidou. Essa determina le modalità di collaborazione tra i tre attori del progetto concernenti la creazione e il funzionamento del Pôle Culturel Citroën⁴⁴. Nasce così l'ambizioso museo KANAL-Centre Pompidou. L'accordo si basa su diversi punti fondamentali. Innanzitutto, il museo presenterà uno spazio per l'esposizione di una collezione permanente, formata sulla base di commissioni e acquisizioni che permettano di ripercorre la storia dell'arte del XX° e del XXI° secolo, e uno spazio per la realizzazione di due mostre temporanee annuali. Queste attività saranno concepite a partire dalla collezione del Centre Pompidou e si avvarranno del savoir-faire dei conservatori del museo francese. Infatti, un'altra condizione fondamentale dell'accordo impegna il Centre Pompidou a prestare le opere della propria collezione, riguardanti la totalità delle discipline artistiche: pittura,

⁴⁴ http://www.sau.brussels/sites/default/files/actualites/2017.12.18_dossierdepresse_kanal-citroen.pdf.

scultura, arti grafiche, fotografia, nuovi media, cinema, architettura, design. Inoltre, *Beauborg* apporterà la sua *expertise* nello svolgimento del ruolo di consiglio e assistenza nell'acquisizione della collezione permanente, partecipando alla definizione del progetto scientifico e culturale del Polo. L'accordo esplicita, per di più, le fasi operative della "fase di prefigurazione", con lo scopo di dar vita a una programmazione culturale che occuperà gli spazi grezzi del Garage in attesa della sua ristrutturazione, interrogando la natura e le funzioni di un luogo emblematico attraverso diverse proposizioni artistiche. Questa fase, che durerà dal 5 maggio 2018 a fine giugno 2019, sarà pluridisciplinare e si integrerà al calendario culturale di Bruxelles, in concomitanza con l'inizio dei primi lavori di riqualificazione del sito. La programmazione sarà affidata a Bernard Blistène, direttore del museo nazionale d'arte moderna, con la collaborazione di un comitato scientifico e della scena culturale *bruxellois*. Essa prevede inoltre di destinare una parte importante del Garage agli spazi pubblici e allo spettacolo dal vivo, secondo un'ampia programmazione di spettacoli teatrali, *performance* e danza da definire in collaborazione con gli altri attori della capitale belga. In conclusione, il principio cardine dell'accordo, che si pone l'obiettivo di dare impulso al futuro Polo grazie a un processo di co-costruzione con il *partner* francese, è quello di dare vita a un museo autonomo, inserito nel contesto socio-culturale *bruxellois*, e non a una succursale del Centre Pompidou, come accaduto a Metz⁴⁵.

⁴⁵ Aperto nel 2010, il Centre Pompidou Metz rappresenta il primo distaccamento di Beauborg, realizzato in partenariato con la comunità territoriale del capoluogo della Lorena.

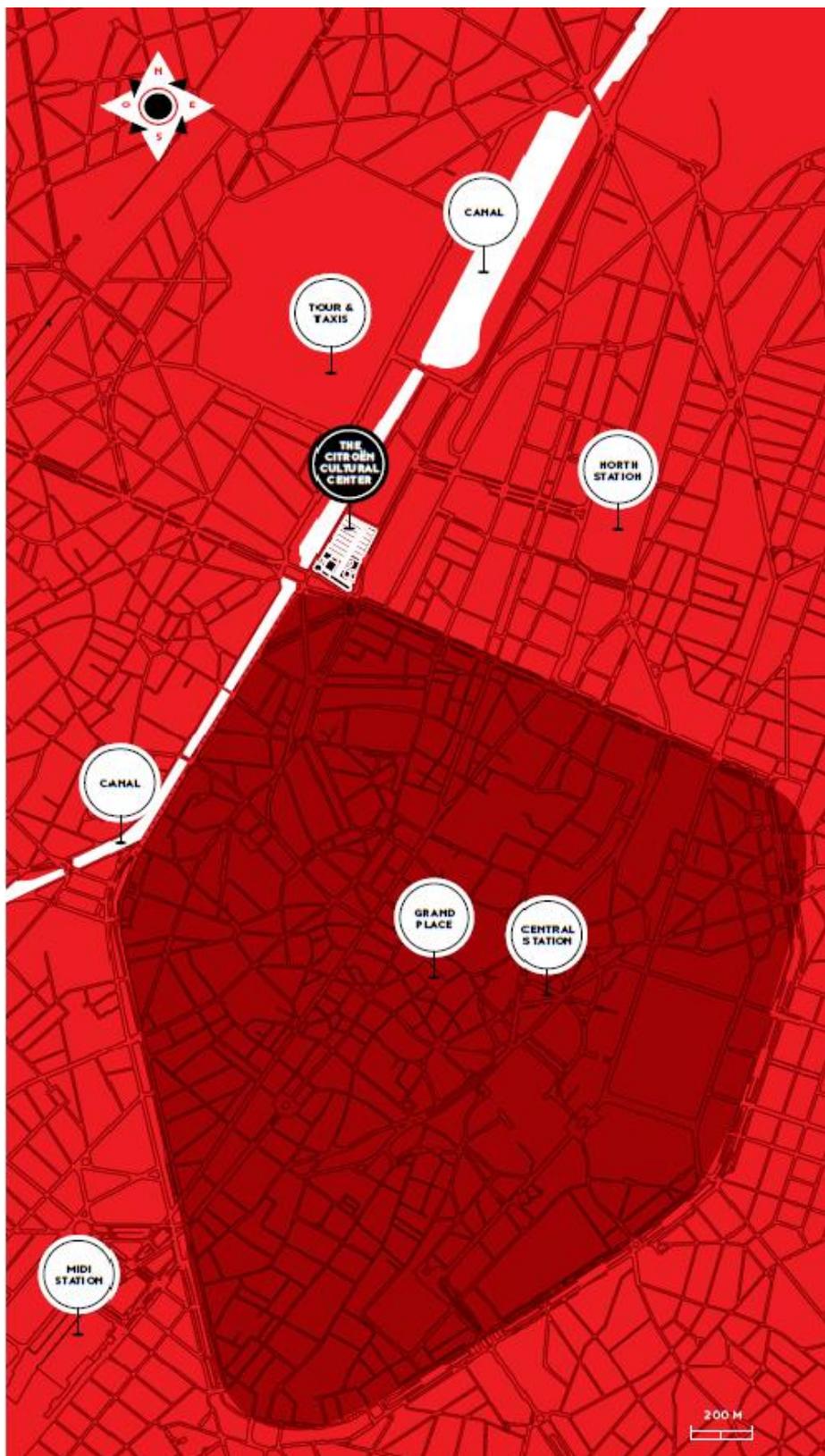


Figura 7. La localizzazione del Garage Citroën nella Regione di Bruxelles-Capitale.

III.2.3 La fase di prefigurazione “KANAL Brut”. Aspirazioni e critiche.

Occupare il Garage Citroën nel suo stato “grezzo” è stata una grande *première* per il Centre Pompidou, una vera sfida. Questa sfida l’abbiamo affrontata con passione. Perché noi vediamo l’incontro della nostra collezione e quella di questo edificio, ancorato alla città, ricco di storia, come la testimonianza della nostra volontà di costruire con la Fondation Kanal, e con tutta la bella scena culturale di Bruxelles, una storia originale e inedita. Questa prefigurazione è per noi il prologo di un’avventura comune e l’occasione di esprimere in anticipo lo spirito di questa avventura: costruite insieme un nuovo modo di condividere l’emozione artistica, suscitare l’incontro delle discipline e l’interazione degli attori, far vivere la cultura al diapason di una città aperta e generosa.

Serge Lesvignes – Presidente Centre Pompidou

Non stiamo costruendo un museo, ma qualcosa che va oltre il semplice museo. I 30.000 metri quadri del Garage “Brut” hanno l’ambizione di diventare uno spazio al servizio dei *Bruxellois*; per vivere, rilassarsi, partecipare a dei progetti culturali in uno spazio gratuito. La nostra ambizione non è di creare un luogo di destinazione museale ma un luogo di vita orientato alla cultura, e questa fase di prefigurazione è un laboratorio di un anno che ci permette di testare delle soluzioni concrete per lo sviluppo umano personale e collettivo dei cittadini secondo il principio della massima accessibilità culturale. [...] La scelta del Centre Pompidou risponde alla volontà di combinare l’accessibilità al più gran pubblico possibile all’eccellenza internazionale nello spirito europeo di collaborazione culturale tra *partners* internazionali.

Yves Goldstein – “Chief de projet” Pôle Culturel Citroën



Figura 8. "Kanal Brut", l'anno di prefigurazione di KANAL-Centre Pompidou.

Il KANAL-Centre Pompidou apre le sue porte il 5 maggio 2018 mettendo in scena un anno di prefigurazione sotto il nome di “KANAL Brut”. Il nome indica lo stato grezzo del vecchio garage Citroën che si trasforma in una piattaforma di riflessione sulle poste in gioco del museo del domani. Infatti, questa fase preliminare all’apertura ufficiale del museo – prevista nel 2022 – è concepita come un anno di laboratorio in cui la Fondation Kanal potrà sperimentare le soluzioni ideali per renderlo il primo esempio di GIC alternativo del XXI secolo per lo sviluppo umano personale e collettivo. Infatti, all’articolo 4 dell’atto costitutivo della Fondazione Kanal vengono specificati gli obiettivi artistici, economici e sociali del nuovo museo:

La Fondazione persegue uno scopo disinteressato di carattere artistico. Essa ha l’obiettivo primario di creare, all’interno del vecchio garage Citroën di Place de l’Yser, un polo culturale di dimensione regionale, attraverso la creazione di un museo d’arte moderna e contemporanea e l’accoglienza del CIVA. Il progetto tratta altresì di dinamizzare e rivitalizzare la zona *bruxellois* del canale, di amplificare l’offerta turistica di Bruxelles e di tessere nuovamente i legami tra le due rive del canale. La Fondazione si colloca in un rapporto artistico fondato sulla condivisione e sul confronto, con un’attenzione particolare nei confronti dei professionisti dell’educazione e degli operatori sociali, il cui ruolo di intermediatori è fondamentale⁴⁶.

Denis Laoureux conferma la volontà di “[...] inventare il museo del XXI° secolo e stabilirne il contenuto, il calendario, l’articolazione delle mostre permanenti e temporanee, attraverso la possibilità concessa dall’anno di prefigurazione”. La particolarità e l’importanza di una simile periodo di

⁴⁶ https://rabbko.be/uploads/Kanal_Statuts.pdf.

“laboratorio”, inedita per una grande istituzione, è rimarcata da Yves Goldstein:

La prefigurazione è fondamentale per l’appropriazione del luogo, dei suoi oggetti, della sua filosofia. Potevamo essere nella situazione classica in cui si acquistava un luogo che sarebbe stato chiuso per 6 -7 anni, periodo durante il quale si sarebbero completati i lavori di ristrutturazione o invece potevamo intraprendere questa avventura un po’ folle di aprirlo “brut” per offrire semplicemente questo luogo conosciuto da tutti i *bruxellois*- lo show room è stato un luogo iconico nel paesaggio urbano di Bruxelles- condividendo già la filosofia che intendiamo seguire in futuro.

Attraverso queste aspirazioni, gli spazi del garage, svuotati e svincolati dalle funzioni precedenti, diventano il palcoscenico di una programmazione pluridisciplinare – affidata alla direzione generale di Bernard Blisténe - che ricalca l’identità del luogo, e la storia umana e sociale palpabile nelle officine, negli uffici e nelle vecchie strumentazioni di questo grande complesso. Tale programmazione permette l’accesso di un grande pubblico a un’offerta culturale inedita e diversificata dal carattere pedagogico, partecipativo e trasversale, per supportare l’integrazione del museo al tessuto urbano locale e incitare la collaborazione con gli altri attori culturali *bruxellois*. Il contenuto delle mostre tiene conto delle condizioni offerte dallo stato grezzo dell’edificio e si caratterizza per la pluridisciplinarietà voluta dalla Regione. In effetti essa è composta da esposizioni che si conformano alle particolarità del settore industriale in cui sono allestite, includendo sculture, installazioni, film d’autore, video, design, architettura, fotografia e corpi in movimento. La fase di prefigurazione si esplicita in dodici mostre, al quale si aggiunge la programmazione degli spettacoli dal vivo, *performance* e concerti. L’ *“Usine des films*

amateurs” di Michel Gondry invita chiunque a creare un proprio film dalla A alla Z in sole tre ore negli *studios* – tra i quali alcuni luoghi emblematici di Bruxelles - ricostruiti all’interno di 1000 metri quadri del garage, accessibili gratuitamente previa prenotazione online da un gruppo di 5-15 persone. In questo modo è possibile immedesimarsi in tutte le tappe della creazione di un film, dalla scrittura del copione alle riprese e alla realizzazione degli effetti speciali, con l’assistenza dello staff del museo che mette a disposizione tutto il materiale necessario, e che si conclude con la registrazione del film in un DVD. La mostra “Tôles” – “Lamiera” – si svolge al piano 0, nell’area “Carrozzerie” dove le opere prendono il posto della auto all’interno degli scomparti delle ex officine, ripercorrendo lo sviluppo della scultura metallica moderna che si serve di materiali industriali per la creazione di costruzioni cinetiche (“Oracle” di Rauchenberg), *assemblages* (“Compression Ricard” di César e “The Bride” di Chamberlain), sculture (L’ “arlecchino” di Picasso), strutture minimal e opere concettuali. Anche nel reparto “Amministrazione” l’arte è utilizzata per evocare le funzioni passate del luogo attraverso “Objet: administration” in cui il visitatore è invitato a scoprire oggetti e installazioni che si riferiscono all’universo della società amministrata in modo critico o ludico. “Station to station” occupa attraverso grandi installazioni di artisti internazionali (Toyo Ito, Prouvé, Raysse etc.) gli spazi una volta destinati alle “Auto di seconda mano per l’esportazione”, alle “Nuove vetture” e al “Carwash”. La disciplina cinematografica è esplorata nella sua dimensione plastica in tre piani dello showroom, in cui “Le lieu du film” evidenzia la materialità della superficie, dei macchinari, della luce e dello spazio che ne condizionano la percezione. Cinema protagonista anche in “Le Lion, sa cage et ses ailes” nei vecchi spogliatoi della fabbrica, dove vengono mostrati gli episodi del

film co-costruito dall'attore teatrale Armand Gatti e dagli operai immigrati della fabbrica Peugeot di Montbéliard per analizzare i temi dell'emigrazione, della segregazione, delle differenze linguistiche e culturali, del lavoro, della ricerca di identità, in un *fil rouge* di grande attualità. Il reparto adibito alla consegna dei nuovi veicoli ospita oggetti di design che esaminano le frontiere tra arte e architettura in "Rouge et Blanc", i colori tradizionali del marchio Citroën. L'"Identités (/Alterités)" dei lavoratori è ripercorsa nei luoghi di vita del Garage - spogliatoi, cucine, mensa - grazie a fotografie, video e film. "As found" ripercorre la storia e le trasformazioni dell'edificio, presentando inoltre i sette progetti d'architettura sviluppati in occasione del concorso internazionale per la riconversione del sito. Infine, gran parte dello showroom è destinato alle attività del CIVA, a *atelier* e attività partecipative mentre le sezioni "Servizio camion" e i locali dei magazzini sono riservati allo spettacolo dal vivo, con una programmazione sin da subito molto attiva e variegata, fatta di *performance*, concerti, spettacoli teatrali e feste notturne.



Figura 9. "Compression Ricard", César, Sezione "Tôles".

Le mostre includono infine delle opere originali, commissionate da una giuria indipendente a dieci artisti attivi a Bruxelles – belgi o di origini straniere – con lo scopo di sostenere la creazione artistica cittadina e di costituire l'esordio della futura collezione permanente del museo. Gli artisti selezionati dalla giuria sono Younes Baba-Ali, Saddie Choua, Raffaella Crispino, Denicolai&Provoost, Suchan Kinoshita, Ariane Loze, Vincent Meessen, Gabriel Kuri, Lazara Rosell Albear e Emmanuel Van der Auwera.



Figura 10. "Untitled", Younes Baba-Ali, sezione "Spogliatoi".

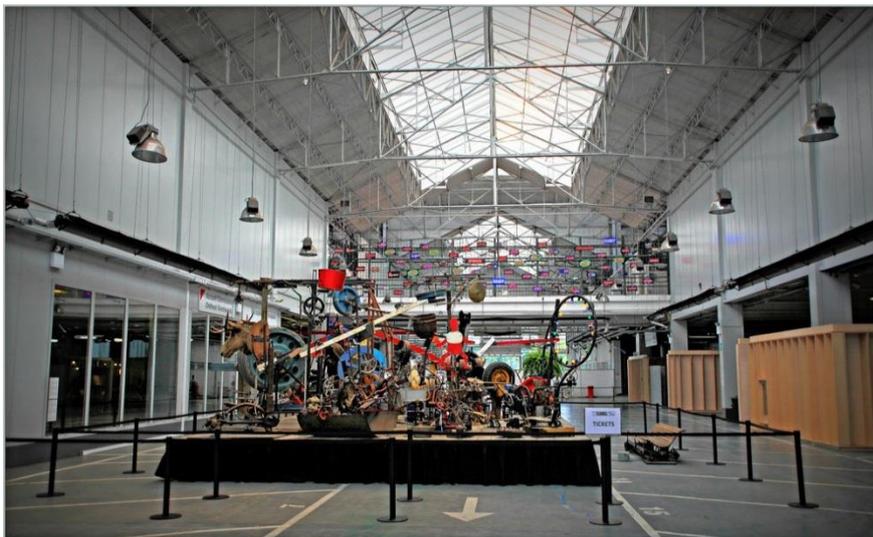


Figura 11. "L'enfer, un petit debut", Tinguely. Hall del Garage.

L'apertura di KANAL-Centre Pompidou viene proclamata dai poteri pubblici come la realizzazione di uno strumento cardine nel perseguimento degli obiettivi del Plan Canal, capace di conseguire l'estensione della centralità urbana nel territorio del Canal - aspirata da Metropole 2040 - attraverso lo sviluppo socio-economico dei suoi quartieri e una loro urbanizzazione inclusiva, basata sulla valorizzazione del patrimonio locale e l'integrazione cittadina dei suoi abitanti. Infatti, la SAU ha presentato il KANAL-Centre Pompidou come una "nuova ambizione culturale" per Bruxelles con i due obiettivi principali di creare legami tra tutti i suoi cittadini e di innalzare il profilo della città e dei *Bruxellois*. Il successo della fase di prefigurazione è immediato e KANAL Brut fa registrare un volume di 20.000 visitatori nel weekend di apertura, di 60.000 presenze nel primo mese, e una composizione sociale piuttosto variegata, nella quale spicca la grande presenza di famiglie e bambini.

Tuttavia, l'apertura del KANAL Brut ha diviso l'opinione pubblica, suscitando altresì numerose polemiche aprioristiche e solo parzialmente fondate. La principale accusa diretta ai poteri pubblici è quella di voler adottare uno strumento ideale per mettere in atto un processo di rigenerazione selettiva degli otto quartieri del Canal, innescando un processo di sostituzione sociale che qualificerebbe il nuovo museo come un ennesimo "Testa di ponte della *gentrification*". La trasformazione sociale avvenuta in alcuni quartieri centrali sulla sponda opposta del corso d'acqua, in seguito a dei programmi di rigenerazione anteriori al Plan Canal, costituisce un precedente che motiva in parte le preoccupazioni sorte in seno agli abitanti e ad alcuni operatori socio-culturali della "*croissant pauvre*" di Bruxelles. Come spiegato da Van Criekingen (2006), in seguito alla nascita della Région de Bruxelles-Capitale e al rinnovato interesse dei poteri pubblici per la rigenerazione dei quartieri centrali della

città, si sono registrate delle operazioni di rivalorizzazione degli spazi popolari del centro cittadino da parte di investitori immobiliari a fini residenziali, dirette a una clientela composta da ceti sociali agiati e da famiglie giovani e istruite – membri della classe media della società post-industriale (§ 1.1). Questi interventi hanno determinato un’inversione di tendenza nella strutturazione della geografia sociale di Bruxelles, incitando la riscoperta di alcune zone popolari centrali e arrestando parzialmente il movimento centrifugo delle classi sociali più agiate verso le zone residenziali periferiche. Negli ultimi anni, come sottolineato dall’esperto di geografia umana, tale modificazione sociale, avvenuta inizialmente in spazi puntuali – principalmente nei quartieri di Saint Géry Dansaert sul bordo est del canale e generalmente nella parte est in seguito alla trasformazione della città in polo burocratico internazionale – si è diffusa a macchia d’olio in tutta la zona del Pentagono. Siffatta riqualificazione ha determinato un ulteriore aumento di una pressione immobiliare già molto elevata, causando la polarizzazione sociale e un graduale aumento delle differenze socio-economiche tra i quartieri poveri a ovest del canale e quelli agiati centro-orientali. I timori di assistere a delle trasformazioni analoghe nella riva ovest del canale indirizza l’opinione pubblica a considerare scetticamente il Pôle Culturel Citroën come un potenziale ennesimo strumento di *gentrification* e non come un raro vettore di urbanizzazione inclusiva.

Alle critiche di stampo socio-geografico si sono affiancate delle polemiche di carattere politico e budgetario dovute alla scelta di instaurare una *partnership* con una istituzione francofona e parigina, e dall’ammontare dell’investimento pubblico destinato alla realizzazione del progetto. Carine Fol, direttrice del centro artistico “La Centrale for contemporary art” sottolinea come:

Scegliere un'istituzione di Parigi, a due passi da Bruxelles, non aiuta le questioni comunitarie belghe e l'immagine che i francesi si fanno è quella di un Pompidou belga che non coincide con la volontà iniziale. L'identità multiculturale di Bruxelles deve riflettersi in una collaborazione con le associazioni locali.

La direttrice sottolinea inoltre come le polemiche budgetarie, dirette ai 2 milioni e mezzo annuali erogati dal pubblico a KANAL, derivino dal fatto che “molte istituzioni devono fare un grande sforzo per sopravvivere e produrre un lavoro di gran qualità”.

Altri due importanti protagonisti della scena artistica *bruxellois* hanno alimentato le polemiche sul progetto della Regione. Dirk Snauwaert – direttore del centro d'arte contemporanea WIELS - ha qualificato KANAL-Centre Pompidou come uno strumento di *top-down planning* politico atto a rafforzare la volontà di auto gestione della Regione⁴⁷, mentre Michel Draguet – direttore dei *Musées Royaux de Beaux-Arts* – ha criticato la mancanza di identità culturale di un progetto avviato da poteri politici con l'obiettivo turistico del ritorno economico. Entrambi criticano la modalità attraverso la quale è stato sviluppato il progetto, realizzato velocemente senza una previa identificazione del contenuto, degli incarichi e delle spese di funzionamento, comparando la sperimentaltà della fase di prefigurazione a una “pratica amatoriale”⁴⁸.

⁴⁷ <https://www.mowwgli.com/32556/2018/02/05/rencontre-concession-dirk-snauwaert-directeur-wiels-centre-dart-contemporain-bruxelles-1ere-partie/>.

⁴⁸ https://www.rtb.be/info/belgique/detail_michel-draguet-denonce-un-demantelement-des-etablisements-scientifiques-federaux?id=9861645.



Figura 13. Il Garage Citroën (ottobre 2017).



Figura 12. Il "Kanal Brut" (maggio 2018).

TERZA PARTE

KANAL-Centre Pompidou, un potenziale vettore di metropolizzazione inclusiva?

III.3.1 Le condizioni urbanistiche. Pôle Culturel Citroën come ponte tra zone incomunicanti

Il Plan Canal si pone l'obiettivo di combinare legami micro urbanistici – rappresentati principalmente da spazi pubblici e mobilità di prossimità, legata alle attività residenziali e sociali, e dominata dal traffico pedonale, dai trasporti in comune e dalla circolazione ciclistica – ai macro legami costituiti dalla mobilità “pesante”, legata all'attività economica e alle ambizioni che collocano il territorio del Canal in una posizione centrale nella futura Bruxelles. Il Pôle Culturel Citroën partecipa a queste dinamiche rivestendo una funzione attiva in qualità di spazio pubblico, e beneficiando in modo indiretto dei numerosi progetti realizzati negli ultimi decenni nel Territorio del Canal.

In prima istanza il Pôle Culturel Citroën è concepito come uno spazio pubblico che rappresenta una cerniera tra la “*croissant pauvre*” e il resto del tessuto urbano di Bruxelles. In questo senso esso rientra in una serie di progetti pubblici adottati dal Plan Canal con lo scopo di convertire il canale industriale da barriera e elementi di connessione urbana, ultimando lo sforzo promulgato dai poteri pubblici a partire dalla nascita della Région de Bruxelles-Capitale, attraverso i Contratti di Quartiere e gli interventi di Beliris (programma di cooperazione tra Stato Federale e Regione) nella creazione di spazi pubblici che fungano da micro-collegamenti nella zona del canale. A questo scopo il Plan Canal definisce tre principi in base al quale si sono realizzati e si progettano detti interventi, conciliando necessità

funzionale, qualità estetica, rispetto del patrimonio e dei vincoli finanziari:

[...] la valorizzazione dello spazio pubblico come spazio di sociabilità urbana per la creazione di luoghi che favoriscano l'incontro e la condivisione ma che siano al tempo stesso agenti di securizzazione del territorio; migliore condivisione degli spazi pubblici attraverso la diminuzione del traffico automobilistico a favore di altri mezzi di trasporto (tram, bus, marciapiedi e piste ciclabili); idea di "abbellimento" della città attraverso una maggiore attenzione al mobilio urbano, alle architetture, all'installazione di opere d'arte.

Con l'aspirazione di rendere nuovamente il canale un'infrastruttura funzionale, cancellando le considerazioni che lo hanno qualificato come "dolorosa rottura nel tessuto urbano di Bruxelles", il programma di rigenerazione prevede la creazione di numerosi spazi ricreativi e infrastrutture pubbliche che, a stretto contatto con l'acqua, conferiscono a Bruxelles il suo "*Waterfront*"⁴⁹, in particolare, nella zona centrale (Figura 14). Il Bassin Vergote sarà aperto ai cittadini grazie alla costruzione di "balconi pubblici" nelle vicinanze del Monumento al Lavoro mentre sulla riva sinistra del canale, in prossimità del Bassin Béco, sarà sviluppato il Parc Béco, collegamento pedonale con il sito Tour&Taxis.

⁴⁹ Il termine indica la tendenza delle principali città portuali europee e del Nord America a riqualificare le proprie zone litorali come strumento di City Marketing.



Figura 14. Le 11 tipologie di progetto per la rigenerazione del Bassin Béco, tra i quali progetto immobiliari (2), parchi (5), e lo stesso Pôle Culturel Citroën (11).

Il Pôle Culturel Citroën, sulla riva destra dello stesso Bassin Béco, contribuisce alla volontà di rendere il vecchio tessuto industriale più omogeneo e collegato, fornendo al Territorio uno spazio pubblico di sociabilità che stimola l'incontro e la condivisione. Denis Laoureux sottolinea come anche la modalità di riqualificazione del vecchio Garage si ispiri a questi principi:

[...] il progetto d'architettura scelto dalla giuria, e approvato dal nostro CdA, si basa sulla volontà di creare una città nella città. Il Kanal-Centre Pompidou non è solamente un museo ma si avvicina molto a quello che fu Beaubourg alla sua origine: un polo culturale per vivere, passare del tempo, riflettere sulla vita. Per questo motivo la riconversione farà dei due assi principali dell'edificio - uno che collega il canale al Parc Maximilien e l'altro che traversa il sito in modo trasversale - degli spazi pubblici, di collegamento tra gli ex luoghi industriali del quartiere, simili a delle vere e proprie strade.

Per quanto riguarda il trasporto, il polo culturale, e l'ex garage Citroën che lo ospita, si trovano in un crocevia che negli ultimi anni ha visto migliorare la quantità e l'efficienza dei propri mezzi di mobilità che, grazie all'attività di Bruxelles Mobilité (operatore regionale incaricato della strategia di mobilità di Bruxelles), sono stati capaci di conciliare una maggiore attrattività all'aumentata prossimità. Infatti, la stazione Yser della metropolitana di Bruxelles - che fornisce un servizio di linee particolarmente denso in tutta la zona del Canal grazie al passaggio della linea 2, che connette il centro storico al centro del Territorio, e delle linee 5 e 6, collegamento alle zone Nord e Sud - la recente intensificazione del traffico ferroviario sulla linea 28 e i due grandi viali stradali Quai de Willebroeck e Boulevard d'Anvers, garantiscono l'attrattività di questa parte del territorio, legata a queste forme di mobilità pesante che lo connettono efficacemente lungo l'asse Nord-Sud e Est-Ovest.

Per ciò che concerne la prossimità, il Plan Canal ha permesso un miglioramento sensibile della "mobilità dolce" - importante elemento di collegamento micro-urbano - grazie alla valorizzazione della circolazione pedonale e ciclistica e del trasporto pubblico. Infatti, al fianco dei ponti e delle passerelle esistenti (ponte di Buda, ponte di Saintelette e ponte des Armateurs i più importanti) - "componenti forti dello spazio pubblico virtuale, nella carta mentale che ogni abitante e visitatore si fa della città" (Nakhlé e Raynaud 2014) - si sono sviluppati progetti atti al miglioramento di micro-collegamenti che favoriscono l'appropriazione territoriale da parte degli abitanti, smussando lo spezzato che caratterizza il tessuto urbano post-industriale. Tra questi, il Waterbus - che a partire dal 2013 circola sei volte al giorno lungo un tragitto di 8 fermate - incrementa la qualità di una mobilità dolce piuttosto efficiente per via della pista ciclabile che costeggia il canale da Nord a Sud

- l'“Itinéraire cyclable régional Canal” - e di un servizio bus che copre la quasi totalità del territorio. La mobilità pedonale, scoraggiata da diverse interruzioni presenti negli itinerari lungo il canale, si vedrà migliorata grazie alla costruzione della passerella Picard che collegherà le due rive del corso d'acqua, permettendo inoltre la costruzione di una nuova linea di tram che sopperisce alla localizzazione periferica delle linee esistenti.

Infine, il Kanal – Centre Pompidou godrà di un collegamento privilegiato verso la zona del Pentagono grazie a un progetto di istaurazione di un itinerario turistico pedonale che lo collega con le principali attrazioni turistiche del centro città, come confermato da Yves Goldstein.

III.3.2 Le condizioni patrimoniali. Il progetto di riqualificazione architettuale e la programmazione di prefigurazione

Il progetto Kanal-Centre Pompidou sembra inserirsi perfettamente nel contesto patrimoniale del luogo, tramite un profondo rispetto del Garage Citroën, operato a due livelli: nel progetto di architettura atto alla sua futura riqualificazione e nella programmazione proposta durante la fase di prefigurazione. Denis Laoureux conferma l'ipotesi per la quale:

A livello sociale tale rispetto è fondamentale, perché si tratta di un luogo dove c'è del lavoro, sudore, sofferenze, delusioni, una storia legata a un edificio molto popolare, importante per tutti i *Bruxellois*⁵⁰. Il rispetto della storia e del vissuto è fondamentale. Non considerare queste caratteristiche in un progetto culturale che si sviluppa in un sito carico di storia è un grave errore e ne determina il fallimento. La programmazione e il progetto di architettura si inseriscono in questa logica.

Il progetto di architettura atto alla riqualificazione del territorio è stato scelto, dopo una prima selezione di 92 candidature, tra 7 *équipe* finaliste da una giuria internazionale selezionata dal CdA della Fondation Kanal e composta da esperti internazionali, il Bouwmeester della Regione Kristiaan Borret e Serge Lesvignes, presidente del Centre Pompidou. Il progetto scelto appartiene a un team di architetti formato dallo studio noAarchitecten di Bruxelles, dall'EM2N di Zurigo e dal Sergison Bates di Londra, meritevoli di aver elaborato un progetto "eccezionalmente ben

⁵⁰ La popolarità di questo luogo iconico presso i *Bruxellois* è testimoniata dal sondaggio svolto ai fini di questa ricerca nel Territorio del Canal – principalmente nei quartieri di Molenbeek e Anderlecht, con lo scopo di rilevare la percentuale di notorietà del Garage Citroën nella mappa psicologica dei cittadini del Territorio, la percentuale di abitanti a conoscenza delle trasformazioni attive nella zona, e il numero di persone a conoscenza del progetto Pôle Culturel Citroën. Risultati sondaggio: su un campione di 100 abitanti consultati nei comuni di Molenbeek e Anderlecht, 83 persone conoscevano il Garage Citroën, 47 persone erano a conoscenza della futura trasformazione in museo, di cui 38 hanno espresso un'opinione generalmente positiva sul progetto.

integrato al suo contesto". Infatti, tale progetto ambisce a collocare KANAL-Centre Pompidou nel suo contesto urbano, grazie a delle aperture su tutte le facciate dell'edificio e tramite attività svolte nell'ambiente circostante, sul canale e sul Parc Maximilien, in uno spirito di assoluto rispetto per la storia e le caratteristiche emblematiche dell'edificio.

La costruzione della fabbrica Citroën risale al 1930 quando André Citroën acquistò un terreno all'incrocio tra Place de l'Yser e Quai de Willebroeck, perfetta per visibilità e accessibilità ad ospitare il nuovo Garage Citroën, la fabbrica automobilistica più grande di Europa per diversi decenni. Infatti, grazie alla collaborazione con gli architetti Ravazé, Dumont e Van Goethem, Citroën costruì un enorme "Cattedrale di vetro e acciaio bagnata dalla luce" di 16500 metri quadri, caratterizzata dall'ampiezza, trasparenza, flessibilità e funzionalità tipiche dello spirito modernista, divenuta celebre per la spettacolarità del suo showroom. Questo palazzo di cristallo di 21 metri di altezza, contraddistinto dalla sua facciata arrotondata, costituiva la "testa" dell'intero complesso e donava uno spazio centrale al *brand image*, alle persone e alle funzioni logistiche. Il carattere innovativo dell'edificio, e di André Citroën, era dovuto alle sue caratteristiche – un tetto fatto di eleganti travi e ampie vetrate sfruttava la luce del giorno per le attività lavorative e le due arterie interne che fornivano efficaci collegamenti tra le quattro principali entrate sull'asse nord-sud e ovest-est – e per le modalità in cui venne costruito, attraverso strutture prefabbricate assemblate nel giro di sole tre settimane. All'interno erano collocate le officine dove venivano prodotte le automobili esposte in seguito nello showroom in un ciclo autoconclusivo di produzione, promozione e vendita. Lo showroom fu suddiviso in piani supplementari solamente nel secondo dopoguerra, per rispondere al volume crescente di

attività. Questo vero e proprio monumento moderno fornisce al polo culturale un emblema cittadino, destinato a diventare nuovamente un simbolo forte di Bruxelles.



Figura 15. Il Garage Citroën nella sua forma originaria.

Il rispetto del patrimonio materiale costituito dall'edificio è stato di centrale importanza nello sviluppo dello studio di riqualificazione, intitolato "Une Scène pour Bruxelles" – Un Palcoscenico per Bruxelles – che valorizza tutti gli elementi iconici dell'architettura esistente. Lo showroom, svuotato e ristrutturato, diventa la vetrina del KANAL-Centre Pompidou, e in senso figurato la "vetrina di Bruxelles", atta ad accogliere installazioni, *performance* e concerti, oltre a prevedere la costruzione di un ristorante all'ultimo piano. La grande striscia bianca esteriore viene prolungata fino a circondare l'intero edificio per diventare una banda luminosa che potrà diffondere informazioni o partecipare ai progetti artistici. All'interno i due principali assi sono trasformati in vie trasversali, in spazi di movimento che danno accesso a tre grandi "edifici nell'edificio" che accoglieranno il KANAL-Centre Pompidou, il CIVA e un

auditorium, prevedendo spazi espositivi dislocati su quattro livelli, grazie al mantenimento delle rampe, e soggetti a numerose configurazioni. Anche la spazialità e la luce, principali caratteristiche del vecchio edificio, saranno conservate e messe in risalto nel nuovo progetto.

I lavori inizieranno ufficialmente nell'autunno 2019 per concludersi con l'apertura ufficiale del polo nel 2022, permettendo l'organizzazione di attività culturali temporanee durante tutta la durata del cantiere. Le trasformazioni che saranno operate nel Garage Citroën derivano dalla concezione del KANAL-Centre Pompidou come un "luogo di scambio, accogliente, vivo e dinamico, che invita tutti gli abitanti di Bruxelles ad appropriarsene. Il progetto, costruito tramite un approccio collaborativo con diversi attori *bruxellois* (JES e Maison des cultures et de la cohésion sociale) e internazionali (Tate Modern) prevede dei legami funzionali con le istituzioni vicine, come ad esempio l'estensione del Kaaithheater.

[...] per quanto riguarda il progetto di architettura, non abbiamo voluto scegliere un progetto che rivoluzionasse il luogo tramite quello che sarebbe stato un gesto narcisista. [noAarchitecten, EM2N e Sergison Bates] hanno proposto un progetto fondato sul profondo rispetto dell'edificio attraverso il ritorno alle forme originarie. Ad esempio, verranno rimossi i piani orizzontali dello showroom, per restaurare la "cattedrale di vetro" nel suo stato originario.

- *Denis Laoureux – Vice presidente Fondation Kanal*

All'epoca di André Citroën, il futuro dava le spalle alla storia. Al giorno d'oggi, il futuro non può concepirsi senza la storia. Il futuro contesto di oggi deve rispecchiare l'immagine innovativa di Citroën d'allora. Per questo motivo il museo sarà all'interno del garage, e non in una torre d'avorio. Lo spazio di vita di tutti i giorni anche. Il Garage sarà il centro al massimo della sua natura e delle sue possibilità.

- *Stephen Bates – Sergison Bates London*

Siamo convinti che nel quadro di un serio ritorno all'energia visionaria originaria di questo monumento moderno, una condizione elementare di base è imposta nell'obiettivo di creare un polo culturale capace di simbolizzare in maniera ottimale il ricordo e l'avvenire di questo luogo.

- *Daniel Niggli, EM2N*



Figura 16. Lo showroom del futuro KANAL-Centre Pompidou. © noAarchitecten, EM2N, Sergison Bates architects



Figura 17. Il futuro KANAL-Centre Pompidou. Vista da Avenue du Port. © noAarchitecten, EM2N, Sergison Bates architects

Il patrimonio materiale e immateriale legato a un luogo emblematico viene profondamente valorizzato attraverso una seconda modalità - non meno rilevante del progetto d'architettura - nella scelta delle opere, nella programmazione e nella dimensione curatoriale messa in scena per la fase di prefigurazione. Prendendo in prestito le parole scelte dal coordinatore del progetto Yves Goldstein, "nelle opere presentate prevale questo gran rispetto della storia umana, economica, sociale del luogo. La prefigurazione è fondamentale per l'appropriazione del luogo, dei suoi oggetti, della sua filosofia [...] in questo *l'expertise* del Pompidou si è rivelata fondamentale".

Sotto la direzione generale di Bernard Blistène, la programmazione è costruita intorno alle costatazioni fondamentali di ciò che è stata la storia umana, sociale e lavorativa del luogo. *Performance*, spettacoli e concerti in situ, realizzati in collaborazione con gli attori della scena di Bruxelles dello spettacolo dal vivo, permettono di prendere la misura di questi spazi e della loro storia. Le mostre si nascondono in ogni zona del sito, offrendo al visitatore numerose scoperte artistiche e la deambulazione nel cuore dello straordinario edificio. Gli *assemblages*, le sculture e le installazioni delle Toles, prendendo silenziosamente il posto delle autovetture, rievocano le "lamiere" prodotte in quel settore della fabbrica; gli oggetti di *Objet: administration* si collocano in modo organico negli uffici, nella continuità delle funzioni amministrative richiamate dalla macchina da scrivere di Broodthaers, dagli slogan di Holzer, dagli schedari di Morris. Il film di Armand Gatti "Le Lion, sa cage et ses ailes" celebra il vissuto e la storia umana e sociale del Garage, ripercorrendo la vita degli operai immigrati in una fabbrica automobilistica e sottolineandone i problemi, i desideri e le preoccupazioni quotidiane. "La DS", celebre modello

automobilistico Citroën ridimensionato dall'artista messicano Gabriel Orozco, sembra non essersi mai mossa dallo showroom che la ospita. La sensibilità adottata nella transizione del luogo da fabbrica a museo è simboleggiata dall'opera di Baba Ali - giovane artista di origine marocchine appartenente ai dieci artisti *bruxellois* incaricati di formare il debutto della collezione - che attraverso una creazione *in situ* rianima gli armadietti degli spogliatoi del Garage, che attraverso questa metamorfosi rivendicano la propria esistenza, testimoniando la storia collettiva operaia del luogo e fornendo gli indizi della sua futura trasformazione. Il successo di questa programmazione si deve in buona parte alle competenze del Centre Pompidou, come rimarcato da Laoureux che legittima la scelta del *partner* francese:

La sensibilità delle esposizioni presentate da Blisténe è intelligente, pertinente e sottile nel legame che le opere istaurano con il luogo. Un esempio straordinario è la compressione di César, che dà l'impressione di essere parte dell'edificio, così come il Chamberlain, il Duchamp e il Rauschenberg. L'impressione predominante è quella che sia stato l'edificio a ispirare le opere, e in questo si nota la grande *expertise* del Pompidou.



Figura 18. "La DS", Gabriel Orozco. Showroom.



Figura 19. "Oracle". Robert Rauschenberg, sezione "Toles".

Infine, la forte volontà di valorizzazione del patrimonio locale emerge nella scelta dei dieci artisti attivi a Bruxelles, incaricati da una giuria indipendente di creare dieci opere che costituiranno il fondamento della futura collezione permanente del museo. La scelta di commissionare tali opere, attraverso uno stanziamento di 250.000 euro – rinnovati anche per il prossimo anno - riflette l'impegno assunto da KANAL di sostenere la produzione artistica locale. Il vice-presidente di Kanal, che ha partecipato alla giuria che ha commissionato detti artisti, si esprime nuovamente in merito alla scelta:

Secondo il mio punto di vista da ricercatore universitario è di importanza capitale che lo stato faccia delle acquisizioni di opere e che KANAL non sia solamente una vetrina e un centro d'arte e che il potere pubblico ha considerato che si debba salvaguardare la memoria della creazione artistica che si fa a Bruxelles. Nella costituzione di questa collezione rispondiamo a questa missione politica. Nel dibattito iniziale sulle modalità di acquisizione è stato deciso di non comprare in modo retroattivo le opere delle star dell'arte contemporanea, ma di considerare il 2018 come anno zero della collezione, acquistando le opere degli artisti attivi attualmente a Bruxelles. Tutto ciò, a mio avviso, è estremamente importante poiché la scena *bruxellois* è riconosciuta internazionalmente [...] come nuova Berlino [...] per la presenza di condizioni di creatività straordinarie. A Bruxelles non si installano i grandi artisti come nelle altre grandi capitali europee, ma la città è piuttosto un laboratorio per dei giovani artisti e in questo contesto la linea budgetaria di 250.000 euro rappresenta un investimento enorme.

III.3.3 Coinvolgimento degli abitanti e accessibilità. Orari e tariffazione, Radio Kontain'air e le attività partecipative

Nella concezione del progetto emerge chiaramente la volontà di dare a qualcosa di innovativo e inedito, più di un museo d'arte contemporanea, un luogo pubblico al servizio degli abitanti, per vivere, incontrarsi e divertirsi. I poteri pubblici vogliono investire in questo tipo di luogo per fare della cultura una leva del miglior vivere insieme nei luoghi dove sono presenti i pubblici più emarginati, rendendolo al tempo stesso una vetrina e un palcoscenico internazionale in grado di innalzare non solo il prestigio della città e la crescita dell'economia, ma elevare contemporaneamente la condizione sociali di questi abitanti. L'intenzione anche se non espressamente dichiarata è quella di rendere KANAL- Centre Pompidou un vettore di urbanizzazioni inclusiva del territorio del Canal, attraverso la costruzione di quello che è stato invece espressamente identificato come il "nuovo museo del XXI secolo".

L'ambizione di realizzare uno "spazio di vita" aperto a tutti gli abitanti di Bruxelles, incitati ad essere non solo spettatori ma attori nel processo di co-costruzione di un "Third Place": un luogo di socializzazione e di intense esperienze condivise, frequentato quotidianamente dai suoi utenti ai quali, distinguendosi dai luoghi anonimi della società moderna, procura un forte sentimento di appartenenza⁵¹. Per riuscire nell'impresa di innovare la museologia moderna la Regione, il suo coordinatore Yves Goldstein e il Centre Pompidou hanno creato la fase di prefigurazione, un laboratorio per plasmare il futuro museo, che cerca di aderire alle condizioni di successo, esposte precedentemente, tramite una parziale mobilitazione a monte dei cittadini, la ricerca della massima accessibilità fisica e

⁵¹ Nozione espressa dal sociologo americano Ray Oldenburg.

simbolica e una accentuata attività di mediazione integrata a un'offerta pluridisciplinare e partecipativa.

Il progetto infatti è di creare qualcosa che non si è visto molto altrove: non vogliamo creare un luogo museale esclusivamente per la bellezza dell'arte, ma per l'accesso all'arte e la democratizzazione dell'arte. A mio avviso bisogna attrarre in modo diverso la gente verso il museo rispetto al passato. Questo obiettivo resta il cuore del progetto, e la fase di prefigurazione rappresenta un anno di laboratorio sul luogo che verrà: un luogo di conoscenza e trasmissione fondamentale per la coesione sociale. Bisogna ripensare il museo per far sì che la gente entri in una dinamica di frequentazione abituale di un luogo di vita e di condivisione; per mangiare, bere, vedere degli amici; un luogo di poesia e divertimento; un luogo che indirizza verso lo spazio museale ma lascia libertà e scelta su cosa fare, offrendo diverse attività. Lavoriamo tutti i giorni con gli architetti, parallelamente alla prefigurazione, per fare di questo luogo uno *spot* in cui la gente sia stimolata a venire per mille ragioni e non solo per venire al museo [...] che sia accessibile a tutte le popolazioni – sociali, economiche, culturali e etniche. Abbiamo ripensato il museo moderno attraverso una profonda riflessione sullo spazio pubblico. È stato molto importante aprire già quest'anno grazie alla fase di prefigurazione perché ci sono cose che la gente non comprende ancora. Approfittare semplicemente dello spazio pubblico per bere qualcosa e passare del tempo con gli amici, e poi magari comprare il biglietto per vedere le mostre, non è nelle abitudini. Infine, l'obiettivo è far mescolare dei mondi che oggi vivono separatamente. Io credo che il problema delle città, e in particolare di Bruxelles, è che le differenti tipologie di abitanti vivono l'uno accanto all'altro e non con l'altro. Nella nostra ambizione questi mondi paralleli devono incontrarsi, ritrovarsi e mescolarsi qua. Creare dei legami e mostrare che l'arte è per tutti. Tutto ciò è testimoniato dal luogo scelto per questo museo, lontano dai luoghi museali classici di Bruxelles – Mont des arts e Cinquantenaire.

Per aderire al concetto di luogo pubblico di sociabilità ben 10.000 metri quadri del Garage sono stati adibiti a luogo gratuito di incontro, in cui oltre alle varie attività pluridisciplinari proposte, sono presenti il Kanal Food Street Market – uno spazio culturale innovativo grazie a un’offerta culinaria variegata che ridà senso allo street food – e il Kanal Store, nato dalla collaborazione con hub.brussels (agenzia *bruxellois* per l’accompagnamento al lavoro) che tramite un bando offre l’opportunità a dei giovani creatori della città di testare sul mercato i loro prodotti, accompagnandoli in tutta l’esperienza attraverso dei coaching tematici.

Per quanto riguarda il coinvolgimento a monte è corretto rilevare che non si sono registrati particolari attività di consultazione e diagnosi da parte del KANAL, progetto politico stabilito dai poteri pubblici che, anche se ben coscienti delle problematiche principali del Territorio del Canal e nonostante i vari studi partecipativi svolti nella collettività⁵², non hanno interpellato i cittadini sull’adeguatezza del progetto museale nel loro quartiere. Questa conclusione, evidenziata ulteriormente dai risultati del sondaggio (§ 3.2) classificano il Pôle Culturel Citroën nella casistica politico-spaziale dei progetti esogeni (§ 2.2).

Nonostante ciò la fase di prefigurazione può essere considerata come una mobilitazione a monte particolare, in quanto è consacrata alla partecipazione degli abitanti con lo scopo di co-costruire il futuro museo del 2022. In questo senso la principale iniziativa è rappresentata da Kontain’air Radiolab, un laboratorio radio partecipativo che ha lo scopo di aprire il dialogo tra i cittadini e il Pôle Culturel Citroën. L’obiettivo è che

⁵² Il principale studio in questo contesto, promosso dal SAU, è rappresentato da “Canal?! Vous avez dit Canal?”, dossier approfondito sul Territorio del Canal e sulle sue caratteristiche sociali, geografiche, culturali, storiche, urbanistiche.

gli abitanti “prendano una parte attiva ai cambiamenti del territorio in cui vivono e che tale trasformazione si faccia a loro profitto”. Infatti, “questa piattaforma di co-creazione sonora si prende carico di portare la voce degli abitanti del quartiere e di unirli intorno a un progetto comune” attraverso trasmissioni radio, *atelier* e conferenze concernenti le tematiche del museo e del quartiere. In questo contesto la fase di prefigurazione è l’occasione di dimostrare i benefici del “processo di integrazione del quartiere” fondato sull’ascolto rispettoso e reciproco atto all’appropriazione del luogo da parte delle due parti – polo culturale e quartiere⁵³.

Il laboratorio, lanciato dalla scuola di comunicazione IHECS di Bruxelles, troverà accoglienza in un importante spazio come quello dello showroom, all’interno di una costruzione di legno – HOUSE 3 By ALICE – realizzata da 155 studenti dell’Università Tecnica Svizzera nell’ambito del progetto ALICE, in collaborazione con il CIVA. L’intervento comune di KANAL e CIVA nello showroom, simbolo della condivisione di *savoir-faire* tra le due istituzioni, sarà inoltre l’epicentro che accoglierà alcune attività del CIVA a KANAL-Centre Pompidou, tra cui attività per bambini, conferenze e bookshop.

⁵³ https://www.facebook.com/pg/kontainair/about/?ref=page_internal.

Yves Goldstein si è dimostrato molto fiducioso sull'operato del Radiolab nella creazione di importanti legami tra il museo e gli abitanti della città:

Li abbiamo aiutati e stimolati nell'ambito di un progetto che ho creato con la scuola di giornalismo e comunicazione IHECS, in cui delle ragazze hanno potuto concretizzare, con il nostro sostegno, una loro idea. [...] hanno fatto un grande lavoro di preparazione andando a incontrare diverse associazioni nei quartieri con l'idea che la testimonianza degli abitanti è fondamentale per parlare di ciò che non si è visto e di ciò che non si conosce. [...] spero che attraverso il medium della radio, o l'audio registrato, la gente sarà maggiormente stimolata a parlare ed esprimere la propria opinione su ciò che vedono in Kanal, su cosa si aspettano, sulle cose positive e su quelle negative della fase di prefigurazione, sulle cose da migliorare. È una sorta di grande sondaggio permanente e una specie di termometro. Non è uno strumento ufficiale ma un partenariato che abbiamo concluso con queste ragazze, che lavorano in una parte importante dell'edificio, lo show room. Il progetto serve a verificare l'efficacia della radio e del medium orale, più accessibile rispetto alla scrittura, che richiede una certa educazione, o al video, rispetto al quale molte persone provano diffidenza. Inoltre, lo scopo sarà quello di chiedere un'opinione su ciò che risulta riuscito e non. Penso che la loro testimonianza sarà un ottimo *feedback* sul nostro operato, poiché la gente non parlerà solamente delle esposizioni d'arte, ma anche del luogo e del proprio quartiere.

Le iniziative illustrate precedentemente derivano dall'attenta ricerca della massima accessibilità possibile, non solo fisica ma anche simbolica.

L'accessibilità fisica è favorita dagli ampi spazi del piano terra e dalle rampe che permettono l'accesso ai vari livelli del Garage, concepiti con gran cura dal progetto degli architetti

noAarchitecten, EM2N e Sergison Bates per incitare la frequentazione del luogo, la sua scoperta, la partecipazione, mantenendo le caratteristiche originarie di ampiezza, luminosità, libertà. Philippe Vierin dello studio NoAarchitecten parla della genesi del progetto dicendo:

Appena entrati in conversazione alla Maison des cultures de Molenbeek, Dirk Deblieck (coordinatore dell'associazione) ci indica il CentQuatre di Parigi come esempio eccellente di centro di cultura ancorato al suo quartiere e che gode di prestigio internazionale. Ciò che ci ha più impressionato nella visita al 104 è stata la moltitudine di spazi, spesso larghe zone di circolazione che permettono l'appropriazione del luogo. Vedevamo dei gruppi di giovani che si installavano continuamente in questi spazi per ogni tipo di attività, o semplicemente per chiacchierare⁵⁴.

Inoltre, KANAL-Centre Pompidou, come dichiarato da Goldstein, vuole essere accessibile a tutte le fasce di popolazione, offrendo a questo fine una tariffazione mirata e degli orari insoliti per un centro culturale. Il prezzo intero del biglietto si attesta sui 14 euro per l'accesso alla totalità degli spazi del Garage, prezzo ridotto a 9 euro per insegnanti e over 65, a 6 euro per studenti e giovani fino ai 18 anni, 3 euro per i disoccupati, e infine gratuito per i bambini al di sotto di 12 anni. Le tariffe prevedono biglietti di gruppo a 10 euro e un abbonamento trimestrale di 35 euro. Per quanti riguarda gli orari il KANAL-Centre Pompidou è aperto sei giorni su sette, ad esclusione del martedì, dalle 12 alle 22, mentre il venerdì ed il sabato resterà aperto fino alle 24. Gli orari dimostrano l'impegno del polo culturale a divenire a tutti gli effetti un vero e proprio luogo di vita. Laoureux sull'argomento:

⁵⁴ Citazioni raccolte nella presentazione del progetto negli spazi dello showroom.

La riflessione sulla politica tariffaria di KANAL è stata dettata dall'esigenza di garantire l'accesso alle persone meno abbienti grazie a delle tariffe adattate. Per ciò che riguarda gli orari, la fase di prefigurazione ci permette di inventare e testare il funzionamento del museo del XXI° secolo. Il museo sarà chiuso in mattinata per aprire esclusivamente alle scuole e ciò ci permetterà di essere aperti fino a tarda serata, fino alle 22 durante la settimana e fino alle 24 nel weekend. Non esiste nessuna istituzione culturale con questi orari. In termini di accessibilità non si poteva fare di più.

Infine, l'accessibilità simbolica è ricercata attraverso i temi trattati nella fase di prefigurazione che grazie alle competenze del Pompidou e al lavoro degli artisti locali sono in grado di prestarsi a differenti livelli di lettura e dimostrarsi comprensibili a tutte le categorie sociali, come sottolineato da Goldstein e Laoureux:

[...] lo spazio delle Toilerie con il César e il Chamberlain e i grandi dispositivi del primo piano con Martial Raisse e tutti le altre opere presentate sono strumenti che possono comunicare allo stesso tempo a un bambino di otto anni come a un adulto appassionato di arte contemporanea. Quello che abbiamo realizzato è veramente a più letture (Goldstein 2018).

L'opera di Baba Ali è molto interessante perché parte dagli elementi base dell'architettura del luogo, dalla sua storia umana, e sarà interessante vedere come il pubblico si interfacerà con essa. Infatti, la sua installazione può essere letta a differenti livelli e diversi pubblici ci si possono riconoscere. [...] Le opere che dialogano con il contesto popolare in cui si sviluppano sono di fondamentale importanza nell'aumento dell'accessibilità culturale (Laoureux 2018).

In particolare, molte opere trattano temi tristemente cari ai cittadini della “*croissant pauvre*” del canale come la discriminazione etnica, l’estremismo religioso, i problemi di integrazione, la disoccupazione giovanile, il sessismo. Per di più l’accessibilità simbolica è favorita dal carattere pluridisciplinare dell’offerta culturale di KANAL, che esplora questi temi grazie all’aiuto di numerosi *medium* e supporti. Per dimostrare la volontà di rendersi leggibile a tutti le categorie sociali, i dieci artisti locali sono stati scelti secondo tre principali criteri, come dichiarato da Laoureux nell’intervista condotta nell’ambito della presente ricerca. Il primo criterio è stato quello dell’“assenza di nazionalità” per rispecchiare la composizione cosmopolita della società di Bruxelles; il secondo criterio rispettato è stato la parità di genere – 5 artisti uomo e 5 artisti donna – “criterio politico affatto scontato nei musei attuali”; il rifiuto di un’unica disciplina ha costituito il terzo criterio, atto a favorire l’interdisciplinarietà essenziale per potenziare l’attività di mediazione e garantire la *mixité* di pubblico ricercata dal museo.

La mediazione diretta di KANAL–Centre Pompidou, come sottolineato da Goldstein è ancora in fase progettuale in quanto le esigenze di riqualificazione dell’edificio e la volontà di aprire velocemente il sito “brut” al pubblico non hanno permesso all’*équipe* Kanal di realizzare le numerose iniziative educative e pedagogiche programmate – come lamentato da parte di alcuni attori culturali *bruxellois*⁵⁵. Tuttavia, è possibile trarre delle conclusioni utili ai fini di questa ricerca, dalle caratteristiche dell’offerta culturale e delle attività proposte nella prefigurazione, essendo impossibilitati a dimostrare la validità azioni di mediazione diretta concepite nel progetto.

⁵⁵ Carine Fol, nell’intervista condotta ai fini di questo lavoro, evidenzia la mancanza di una figura di riferimento nella direzione artistica del museo e la mancata definizione del futuro organigramma.

Tuttavia, la mediazione si colloca come priorità assoluta nel progetto KANAL-Centre Pompidou. Yves Goldstein la identifica come una delle tappe più difficili del progetto museale, che la fase di prefigurazione contribuisce a completare costruendo legami di fiducia con gli abitanti del Territorio:

Sono consapevole che questa è la nostra più grande sfida e che l'obiettivo non è quello di attirare i turisti, poiché ciò si ottiene con un classico lavoro di comunicazione ed è garantito dal partenariato con Pompidou. La missione è quella di concentrarsi sulla mediazione, e Caroline Vanmeerbeek (Audience Development Manager) che lavora full-time in questo contesto, ha messo in pratica un programma per cominciare a costruire in modo graduale questa fiducia. [...]

D'altro canto, Denis Laoureux qualifica la mediazione come una vera e propria missione atta a istaurare le dinamiche di co-creazione indispensabili per il raggiungimento di un'urbanizzazione inclusiva:

La missione è di toccare e invitare gli abitanti del territorio. Questa è la versa dimensione politica del progetto, che ambisce, grazie alla mediazione, a portare nel museo un pubblico che a priori non lo è. Per questo motivo Kanal ha la vocazione di non essere solamente un museo, ma un luogo di vita.

La difficoltà di ancorarsi al territorio e di istaurare un legame partecipativo con i cittadini di una zona sensibile rende la mediazione la principale sfida del KANAL-Centre Pompidou, chiamato a evitare di replicare i fallimenti di altre istituzioni che influenzando sulle traiettorie di urbanizzazione di questi quartieri, hanno fatto registrare esempi di "Cattedrale nel deserto" o di "Infrastruttura insulare" (§ 2.3). In questo contesto Goldstein ricorda come altre istituzioni culturali di piccola taglia che si sono installate in quartieri sensibili, dopo svariati anni di attività non siano ancora riuscite a trovare il cammino di una

mediazione efficace. “Penso a Wiels che sperimenta molte iniziative ma ancora non attrae la gente del quartiere, o a Charleroi Dance che solo dopo 20 anni di esistenza sta iniziando a fare delle cose per il territorio”.

In attesa dell’avvio di politiche pedagogiche ed educative dirette volte a istaurare dei legami saldi con gli abitanti – “una delle cose che vogliamo fare, favoriti dagli anni di cantiere, è quella di proiettarsi verso l’esterno. Io sono convinto che l’istituzione del museo non deve restare tra queste mura, ma creare dei musei mobili nelle piazze comunali” (Goldstein 2018) - lo sviluppo dell’audience risulta comunque implementata nella fase di prefigurazione. Infatti, il contesto urbano del garage serve da supporto alla messa in scena di proposizioni artistiche suscettibili di implicare le comunità proveniente da tutti gli orizzonti. Grazie alla proposta di attività pluridisciplinari e partecipative quali Kontain’air Radiolab, l’Usine des films amateur, gli spettacoli proposti nelle zone pubbliche, le attività come Singing Molenbeek – che ha portato i bambini del coro di Molebeek nella hall del museo il giorno di apertura – e i laboratori quali Freestyle Lab – che ogni lunedì invita gli abitanti a partecipare a delle sessioni di danza – il museo tenta di tessere dei legami sociali e di avvicinare un pubblico più vasto possibile alla creazione artistica, stimolando gli abitanti a entrare nella dinamica di co-creazione e partecipazione ricercata da KANAL.



Figura 20. L'"Usine des films amateurs", Michel Gondry.



Figura 21. Le ragazze della scuola di comunicazione IHECS, laboratorio Kontain'air Radiolab, Showroom.

III.3.4 L'inserimento di KANAL-Centre Pompidou nel network socio-culturale di Bruxelles

KANAL-Centre Pompidou arriva in una città contraddistinta da una costellazione di attori socio-culturali attivi in tutto il territorio della Regione. *L'équipe* del museo ha dimostrato di volersi inserire sin da subito nella fitta rete di operatori artistici e culturali attraverso differenti collaborazioni orizzontali realizzate nella fase di prefigurazione, capace di integrarsi puntualmente nel calendario artistico *bruxellois*. Inoltre, la configurazione di KANAL-Centre Pompidou testimonia la volontà preminente dell'*équipe* del museo di allinearsi ai principi espressi da RAB-BKO⁵⁶, unica piattaforma di riflessione e dialogo presente fino a oggi a Bruxelles, in un documento non ufficiale atto a stimolare la definizione di una politica culturale cittadina. Detti principi si basano su quattro dimensioni – Accoglienza, Coesione cittadina, Dibattito e Network – declinate intorno alle tematiche della diversità e dell'accesso alla cultura, dell'"organizzazione territoriale della cultura", del "ruolo degli artisti nella città" e del "prestigio internazionale della capitale" e destinati a tre livelli di azione rappresentate dalle strutture culturali in qualità di attori, da RAB-BKO in qualità di coordinatori e dai poteri pubblici in qualità di principali organismi di gestione della città.

A questi scopi, la nascita della Fondazione Kanal nel 2017 ha dato vita a un'ulteriore comitato di orientamento scientifico per il confronto e il dibattito con lo scopo di stimolare una riflessione trasversale sul futuro culturale di Bruxelles e sul ruolo di KANAL-Centre Pompidou nel suo sviluppo. Carine Fol, membro

⁵⁶ RAB-BKO è un'associazione non profit che nasce dall'unione di "Reséau des arts à Bruxelles" e "Brussels Kunstenoverleg" – che raccolgono 174 associazioni artistiche e culturali della Regione – con lo scopo di elaborare una visione globale sulla cultura a Bruxelles, stimolare la condivisione di idee e opinioni e incoraggiare la realizzazione di una politica culturale condivisa e su misura per la capitale belga.

del comitato, rimarca il ruolo rilevante che KANAL “giocherà in quanto polo culturale, poiché costituisce una struttura nuova e molto internazionale, caratterizzata da una localizzazione, un edificio e un budget che gli altri attori non hanno”. Grazie all’attività del comitato sono state prodotte molte proposte artistiche in partenariato con Centre Pompidou e i principali attori culturali *bruxellois* – Charleroi Dance, BOZAR, Kaaitheater, Flagey, ADAM Brussel Design Museum. Questi progetti *in situ* sottolineano la vocazione futura di KANAL-Centre Pompidou di essere un luogo aperto alla diversità di pratiche contemporanee e alla maggiore pluridisciplinarietà possibile, adatto a offrire a Bruxelles la piattaforma internazionale mancante nella Regione. Tra le iniziative proposte si cita la cooperazione con il Centre Communautaire Maritime di Molenbeek, attraverso la quale i bambini del quartiere hanno potuto appropriarsi di uno degli spazi pubblici del museo per un concerto corale – “Singing Molenbeek”-eseguito nei tre giorni del weekend di apertura. In questo contesto la principale collaborazione conclusa da KANAL ha riguardato la compagnia teatrale “La Cie du Zerep”, grazie al quale si sono prodotti numerosi spettacoli di musica e teatro che completeranno la programmazione di configurazione, arricchita dalle attività del KunstenFESTIVALdesArts, ospitate in parte nel Garage Citroën.

Riguardo l'inserimento nel network culturale cittadino Yves Goldstein sottolinea:

L'obiettivo di Kanal non è mai stato quello di creare una nuova scena di spettacoli e concerti o un centro d'arte come già ce ne sono, [...] ma è stato quello di realizzare un museo che non esisteva ancora con l'obiettivo di lavorare in collaborazione con tutti gli attori istituzionali di Bruxelles e la rete culturale cittadina. [...] vogliamo essere un luogo di incontro delle istituzioni di Bruxelles sia a livello collettivo -per realizzare un progetto tutti insieme - sia individualmente come già facciamo attraverso la fase di prefigurazione, grazie alla quale Kanal si inserisce in modo complementare nel calendario culturale *bruxellois*: Kustanfestivaldesarts, che si installerà qui per quattro giorni con i loro spettacoli, il Kaai Theater, Flagey e BOZAR, con il quale abbiamo invitato il vostro compatriota Castellucci per produrre degli spettacoli creati apposta per questo spazio.

Per ciò che concerne l'integrazione verticale con associazioni operanti nel settore socio-culturale, KANAL-Centre Pompidou, concretizzata la fase di prefigurazione, sta muovendo i primi passi nel momento in cui viene condotta questa ricerca, come confermato dalle parole di Elke van den Bergh e dallo *chief de projet* Yves Goldstein:

La prima tappa del progetto ha richiesto moltissime energie per creare ciò che è stato creato nel garage Citroën. La seconda tappa sarà ora creare queste relazioni con le associazioni locali come Lasso e Article 27, Argos, MiMa e tutte le istituzioni locali, le Maison des cultures, le Maisons de jeunesse, le Maisons de quartier. Il coinvolgimento di queste associazioni era una delle priorità di Kanal dopo la sua apertura, quindi la priorità in questo momento.

L'obiettivo ricercato tramite l'integrazione di tali strutture sociali e culturali è quello di favorire lo sviluppo dell'audience e

aumentare l'accessibilità, potenziando l'attività svolta tramite la mediazione. Denis Laoureux sul tema:

La mediazione nei confronti del "non pubblico" di un museo rappresenta una vera sfida. È evidente che la collaborazione con le scuole è molto importante per la formazione del pubblico di domani. Tuttavia, gli studenti non rappresentano il pubblico più difficile, composto dalle persone che non hanno l'abitudine di frequentare un luogo culturale. Per coinvolgere questa tipologia di pubblico bisogna elencare le associazioni locali di qualsiasi tipo e collaborare con loro.

Tra le strutture locali coinvolte, le scuole godono di un rapporto privilegiato con il nuovo museo, che aprirà nel mattino esclusivamente per gli studenti di scuola primaria e secondaria, prima della regolare apertura alle ore 12.00. Yves Goldstein a proposito:

[...] le scuole sono fondamentali e non solo quelle secondarie ma quelle primarie. Spero di toccare i giovani più a monte possibile. I primi giorni hanno dimostrato come la forma del Garage Citroën e le opere che per la natura dello spazio abbiamo dovuto scegliere - grandi dispositivi e grandi strutture - riescano a comunicare con i piccoli più di un quadro e un'opera classica. Questo progetto si presta a diverse letture e questo è fondamentale per ottenere la mixité di pubblico che stiamo ricercando.

III.3.5 Le condizioni politiche. I meccanismi correttivi del Plan Canal e gli effetti del KANAL-Centre Pompidou sull'economia di Bruxelles

Il KANAL-Centre Pompidou costituisce solamente uno dei diversi progetti attuati dal Plan Canal per lo sviluppo territoriale della “*croissant pauvre*” di Bruxelles. Dal momento dell'identificazione della zona del Canal come territorio strategico, lo sviluppo dell'area è diventata una priorità urbana per il governo della Région de Bruxelles-Capitale e, di conseguenza, oltre alla creazione di spazi pubblici, numerose politiche sono state implementate per conseguire l'espansione residenziale, con lo scopo di accogliere i nuovi abitanti, e la creazione di impiego, per stimolare la crescita economica e facilitare l'inserimento professionale dei cittadini.

In questo senso le iniziative residenziali si sono moltiplicate, favorite dalla grande disponibilità terriera del Territorio del Canal, per rispondere alla crescita demografica. Il Bassin Béco, la zona del canale di fianco al KANAL-Centre Pompidou è stato l'epicentro della rigenerazione della zona, grazie all'implementazione di numerosi progetti residenziali, tra i quali la più alta torre del paese – la lussuosa “Up site” - oltre alla già citata realizzazione di un parco pubblico e di un nuovo ponte. Per conseguire la ricercata *mixité* sociale molti nuovi alloggi rientrano in progetti pubblici, gestiti dal settore pubblico per rispondere alla mancanza di abitazioni per le famiglie *bruxellois*, offrendo dei beni non soggetti a speculazione. In questo contesto il “*Plan 1000 Logements*” ha reso possibile la costruzione di un migliaio di alloggi pubblici, concentrati prevalentemente nella zona del Canal. Il Piano prevede inoltre la costruzione di infrastrutture collettive quali asili, una *maison du quartier*, una scuola, un ristorante sociale, delle attività commerciali solidali e delle strutture per anziani e invalidi. Inoltre, le AIS – Agenzie

Immobiliari Sociali – offrono delle soluzioni abitative per le famiglie a basso reddito, facendo da intermediari tra proprietari e locatari, facendosi portatori degli obblighi del locatario se quest'ultimo non può garantirli. L'associazione Baita ha sviluppato nella zona del Canal 150 alloggi sociali offerti a un prezzo regolamentato dalla Regione, facendo da tramite e colmando le differenze tra il prezzo dovuto al proprietario e l'ammontare ricevuto dal locatario. Nel contesto dei progetti immobiliari spiccano poi le iniziative di Citydev.brussels, principale attore pubblico nella realizzazione di soluzioni abitative di medio livello, destinate perlopiù a giovani famiglie all'inizio della propria carriera professionale. Da segnalare la presenza di iniziative avanzate da privati nella costruzione di costosi appartamenti a ridosso del canale, quali quelli compresi nel sontuoso "Up-site".

L'attuazione del Plan Canal ha dato nuovo vigore alle politiche del lavoro operanti nei quartieri sensibili dell'area del canale, atte a combattere l'alto tasso di disoccupazione e a riequilibrare le disparità socio-economiche del Territorio. Infatti, questa zona si caratterizza per un importante potenziale in termine di lavoratori – popolazione attiva molto giovane – e di mezzi messi in atto da differenti attori locali per il reinserimento della mano d'opera non qualificata nel mercato del lavoro. La politica del lavoro della Regione *bruxellois* si basa su delle logiche di "intervento specifico", indirizzandosi alle categorie sensibili che hanno difficoltà a entrare nel mondo del lavoro, presenti in maggioranza nel Territorio del Canal. In questo contesto la Regione ha istituito delle antenne di Actiris – Ufficio Regionale per il Lavoro – nella zona del canale, con il compito di conciliare le numerose iniziative adottate dagli attori locali, supportati da

fondi europei⁵⁷. Inoltre, la stessa Actiris ha sviluppato delle collaborazioni con delle aziende private per facilitare l’inserimento professionale delle popolazioni sensibili. Infine, la Regione promuove numerosi progetti di rivalorizzazione socio-economica per creare impiego locale, incrementare l’economia sociale e favorire la formazione professionale grazie ai Fondi Europei di Sviluppo Regionale del programma FEDER.

Le questioni lavorative sono primarie anche nelle politiche di riconversione degli spazi degradati e dei “vuoti” industriali, che pongono in questione il tipo di attività suscettibili di prenderne il posto in base al loro impatto in termini di impiego e di benefici economici per l’intera Regione. In questo contesto lo studio preliminare dell’*équipe* “WAM” (§ 3.1.3) ha stimato le ricadute dirette, indirette e indotte determinate dall’installazione di KANAL-Centre Pompidou sull’economia di Bruxelles. A questo scopo sono stati delineati tre possibili scenari derivanti da un’analisi comparativa dell’attrattività dei musei belgi ed europei, dalla configurazione attuale del museo e senza prendere in considerazione il potenziale di utilizzo dello spazio pubblico a scopi turistici e di organizzazione eventi. L’impatto diretto riguarda le spese effettuate dai visitatori all’interno del museo ed è determinato dalle attività di biglietteria, attività alberghiere e ristorazione, e commercio al dettaglio; mentre l’impatto indiretto è costituito dalle spese sostenute al di fuori del museo nelle attività alberghiere, di ristorazione, di trasporto, commercio e attività culturali. Inoltre, i flussi di spesa diretti e indiretti determinano una serie di effetti indotti rappresentati da un accumulo di reddito per i residenti locali derivato dall’aumento di rendite, posti di lavoro e salari, interessi e

⁵⁷ Le ISP – Dispositivi di Inserimento Socio-professionale – assistono i disoccupati nella ricerca di lavoro, realizzano progetti di sviluppo locale di animazione, formazione e informazione in un contesto di intermediazione.

profitti (WAM 2016). In sintesi, l'insieme degli effetti diretti, indiretti e indotti prodotti dalle attività di un progetto museale generano l'aumento della ricchezza della Regione, del numero di posti di lavoro e di altre forme di valore aggiunto non quantificabile legati all'aumento dell'attrattività della regione. Dopo aver stabilito tre scenari riguardo il volume delle visite previsto ogni anno - di 500.000 visitatori nell'ipotesi minima, 750.000 in quella intermedia e un milione in quella massima (a cui si sommano 300.000 visitatori aggiuntivi legati all'effetto novità nel primo anno - il WAM ha proceduto al calcolo del flusso monetario del progetto museale prevedendo delle ricadute dirette per un minimo di 2,4 milioni di euro e un massimo di 4,8 milioni di euro (con un effetto novità di 1,4 milioni di euro); un impatto indiretto quantificabile tra i 31,2 milioni di euro e i 62,3 milioni di euro (ed effetto novità di 20,6 milioni di euro); degli effetti indotti tra i 19,7 e i 39,4 milioni di euro (13 milioni aggiuntivi legati all'effetto novità); e determinando la creazione di 72 impieghi diretti, da 337 a 673 posti di lavoro indiretti e indotti, ai quali si aggiungono 222 occupazioni addizionali nel primo anno (Figura 23).

Scénario	Minimaliste	Visites totales	
		500.000	
Impact Direct		€	2.396.694
Impact Indirect		€	31.174.848
Impact Induit		€	19.708.794

Scénario	Intermédiaire	Visites totales	
		750.000	
Impact Direct		€	3.595.041
Impact Indirect		€	46.762.272
Impact Induit		€	29.563.191

Scénario	Maximaliste	Visites totales	
		1.000.000	
Impact Direct		€	4.793.388
Impact Indirect		€	62.349.696
Impact Induit		€	39.417.588

Scénario	Effet nouveauté	Visites additionnelles	
		300.000	
Impact Direct		€	1.438.017
Impact Indirect		€	20.623.452
Impact Induit		€	13.014.568

+ La première année

Figura 22 Calcolo delle ricadute economiche da parte di WAM

CONCLUSIONI

Il nuovo KANAL-Centre Pompidou è il frutto della volontà politica del governo della Région de Bruxelles-Capitale di dotare il piano di rigenerazione urbana Plan Canal di uno “luogo di vita”, capace di ricostituire i legami tra le due rive del canale e rivitalizzare socialmente ed economicamente questa zona sensibile. Inoltre, il progetto si pone l’obiettivo di fornire a Bruxelles un “palcoscenico” culturale atto a rivestire il ruolo di vetrina internazionale per la scena artistica locale e il prestigio della città stessa. L’ambizione della Fondation Kanal e dei poteri pubblici della Regione sembrerebbe quella di creare un nuovo modello di museo del XXI° secolo, con lo scopo di indurre lo sviluppo territoriale della zona, definita come la “*croissant pauvre*” di Bruxelles, attraverso una sua metropolizzazione inclusiva, in grado di valorizzare le risorse locali e promuovere l’elevazione sociale dei suoi cittadini, tra i più emarginati della regione a livello socio-economico. Ultimando la ridefinizione delle funzioni e dei *commitments* di un’istituzione museale nell’epoca post-moderna, il KANAL-Centre Pompidou viene presentato come il “museo del futuro”, atto ad accogliere un largo pubblico e rendere la cultura più democratica, raggiungendo l’equilibrio tra eccellenza artistica e massimo sviluppo dell’*audience*. In questo contesto l’estensione del campo delle pratiche artistiche permette di raggiungere un coinvolgimento più profondo e partecipativo di persone e idee, in un nuovo tipo di *social learning space*. Inoltre, la principale funzione di luogo pubblico accordata a KANAL-Centre Pompidou impone la realizzazione di ampi spazi gratuiti di stampo culturale e ricreativo, che i cittadini sono stimolati a frequentare attivamente grazie all’offerta di attività pluridisciplinari e partecipative: dalla ristorazione allo shopping, dalla musica alla danza, dalla produzione di un film all’intervento in una

trasmissione radio. An Fonteyne dello studio noAarchitecten sintetizza le aspirazioni che hanno determinato la riconversione del vecchio Garage Citroën in ciò che rappresenta “*Not just a museum*”:

Kanal. It is still difficult not to say Citroën. Kanal. No, it is not a museum. Of course, you can come and see an exhibition there. More than one even. But it is much more than that. Things are being made. Or no, not just things. Also, pieces. Plays. Dance pieces. Film pieces. Art pieces. The building invites you to make. When you enter, you immediately understand that. We all knew the showroom already. But behind that, it really happens. The factory. The Garage. You come in and understand it. How the garage was made. Assembled from small metal pieces. How it invites you to continue to build, to put things on it, to oppose it. Tinkering and screwing. Creating and showing. Learning too, studying. So, Kanal. You do not have to do anything. You can also look. At others who make something. At boats that glide past – finally a view of the canal! At cars that drive in and out of Brussels long strings of yellow and red lights. The city. You hear the sounds of the factory reverberate. And you hear new sounds. Voices of artists. Music of performers. Sound of shoes on the floor, dancing. The sound of applause. This is not a museum after all? Yes. Also. You are in a place of imagination, a place that counts, a place that surprises. A place that will allow so many new creators and oeuvres to pass by, that a completely different world will open up. This will be KANAL: a mix of fascination, complexity and a sense of absurdity. Especially creating curiosity for more.

Per realizzare queste ambizioni e riuscire nel compito di innovare la museologia moderna, KANAL-Centre Pompidou deve confrontarsi con una serie di condizioni di successo che derivano dagli studi sulle dinamiche di sviluppo territoriale indotto da importanti musei nel passato recente. In questo senso la metropolizzazione inclusiva dei quartieri limitrofi si fonda sul

presupposto di appropriazione del Garage Citroën da parte degli abitanti del Territorio del Canal e sulla capacità di conciliare il carattere locale al prestigio globale necessario a rendere questa zona la centralità di “Bruxelles Métropole 2040”. A questo scopo i protagonisti del progetto hanno realizzato una “fase di prefigurazione”, nella quale il rispetto del patrimonio locale ha guidato l’elaborazione della programmazione e la riconversione architeturale. Le opere presentate si fondono con il contesto sociale e strutturale dei locali del Garage, rievocandone le funzioni e il vissuto umano del passato. Il progetto di architettura, scelto tra numerosi candidati, induce l’inserimento del museo nella struttura esistente, legandolo inestricabilmente a Citroën Yser sia esternamente che internamente. L’iconico showroom, riportato alla forma originaria, diventa la *front door* del museo e i due assi di ampia circolazione tra i locali del garage diventano delle nuove *Museum Streets*, che interconnettono gli spazi pubblici con gli immediati dintorni e favoriscono la frequentazione del sito. Il carattere emblematico dell’edificio viene valorizzato per rendere il Garage Citroën un *landmark* del nuovo e rigenerato Canal, in grado di incrementare il settore turistico e indurre lo sviluppo economico della zona. Per ciò che riguarda l’ancoraggio locale dell’istituzione, detta fase di prefigurazione rappresenta un laboratorio che consente di interpellare gli abitanti tramite attività partecipative, quali “Kontain’air Radiolab” o l’*“Usines des films amateur”*, per avviare una dinamica di co-creazione del futuro museo, che aprirà ufficialmente nel 2022. In questo contesto, la varietà di temi affrontati, la multidisciplinarietà e l’indiscussa qualità dell’offerta culturale, messa in scena grazie alla *partnerships* con il Centre Pompidou, permettono di coinvolgere un pubblico misto in termini di sesso, età, etnia, capitale culturale e condizioni socio-economiche, aprendosi a differenti livelli di

lettura. Inoltre, l'affiancamento di giovani artisti locali alle stelle dell'arte moderna e contemporanea contribuisce a conciliare le divergenze degli obiettivi legati alla dimensione locale e alla rilevanza internazionale. Questa accessibilità simbolica si affianca all'accessibilità fisica garantita dagli spazi pubblici all'interno del museo e dai progetti regionali, compiuti o in fase di realizzazione, che concernono il miglioramento della mobilità e dei collegamenti fisici con lo scopo di far coesistere, a livello micro e macro urbanistico, la prossimità locale all'attrattività globale del territorio. Inoltre, la tariffazione mirata, la gratuità di ampie zone e attività, gli inediti orari di apertura consentono a KANAL-Centre Pompidou di allinearsi alla facilità d'accesso propria delle altre tipologie di luogo pubblico. Il rapporto privilegiato in cui il museo si pone con le scuole, e le priorità accordate alle collaborazioni con le strutture locali socio-culturali, proiettano KANAL in un processo di integrazione verticale delle attività di mediazione, che consente il miglioramento dell'educazione, della partecipazione e del grado di democrazia culturale nel Territorio del Canal. Per di più, le *partnerships* con diversi attori culturali di Bruxelles hanno reso possibile l'incremento di qualità e multidisciplinarietà dell'offerta culturale proposta nell'anno di prefigurazione - grazie alla produzione di spettacoli teatrali, *performance*, concerti e *atelier* di danza dal carattere inclusivo e partecipativo. L'istituzione di un comitato di orientamento scientifico permette inoltre di trasformare KANAL-Centre Pompidou in una piattaforma locale di riflessione congiunta sul futuro culturale di Bruxelles e sul ruolo del nuovo museo nello sviluppo della città.

Tuttavia, la modalità di realizzazione del progetto - contraddistinto dalla definizione graduale dei contenuti, dell'organigramma e delle fonti di finanziamento - e il suo carattere "politico", gettano delle ombre e delle perplessità

sull'obiettivo reale perseguito dalla Regione e sulle eventuali politiche di facciata messe in atto nella fase di prefigurazione.

In questo contesto le maggiori polemiche sono dirette alla presunta volontà del governo della Région de Bruxelles-Capitale di affermare la volontà di una maggiore autogestione rispetto alle comunità e al governo federale e rafforzare il carattere francofono della capitale, provocando tumulti in seno alla comunità fiamminga. Inoltre, la scelta di un *partner* internazionale come Centre Pompidou mette in discussione il possibile ancoraggio del museo al contesto locale, rivelandosi maggiormente attraente per una popolazione esterna al territorio - classe media post-moderna e turisti - e atto a stimolare lo sviluppo turistico ed economico della zona, favorendo progetti di natura speculativa e finanziaria. Tali perplessità sono state alimentate dalla realizzazione di importanti progetti commerciali e immobiliari di natura privata nelle zone limitrofe, segnali che fomentano lo spettro di una nuova *gentrification* cittadina - rilevata in passato in altre zone di Bruxelles - nonostante i meccanismi di correzione in materia residenziale e lavorativa adottati dal Plan Canal come misura atta a contrastare il fenomeno di *class remaking*. Per di più, la velocità di esecuzione e la tempestiva apertura di "KANAL Brut" non hanno permesso all'*équipe* del museo di mettere in atto particolari attività di mediazione diretta o di concludere collaborazioni con gli attori culturali locali di coesione sociale, definite come priorità della fase di sviluppo attuale e in corso di definizione.

Nel quadro di tali polemiche Yves Goldstein rimarca il fatto che:

[...] il messaggio che cerco di portare sottolinea le responsabilità che i poteri pubblici hanno nella trasformazione dei quartieri del Canal, e mira a impedire che un “ghetto” socialmente sfavorito sia rimpiazzato da un “ghetto” agiato, [...] Kanal è un museo pubblico e deve stimolare la *mixité* nel piano urbanistico, nelle destinazioni d’uso del suolo, nella maniera in cui il nuovo quartiere e i nuovi immobili si progetteranno, attraverso la simultanea costruzione di abitazioni sociali, alloggi più costosi e appartamenti di lusso. Questo strumento culturale dovrà influenzare i poteri pubblici affinché ci sia una vera *mixité* di persone nel futuro quartiere. [...] Lasciare lo spazio all’opinione degli abitanti e co-creare il futuro museo con loro è fondamentale per influenzare i poteri pubblici e far sì che il museo sia uno strumento sociale per assicurare integrazione cittadina e la coesione sociale, [...] e in grado di frenare la *gentrification*, piuttosto che accelerarla, come successo spesso nella storia (l’esempio emblematico è costituito dalla Guggenheim a Bilbao).

In conclusione, la capacità di inserimento nel contesto locale da parte del museo, le caratteristiche strutturali della fase di prefigurazione e l’offerta culturale proposta costituiscono un ottimo presupposto per una l’induzione di uno sviluppo territoriale potenzialmente inclusivo, facendo ben sperare sulla realizzazione delle vocazioni socio-economiche del KANAL-Centre Pompidou. Tuttavia, la sua natura di progetto politico, la progressiva definizione di collaborazioni e attività di mediazione, e la realizzazione di alcuni progetti privati legati al Plan Canal – suscettibili di avviare processi di trasformazione fisica e sociale di alcune zone a ridosso del canale - impongono cautela e un graduale monitoraggio sullo sviluppo futuro di KANAL-Centre Pompidou e delle politiche sociali e urbane adottate nel Territorio del Canal. Tale osservazione permetterà

di comprendere il grado di influenza che il museo eserciterà sui poteri pubblici riguardo la progettazione e la tipologia di sviluppo territoriale della zona – come confermato dagli altri attori culturali di Bruxelles, accomunati da un prudente entusiasmo sull’arrivo di KANAL e sulla potenziale rigenerazione culturale da esso implementata⁵⁸. Una reale metropolizzazione inclusiva indotta da un “museo alternativo” e innovativo o un ennesimo fenomeno di sostituzione sociale favorito da una “Testa di ponte della *gentrification*”? Come suggerito dallo stesso Yves Goldstein, un bilancio più veritiero dovrà essere tratto nel 2022 - anno di apertura del museo - attraverso l’analisi del *ticketing*, l’entità delle collaborazioni e delle *partnership* concluse con scuole e strutture locali, il successo delle iniziative partecipative come quelle di IHECS e di Gondry e la composizione sociale dei partecipanti alle varie attività organizzate da KANAL-Centre Pompidou nella fase di prefigurazione, con lo scopo di verificare l’effettivo ancoraggio del museo al contesto locale – presupposto della metropolizzazione inclusiva del territorio.

⁵⁸ La maggior parte delle strutture culturali e artistiche della Regione vedono nel KANAL-Centre Pompidou una grande opportunità di crescita individuale e collettiva. Tuttavia, la natura politica del progetto ha messo i freni agli entusiasmi di tali attori, che aspettano di costatare l’operato del museo nei prossimi mesi. Pareri confermati dalle interviste a Fol, van den Bergh, Triki e De Spiegelare.

[...] concluderei l'intervista dicendo che l'arrivo di Kanal ha smosso delle acque che erano troppo piatte a Bruxelles, e per questo è stato facile da criticare da parte di qualcuno, muovendo accuse sulla poca concretezza del progetto. Io invito ad aspettare di vedere ciò che faremo e proporremo nei prossimi mesi, ed evidenzio che quello che abbiamo messo in tavola non è una proposta rigida e definitiva, ma è un progetto del quale perpetueremo l'evoluzione, una riflessione completa e permanente su ciò che questo luogo è e diventerà. L'apertura di un primo anno di laboratorio è una maniera per aprire anche il dibattito su ciò che dovranno essere il museo e la città creativa del XXI° secolo, che vogliamo sviluppare in sinergia e in riflessione con gli attori culturali locali e tutti i *Bruxellois*. Non c'è nessuna voglia di impiantare un progetto *hors-sol* e in conflitto con il tessuto culturale e sociale di questa zona di Bruxelles. C'è la tendenza a generalizzare le critiche mosse al progetto, assimilandone la rappresentanza a Draguet e Snauwaert, ma parlando di tutti gli altri attori socio-culturali, la maggior parte di essi vedono l'arrivo di Kanal come una grande opportunità e uno strumento nuovo da cui essi stessi e tutti cittadini potranno trarre vantaggio.

- *Yves Goldstein*

BIBLIOGRAFIA

Auclair, Elizabeth. 2006. "Comment les arts et la cultures peuvent-ils participer à la lutte contre les phénomènes de ségrégation dans les quartiers en crise?". *Hérodote* 122(3): 212-220

— . 2009. "Revenir vers les habitants, revenir sur les territoires". *Développement durable et territoires* 2 (2).

Ballé, Catherine, e Dominique Poulot. 2004. *Musées en Europe, une mutation inachevée*. Paris: La Documentation Française.

Bauman, Zygmunt. 2011. *La modernità liquida*. Roma: Laterza Editore.

Bourdieu, Pierre, et al. 2007. *L'amour de l'art, les musées et leur public*. Paris: Editions de Minuit.

Bianchini, Franco, e Lia Ghilardi. 1997. *Culture et quartier-Rapport comparatif*. Rapporto del consiglio di cooperazione culturale, 1997, Consiglio d'Europa. Bruxelles.

Caro, Florence. 2010. *De l'art contemporain dans les musées d'art classique? Une analyse de la perception des visiteurs*. Paris: Université Paris-Dauphine.

Ceri, Paolo. "Quanto è possibile e desiderabile la coesione sociale?". *Quaderni di Sociologia* 46 (2008).
<http://journals.openedition.org/qds/886>.

Chong, Derrick. 2002. *Arts management*. London: Routledge.

Desvallées, André, e François Mairesse. 2009. *Concepts clés de muséologie*. Paris: Armand Colin.

De Wit, Rob, e Ron Meyer. 2010. *Strategy: process, content, context. An international perspective*. Boston: Cengage Learning.

Debersaques, Simon. “Équipement culturel et développement local”. *Metrolab Brussels* 6 (2016).

<http://www.metrolab.brussels/medias/1508493096-notemlb2016-recherche6-sd.pdf>

Debroux, Tatiana. 2013. “Les territoires créatifs: quelques notions théoriques et une analyse bruxelloise”. *Territoire en mouvement* 20 (2).

Di Giorgi, Piero. “Il nesso tra politica e cultura e l’urgenza di una politica culturale”. *Vico actilio* 124 (2004).

<http://www.vicoacitillo.it/alexanderplatz/nesso.pdf>

Di Méo, Guy. 2016. *Les territoires du quotidien*. Paris: Harmattan.

Djament-Tran, Géraldine, e Sandra Guinand. 2014. “La diffusion des grands équipements culturels, vecteur de métropolisation des quartiers populaires?”. *Belgeo* 1.

Esquivel, Patricia. 2008. *L’autonomie de l’art en question. L’art en tant qu’art*. Paris: Harmattan.

Fondation Kanal. *Dossier de presse: le Pole Culturel Citroen* (2016).

<https://visit.brussels/binaries/content/assets/pdf/2016-09-29-dp-pole-culturel-citroen.pdf>

—. *Citroen Cultural Centre: a new ambition for Brussels* (2017).

<http://www.sau-msi.brussels>.

Genard, Jean-Louis. 2001. *Les pouvoirs de la culture*. Bruxelles: Labor.

Gravari-Barbas. 2004. "Les friches industrielles: jeux d'acteurs et iscription spatiale d'un 'anti-équipements' culturels". *Villes et territoires*: 277-300.

Gueit, Jean. 2005. "La culture, moteur de réparation et d'une nouvelle image des villes industrielles : le Louvre-Lens, Lille". Tesi di laurea, Université de Lille.

Harvey, David. 2011. *Le capitalisme contre droit à la ville: Néolibéralisme, urbanisation, résistances*. Paris: Edition Amsterdam.

Indovina, Francesco. 2003. "La metropolizzazione del territorio. Nuove gerarchie territoriali". *Economia e società regionale – Oltre il ponte* 3-4.

La Cecla, Franco. 1995. *Mente locale. Per un'antropologia dell'abitare*. Milano: Elèuthera.

Lasso. *Move it Kanal* (2015). <http://www.lasso.be/nl/move-it-kanal>

Lockwood, David. 1999. "Civic integration and social cohesion". *Capitalism and social cohesion*. London: Palgrave MacMillan.

Lusso, Bruno. "Les musées, un outil efficace de régénération urbaine ? Les exemples de Mons (Belgique), Essen (Allemagne) et Manchester (Royaume-Uni)". *Cybergeo : European Journal of Geography* (2009).

<http://journals.openedition.org/cybergeo/21253> ; DOI : 10.4000/cybergeo.21253.

Meier, Edouard, et al. 2018. "Les musées du XXI^e siècle". Tesi di laurea, IHECS Bruxelles.

Mongin, Olivier. 2013. *La ville des flux: l'envers et l'endroit de la mondialisation urbaine*. Paris: Fayard.

Morin, Edgar. 1970. "Sistema culturale e politica della trasformazione dei processi sociali". *Politica culturale*. Bologna: Il Mulino.

Nakhlé Lise, Frédérica Raynaud. 2016. *Canal? Vous avez dit Canal?!*. Bruxelles: Maufroy.

Norberg Schulz, Christian. 1979. *Genius Loci. Paesaggio, ambiente, architettura*. Milano: Electa Nuere 2015

Paddison, Ronan, e Steven Miles. 2006. *Culture-led urban regeneration*. London: Routledge.

Peticca, Marcella. 2015. *Genius loci: perdita e riscoperta del luogo*. Tesi di laurea, Università Alma Mater di Bologna.

Passilongo, Carlo Alberto. 2015. *Politiche di attrattività degli investimenti e di rigenerazione urbana nel comparto del real estate*. Tesi di laurea, Politecnico di Milano.

Plaza, Beatriz. 2000. "Evaluating the influence of a large cultural artefact on turismo: the Guggenheim Museum Bilbao case". *Urban Affairs Quarterly* 36 (2): 264-274.

RAB-BKO. *Plan Culturel pour Bruxelles (2009)*.
<https://rabbko.be/fr/publication/cultuurplan-voor-brussel>.

—. *Cahier interact #5: les politiques culturelles à Bruxelles* (2013). https://rabbko.be/uploads/Publications-ies/Interact/Cahier-Interact_5_FR.pdf.

—. *Cahier interact #9: la culture au pouvoir* (2016).
https://rabbko.be/uploads/Publications-ies/Interact/Cahier-Interact_9_FR.pdf.

Saez, Guy. 2008. "Politiques culturelles et éducation populaire. Interaction constante, constant malentendu". *L'Observatoire* 33 (1).

Sassen, Saskia. 2001. *The global city. New York, Tokyo, London*. Princeton: Princeton University Press.

Scott e Leriche 2005 “Les ressorts géographiques de l'économie culturelle: du local au mondial”. *L'espace géographique* 3: 207-222.cit.

Semi, Giovanni. 2015. *Gentrification. Tutte le città come Disneyland?*. Bologna: Il Mulino.

Tamma, Michele, e Angeo Curtolo. 2009. “Lo sviluppo strategico delle organizzazioni di produzione culturale: commitment, risorse, prodotti”. *Economia e management delle aziende di produzione culturale*. Bologna: Il Mulino.

Touraine, Alain. 1997. *Pourrons-nous vivre ensemble?*. Paris: Fayard.

Vancraeynest. “Mieux vaut trop tôt que trop tard...”. *Mondiaal Nieuws* (2017). <https://www.mo.be/fr/column/mieux-vaut-trop-t-t-que-trop-tard>

Van Criekingen, Mathieu. 2006. “Que deviennent les quartiers centraux à Bruxelles ? Des migrations sélectives au départ des quartiers bruxellois en voie de gentrification”. *Brussels Studies* 1.

—. 2013. “La gentrification mise en politiques. De la revitalisation urbaine à Bruxelles”. *Métropoles* 13.

—. 2017. “Bruxelles se fait belle pour vous (que vous le vouliez ou non)”. *Le Chou de Bruxelles* 105: 5-6.

Vander Gucht, Daniel. 2004, *Art et politique, pour un redéfinition de l'art engagé*. Bruxelles: Labor.

—. 2006. *Ecce homo touristicus. Identité, culture et patrimoine à l'ère de la muséalisation du monde*. Bruxelles: Labor.

Vicentini, Paolo. "Franco La Cecla. Mente locale. Per un'antropologia dell'abitare". *Movimento Zero* (2008).
<http://www.movimentozero.it/mente-locale-per-un%C2%92antropologia-dell%C2%92abitare/>

Vivant, Elsa. 2009. "Qu'est-ce que la ville créative?" *Ville en débat*. Paris: Presses universitaires de France.

—. 2011. "Who brands whom? The role of local authorities in the branching of art museums". *Town Planning Review*. 82(1): 99-115.

