



Euroméditerranée: in corsa per la modernità

Heidi Bergsli¹

by *Planum*, June 2012
I Semester 2012, ISSN 1723-0993

¹ **Heidi Bergsli**, research fellow in human geography at the Urban Research Program at Oslo University College (2007-2010). Her research concerns the role of social rights in new urban policies in a European, comparative perspective.
E-mail: Heidi.bergsli@est.hio.no



Marsiglia, storicamente, è stata, e continua ad essere, chiusa tra un Nord povero e un Sud ricco, due parti di città poste a cavallo della Canabière, la via principale. *Euroméditerranée* si estende dal primo al terzo distretto fino alla parte Nord Est della *Canabière*, laddove si sono stratificati i problemi e le sfide socio economiche della città centrale². Nel 2004, il tasso di disoccupazione ha toccato la soglia del 24% in tutti e tre i distretti, quando la media urbana si attestava al 14,2% (comparata a quella nazionale dell'8,6%)³.

Il progetto di riqualificazione *Euroméditerranée* ha inizio nel 1995, su un'area di 310 ha. Nel 2007 è stato previsto un ampliamento di 180 ha, attualmente destinato a negozi e edifici produttivi. Il comparto iniziale è stato suddiviso in cinque zone: il waterfront e l'area di rappresentanza del progetto *Cité de la Méditerranée*, il nuovo centro direzionale e residenziale *Joliette*, il polo Culturale della *Belle de Mai*, realizzato attraverso la conversione di edifici industriali preesistenti in strutture di produzione culturale e mediatica; *Saint Charles*, che ospita la stazione ferroviaria e il suo intorno; ed infine *Rue de la République*, la via centrale che connette *Place de la Joliette* con il porto antico e la *Canabière*. Anche le aree comprese tra queste zone stanno vivendo un processo di graduale rinnovo e costruzione che sta investendo anche i settori limitrofi. Secondo l'agenzia pubblica di sviluppo EPAEM, *Euroméditerranée* ha contribuito al miglioramento e alla diversificazione dell'economia urbana e della sua base occupazionale⁴. Il netto aumento dei valori immobiliari nel centro città e ai suoi margini è un altro segnale delle trasformazioni sociali ed economiche che sono state attivate da *Euroméditerranée*.

² EPAEM 1998. Schéma de Référence d'urbanisme d'Euroméditerranée, Marseille; Morel, B. 2005, "Marseille, d'une économie à l'autre", *Faire Savoir*, déc. 5-12; Bertoncello, B. & Rodrigues-Malta, R. 2001. "Euroméditerranée: les échelles d'un grand projet de régénération urbaine", in: DONZEL, A. (ed.) *Métropolisation, gouvernance et citoyenneté dans la région urbaine marseillaise*. Paris: Maisonneuve & Larose.

³ INSEE 2004, "De forts contrastes de revenus entre les quartiers de Marseille". in INSEE, *L'essentiel*, n°76.

⁴ <http://www.euromediterranee.fr/themes/economie/le-nouveau-pole-economique-de-leurope-du-sud.html> 20 July 2010



Immagine 1. L'area del progetto Euroméditerranée. Illustrazione Studio Magellan, design Theresè Troika. Copyright Euroméditerranée

Una visione strategica

La costruzione dello scenario strategico per la riqualificazione delle aree centrali della città è avvenuta nel corso degli anni '80 e ha seguito un iter abbastanza lungo di formalizzazione.

La proposta di un ambizioso progetto di riqualificazione delle aree portuali dismesse come volano per la conversione della base economica urbana, è stata promossa ufficialmente, per la prima volta, dalla Camera di Commercio e Industria di Marsiglia (CCIMP) nel 1987⁵. Il progetto è accompagnato da un'attenta valutazione dell'andamento sociale ed economico della città e del suo posizionamento a livello internazionale.

Influenti e pionieristici nella costruzione di questo scenario sono stati anche gli investimenti operati nel 1984 dalla società immobiliare SARI sull'area dei *Docks Joliette*, in cui la ristrutturazione degli edifici del XIX sec. appartenenti alla *Compagnie des Docks et Entrepôts* e la loro destinazione a funzioni terziarie, hanno segnato l'ingresso dell'economia dei servizi in città, aprendo una nuova prospettiva evolutiva.

Parallelamente, l'AGAM - l'agenzia locale di pianificazione di Marsiglia - focalizza l'attenzione sulla situazione economica e sociale della città e tra i fattori che frenano lo sviluppo e incrementano le disuguaglianze sociali e, in maniera speculare, le principali sfide da affrontare. L'Agam indica: la creazione di posti di lavoro, la mancanza di cooperazione tra le autorità locali e la frammentazione del contesto metropolitano⁶.

Le priorità evidenziate mirano a: trasformare Marsiglia nella capitale economica della Francia meridionale; rafforzare i settori scientifici e culturali; sostenere la coesione sociale e la qualità della vita; promuovere il turismo e il ruolo internazionale della città⁷. In particolare, l'AGAM focalizza ulteriormente l'attenzione alle crescenti disuguaglianze; sottolinea la ricchezza del carattere multietnico di Marsiglia; e riformula queste questioni nella costruzione di una nuova prospettiva cosmopolita. L'obiettivo di ricostruire l'economia locale attraverso un grande progetto di riqualificazione urbana, infine, viene associato alla necessità di valorizzare i quartieri adiacenti al waterfront, soggetti a fenomeni di degrado.

Solamente negli anni '90, però, queste ipotesi di trasformazione entrano ufficialmente nell'agenda pubblica di Marsiglia, in una fase in cui, nel dibattito internazionale, i progetti di riconversione delle grandi aree funzionali e industriali dismesse si affermano come strategia dominante per fronteggiare la crisi economica e promuovere la rinascita urbana. I primi casi esemplari riguardano proprio i waterfront portuali⁸.

La formalizzazione del progetto e la condizione finanziaria difficile della municipalità hanno portato al suo inserimento negli interventi di rilevanza nazionale finanziati dallo stato francese. La possibilità di sviluppare la città come "capitale del Sud", infatti, rientra coerentemente entro una strategia nazionale più ampia intrapresa per aumentare la competitività globale delle città francesi⁹.

⁵ CCIMP 1987. *Marseille Provence International*. Marseille.

⁶ AGAM 1992. *Working paper*, XIème Plan 1994-1998.

⁷ AGAM 1992. *Working paper*, XIème Plan 1994-1998, p. 3.

⁸ HALL, P. 1991. *Waterfronts: a new urban frontier*. Berkeley: University of California.

⁹ DATAR 1992. *Comité interministériel d'aménagement du territoire*, 23 July 1992. Dossier de presse.

Da un punto di vista attuativo, il comitato inter-ministeriale costituito nel 1993 per definire i progetti preliminari ha insistito sulla proprietà locale del progetto. Conseguentemente, lo stesso anno, è stato firmato un accordo tra le autorità locali che ha portato all'istituzione di un apposito Consiglio Amministrativo costituito da: lo stato centrale (50% della copertura finanziaria del progetto), la municipalità di Marsiglia (25%), il Consiglio regionale *Provence-Alpes-Côte d'Azur* (10%), il consiglio dipartimentale *Bouches-du-Rhône* (10%) e l'agglomerazione urbana *Marseille Provence Métropole* (5%). La gestione operativa del progetto è affidata all'agenzia pubblica di sviluppo EPAEM (*l'Établissement Public d'Aménagement d'Euroméditerranée*), istituita nel 1995.

Il progetto si ritiene abbia il merito di aver stimolato la sperimentazione di forme di cooperazione regionale, successivamente messe a dura prova dall'avvicendamento di progetti complementari e alternativi in cui la localizzazione di parchi scientifici, funzioni culturali o poli produttivi è emersa come dispositivo di competizione intra-regionale piuttosto che come interessante strumento compensativo per un riequilibrio complessivo del territorio. Ad oggi, pertanto, ne risulta una configurazione instabile dei rapporti di potere che ha portato a diverse ri-negoziazioni degli obiettivi e delle strategie del progetto *Euroméditerranée*.

Il futuro cosmopolita

Il *Masterplan* di Marsiglia del 1992 (lo *Schéma de cohérence à l'horizon 2015*) sottolinea che “la popolazione, specialmente le classi medie, hanno abbandonato la città centrale che verte verso un progressivo impoverimento. È necessario reagire a questo fenomeno”. Il progetto *Euroméditerranée*, in questa cornice di riferimento, è stato definito come “la ri-conquista della città centrale” e “un progetto riequilibratore”.

Occorre precisare che, storicamente, queste aree non sono mai state utilizzate dalle classi medie. Come altrove, il nuovo waterfront sembra essere destinato ad attrarre maggiormente le “classi sociali transnazionali”, i cui valori, fattori di mobilità, preferenze negli stili di vita e di consumo sono formati e condivisi internazionalmente¹⁰. Da questo punto di vista, il waterfront potrebbe costituirsi come ciò che Leslie Sklair definisce “spazio sociale transnazionale”, dove design e funzioni sono composti omogeneamente per soddisfare le preferenze di consumo globalizzate delle classi medie emergenti¹¹.

La competizione tra città, che i governi urbani considerano come una sfida e una minaccia allo sviluppo e alla crescita, ha portato ad un crescente “orientamento al mercato” delle strategie e dei processi di pianificazione¹². Questo ulteriore sbilanciamento implica che i professionisti mobili impiegati ai vertici delle industrie dei servizi, nell'immaginario collettivo la nuova “classe creativa”, che Richard Florida ritiene essere la chiave della crescita economica dei nostri giorni¹³, dovrebbero essere attratti nella città. Conseguentemente, strategie “culturali”

¹⁰ GOTTDIENER, M. 2000. Approches to Consumption. Classical and Contemporary Perspectives. in: GOTTDIENER, M. (ed.) *New Forms of Consumption*. Lanham: Rowman & Littlefield.

¹¹ SKLAIR, L. 2006. Iconic architecture and capitalist globalization, *City*, 10, 21-47.

¹² HARVEY, D. 1989. From Managerialism to Entrepreneurialism: The Transformation in Urban Governance in Late Capitalism *Geografiske Annaler*, 71, 3-17.

¹³ FLORIDA, R. 2002. *The rise of the creative class: and how it's transforming work, leisure, community and everyday life*, New York, Basic Books.

vengono impiegate per attrarre queste nuove popolazioni, con la dotazione di luoghi residenziali e funzionali e amenità di vario tipo che si suppone soddisfino le loro preferenze di stile di vita; con la conseguenza che un paesaggio “stereotipato” prende il posto di una reale e genuina pluralità sociale o presenza cosmopolita, ambite dal progetto di riqualificazione.

A Marsiglia, le visioni sociali del progetto hanno continuato ad oscillare tra una maggiore enfasi sulla pluralità presente nel lavoro delle autorità ingaggiate per predisporre i piani preliminari del progetto, a risultati più deboli, come i piani che sono stati realizzati negli ultimi dieci anni. La giustizia nella città, espressa attraverso il diritto di rimanere insediati nel proprio quartiere di appartenenza o alla garanzia che tutti i cittadini possano avere a disposizione nella città offerte culturali e di consumo plurali, è limitata dove il rinnovo urbano e la pressione in favore della maggiore attrattività portano ad una omologazione autoreferenziale di porzioni rilevanti della città.

La visione spaziale e geografica

La formula recente di *Euroméditerranée* è quella per cui il progetto dovrebbe contribuire alla promozione internazionale della dell'area metropolitana di Marsiglia attraverso “la realizzazione dei servizi necessari nei settori della cultura, dell'economia e dell'educazione e garantendo la qualità urbana ed architettonica dei nuovi quartieri...”¹⁴. Le strategie predisposte per migliorare il posizionamento competitivo di Marsiglia sono: lo sviluppo economico e urbano, la promozione della città e la rivitalizzazione dei quartieri esistenti.

Le azioni definite per lo sviluppo economico contemplano essenzialmente l'incentivo e la localizzazione di importanti aziende francesi ed internazionali, di piccole e medie imprese e attività commerciali locali. Per quanto riguarda lo sviluppo urbano, invece, si sceglie di favorire la pluralità sociale attraverso lo spazio pubblico, le istituzioni e un design urbano moderno e sostenere la valorizzazione dell'*heritage* culturale. Il paesaggio fisico costruito dal progetto, di conseguenza assurge a importante strumento per aumentare l'attrattività di Marsiglia nei confronti di nuove popolazioni, sia interne che esterne all'area metropolitana.

Euroméditerranée: il nome e la cosa

Il nome del progetto *Euroméditerranée* ha nutrito aspettative e dibattito sin dal momento in cui è stato formalizzato ed esprime simbolicamente l'orientamento geografico e il genere di ambizioni concernenti il livello di attrattività auspicato. La cooperazione tra l'Unione Europea ed il resto del bacino mediterraneo è ritenuta un'opportunità per incrementare l'importanza complessiva della regione pan Mediterranea.

Rispetto a questo scenario, nel 1995 è stata adottata *La Dichiarazione di Barcellona* alla conferenza Euro-Mediterranea del Consiglio europeo e dei rappresentanti delle 27 nazioni europee e di quelle dell'area Sud-Mediterranea. La partnership è incentrata sull'accordo di “stabilire un framework multilaterale unendo insieme aspetti economici, legati alla sicurezza e [...] le dimensioni sociale, umana e

¹⁴http://www.euromediterranee.fr/html/index.php?module=Infos_PN_Menu&idm=11
30 September 2009, 13:30

culturale”¹⁵. La cooperazione Euro-Mediterranea è stata rilanciata nel 2008 come *l’Unione per il Mediterraneo* approvata a Marsiglia dai 43 partners aderenti.

La visione di *Euroméditerranée* che proponeva Marsiglia al centro delle questioni Euro-Mediterranee, anticipa gli obiettivi dell’*Unione* e persino il processo di Barcellona. Le aspirazioni avanzate dall’UE costituiscono così un quadro di riferimento, all’interno del quale il progetto *Euroméditerranée* è ulteriormente potenziato. Un’altra iniziativa di cooperazione mediterranea, *l’Arco Mediterraneo Latino*, è stata avviata nel 2002 dalle regioni costiere comprese tra l’Andalusia e la Campania¹⁶, che apporta motivazioni aggiuntive per assumere Marsiglia come fuoco centrale di questo arco, che per la città è più significativamente definito tra Barcellona e Genova.

Rispetto a queste dinamiche, emergono alcuni avvenimenti significativi. Genova, attraverso la recente riqualificazione del porto, l’Esposizione Internazionale del 1992 dedicata a Colombo, in occasione del cinquecentenario della scoperta delle Americhe, e la designazione della città come Capitale Europea della Cultura nel 2004, è stata proiettata nel panorama internazionale. Per quanto riguarda Barcellona, la sua immagine e attrattività sono state rinforzate con successo, in Europa ed oltre, a partire dai primi anni ’90, quando l’organizzazione delle Olimpiadi è stata l’occasione per avviare a un programma di riqualificazione e di promozione urbana considerato tra quelli di maggior successo a scala europea, assumendo oggi una posizione affermata e di vantaggio rispetto ad altre realtà.

I fautori dell’*Arco Mediterraneo Latino* ne descrivono così l’evoluzione: “Barcellona si configura come una capitale del Nord, che però si è sviluppata al Sud ...”. Marsiglia, invece, come definita da un direttore teatrale locale, “appare come la più ‘africana’ delle città europee, più cosmopolita di Parigi”¹⁷.

Queste rappresentazioni hanno una loro risonanza perché le differenze tra il carattere moderno di Barcellona e quello cosmopolita di Marsiglia sono visibili: un centro città profondamente rinnovato a Barcellona ed uno in declino a Marsiglia. Dominanza di Immigrati a Marsiglia, di turisti a Barcellona.

Competere con Barcellona

Il ‘cosmopolitismo’ come carattere saliente ed immagine per l’inserimento della città nel panorama internazionale è un concetto ambivalente nelle strategie urbane per la competitività: da un lato, è coerente con l’immagine della ‘città creativa’, dove la città è connessa alle prominenti città mondiali e alle classi sociali transnazionali; dall’altro, non risulta pertinente con la pluralità culturale amplificata dall’immigrazione coloniale e post-coloniale.

Molti degli immigrati e degli imprenditori che hanno vissuto e hanno sviluppato le loro attività nelle aree interessate oggi dal progetto *Euroméditerranée* sono stati espulsi o si stanno localizzando altrove per i processi di sostituzione e l’aumento dei valori immobiliari indotti. Anche evoluzioni nel carattere cosmopolita diventano evidenti in queste aree nel momento in cui categorie professionali mobili e benestanti si trasferiscono entro gli uffici e gli appartamenti ammodernati. Sebbene questo meccanismo di sostanziale sostituzione non sia

¹⁵http://europa.eu/legislation_summaries/external_relations/relations_with_third_countries/mediterranean_partner_countries/r15001_en.htm; 23 Ago. 2009, 14:15.

¹⁶ <http://www.arcolatino.org/>; 23 Ago. 2009, 12:50.

¹⁷ Intervista ad un direttore di teatro locale del 17 Gen. 2008.

ancora una strategia completamente esplicita, esso è troppo spesso l'esito prodotto da questa tipologia di progetti di riqualificazione e ridefinizione funzionale di rilevanza urbana. Cambiamenti indotti politicamente nella composizione sociale ed economica sono accompagnati da trasformazioni nell'offerta culturale che, a loro volta, portano ad una ulteriore omogeneizzazione dei centri città.

Barcellona è concepita dai promotori di Marsiglia sia come competitorice che come modello. Assurge a riferimento esemplare di inserimento ben progettato e di successo nel mercato delle 'città globali' attraverso un percorso di riassetto urbano culturalmente orientato¹⁸. I progetti relativi alla ridefinizione dei waterfront mirano solitamente ad innestare o simbolizzare la 'modernità' in una città, come nel caso di Marsiglia.

Questa corsa per la modernità implica che il paesaggio urbano è la forma rappresentativa attraverso la quale la nuova economia viene proiettata nelle città. I grattacieli, le strutture commerciali e le offerte culturali pianificati simbolizzano e materializzano il nuovo orizzonte prospettato nella auspicata modernizzazione di Marsiglia, trasformata così in una città 'post industriale' e 'creativa'.



Immagine 2. Lo skyline futuro di Marsiglia. Immagine di Golem Images. Copyright: Euroméditerranée

Stereotipi globali e sublimi banalità

Il waterfront simbolico e rappresentativo di Euroméditerranée, *Cité de la Méditerranée*, è pianificato per riproporre gli stessi ingredienti del progetto del *Port Vell* di Barcellona: due istituzioni culturali progettate da un architetto di fama internazionale, un grande centro commerciale con attività ricreative (Terraces du Port), una marina e un lungomare, un centro congressi che include un cinema multisala e un hotel ed una struttura per concerti ricavata in un silos preesistente. L'agenzia di sviluppo presenta *Cité de la Méditerranée* come "un programma veramente originale", inscritto nelle nuove relazioni tra la città e il porto: "attività culturali, formative, scientifiche, ludiche e terziarie formano, insieme alle attività del porto [...] un unico complesso, testimoniando il ruolo di Marsiglia come una

¹⁸Per un approfondimento sulle strategie di riassetto urbano culturalmente orientate si veda la sezione speciale in *Urban Studies* 2005; 42 (5-6) (Mag).

delle maggiori metropoli per gli scambi economici e culturali tra l'Europa e il Mediterraneo"¹⁹.

La *Cité de la Méditerranée* sarà uno spazio rappresentativo che segnala e simbolizza la capacità di trasformazione e modernizzazione di Marsiglia, in particolar modo per i turisti futuri, che fino a questo momento raramente sono stati a Marsiglia. Comparata al *Port Vell* e a waterfront similari, le istituzioni culturali pianificate in *Euroméditerranée* si distinguono per la qualità dell'offerta. Il Museo delle Civiltà Europee e il Centro regionale del Mediterraneo sono istituiti con l'obiettivo di sviluppare temi e questioni di rilevanza "mediterranea" all'interno dei propri programmi, in maniera congiunta con altre istituzioni appartenenti a questo contesto geografico.

Le istituzioni culturali localizzate presso il waterfront, in questo modo, sostanziano la visione di *Euroméditerranée* come nodo dello scambio culturale nella pan-regione mediterranea. Di conseguenza, si è tentato un duplice sviluppo della visione di *Euroméditerranée*: mentre le strategie culturali sono basate sulle nozioni storiche e socio culturali di scambio nel contesto mediterraneo, le strategie economiche e residenziali alimentano gli scambi e la mobilità transatlantici.

Un'importante finalità de la *Cité de la Méditerranée* è di accrescere l'accessibilità al mare e al waterfront. Il direttore del municipio responsabile delle relazioni economiche ed internazionali, in una intervista ha espresso la sua preoccupazione relativa allo sviluppo de la *Cité de la Méditerranée* e al suo impatto sulle opportunità commerciali nell'area del centro consolidato di Marsiglia. *La Canabière* e il centro cittadino necessitano strategie per modernizzare e assicurare la presenza di attività commerciali e sociali, e il direttore è preoccupato che i nuovi sviluppi di *Euroméditerranée* porteranno ad un 'gioco a somma zero' nel quale il centro preesistente perderà la propria capacità di attrazione a favore delle nuove aree²⁰. La *Rue de la République*, la strada che connette il nuovo waterfront e il centro storico, è stata realizzata nel XIX secolo in stile Haussmaniano per ospitare le classi medie²¹. Questo non è mai avvenuto e, allorquando la strada si appresta ad essere rinnovata, gli abitanti e i gestori locali dei negozi vengono allontanati. In aggiunta, la crisi finanziaria ha imposto un arresto allo sviluppo, producendo il rischio che gli sviluppatori non riusciranno nell'intento di attrarre una popolazione abbiente e strutture di consumo esclusive.

Un architetto locale che ha lavorato su diversi progetti nel contesto sia di *Euroméditerranée* che della regione urbana, sottolinea il desiderio antecedente la nomina di EPAEM di rendere Marsiglia differente da Barcellona suggerendo dei piani privi di un programma "spettacolare", proponendo, al contrario del progetto sviluppato, di "costruire una città tranquilla sul mare, una sorta di isola locale, veramente urbana. Un intento più frivolo, minimalista..."²². Si voleva proporre per Marsiglia qualcosa che non fosse stato fatto altrove, fondando i piani su un modello mediterraneo piuttosto che anglo-sassone. La concezione preliminare aveva assunto il concetto della "sublime banalità" per indicare le preoccupazioni relative alle necessità della vita quotidiana, con la sobrietà nel design e

¹⁹http://www.euromediterranee.fr/html/index.php?module=Infos_PN_Menu&idm=2, 23 Ago. 2009 18:00.

²⁰ Intervista, 28 Feb. 2009.

²¹ Cf. FOURNIER, P. and S. MAZELLA 2004 (eds.). *Marseille, entre ville et ports. Les destins de la rue de la République*. Paris: La Découverte.

²² Intervista, 27 Feb. 2008.

l'integrazione locale. Questa preoccupazione è presente nell'offerta delle istituzioni culturali che offrono sale di lettura rivolte agli abitanti, come anche un programma di mostre e dibattiti su argomenti di rilevanza locale e regionale.

Al contrario, nel dominio dell'urban design e dello sviluppo immobiliare, il paesaggio insito in *Euroméditerranée* tende ad essere sviluppato maggiormente come spazio sociale transnazionale. La mancanza di integrazione socio-spaziale di *Euroméditerranée* nel tessuto della città preesistente è un'altra preoccupazione corrente. Ci sono altri progetti sociali e di riqualificazione in Marsiglia, ma non sono propriamente coordinati²³; di conseguenza, ci sono aree esterne al perimetro che non sono valorizzate. Barriere economiche e simboliche radicalizzano l'esperienza delle disuguaglianze tra le aree di riqualificazione e quelle al loro esterno. Questo è un effetto tipico delle strategie d'area, nel momento in cui gli obiettivi propri della pianificazione modernista di coesione sociale e di uno sviluppo di lungo periodo pensato per la città nel suo insieme vengono trascurati.

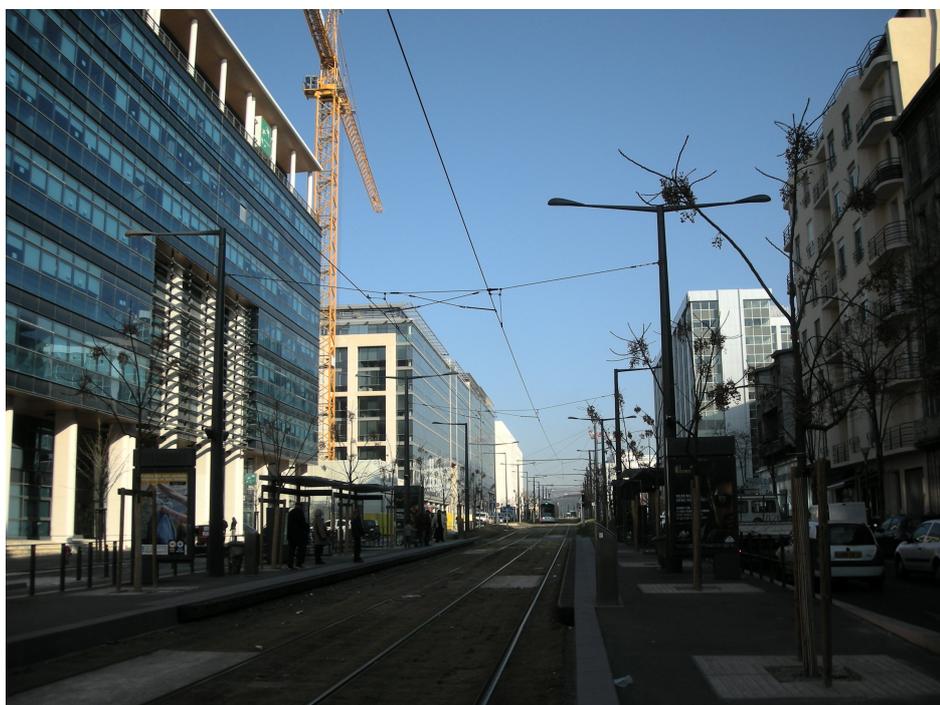


Immagine 3. Lo spazio sociale transnazionale dell'area della Joliette. Foto: H. Bergsli (ottobre 2008)

Divari tra le visioni, gli obiettivi e le azioni in *Euroméditerranée* sono evidenti nel dominio dello spazio pubblico in generale, e negli spazi verdi in particolare. Le argomentazioni economiche risultano sempre più persuasive quando le priorità sono definite nella riqualificazione urbana. Nella prima fase di *Euroméditerranée*, l'esigenza di interventi nel settore immobiliare era ritenuta così importante che tutti gli sforzi erano concentrati sulla costruzione; ne è risultato un deficit nella provvigione di spazi pubblici e aperti.

²³Intervista con il direttore dell'Agam, 17 Ott. 2008; Intervista con un direttore del comune, 28 Feb. 2008.

Un rappresentante nel Consiglio Amministrativo di *Euroméditerranée* ha rivelato che “[la società] non è stata in grado di mantenere la promessa degli spazi verdi. È abbastanza semplice. Il suolo ha un valore, ma quando ha un valore è sempre più difficile inserire servizi e amenità pubbliche... E' un processo economico. È normale”²⁴.

Diversi rappresentanti coinvolti nel processo di riqualificazione si soffermano sulle difficoltà di consolidare gli obiettivi dello sviluppo sia economico che urbano. Il problema delle aree verdi viene, di fatto, ricondotto alla mancanza di aree libere nell'intorno del progetto e all'insostenibilità dei necessari costi di espropriazione. Nonostante ciò, l'agenzia promuove *Euroméditerranée* come intervento attrattivo per gli investimenti in virtù delle sue riserve spaziali. L'uso delle aree disponibili è, in questo senso, negoziato con difficoltà tra i bisogni dei quartieri e i profitti e gli incentivi economici.

Cittadinanza e cosmopolitismo

Marsiglia è stata designata Capitale Europea della Cultura per il 2013 e il programma proposto ha integrato la visione di *Euroméditerranée* per accrescere il ruolo della città come *lieu d'échange* tra l'area meridionale mediterranea e l'Europa continentale²⁵. Al suo interno vengono argomentate le modalità in cui sia il paesaggio materiale che le attività culturali presenti nelle aree rinnovate assumono un ruolo centrale per l'evento. Le capacità locali e le attività dovrebbero essere potenziate tanto quanto le offerte culturali mirate ad un pubblico internazionale. L'agenzia di sviluppatrice di *Euroméditerranée* è stata coinvolta nel processo di costruzione del programma. Queste rappresentano le due grandi opportunità di lanciare Marsiglia in una nuova prospettiva di sviluppo. Ma la visione del progetto di come le strategie debbano riflettere cittadinanza e cosmopolitismo determinano il modo in cui gli abitanti di Marsiglia sono iscritti nella “città creativa” ambita da questa come da altre città.

Strategie per promuovere la crescita economica e la competitività urbana che investono nelle componenti morfologiche, funzionali e socio-culturali del “paesaggio urbano” sono diventate comuni nelle città europee. Ma gli effetti di queste politiche si riversano senza mediazione sulla città: esse, spesso, si traducono in una contrapposizione dualistica tra la creazione di una nuova città centrale, simbolicamente e materialmente ricca e attrattiva, che fa da contraltare ad una esterna, povera e/o marginalizzata. Queste strategie “d'area”, tendono a non contemplare la necessità di una visione d'insieme, che produca un orizzonte spaziale e di senso condiviso per tutti i cittadini.

Le città o le regioni urbane metropolitane, infatti, non necessariamente sono in grado di sostenere la pluralizzazione di nodi commerciali e di consumo, che potrebbero risolversi in un “gioco a somma zero” all'interno del territorio. Un effetto opposto rispetto alle intenzioni di creare una regione metropolitana forte per affrontare la competizione territoriale globale, che pure accompagnano questi progetti.

²⁴ Intervista con un rappresentante delle autorità locali, 13 Mar. 2008.

²⁵ “Marseille-Provence 2013. European and Mediterranean. Application to become the European Capital of Culture Under the tutelage of Albert Camus, who would have been 100 years old in 2013”. Available at http://www.marseille-provence2013.fr/espace_presse/Dossier_MP2013_2008_en.pdf.

Non ci sono nemmeno certezze che il paesaggio sviluppato in questo modo produca il capitale mobile auspicato. In contrasto alle promettenti aspettative retoriche, è possibile supporre l'omologazione di una serie di città attorno a dei modelli precostituiti nei settori del consumo e dell'urban design. Probabilmente, la preoccupazione alternativa per una "sublime banalità", come espressione di una qualità e di un'offerta di livello più basso ma più vicino alla cultura e alle esigenze degli abitanti, avrebbe costituito una strategia più sostenibile.