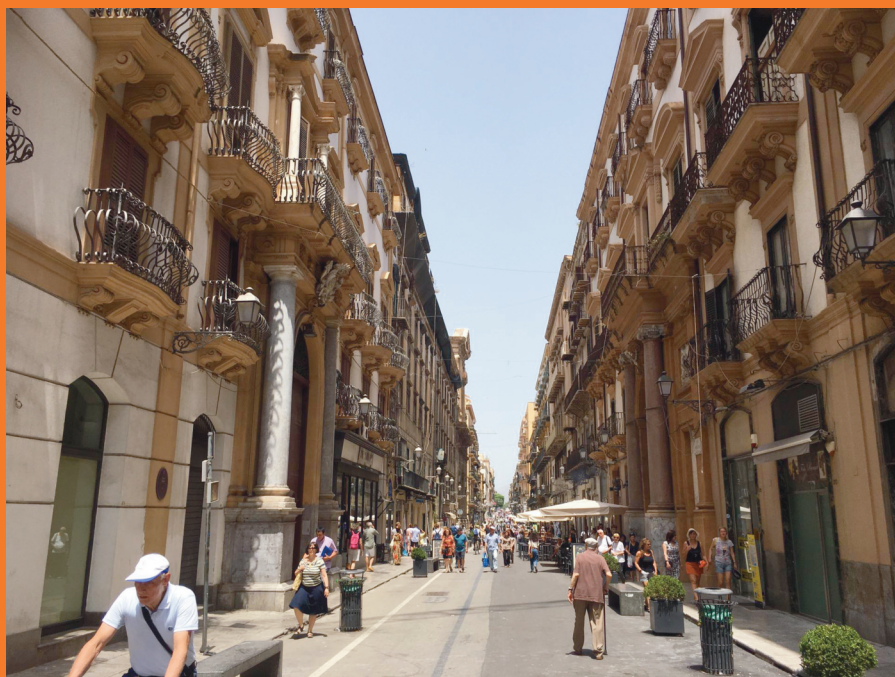


Girolamo Cusimano
(a cura di)

LE STRADE DEL COMMERCIO IN SICILIA

Analisi e ricerche sul campo



Scienze geografiche

FrancoAngeli

OPEN  ACCESS



Il presente volume è pubblicato in open access, ossia il file dell'intero lavoro è liberamente scaricabile dalla piattaforma **FrancoAngeli Open Access** (<http://bit.ly/francoangeli-oa>).

FrancoAngeli Open Access è la piattaforma per pubblicare articoli e monografie, rispettando gli standard etici e qualitativi e la messa a disposizione dei contenuti ad accesso aperto. Oltre a garantire il deposito nei maggiori archivi e repository internazionali OA, la sua integrazione con tutto il ricco catalogo di riviste e collane FrancoAngeli massimizza la visibilità, favorisce facilità di ricerca per l'utente e possibilità di impatto per l'autore.

Per saperne di più:

http://www.francoangeli.it/come_publicare/publicare_19.asp

I lettori che desiderano informarsi sui libri e le riviste da noi pubblicati possono consultare il nostro sito Internet: www.francoangeli.it e iscriversi nella home page al servizio "Informatemi" per ricevere via e-mail le segnalazioni delle novità.

Girolamo Cusimano
(a cura di)

LE STRADE DEL COMMERCIO IN SICILIA

Analisi e ricerche sul campo

FrancoAngeli
OPEN  ACCESS

Volume realizzato con il contributo dei fondi PRIN 2015 prof. Girolamo Cusimano - Dipartimento Culture e Società, Università di Palermo.

La pubblicazione di questo volume è stata finanziata dall'Unità Operativa dell'Università di Palermo, con i fondi del Progetto di ricerca di Rilevante Interesse Nazionale (PRIN), bando MIUR 2015, dal titolo *Commercio, consumo e città: pratiche, pianificazione e governance per l'inclusione, la resilienza e la sostenibilità urbana*.

Il progetto, coordinato da Lida Viganoni, è stato condotto dalle seguenti Unità Operative:

- Università di Napoli "L'Orientale": responsabile Lida Viganoni (sub-Unità Universitat de Barcelona: responsabile Carles Carreras);
- Alma Mater Studiorum Università di Bologna: responsabile Alessandra Bonazzi;
- Università "G. d'Annunzio" Chieti-Pescara: responsabile Marina Fuschi;
- Università di Macerata (poi Università di Messina): responsabile Enrico Nicosia;
- Politecnico di Milano: responsabile Maria Antonietta Clerici;
- Università di Palermo: responsabile Girolamo Cusimano;
- Università di Trieste: responsabile Sergio Zilli.

Ogni autore è responsabile in maniera formale e sostanziale del proprio scritto.

Logo: ideazione e realizzazione grafica di Mariano Cinque.

ISBN Open Access: 978-88-917-9872-5

ISBN cartaceo: 978-88-917-7297-8

In copertina: Via Maqueda, Palermo. Foto di Giovanni Messina, 2019.

Copyright © 2019 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy.

Pubblicato con licenza Creative Commons Attribuzione-Non Commerciale-Non opere derivate 4.0 Internazionale (CC-BY-NC-ND 4.0)

L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore. L'utente nel momento in cui effettua il download dell'opera accetta tutte le condizioni della licenza d'uso dell'opera previste e comunicate sul sito <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.it>

Copyright © 2019 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy. ISBN 9788891798725

*Questo volume è dedicato
al caro amico e collega Sandro Di Blasi (1956-2019)*

Indice

Le vie del commercio in Sicilia <i>di Girolamo Cusimano</i>	pag. 9
Commercio, consumo e città in Sicilia <i>di Caterina Cirelli</i>	» 15

Parte I Palermo

1. Dinamiche geo-commerciali nel Centro Storico di Palermo. Il caso di via Maqueda <i>di Leonardo Mercatanti, Giovanni Messina</i>	» 31
2. Il <i>boulevard</i> di Palermo. Dinamiche del commercio nell'asse via Ruggero Settimo-viale della Libertà <i>di Giovanni Messina, Gaetano Sabato</i>	» 55
3. La Chinatown palermitana: forme di comunità e commercio <i>di Girolamo Cusimano, Maurizio Giannone</i>	» 77

Parte II Catania

1. Le vie del commercio a Catania. Rievocazioni storiche e con- figurazioni attuali <i>di Caterina Cirelli, Teresa Graziano</i>	» 89
2. L'indagine "in campo" nelle vie commerciali della città di Catania <i>di Donatella Privitera</i>	» 103

Parte III Messina

1. Nuovi scenari e nuovi spazi del consumo nella città dello Stretto
di Caterina Barilaro pag. 129
 2. Spazi del consumo, gerarchie commerciali e nuovi assetti territoriali nella città di Messina
di Carmelo Maria Porto » 157
 3. Taormina, *luxury shopping destination*
di Enrico Nicosia » 189
- La diffusione di nuovi modelli distributivi in Sicilia e la moderna funzione del commercio nelle Città metropolitane
di Salvatore Cannizzaro » 205
- Gli autori » 221

Le vie del commercio in Sicilia

di *Girolamo Cusimano*

Se si esclude l'offerta della grande distribuzione organizzata, spesso localizzata nelle zone urbane periferiche, è possibile ammettere che nell'immaginario collettivo la massima espressione dell'offerta commerciale di un centro urbano corrisponda a una o a poche vie di una città. La scelta di focalizzare lo studio su alcune strade rappresentative della situazione commerciale di un centro urbano non è dunque casuale o peregrina. Per la Sicilia questo forte nesso è del tutto evidente nelle tre Città metropolitane di Palermo, Catania e Messina.

Fin dalle prime riflessioni sulla redazione di questo volume, frutto del lavoro dell'unità locale siciliana del Prin 2015 "Commercio, consumo e città: pratiche, pianificazione e *governance* per l'inclusione, la resilienza e la sostenibilità urbane", si è condivisa l'idea di ritornare allo studio dei centri urbani, sottoposti da diversi anni a importanti fenomeni evolutivi in diversi settori e minacciati dagli effetti della crisi globale. In particolare, e per ciò che concerne gli interessi di questa unità di ricerca, l'offerta dei piccoli negozi e dei negozi storici che un tempo ben contribuivano a definire l'identità e l'unicità di una città, soccombe oggi di fronte alle strategie attrattive messe in campo dalle nuove "istituzioni" commerciali localizzate per lo più nelle periferie (Centri Commerciali, cinema multisala, *fast food* ecc.). La geografia appare come la disciplina più adatta alla comprensione di certe dinamiche e ai professionisti/geografi spetta la responsabilità di allargare i propri campi di ricerca su tali complesse dinamiche urbane che possono essere ricondotte al tema del riordino territoriale. Questo tema, oggetto di studio del gruppo di ricerca Agei coordinato dal sottoscritto dal titolo "Riordino territoriale e sviluppo locale, quali elementi di contatto?", in un recente numero monografico della rivista *Geotema*, ha mostrato le sue multiformi declinazioni scientifiche e, tra queste, proprio l'ambito commerciale. La città, sulla quale

abbiamo inteso rifocalizzare l'attenzione, è da sempre luogo di relazioni, di scambi, di diffusione delle innovazioni. Soprattutto essa è un'istituzione, un fenomeno secolare.

Nelle principali vie in cui il fenomeno del commercio è maggiormente riconosciuto, evidente, in trasformazione o in declino, sono stati utilizzati strumenti di indagine comuni, come il questionario somministrato ai vari esercenti e/o ai consumatori per comprendere direttamente le criticità delle aree oggetto di analisi. Anche la cartografia dei fenomeni rilevati è un elemento che accomuna i saggi proposti in questo volume. La stessa, elaborata dall'arch. Federica Placenti, presenta per la maggior parte dei casi simbologie e scale comuni, anche al fine di consentire una migliore comparazione tra le aree proposte. Coerentemente con gli obiettivi specifici indicati nel Documento di sintesi (I fase) redatto dall'unità capofila del Prin dell'Università degli Studi di Napoli "L'Orientale" e dopo una fase di consultazione tra tutti i componenti dell'unità locale siciliana, sono state individuate le aree/strade in cui *il ruolo del commercio e del consumo abbia avviato significativi processi di trasformazione in ambito urbano; in cui si sono formate nuove polarità, nuove gerarchie; in cui esiste oggi una diversa dialettica centro-periferia; caratterizzate da evidenti forme di resilienza.*

L'analisi delle maggiori evidenze delle tre Città metropolitane è preceduta dal saggio introduttivo "Commercio, consumo e città in Sicilia" di Caterina Cirelli che da tanti anni si occupa del rapporto tra geografia e commercio e che è stata il coordinatore del Gruppo di lavoro Agei "I luoghi del commercio fra tradizione e innovazione".

Il volume è stato suddiviso in tre parti, coincidenti con le tre Città metropolitane siciliane.

Nella prima viene preso in considerazione il capoluogo di regione e, in particolare, una parte del lungo asse viario che dal XVII secolo rappresenta la più importante direttrice di espansione urbana della città. Nello specifico vengono esaminate tre vie che presentano diverse caratteristiche architettoniche, storiche, socio-culturali e, di conseguenza, commerciali. Leonardo Mercatanti e Giovanni Messina hanno effettuato uno studio sulla via Maqueda, "elemento fondamentale della nuova prospettiva di sviluppo della città, avviata durante il periodo della dominazione spagnola nel XVI secolo con la ideazione di un'arteria Nord-Sud perpendicolare alla direttrice d'espansione maturata fino ad allora" (cfr. *infra*). Gli autori propongono una selezione di riferimenti storici e letterari alla strada nei diari di viaggio e nei racconti. Ciò appare utile per comprendere l'origine e l'evoluzione della vocazione commerciale della strada che oggi è, per così dire, attraversata da altri fenomeni come la "*movida*" (c.d. *champagneria* e *Candelai*) o l'istituzione della Zona

a traffico limitato, entrata pienamente a regime nel 2017. Queste novità nella fruizione dello spazio sono importanti perché contribuiscono a spiegare il consistente passaggio dal settore dell'abbigliamento, che ha da sempre contraddistinto l'offerta della via, al settore *food*.

Continuando lungo lo stesso asse viario, Giovanni Messina e Gaetano Sabato si occupano di due strade, note come il "salotto" della città. Nel saggio "Il *boulevard* di Palermo. Dinamiche del commercio nell'asse via Ruggero Settimo-viale della Libertà" i due autori, dopo una parte introduttiva in cui si traccia l'evoluzione storica delle strade, studiano le complesse dinamiche odierne del commercio in un'area che ha "risentito dei gravi interventi dovuti al "sacco di Palermo", il grande *affair* criminoso del secondo dopoguerra che ne ha stravolto indiscriminatamente ampie parti. E, forse anche per questo, le sue sopravvivenze sono diventate iconiche di un patrimonio cittadino da salvaguardare nel tempo. Oggi, sebbene la maggior parte dei negozi storici che erano giunti fino ai nostri giorni non esistono più, parte di quella eredità non è andata perduta e via Ruggero Settimo e viale della Libertà mantengono la loro connotazione di eleganza e dinamicità, nonché il loro ruolo di riferimento per quanto riguarda il commercio di prodotti di collocazione alta e/o di lusso" (cfr. *infra*).

Maurizio Giannone e il curatore del presente volume, nel saggio "La Chinatown palermitana: forme di comunità e commercio", hanno ricostruito la dinamica commerciale di una strada che fino a qualche decennio fa era riconosciuta a livello regionale come una delle più interessanti sia per i negozi di arredamento sia soprattutto per la diversificata offerta di corredi. Il flusso di immigrati cinesi, iniziato negli anni Ottanta del XX secolo, ha eletto proprio la via Lincoln quale strada più adeguata per iniziare una lenta ma costante espansione delle caratteristiche attività commerciali. L'indagine sul campo ha messo in evidenza che raramente i titolari cinesi delle attività economiche sono stati disponibili alla compilazione del questionario, manifestando addirittura un alto livello di diffidenza.

La lettura complessiva dei saggi dedicati a Palermo restituisce un'immagine del capoluogo di Regione contrassegnata da diversi processi *in fieri* che necessitano di una costante osservazione.

La seconda parte del volume riguarda il capoluogo etneo. Caterina Cirelli e Teresa Graziano sono le autrici del saggio "Le vie del commercio a Catania. Rievocazioni storiche e configurazioni attuali". Qui la ricostruzione storica gioca un ruolo fondamentale e spiega anche una certa evoluzione culturale. Fenomeni come la *gentrification*, la *studentification*, la *movida* hanno caratterizzato questa evoluzione. La stessa *movida* sta perdendo "la connotazione originaria di mosaico di spazi di sperimentazione musicale, allinean-

dosi piuttosto a un'offerta omologante di *food&drink*" (cfr. *infra*). Oltre alla tendenza al consolidamento del settore *food*, comune a tante altre strade oggetto di interesse di questo volume, si assiste a una sempre più diffusa omologazione commerciale. Persino il corso Italia, che a Catania caratterizza(va) lo shopping del lusso, oggi è contraddistinto prevalentemente da *brands* di livello medio-basso. Interessante lo studio di vie minori, in cui tuttavia accadono fenomeni di rilievo che potrebbero "esplosione" anche in altri contesti, come diremmo noi geografi diffondersi per rilocalizzazione. È il caso della via Santa Filomena, vicolo chiuso al traffico parallelo alla via Etnea, in cui si è concentrata l'offerta gastronomica di alta cucina. Qui il fenomeno è di rilievo poiché è avvenuta una sorta di *gentrification* commerciale "accentuando la specializzazione enogastronomica della strada, che avrebbe estromesso quelle piccole attività artigianali precedenti l'invasione del *food*" (cfr. *infra*). La via San Michele, situata nel cuore dell'area della *movida*, invece è oggi caratterizzata, grazie a un comitato cittadino, da attività legate all'arte, all'artigianato, alla creatività e al riciclo. Si tratta di microcosmi che rinnovano un paesaggio del consumo che, come è noto, va verso l'omologazione, che lo rendono vario e maggiormente attrattivo. Si tratta certamente di esperienze da valorizzare e da promuovere.

L'indagine sul campo, attraverso la somministrazione di questionari agli esercenti e ai fruitori delle vie commerciali, con le relative elaborazioni, è curata da Donatella Privitera. Si prendono in considerazione principalmente la via Etnea e il corso Italia, le strade che più di altre rappresentano a Catania l'emblema dello shopping e del passeggio. Due vie molto diverse, anche secondo la percezione dei fruitori: il corso Italia è ancora riconosciuta come una "zona residenziale moderna, via di élite [...], sede di istituti bancari [...], caratterizzata dalla frequenza di clientela sofisticata sebbene identifica, nell'ultimo quinquennio, un calo sia nell'affluenza che nella presenza di punti vendita di lusso che stabiliscono lo status dell'area" (cfr. *infra*). Alla via Etnea invece viene riconosciuto un "ruolo centrale, commerciale e seduttivo della città, dove si passeggia durante il sabato pomeriggio; la clientela è varia e comprende turisti nei periodi stagionali. In via Etnea ancora sono presenti alcuni negozi storici che rappresentano giacimenti culturali e l'identità urbana" (cfr. *infra*). Nonostante dunque le rilevanti trasformazioni del paesaggio commerciale in queste due vie – sintetizzabili nel rafforzamento del settore *food*, nell'omologazione commerciale, nell'eccessiva presenza di *brands* in franchising – è interessante notare che non muti la percezione di fondo delle caratteristiche "storiche" delle due strade.

La crisi del commercio urbano, come è noto, è dovuta anche alle crescenti opportunità offerte dall'*e-commerce*, grazie al quale l'acquisto può essere più

conveniente e rapido, ma assolutamente standardizzato e impersonale. Una strategia di resilienza delle attività commerciali consiste allora nel tentare di aumentare la fidelizzazione del cliente attraverso l'introduzione di tessere sconto o attraverso la proposta di eventi, la presenza di modelle che indossano i capi di abbigliamento proposti, la degustazione di prodotti tipici o l'organizzazione di giornate di vendite a tema. La presenza delle attività del singolo negozio sui principali social è ritenuta di fondamentale importanza.

La terza parte è dedicata alla Città metropolitana di Messina. Caterina Barilaro è autrice del saggio “Nuovi scenari e nuovi spazi del consumo nella città dello Stretto”. Anche in questo caso una parte introduttiva opportunamente ripercorre le fasi più importanti dell'evoluzione del territorio oggetto di analisi. Si parte dal sisma del 1908 che ha determinato la riconfigurazione e riorganizzazione globale della città di Messina. Della città dello Stretto si prendono in considerazione alcune vie commerciali storiche, come il viale San Martino e la via dei Mille, strade oggi in forte crisi dal punto di vista commerciale dato che “Negli anni più vicini a noi, cambiano ancora una volta i comportamenti dei messinesi rispetto agli acquisti: mentre fino a qualche anno fa si spostavano a Milazzo (Centro Commerciale Parco Corolla) e a Reggio Calabria – invertendo la direzione di quel flusso che, sino ai primi anni Ottanta, faceva attraversare lo Stretto ai Calabresi per raggiungere il più grande emporio messinese (i Magazzini Piccolo vicino alla Dogana), o gli eleganti negozi del viale San Martino – adesso le direttrici più frequentate sono Catania (in particolare il Centro Sicilia a Misterbianco ed Etnapolis nel territorio di Belpasso) ed Enna (Sicilia Outlet Village di Agira)” (cfr. *infra*). La ricerca mette in evidenza che a Messina non vi è corrispondenza tra l'offerta commerciale e la domanda del consumatore, diversa rispetto al passato. Se a ciò si aggiungono le criticità legate ai trasporti urbani e, in generale, la percezione di un inarrestabile declino urbano degli ultimi anni è semplice spiegare le ragioni che determinano la presenza ormai evidente di vuoti commerciali nel centro urbano. Appare ormai innescato un pericoloso circolo vizioso per cui sono in espansione tratti di strade con serrande abbassate.

Carmelo Maria Porto, nel saggio “Spazi del consumo, gerarchie commerciali e nuovi assetti territoriali nella città di Messina” indaga ulteriormente gli effetti dei processi di omologazione che hanno investito la città di Messina, osservando “un processo di impoverimento e massificazione dell'offerta commerciale, un paesaggio quasi esclusivamente caratterizzato dal *format del fast fashion*, che rispetto ad altre realtà centrali urbane simili (per dimensione della città e posizionamento gerarchico), risulta aggravato dalla quasi inesistenza di servizi volti all'intrattenimento e al tempo libero” (cfr. *infra*). L'autore, pur confermando “una configurazione commerciale della città dal-

l'identità debole e dalla struttura fragile sia dal punto di vista quantitativo che qualitativo" (cfr. *infra*) analizza la capacità di tenuta e le strategie di resilienza messe in atto nel centro urbano e nelle aree extra-urbane. I processi resilienti sono davvero deboli e restituiscono a Messina l'immagine di una città che si lascia solo lambire dalla modernità. Anche i Centri Commerciali periferici non riescono a captare in modo ottimale un bacino d'utenza sufficiente per giustificare la loro presenza.

Conclude la terza parte un'indagine su "Taormina, *luxury shopping destination*" condotta da Enrico Nicosia. La cosiddetta "Perla dello Jonio", località turistica internazionale tra le più importanti del Mezzogiorno, è divenuta una *luxury destination* "grazie alla presenza di strutture alberghiere di lusso, ristoranti di altissimo livello e un invidiabile offerta commerciale, concentrata principalmente lungo corso Umberto I, oggi vera e propria *luxury shopping street*" (cfr. *infra*).

L'ultimo saggio del volume, dal titolo "La diffusione di nuovi modelli distributivi in Sicilia e la moderna funzione del commercio nelle Città metropolitane" è curato da Salvatore Cannizzaro. Le attività commerciali della grande distribuzione organizzata generalmente contribuiscono a definire il carattere di territori sempre più ampi, che si organizzano o riorganizzano in base alla portata delle diverse nuove funzioni. Le conseguenze sono rilevanti sotto il profilo economico, ma anche sociale e culturale. L'autore rileva che da un lato l'insediamento di centinaia di strutture della Gdo "ha rideterminato la gerarchia urbana, ha modificato le funzioni e in alcuni casi la stessa fisionomia delle città interessate", ma dall'altro l'Isola "non risulta ben dotata di un diffuso e capillare sistema distributivo moderno" (cfr. *infra*).