

La rendita urbana nella città multiculturale: attività commerciali, migranti e declino urbano nel centro storico di Palermo

Grazia Napoli*, Giulia Bonafede**

parole chiave: rendita; retail; migranti;
città multiculturale; mercato immobiliare; centro storico

Abstract

La diffusione di nuove modalità di vendita al dettaglio, come gli shopping mall, i megastore e l'e-commerce, hanno modificato i tradizionali modelli localizzativi di immobili a destinazione commerciale, incidendo anche sulle connotazioni del tessuto urbano ed extraurbano e sulla distribuzione spaziale della rendita. Anche le zone centrali delle città hanno subito trasformazioni significative, che a volte si traducono in un vero e proprio declino, soprattutto in presenza di sistemi economici locali deboli e di mercati immobiliari in recessione. Una quota rilevante di immobili a destinazione commerciale può rimanere a lungo non utilizzata per eccesso di offerta sulla domanda, poiché a fronte della cessazione di molte attività commerciali tradizionali, che non riescono più ad essere competitive, non si registra un subentro immediato da parte di nuovi soggetti economici. Il declino dei luoghi urbani centrali dipende dall'intreccio di molteplici fattori economici, sociali, culturali, ma

può essere contrastato da politiche urbane orientate non soltanto alla riqualificazione fisica del tessuto urbano, ma anche al supporto di processi di coesione sociale e di multiculturalità. I migranti, provenienti da continenti diversi e portatori di modelli culturali variegati, insediandosi stabilmente nella città italiane, hanno colmato alcuni di questi vuoti localizzandovi attività di vendita al dettaglio o di erogazione di servizi rivolte in modo specifico alle loro comunità di appartenenza, oppure aperte all'intera cittadinanza. La loro presenza contribuisce, di fatto, a sostenere la domanda di immobili a destinazione commerciale, ad attenuare le minus-valORIZZAZIONI del capitale immobiliare e a contenere la contrazione delle rendite. Questo fenomeno è stato analizzato a Palermo in alcuni assi viari del centro storico tradizionalmente vocati al commercio e diventati il luogo privilegiato di localizzazione di attività commerciali gestite da immigrati.

1. INTRODUZIONE

La diffusione di modalità differenziate di commercio al dettaglio e di altri servizi (shopping mall, megastore, e-commerce, ecc.), in conseguenza del processo di globalizzazione dell'economia, ha inciso profondamente sulla trasformazione delle città e dei sistemi territoriali anche dal punto di vista del mercato di immobili a destinazione commerciale con implicazioni che investono i modelli di localizzazione residenziale e la sfera delle relazioni multiculturali.

Le nuove modalità di retail hanno, infatti, prodotto fenomeni di polarizzazione socio-economica contribuendo, soprattutto in aree geografiche con economia debole e stagnazione del mercato immobiliare, al declino del tessuto commerciale diffuso anche nelle aree centrali delle città, come accade in molte realtà siciliane. Queste aree in declino si sono mostrate permeabili alla localizzazione di attività economiche gestite dai migranti in seguito al consolidamento dell'insediamento residenziale stanziale di comunità di cittadini stranieri (Bonafede e Napoli, 2016; Forte et al., 2018).

Sebbene negli ultimi anni si sia registrata una grande affluenza di migranti nelle aree rurali siciliane contrassegnate da colture intensive, le città di Palermo, Messina e Catania continuano a rappresentare i principali poli attrattori a scala regionale dei flussi migratori per la presenza di maggiori opportunità lavorative (Todaro, 2018) legate perlopiù alle attività commerciali e alla cura domestica.

Come uno degli effetti delle complesse dinamiche globali, i flussi migratori hanno effettivamente sfidato città di grandi e piccole dimensioni e intere regioni urbane nella costruzione di nuovi modelli di sviluppo interculturale. Questi flussi transazionali di persone hanno evidenziato molte contraddizioni culturali, oltre che in varie politiche economiche e sociali coinvolte, anche nella pianificazione urbanistica (Sassen, 1996 e 2001; Sandercock, 1998 e 2000), che talvolta interagisce con altri studi (antropologici, etnografici, geografici e post-coloniali) al fine di esplorare in modo più incisivo i territori delle differenze e dei loro diritti (Appadurai, 2001; Baroni, 2013; Holston, 1998; Young, 1990; Soja, 2007; Scott, 2011).

In alternativa alla proliferazione di mercati e spazi pubblici virtuali, le scelte di localizzazione dei migranti in aree centrali ma connotate da prezzi bassi delle abitazioni e dei negozi, possono essere considerate delle opportunità per avviare in controtendenza un nuovo tipo di rivitalizzazione urbana incentrato sulle relazioni interculturali e ancorato nello spazio fisico della città.

Da questo punto di vista, la ricerca indaga in quali termini la presenza degli immigrati contribuisce a sostenere la domanda di immobili a destinazione commerciale e a contenere la diminuzione delle rendite, analizzando il caso del centro storico di Palermo, in un quadro d'interdipendenza degli effetti indotti dalla diffusione di megastore o centri commerciali in altre parti della città.

Inoltre, questo studio sottolinea i valori multiculturali

emergenti dal lento processo di costruzione dello spazio pubblico come risultato d'interazioni sociali che sono ancorate nel tessuto urbano in comparazione con lo spazio chiuso e predeterminato dei centri commerciali.

2. COMMERCIO GLOBALE E SPAZIO URBANO

Le relazioni complesse tra comunità sociali (diverse per reddito, modelli culturali, provenienze geografiche), luoghi (centro e centralità, periferie e marginalità) e funzioni (complementari, sinergiche e conflittuali) sono sottoposte a una continua tensione tra cambiamento e persistenza in cui si manifestano le capacità di resilienza della città che le consentono di trasformarsi pur mantenendo la propria identità.

I modelli localizzativi delle attività commerciali sono sempre stati un elemento costitutivo della struttura urbana, dalla piazza-mercato al centro della città agli shopping mall che trasformano vaste aree periferiche o extraurbane in luoghi dedicati esclusivamente al consumo.

Emblemi del commercio globalizzato, gli shopping mall, nati negli USA negli anni '20 ma sviluppatasi in Europa a cominciare dagli anni '70 del secolo scorso, hanno avuto una grande espansione per l'offerta di prodotti a prezzi bassi localizzandosi inizialmente in aree urbane centrali con edifici multipiano (Moccia e Sgobbi, 2013). Agli inizi del nuovo millennio i nuovi modelli si sono evoluti in strutture sempre più estese e articolate localizzandosi, come nodi di un sistema reticolare a larga scala, in aree periferiche servite da grandi parcheggi e da svincoli viari e autostradali.

Alle principali superfici destinate alla vendita al dettaglio dei prodotti (Gross Leasable Areas) si sono aggiunte, durante questa evoluzione, molteplici funzioni d'intrattenimento culturale, sportivo e ricreativo (cinema, sale convegni, palestre, aree giochi), così come attività di servizio (sportelli bancari, poste) e di ristorazione (bar, fast food, ristoranti). Il tentativo è quello di costruire ex-novo una nuova polarità in posizione periferica in cui concentrare le attività solitamente localizzate negli spazi pubblici (strade, piazze, gallerie) dei centri delle città che nei mall diventano spazi privati aperti alla fruizione pubblica al solo fine di supportare l'attività di consumo.

In questo tipo di spazi globalizzanti, l'appiattimento e l'omogeneizzazione delle attitudini relazionali (Augé, 2009), hanno alimentato la riflessione critica sul concetto di spazio pubblico e la sua contrazione in favore di quello privato. I nuovi shopping mall sono stati definiti "pseudo spazi pubblici" (Giampino et al., 2017) poiché suppliscono alla mancanza di spazi di aggregazione come esito di un prodotto precostituito piuttosto che di un "costrutto sociale", come risulta invece da un processo d'interazione sociale (Crosta, 2000). Sono stati definiti anche "non luoghi" poiché non dialogano con il paesaggio e lo spazio urbano circostante rinchiusi in "città mondo" senza né storia né identità (Augé, 2009).

Il centro commerciale indubbiamente attira diversi tipi di persone e di generazioni e specialmente durante i weekend può essere considerato come una delle “urban glamour zones” non solo nella rete delle principali città globali (Sassen, 1996 e 2001), ma anche nelle periferie globalizzate.

Negli Stati Uniti si registra già da tempo il fenomeno dei “dead mall”, che sono studiati per comprenderne le cause del fallimento e per intervenire con progetti di riconversione in chiave sostenibile (Moccia e Sgobbi, 2013). Sono già stati realizzati interventi di “de-malling” ritornando, paradossalmente, ai modelli insediativi del tessuto storico urbano con la previsione di mix funzionali (residenze, uffici, negozi e attività ricreative) e riportando lo scambio e gli spazi del commercio alle modalità persistenti da secoli, ovvero in spazi aperti oppure in negozi prospicienti le strade. In questa prospettiva ampi parcheggi di automobili sono stati riconvertiti in parchi pubblici, con notevole dispendio per il ripristino del terreno vegetale.

Gli shopping mall si sono diffusi nel territorio siciliano con ritardo rispetto ad altre aree geografiche e sono stati adombrati talvolta dal sospetto di costituire un mezzo per riciclare i proventi di dubbie attività economiche (Cannarozzo, 2009; Bazzi, 2012). A Palermo, in particolare, queste strutture sono state dislocate in prossimità di borgate storiche e quartieri periferici di Edilizia Residenziale Pubblica (ERP) connotati da elevati tassi di disagio sociale (elevata disoccupazione, diffusa dispersione scolastica e bassi livelli dei redditi).

Propagandati come panacea per riqualificare aree a rischio di esclusione e per sopperire alla mancanza di attrezzature e servizi pubblici, i tre principali shopping mall di Palermo (“La Torre” nel quartiere Borgonuovo, “Conca d’Oro” allo Zen e “Il Forum” a Brancaccio) sono stati costruiti dal 2006 in variante agli strumenti urbanistici vigenti e a seguito di programmi negoziati tra l’Amministrazione Comunale e gli investitori privati, coinvolti nella realizzazione di strutture d’interesse collettivo che non sempre sono state eseguite o che si sono rivelate irrilevanti per le necessità della popolazione locale (Bonafede e Lo Piccolo, 2007; Abbate e Orlando, 2009).

La scelta di localizzare i mall nelle frange urbane non ha soltanto contribuito a erodere ampie estensioni di suolo agricolo, talvolta connotato da colture di pregio ambientale, interrompendo potenziali connessioni ecologiche e sociali tra varie parti della città (Bonafede e Schilleci, 2009; Marotta e Schilleci 2016), ma ha anche causato impatti negativi sui centri commerciali “naturali” che si erano plasmati nel tempo, soprattutto nel Centro Storico. Infatti, le grandi dimensioni dei mall, oltre a generare fenomeni di spaesamento rispetto al paesaggio agrumicolo e alle minute dimensioni delle borgate agricole limitrofe, hanno causato il declino di preesistenti attività commerciali, tradizionalmente dislocate in vari negozi o in mercati all’aperto del tessuto urbano e del Centro Storico in particolare, con controverse conseguenze sull’effettivo incremento del nu-

mero complessivo di addetti in questo settore, propagandato come uno dei vantaggi ottenuti¹.

3. SPAZIO URBANO E MIGRANTI

Le ricadute, senz’altro negative, sulle attività commerciali tradizionali si registrano soprattutto nel Centro Storico in concomitanza con l’inefficacia delle politiche di recupero urbano che non sono riuscite a supportare adeguatamente le fasce di popolazione a basso reddito e i piccoli proprietari immobiliari (Bonafede e Napoli, 2015), incidendo negativamente sulla manutenzione dei tessuti urbani, i loro valori economici e la loro vivacità.

Lo svuotamento delle funzioni terziarie di importanti assi, come quello di via Roma e via Maqueda, così come il declino di alcuni mercati storici (la Vucciria), hanno tuttavia offerto nuove opportunità di relazioni interculturali attivando processi di sostituzione nei vuoti lasciati dalle attività commerciali e residenziali abbandonate dagli “italiani”, che hanno facilitato la concentrazione nel Centro Storico di migranti originari da differenti nazioni e favorito un lento processo di *filtering up*.

In periodi di perdurante crisi economica, gli immigranti hanno pertanto contribuito a mantenere in uso gli edifici del centro storico, a sostenere la domanda di immobili a destinazione residenziale e commerciale, attenuando le trasformazioni della struttura del mercato immobiliare (Napoli et al., 2016a; Napoli et al., 2017a; Ciuna et al., 2017) e le difficoltà a individuare usi alternativi economicamente convenienti (Napoli, 2015), e talvolta a resistere a processi, sia pure sporadici e frammentari, di *gentrification* (Bonafede e Napoli, 2015).

Questa resilienza della città multiculturale, intesa come capacità di rispondere a crisi urbane mantenendo in equilibrio il sistema con modalità innovative, è stata indagata non solo in termini di valori di mercato del capitale immobiliare, ma anche con riguardo ai valori che si attribuiscono ai processi di costruzione dello spazio pubblico e degli spazi privati aperti alla fruizione pubblica.

Il variegato sistema di attività commerciali e di servizi che i migranti offrono alle loro comunità e che, al contempo, sono rivolte all’intera cittadinanza sono, infatti, occasione di aggregazione e d’interazione culturale e contribuiscono a costituire “gli occhi della strada” garantendo anche una maggiore sicurezza. Viceversa, i numerosi servizi di accoglienza e formazione di supporto ai gruppi di migranti presenti nel Centro Storico, come il Centro Astalli e Santa Chiara, diventano crocevia di eventi solidali, rinsaldando le interazioni culturali.

Se lo spazio pubblico è preminentemente uno spazio re-

¹ Uno studio rileva che a Palermo, dal 2006 al 2012, a fronte di un numero crescente di nuovi dipendenti dei centri commerciali, il totale degli operatori nel settore del commercio diminuisce (tesi di U. Pera, a.a. 2013/14, relatore G. Bonafede).

lazionale (Arendt, 1958) e se questo è un “costrutto” (Crosta, 2000), ossia l’esito di una costruzione nel tempo e nello spazio fisico di interazioni sociali (piuttosto che un prodotto preconfezionato), le modalità attraverso le quali il centro storico di Palermo si rende permeabile alla residenza e alle attività commerciali offerte dai gruppi di migranti esprimono, a nostro avviso, l’inizio di un processo di costruzione di valori multiculturali che sono da salvaguardare con politiche idonee. Il tessuto di interazioni, infatti, ha già creato in questo modo uno spazio pubblico, dove le differenze si riconoscono, si rispettano e si apprendono reciprocamente.

4. RENDITA E CAPITALE IMMOBILIARE COMMERCIALE

Le città sono il luogo privilegiato dello scambio, non soltanto di beni materiali, ma anche di valori monetari, simbolici, culturali, etici e estetici. La forma monetaria della città (Rizzo, 2003), ovvero l’organizzazione spaziale della rendita, costituisce di fatto la traduzione delle gerarchie, centralità e polarità della città in valori, incorporando le economie di agglomerazione, i diversi gradi di accessibilità e le potenzialità di interazione dei luoghi (Camagni, 1992). Dato che l’offerta di immobili urbani è rigida nel breve periodo perché vincolata alle previsioni degli strumenti urbanistici, variazioni delle quantità di beni immobili tali da influenzare i prezzi si ottengono solamente nel medio-lungo periodo attraverso la redazione di nuovi piani oppure di interventi di riqualificazione urbana in deroga agli strumenti vigenti.

La realizzazione dei centri commerciali ha comportato un significativo aumento dell’offerta di immobili a destinazione commerciale in mercati locali in cui è intervenuta una consistente contrazione della domanda riguardante le sedi dei negozi tradizionali. Questa contrazione si è successivamente estesa anche agli spazi negli store e negli stessi centri commerciali, provocando l’aumento dei tempi di vacancy degli immobili in locazione e la minusvalorizzazione degli immobili in vendita.

La diffusione dell’e-commerce su scala globale, inoltre, spostando l’acquisto di molte tipologie di beni e servizi, dal luogo fisico dello scambio (negozio) a un luogo astratto (web), ha causato la cessazione di numerose attività commerciali tradizionali che erano in difficoltà a causa della riduzione di redditi e consumi. L’intensificarsi della concorrenza ha infatti generato la diminuzione dei prezzi dei prodotti, l’assottigliamento dei margini di profitto e ha inciso negativamente sulla sostenibilità dei canoni di locazione (Damesick, 2001). Gli immobili commerciali presentano, quindi, un diverso grado di rischio economico dei redditi e del valore capitale in dipendenza di molteplici fattori: tipologia di attività commerciale, specifica localizzazione urbana, dimensione e rango della città, ampiezza del bacino di fruitori potenziali, caratteristiche edilizie e tecnologiche dell’immobile stesso (dimensione, stato di conservazione, presenza di vincoli).

Come contromisura a questo declino, alcuni brand internazionali stanno proponendo esperienze sensoriali uniche e personalizzate per rimanere competitivi e come strumento per attirare il consumatore nel luogo fisico del negozio e sottrarlo all’acquisto impersonale sulla rete. In questi casi la domanda di immobili si rafforza anche se ciò, per il momento, tende a riguardare prevalentemente le “high street”, ovvero le strade centrali in cui si concentrano negozi o catene di abbigliamento low budget o di alta gamma (alta moda o high tech) e negozi multibrand. Nonostante l’e-commerce induca tendenzialmente la riduzione del numero degli spostamenti per gli acquisti verso il centro città (e i centri commerciali), alcuni studi (Weltevreden e von Rietbergen, 2006) hanno verificato che se il centro città è percepito come un luogo attrattivo sia in termini di convenienza dei prezzi, sia in termini di buona accessibilità, molti cittadini sono invogliati ad acquistare in centro piuttosto che su internet. Questo è un risultato incoraggiante per la promozione di politiche di valorizzazione dei centri storici e di supporto alla permanenza delle attività commerciali.

Il mercato degli immobili a destinazione commerciale in Italia ha mostrato negli ultimi anni un significativo incremento del Numero delle Transazioni Normalizzate (NTN), anche se l’intensificazione degli scambi non ha ancora innescato l’aumento sistematico dei prezzi.

L’analisi dei dati OMI relativi all’NTN e alle quotazioni (Rapporto 2018 su dati 2017) mostra un quadro diversificato, se si comparano le variazioni percentuali medie nazionali e regionali con quelle relative ad alcune città capoluogo (Fig. 1), dovuto al fatto che il grado di resilienza dei mercati immobiliari locali sottoposti a perturbazioni interne ed esterne dipende dalla peculiare combinazione creativa di fattori micro e macro economici e micro e macro territoriali, e fornisce, quindi, esiti sempre differenti.

A fronte di una variazione media nazionale dell’NTN di

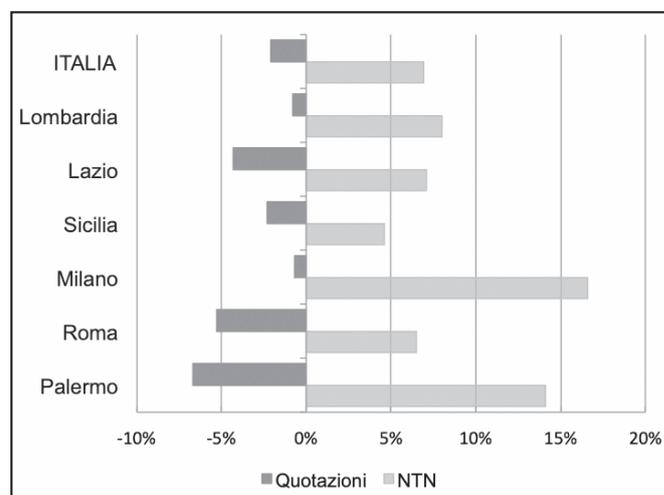


Figura 1 - Variazione percentuale delle quotazioni e dell’NTN 2016-2017 (ns elaborazione su dati OMI).

+6,9%, le regioni Lombardia e Lazio presentano valori molto simili, mentre il dato è molto più basso per la Sicilia dove si raggiunge solamente +4,6%. Esiste un grande divario tra i dati medi regionali e quelli registrati nelle rispettive città capoluogo, infatti a Milano e Palermo l'NTN si è incrementato rispettivamente di +16,6% e +14,1%, evidenziando l'effetto polarizzante delle città metropolitane sulla localizzazione delle attività commerciali rispetto al territorio regionale. Al contrario la variazione dell'NTN a Roma è leggermente inferiore a quella media del Lazio.

L'analisi dell'andamento delle quotazioni medie, tuttavia, non fornisce sempre risultati speculari rispetto a quelli dell'NTN. Il dato comune che emerge è la permanenza della *minus*-valorizzazione generalizzata del capitale immobiliare commerciale che, in termini di media nazionale, è pari a -2,1%. Nel raffronto tra le quotazioni di Lombardia e Lazio e la media nazionale si osserva una divaricazione, infatti le quotazioni scendono del doppio nel Lazio (-4,3%) e hanno appena una leggera flessione in Lombardia (-0,8%), mentre risultano quasi allineate ai valori nazionali in Sicilia (-2,3%).

La riduzione delle quotazioni è ancora più intensa a Roma (-5,35%), ma è interessante rilevare l'andamento di Milano e Palermo. Nonostante la netta ripresa delle transazioni in entrambe le città, le conseguenze sulle quotazioni sono diametralmente opposte.

A Milano le quotazioni diminuiscono leggermente (-0,7%), mostrando come una maggiore intensità degli scambi abbia consentito di non dilatare i margini di contrattazione e di cedere poco terreno sul livello dei prezzi. In questo caso siamo presumibilmente in presenza di una domanda disposta a pagare ancora prezzi elevati perché si aspetta di ottenere una buona redditività a lungo termine dell'investimento, sia in termini di possibilità di locazione, sia in termini di future plus-valorizzazioni (Giuffrida et al., 2017; Napoli et al., 2017b). A Palermo, invece, all'intensificazione degli scambi corrisponde una ulteriore consistente riduzione dei prezzi (-6,7%) che è indicativa di un mercato urbano in cui permane un eccesso di offerta rispetto alla domanda e in cui il basso grado di liquidità degli immobili a destinazione commerciale si traduce in transazioni con alta perdita di valore e con lunghi tempi di attesa di un acquirente.

I dati su NTN e quotazioni medie sono utili per conoscere il quadro complessivo entro cui si muove il mercato immobiliare, anche se la forma monetaria (prezzi e redditi) delle localizzazioni commerciali assume connotazioni specifiche e sempre differenti in ogni sistema urbano.

A scala urbana, un segmento di mercato singolare è quello formato dalle "high street", nelle quali le tendenze globali o nazionali del mercato immobiliare vengono spesso anticipate e amplificate, e in cui possono registrarsi anche trend in controtendenza rispetto a ciò che accade nel resto della città.

Nella Figura 2 è confrontato l'ordine di grandezza delle quotazioni minime e massime delle locazioni annue di alcune high street nelle città di Milano, Roma e Palermo.

I valori unitari di locazione più elevati sono rilevati in via Monte Napoleone (con un picco di 9.800 euro/mq anno) e in via della Spiga a Milano, e anche in via dei Condotti a Roma (8.000 euro/mq anno), ovvero nei luoghi dedicati prevalentemente agli acquisti di turisti stranieri dove è massimo il valore simbolico e di rappresentanza del lusso e del design italiano e dei grandi brand internazionali.

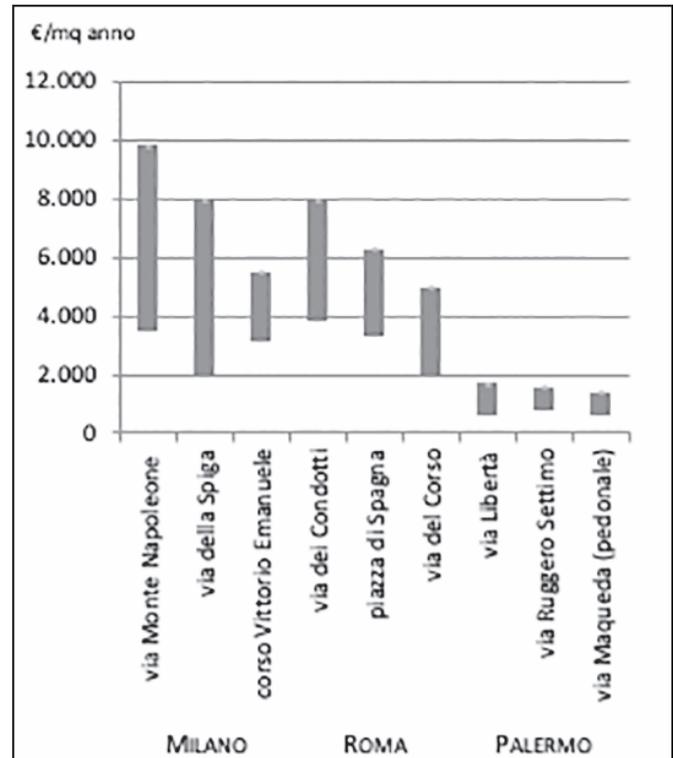


Figura 2 - Valori di locazione in alcune high street a Milano, Roma e Palermo (elaborazione su dati 2016, World Capital - Real Estate Group).

Il più importante asse viario di Palermo è formato in successione da via Maqueda che coincide con una delle vie principali del centro storico di impianto cinquecentesco, via Ruggero Settimo che attraversa la prima espansione settecentesca della città fuori dalle mura, e via Libertà che continua lungo la direttrice di espansione nord nei quartieri destinati all'alta borghesia e alla nobiltà sorti tra la fine dell'800 e i primi decenni del '900.

In questa high street (che include però solamente il tratto di via Maqueda tra piazza Verdi e piazza Vigliena), i valori annui delle locazioni sono di gran lunga più bassi rispetto a Milano e Roma e oscillano complessivamente tra 1.700 e 580 euro/mq.

L'analisi dei tempi di vacancy nelle stesse città fornisce un quadro differenziato (Fig. 3). I tempi di attesa per la locazione di un immobile possono essere alti e pari a 8-6 mesi anche nelle high street più apprezzate di Milano, probabilmente a causa del numero relativamente ridotto di attività commerciali in grado di sostenere alti costi di localizzazione, ma, a volte, i tempi possono anche essere

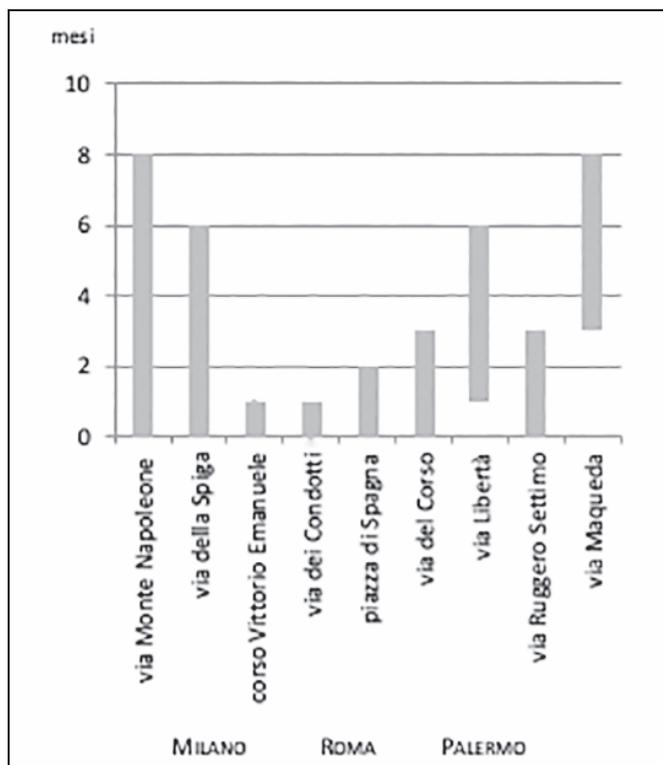


Figura 3 - Tempi di vacancy in alcune high street a Milano, Roma e Palermo (elaborazione su dati 2016, World Capital - Real Estate Group).

nulli con la sostituzione del conduttore dell'immobile senza soluzione di continuità temporale.

In modo analogo i tempi di vacancy possono variare da 1 a 6 mesi per gli immobili in via Libertà a Palermo. A parità di tempi massimi di vacancy (8 mesi), tra via Maqueda e via Monte Napoleone ci sono profonde differenze, tra cui l'enorme divario tra le quotazioni che denota la maggiore debolezza della domanda e del tessuto economico e sociale del centro storico di Palermo dove, nonostante la presenza di uno straordinario patrimonio storico e architettonico e della intensa fruizione turistica, le high street hanno risentito negativamente della concorrenza dei tre grandi shopping mall e dell'e-commerce, fattori che hanno contribuito all'innalzamento dei rischi prospettici sul reddito e sul valore del capitale immobiliare commerciale.

5. IL CASO STUDIO: CITTÀ, IMMIGRATI E RETAIL A PALERMO

Palermo è una città multiculturale in cui nel 2011, (dati dell'Osservatorio Inter-istituzionale) risiedevano 28.226 stranieri pari al 4,1% della popolazione totale (696.562). Gli immigrati sono localizzati prevalentemente nei quartieri centrali Tribunali-Castellammare e Palazzo Reale-Monte di Pietà (che formano il Centro Storico), e Politeama, oppure nei quartieri semi-centrali Oreto, Zisa e Noce (Fig. 4).

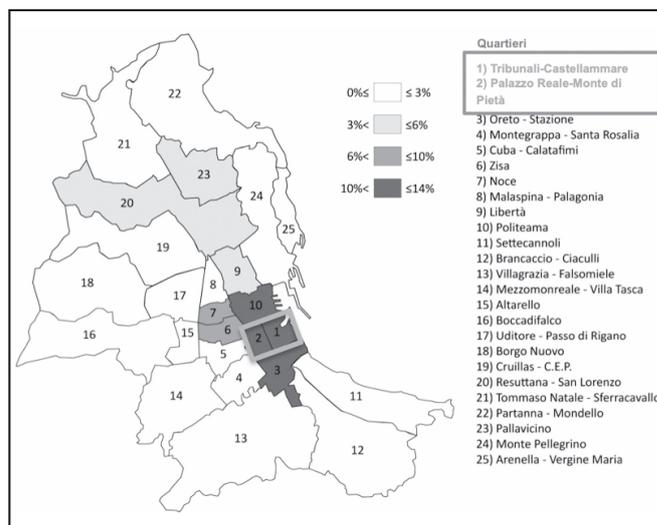


Figura 4 - Localizzazione degli immigrati nei quartieri di Palermo (2011).

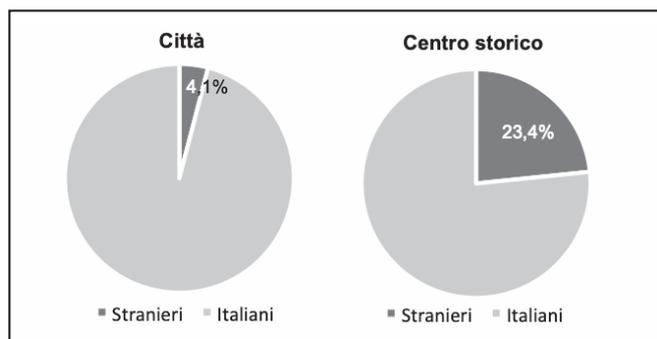


Figura 5 - Incidenza degli stranieri sulla popolazione residente a Palermo e nel Centro Storico (2011).

La concentrazione è particolarmente alta nel Centro Storico dove l'incidenza degli stranieri raggiunge il 23,4% dei residenti complessivi (6.488) (Fig. 5) e dove sono presenti oltre 80 nazionalità, anche se le comunità più numerose sono quelle provenienti da Bangladesh, Sri Lanka, Cina, Tunisia, Ghana, Mauritius e Romania (Fig. 6).

La scelta delle comunità di immigrati di localizzarsi nel centro storico ha prodotto conseguenze rilevanti sul mercato immobiliare locale.

Una presenza così numerosa implica, innanzitutto, l'utilizzo di una considerevole quota del patrimonio immobiliare residenziale, anche se gli immigrati risiedono prevalentemente in immobili di bassa qualità edilizia o con elevato indice di affollamento in conseguenza del loro reddito-soglia (Napoli et al., 2016b; Napoli, 2017) e sono esposti al rischio di trasferimento quando si attivano processi di gentrification, al pari di quanto accade ad altri gruppi sociali 'indigeni' economicamente deboli.

Anche l'uso degli spazi pubblici subisce modificazioni per effetto delle modalità di interazioni interne ed esterne alle

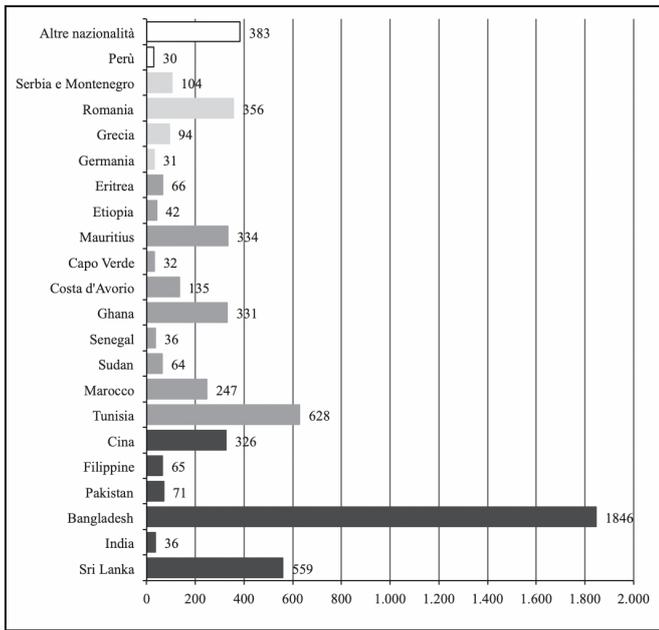


Figura 6 - Numerosità degli immigrati per nazione di provenienza, Centro Storico di Palermo (fonte: Bonafede e Napoli, 2015, su dati 2011).

comunità di stranieri, in termini sia di abitudini e orari di fruizione, sia di tipologia di fruitori, formando nuove gerarchie di spazi inclusivi o esclusivi (Bonafede e Napoli, 2015).

Un'altra conseguenza diretta riguarda l'uso degli immobili a destinazione commerciale, ovvero la gestione di attività di commercio al dettaglio, di negozi di vicinato, o di servizi, che rafforza la presenza degli immigrati e il loro radicamento nel quartiere. Queste attività possono essere rivolte alla fruizione da parte della comunità di appartenenza, dell'intera cittadinanza, oppure dei turisti che visitano il centro storico.

Nella situazione attuale di abbondanza di offerta di locazione di immobili a destinazione commerciale, gli immigrati contribuiscono attivamente alla tenuta del mercato immobiliare locale e assicurano la continuità del reddito fornito ai proprietari degli immobili.

Per verificare il ruolo dei migranti in questo specifico segmento di mercato, è stata condotta un'indagine di rilevazione delle attività economiche che sono localizzate in alcune strade del centro storico a prevalente vocazione commerciale (Fig. 7):

- *corso Vittorio Emanuele o Cassaro (al-Qasr)*, che è stato l'asse portante della città fino al XVI secolo;
- *via Maqueda*, realizzata tra la fine del 1500 e gli inizi del 1600, incrocia corso Vittorio Emanuele suddividendo la città in quattro Mandamenti. Costituisce la nuova direttrice di espansione della città verso nord, poi prolungata da via Ruggero Settimo e via Libertà;
- *via Roma*, realizzata nel diciannovesimo secolo come sventramento del tessuto storico, ha sempre avuto una

vocazione commerciale (negozi e grandi magazzini) e terziaria (sede di numerosi istituti bancari) che è in crisi da diversi anni;

- *via Calderai*, storicamente a prevalente localizzazione di attività artigianali (lavorazione di metalli) in parte sostituite da altre attività gestite da migranti;
- *via Ponticello*, via secondaria di accesso al mercato Ballarò;
- *mercato Ballarò*, mercato storico all'aperto per la vendita di prodotti agroalimentari;
- *via Bara all'Olivella-via dell'Orologio* sistema di strade a prevalente localizzazione di attività di ristorazione.

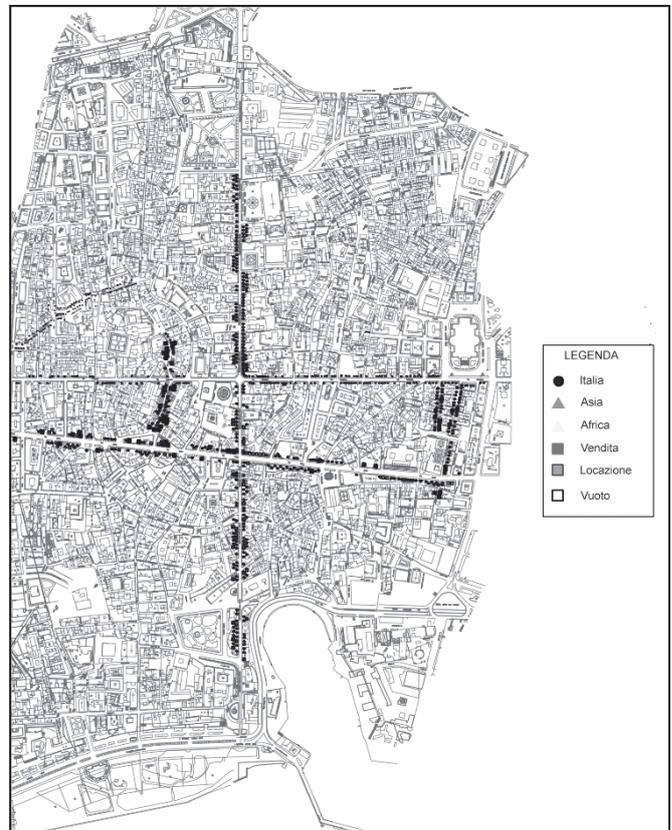


Figura 7 - Ubicazione degli immobili a destinazione commerciale del caso studio (Centro Storico di Palermo).

Sono stati analizzati complessivamente 1.130 immobili, a destinazione commerciale o servizi, dal punto di vista dello stato d'uso (utilizzato/non utilizzato), della tipologia di attività economiche (commercio al dettaglio/ristorazione o vendita di alimentari) e della provenienza geografica dei conduttori (continente).

Un primo dato che emerge (Fig. 8) è la quota di immobili non utilizzati che è superiore a un quinto del totale (22%). Questo valore è da considerarsi elevato considerando che si tratta di assi principali del centro storico dove la funzione commerciale è storicamente radicata. La richiesta di immobili come sede di attività di ristorazione (bar, fast-

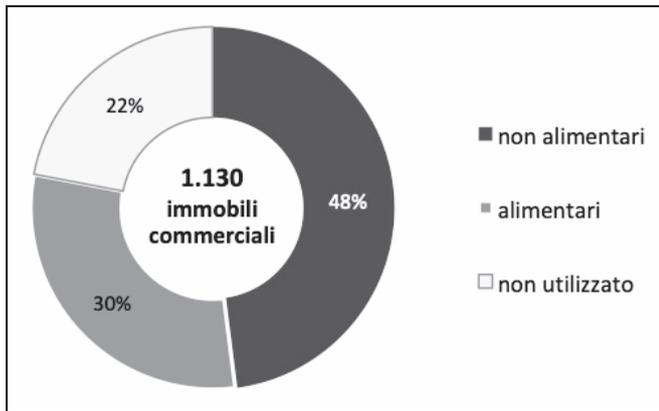


Figura 8 - Stato d'uso degli immobili commerciali del caso studio.

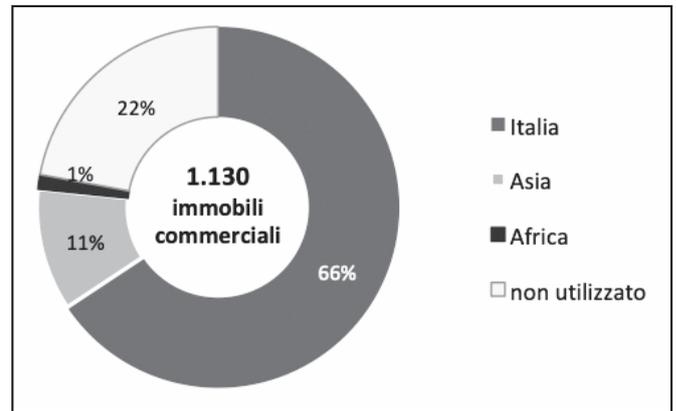


Figura 9 - Origine geografica dei gestori delle attività commerciali nel caso studio.

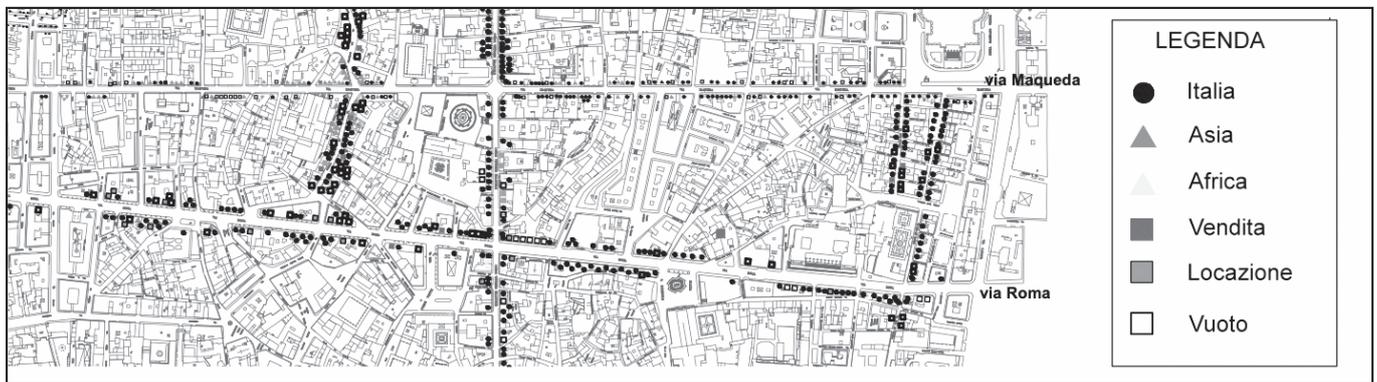


Figura 10 - Ubicazione delle attività commerciali in via Roma e via Maqueda.

food, pub e ristoranti) è pari al 30%, invece la presenza degli immigranti è pari a 12% del campione, con una netta prevalenza di asiatici (11%) e una piccola presenza di africani (1%) (Fig. 9).

Il confronto dei dati relativi a via Maqueda e via Roma (Figg. 10-11) consente di valutare gli esiti, fino ad oggi opposti,

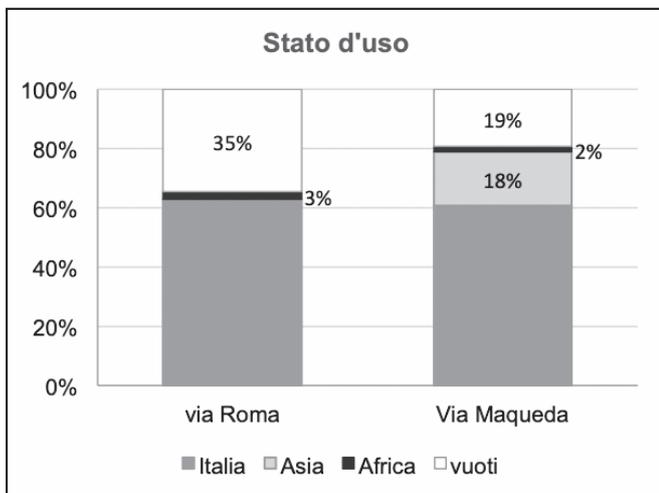


Figura 11 - Origine geografica dei gestori delle attività commerciali in via Roma e via Maqueda.

conseguenti ai provvedimenti della Amministrazione Comunale in tema di pedonalizzazione e di istituzione di Zone a Traffico Limitato (ZTL). Anche se entrambe le vie ricadono nel perimetro di una ZTL, via Maqueda è stata resa pedonale da piazza Verdi a piazza Vigliena (dove si connette all'area pedonale di corso Vittorio Emanuele); al contrario via Roma è rimasta carrabile. Queste decisioni hanno creato le condizioni per la ripresa della domanda di locazione di nuove attività commerciali nella parte pedonale di via Maqueda, e hanno anche favorito la sostituzione immediata (senza vacancy) di alcune attività in declino con attività di ristorazione. Via Roma invece è rimasta penalizzata in termini di scarsa accessibilità, accentuando il processo, già in atto, di declino come asse commerciale che si traduce in aumento di immobili non utilizzati e in periodi di vacancy superiori a un anno. In via Roma la percentuale di immobili a destinazione commerciale vuoti è alta e pari al 35%, inoltre gli immobili locati a stranieri sono un numero esiguo. In via Maqueda, al contrario, anche se permane una quota di immobili non utilizzati (19%), la presenza di stranieri è consistente e pari al 20%, e si registra una netta prevalenza di asiatici (in particolare del Bangladesh) che intercettano una parte delle esigenze di consumo di giovani, turisti e residenti con fast-food etnici e vendita di prodotti alimentari con aperture prolungate in orari notturni.

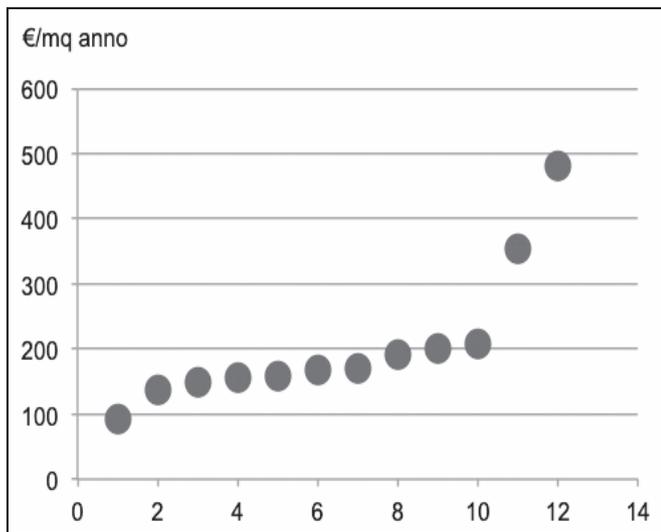


Figura 12 - Canoni di locazione unitari di immobili a destinazione commerciale in via Maqueda (tratto da piazza Vigliena a piazza Giulio Cesare) (rilevazione diretta 2018).

Bisogna però rilevare che gli immobili commerciali locati a immigrati sono localizzati prevalentemente nel tratto di via Maqueda (tra piazza Vigliena e piazza Giulio Cesare) che è rimasto aperto al transito veicolare fino a luglio 2019, dove i canoni di locazione sono bassi e compresi tra 93 e 480€/mq anno, secondo una rilevazione diretta nel 2018, anche se i valori più frequenti oscillano tra 100 e 200€/mq annui (Fig. 12). La presenza di attività gestite da immigrati diventa sempre più sporadica man mano che si procede verso il centro della città (piazza Giuseppe Verdi) dove l'incremento dei canoni di locazione costituisce una barriera economica alla loro localizzazione.

6. CONCLUSIONI

La modificazione dei modelli localizzativi degli immobili a destinazione commerciale per effetto della diffusione di modalità alternative di vendita al dettaglio (shopping mall, megastore, e-commerce) ha inciso profondamente sulla struttura urbana imponendo la riorganizzazione del mercato immobiliare urbano in termini di rapporti domanda/offerta, valori/redditi e di trasmutazione di liquidità. Anche le zone centrali delle città e le high street stanno subendo fasi di parziale declino con lunghi tempi di vacancy causati dall'eccesso di offerta di immobili in locazione rispetto alla domanda.

Queste trasformazioni, allo stesso tempo, sono state l'occasione per intensificare le interazioni e il radicamento nei quartieri di residenza dei migranti, i quali hanno contribuito a sostenere la domanda di locazione degli immobili (residenziali e commerciali) e ad attenuare la diminuzione delle rendite.

L'analisi del caso studio, formato da alcune high street nel centro storico di Palermo, ha consentito di verificare che la domanda di locazione di immobili commerciali espressa dagli immigrati non è il risultato di una mera sostituzione di conduttori, ma costituisce una quota incrementale della domanda di immobili che altrimenti rimarrebbero non utilizzati, innescando ulteriori *minus*-valorizzazioni e riducendo sensibilmente la redditività del patrimonio immobiliare.

È importante comunque sottolineare che queste attività, specie quando rivolte all'intera cittadinanza, non sono solo luogo di scambio di merci, o di produzione di profitto e di rendita, ma diventano luoghi di aggregazione e di interazione fondamentali per la costruzione della città multiculturale contemporanea.

* **Grazia Napoli**, Dipartimento di Architettura, Università degli Studi di Palermo
e-mail: grazia.napoli@unipa.it

** **Giulia Bonafede**, Dipartimento di Architettura, Università degli Studi di Palermo
e-mail: giulia.bonafede@unipa.it

ABBATE G., ORLANDO M., *Centri commerciali a Palermo: alla conquista della Conca d'Oro*, in Leone M., Lo Piccolo F., Schilleci F. (a cura di), *Il paesaggio agricolo della Conca d'Oro di Palermo*, Alinea Editrice, Firenze, 2009, pp. 305-313.

APPADURAI A., *Modernità in Polvere*, Meltemi, Roma, 2001.

ARENDT H., *The Human Condition*, Chicago University Press, Chicago, 1958.

AUGÉ M., *Nonluoghi. Introduzione ad una antropologia della surmodernità*, Eleuthera, Milano, 2009.

BARONI W., *Contro l'intercultura. Retoriche e pornografia dell'incontro*, Ombre corte, Verona, 2013.

BAZZI A., *La piazza è mia*, Rubbettino, Catanzaro, 2012.

BONAFEDE G., LO PICCOLO F., *Cronache ZEN: la questione abitativa tra assenza di politiche pubbliche, pratiche dal basso ed arte della negoziazione*, Archivio di Studi Urbani e Regionali, No. 90, 2007, pp. 47-66.

BONAFEDE G., NAPOLI G., *Palermo multiculturale tra rischi di gentrification e crisi del mercato immobiliare nel centro storico*, Archivio di Studi Urbani e Regionali, No. 113, 2015, pp. 123-150.

BONAFEDE G., NAPOLI G., *Erraticism and Multicultural Permeability of Urban Fabric in Palermo*, in Piccinini L.C., Chang T.F.M., Taverna M., Iseppi L. (eds.), *The Erratic Behavior of the Landscape-cultural Mosaic: Emotion*,

Energy, Experience, Proceedings of the 20th IPSAPA/ISPALEM International Scientific Conference, Reggio Calabria (Italy) July 7th-8th, 2016, 2017, pp. 139-150.

BONAFEDE G., SCHILLECI F., "Frantumazione e armonia: dinamiche della "diluizione" urbana nella Piana dei Colli di Palermo", in Leone M., Lo Piccolo F., Schilleci F. (a cura di), *Il paesaggio agricolo nella Conca d'Oro di Palermo*, Alinea Editrice, Firenze, 2009, pp. 293-304.

CAMAGNI, R., *Economia urbana. Principi e modelli teorici*, La Nuova Italia Scientifica, Roma, 1992.

CANNAROZZO T., "La governance mafiosa e l'assalto al territorio", in Leone M., Lo Piccolo F., Schilleci F. (a cura di), *Il paesaggio agricolo nella Conca d'Oro di Palermo*, Alinea, Firenze, 2009.

CIUNA M., MILAZZO L., SALVO F., *A mass appraisal model based on market segment parameters*, Buildings, Vol. 7(34), 2017, pp. 1-13.

CROSTA P.L., *Società e territorio, al plurale. Lo "spazio pubblico" – quale bene pubblico – come esito eventuale dell'interazione sociale*, Foedus, No. 1, 2000, pp. 40-53.

DAMESICK P., *E-commerce and UK retail property: Trends and issues*, Briefings in Real Estate Finance, Vol. 1, No. 1, 2001, pp. 18-27.

FORTE F., ANTONIUCCI V., DE PAOLA P., *Immigration and the Housing Market: the Case of Castelvoturno in Campania Region, Italy*, Sustainability, No. 10, issue 343, 2018, pp. 1-17.

GIAMPINO A., PICONE M., SCHILLECI F., *The shopping malls as an emergent public space in Palermo*, The journal of Public Space, No. 2, 2017, pp. 85-96.

GIUFFRIDA S., VENTURA V., TROVATO M.R., NAPOLI G., *Axiology of the historical city and the cap rate. The case of the old town of Ragusa Superiore*, Valori e Valutazioni, No. 18, 2017, pp. 41-55.

HOLSTON J., "Spaces of Insurgent Citizenship", in Sandercock L. (ed.), *Making the Invisible Visible. A Multicultural Planning History*, University of California Press, Berkeley, Los Angeles, 1998.

MAROTTA P., SCHILLECI F., "Il controverso ruolo dei centri commerciali per la definizione dello spazio pubblico nella trasformazione della città contemporanea", in Schilleci F., Lo Piccolo F. (a cura di), *Forme e processi per il progetto di territori. Pratiche e prospettive nella Sicilia occidentale*, FrancoAngeli, Milano, 2016, pp. 106-119.

MOCCIA F.D., SGOBBO A., *La polarizzazione metropolitana: l'evoluzione della rete della grande distribuzione verso un sistema policentrico sostenibile*, Liguori Editore, Napoli, 2013.

NAPOLI G., "Financial sustainability and morphogenesis of urban transformation project", in Gervasi O., Murgante, B., Misra, S., Gavrilo, M.L. Rocha A.M.A.C., Torre C., Tanjar D., Apduhan B.O. (eds.) ICCSA 2015, Part III, LNCS No. 9157, 2015, pp. 178-193.

NAPOLI G., *Housing affordability in metropolitan areas. The Application of a Combination of the Ratio Income and Residual Approaches to Two Case Studies in Sicily, Italy*,

Buildings, Vol. 7(4), No. 95, 2017, pp. 1-19.

NAPOLI G., VALENTI A., GIUFFRIDA S., "The urban landscape and the real estate market. Structure and fragment of the axiological tessitura in a wide urban area of Palermo", in Piccinini L.C., Chang T.F.M., Taverna M., Iseppi L. (eds.), *The Turning Point of the Landscape-cultural Mosaic: Renaissance Revelation Resilienc*, Proceedings of the 19th IPSAPA/ISPALEM International Scientific Conference, Napoli (Italy) July 2nd-3rd, 2015, 2016a, pp. 67-78.

NAPOLI G., GIUFFRIDA S., TROVATO M.R., "Fair Planning and Affordability Housing in Urban Policy. The Case of Syracuse (Italy)", in Gervasi, O. et al. (eds.), *Computational Science and Its Applications*, Vol. 9789, 2016b, pp. 46-62.

NAPOLI G., GIUFFRIDA S., VALENTI A., "Forms and functions of the real estate market of Palermo. Science and knowledge in the cluster analysis approach", in Stanghellini S., Morano P., Bottero M., Oppio A. (eds.), *Appraisal: from Theory to Practice*, Results of SIEV 2015, Springer International Publishing, 2017a, pp. 191-202.

NAPOLI G., GIUFFRIDA S., TROVATO M.R., VALENTI A., *Cap rate as the interpretative variable of the urban real estate capital asset: A comparison of different sub-market definitions in Palermo, Italy*, Buildings, Vol. 7(3), No. 80, 2017b, pp. 1-25.

RIZZO F., *Il capitale sociale della città*, FrancoAngeli, Milano, 2003.

SANDERCOCK L., *Toward Cosmopolis. Planning for Multicultural Cities*, Wiley, Chichester, 1998.

SANDERCOCK L., *When Strangers Become Neighbours: Managing Cities of Difference*, Planning Theory and Practice, Vol. 1, No. 1, 2000, pp.13-30.

SASSEN S., *Whose Cities Is It? Globalization and the Formation of New Claims*, Public Culture, No. 8, 1996, pp. 205-223.

SASSEN S., *The Global City*, New York, London Tokyo, Princeton University Press, Princeton, NJ, 2001.

SCOTT A.J. *Città e regioni nel nuovo capitalismo. L'economia sociale delle metropoli*, Il Mulino, Bologna, 2011.

SOJA E.W., *Beyond Postmetropolis*, Urban Geography, Vol. 32, No. 4, 2011, pp.451-46.

SOJA E.W., *Postmetropolis: Critical studies of Cities and Regions*, Blackwell Publishers, Oxford-Malden (MA), 2000.

TODARO V., "Fenomeni di differenziazione sociale", in Vinci I., La Greca P. (a cura di), *Sicilia. Rapporto sul territorio 2018*, Urbanistica Dossier, No. 16, 2018, pp. 21-25.

WELTEVREDEN J.W.W., VAN RIETBERGER T., *E-shopping versus city centre shopping: The role of perceived city centre attractiveness*, Economische en Sociale Geografie, Vol. 98, No. 1, 2007, pp. 68-85.

YOUNG, I. M., *Justice and the Politics of Difference*. Princeton University Press, Princeton, NJ, 1990.