

L'analisi

LA PROSSIMITÀ DEFINISCE LO SPAZIO CHE CONTA

La vicinanza diventa cruciale in un Paese che invecchia
Rileva l'uso competitivo delle aree urbane

di **Filippo Barbera**

Se Italo Calvino fosse ancora tra noi e potesse riscrivere «Lezioni americane», non mancherebbe di dedicare attenzione al concetto di prossimità. I processi di globalizzazione e l'avvento della società digitale hanno contribuito a svalutare l'importanza di ciò che ci è spazialmente vicino e facilmente raggiungibile. Come se lo spazio fisico potesse essere sostituito, vuoi da relazioni a distanza, vuoi dalla possibilità di scambiare beni e servizi con un qualsiasi operatore economico. L'esperienza del lockdown durante la pandemia ha rimesso al centro della vita quotidiana il tema della prossimità: avere o meno un negozio di alimentari o un supermercato vicino a casa, quindi raggiungibile a piedi in un tempo ragionevole, ha fatto la differenza per la nostra qualità di vita in quel tempo sospeso.

Tema, questo, al centro della ricerca realizzata da progetto Urban Pulse 15 del Centro studi Tagliacarne, in collaborazione con Il Sole 24 Ore del Lunedì. L'analisi georeferenziata della prossimità spaziale alla grande distribuzione e/o al piccolo commercio al dettaglio ci restituisce infatti un'immagine non scontata, da più punti di vista. Per una volta il ranking territoriale del Paese si capovolge, con le province del Mezzogiorno che mostrano indici migliori di quelle del Nord per quel che riguarda la vicinanza al commercio al dettaglio. Il dato, da solo, dice poco di quella che abbiamo chiamato «Economia fondamentale» (Einaudi 2019), cioè l'insieme dei beni e dei servizi necessari alla vita quotidiana delle persone, distribuiti attraverso reti o punti vicini alle persone e spesso trascurati dalla narrazione pubblica.

Ci suggerisce però che un'analoga mappatura di scuole, ospedali e servizi di mobilità sarebbe più che preziosa per le politiche pubbliche.

La ricerca mostra poi l'urgenza della costruzione di mappe del Paese che evitino grossolane semplificazioni dicotomiche (Nord-Sud; rurale-urbano; pianura-montagna). L'esempio più riuscito è quello della strategia nazionale per le aree interne, che andrebbe ripresa ed estesa. Non perché le grandi divisioni non siano importanti (è ben noto che lo sono), quanto perché il livello di scala vicino all'economia della vita quotidiana – come appunto mostra la ricerca – è cruciale per le politiche territoriali. Così, se guardiamo alla prossimità rispetto alla grande distribuzione ai primi posti troviamo grandi città grandi del Nord (Torino e Milano), accanto a città medie dal Nord al Sud del Paese (Livorno, Pescara, Savona, Cagliari, Foggia).

Vediamo poi che la città non è omogenea e che la dimensione di area vasta è importante. Se dalla città ci spostiamo all'area urbana limitrofa, molte città che erano in cima al ranking scivolano nella parte bassa della classifica. Le politiche della mobilità, per esempio, dovrebbero tenere conto di questi aspetti. In un Paese che invecchia come il nostro, il tema della prossimità è destinato a diventare sempre più importante.

La ricerca non analizza le cause della diversa accessibilità spaziale ai punti vendita alimentare, che sappiamo dipendere dalla composizione socio-demografica del territorio e dagli usi competitivi dello spazio urbano. Offre però più di uno spunto per una politica della prossimità, che rimetta al centro quello spazio che fa la differenza per la vita - e la qualità della vita - quotidiana delle persone.

Professore associato di sociologia economica all'Università di Torino

© RIPRODUZIONE RISERVATA

