



LE OPPORTUNITÀ DELLA MOVIDA

**Andare oltre la deriva circense di centri e
luoghi storici delle città italiane**

Rapporto Finale



INDICE

Prefazione	1
La città buona è la città relazionale, e la Movida non può non esserci	3
Parte prima: Origini e situazione attuale	9
1. La Movida, breve storia di un fenomeno e di una definizione	10
2. La <i>MalaMovida</i> , degenerazione patologica della Movida	13
2.1. Le origini politiche della <i>MalaMovida</i>	16
2.2. Complessità normativa e dispositivi regolatori utili	19
3. I luoghi della Movida e i centri storici	24
Parte seconda: Opinioni e comportamenti degli italiani	29
4. La Movida come opportunità, convinzione diffusa e prevalente tra gli italiani	30
4.1. Il <i>buono</i> della Movida: generare relazionalità	40
4.2. Lo specifico delle persone che vivono sole	43
4.3. Il coinvolgimento quantitativo degli italiani nella fruizione serale e/o notturna dei luoghi pubblici	52
4.4. Il coprifuoco non abita qui	53
4.5. Perché si esce la sera e/o la notte	62
4.6. I protagonisti della Movida	66
4.7. Un approfondimento sui <i>popoli abituali</i> della sera e/o della notte e della Movida	76
4.8. I centri storici delle città italiane: la frequenza serale e/o notturna	77
Parte terza: Le criticità sociali	87
5. Le patologie che affluiscono nella Movida	88
5.1. Il problema del <i>numero</i> e delle minoranze antisociali	88
5.2. Soggettivismo deregolato e cultura dell'eccesso	90
5.3. Gli adolescenti, una criticità sociale urgente	93
5.4. Il consumo di alcol: il contesto e gli eccessi	102
5.5. I dati sul rapporto con l'alcol	103
5.6. Le indicazioni operative	107
Parte quarta: Gli stakeholder, profilo e motivazioni	110
6. Gli operatori, i fattori che premiano quelli <i>socialmente irresponsabili</i>	111
6.1. Responsabili socialmente e deresponsabilizzati socialmente	111

6.2.	Esercizi pubblici iperregolati <i>versus</i> format deregolati	112
6.3.	Il caso delle discoteche: l'inutile internalizzazione dei costi di sicurezza a fronte di venditori ambulanti abusivi	113
6.4.	Il <i>take away</i> : il format al centro della <i>MalaMovida</i>	114
6.5.	Perché vincono i <i>take away</i>	115
6.6.	Le derive pararegali: la mimesi dei <i>take away</i> e i venditori ambulanti	117
6.7.	L'asporto da parte dei consumatori	118
6.8.	I free rider protagonisti della <i>MalaMovida</i> , vincenti anche nella crisi	119
6.9.	Crisi, pubblici esercizi e <i>take away</i>	121
6.10.	Liberalizzazione come politica e liberi tutti come pratica: è giusto così?	123
7.	I residenti	126
8.	La stagione delle delibere creative e/o repressive	135
	Parte quinta: Le possibili soluzioni	148
9.	Che città vogliamo	149
9.1.	Il valore della relazionalità	149
9.2.	La Movida ci vuole per il bene della città	152
10.	Non ci sono soluzioni miracolistiche	155
10.1.	La necessità di coinvolgere tutti gli <i>stakeholder</i>	155
10.2.	L'ineludibilità di nuovi strumenti di regolazione	158
10.3.	La tutela della salute pubblica	159
11.	Educazione diffusa per una buona Movida	162
	Parte sesta: I casi di studio	167
12.	Una lettura trasversale dei risultati relativi ai casi di Milano, Roma e Catania	168
13.	Milano	171
13.1.	Movida componente del <i>brand</i> cittadino	173
13.2.	Movida e <i>MalaMovida</i> a Milano	178
13.3.	Due luoghi emblematici della Movida	179
13.4.	L'uscita in avanti possibile per la Movida milanese	196
13.5.	Altre iniziative necessarie	199
14.	Roma	201
14.1.	Non è la Movida all'origine della crisi del centro storico	201
14.2.	L'evoluzione demografica del centro storico e la nuova domanda di relazionalità	206
14.3.	I luoghi della Movida	207
14.4.	Il tempo della demonizzazione e del conflitto, il tempo della condivisione	210

14.5. Esempi di Movida, <i>MalaMovida</i> e risposte concrete	212
14.6. L'azione dell'amministrazione comunale	230
14.7. Rassegna di alcune iniziative	232
15. Catania	237
15.1. Il valore sociale e culturale della Movida nella storia della città	237
15.2. I luoghi della Movida	241
15.3. Il centro storico e i Caffè concerto	245
15.4. I protagonisti della <i>MalaMovida</i>	248
15.5. La complessità del controllo	251
15.6. Le problematiche dei residenti	252
15.7. Cosa servirebbe per far rinascere la Movida catanese	253
Allegato - Norme e regole relative all'alcol	255

PREFAZIONE

La lettura di questo Rapporto fa giustizia di tanti luoghi comuni che si sono via via affermati intorno al fenomeno della Movida. Anzitutto è importante aver messo a fuoco che siamo dinanzi ad una questione complessa che non può essere derubricata semplicisticamente ad emergenza di ordine pubblico. La Movida, al contrario, richiama i temi della relazionalità, della qualità della vita, della fruizione dei centri storici, della forza creativa dello spazio urbano prima ancora che quelli economici della produzione di reddito e lavoro nelle città terziarizzate. E neppure bisogna trascurarne le valenze in termini di attrattività turistica di cui le notti bianche rappresentano l'estensione materiale e simbolica giacché nel turismo, talvolta, si vende la veglia anziché il sonno.

Ma non possiamo tacere sul fatto che è ormai lungo l'elenco delle città dove il centro storico è teatro di conflitti, anche intensi, tra una pluralità di interessi ed esigenze che rinviano a diverse potenziali vocazioni dei luoghi. Proprio la vocazione circense dei centri storici, così viene definita nel rapporto, fa anche da incubatore a comportamenti devianti, a volte illegali, che generano delicati problemi di gestione dell'ordine pubblico e che rendono difficile la coesistenza delle diverse esigenze che si trovano a convergere negli stessi luoghi.

Lo studio traccia, con l'onestà di chi è chiamato a leggere i fenomeni sociali senza preconcetti, le traiettorie di queste degenerazioni fino a ricondurle dentro un concetto di *MalaMovida* che si sviluppa e si affianca alla buona Movida.

Qui emergono con forza le "patologie" correlate all'abuso del consumo di bevande alcoliche, alla moltiplicazione di luoghi di consumo "scarnificati" sotto il profilo commerciale e di servizio, alla mancanza di un sistema che non è solo di controllo ma anzitutto di regolazione.

Raccogliamo, con un sentimento di disincanto, le evidenze dello studio che, devo ricordare, non è il frutto della teoria ma dell'osservazione sul campo delle reali dinamiche di ciò di cui stiamo parlando. Con disincanto perché siamo stati spesso, come pubblici esercizi, messi sul banco degli imputati, per lo più in solitudine, nonostante i nostri continui richiami alle responsabilità condivise ed alla deriva generata da scelte di politica commerciale e del territorio profondamente sbagliate perché incapaci di

comprendere che la complessità non si governa a colpi di ordinanze “creative” ma con un disegno coerente che mette ogni cosa al posto giusto.

Abbiamo pensato, insieme al SILB-Associazione Italiana Imprese di Intrattenimento da Ballo e di Spettacolo, di stimolare una riflessione su un tema di grande attualità per uscire dagli spazi angusti della cronaca che quasi sempre fanno scattare il riflesso condizionato della difesa d’ufficio e alzano muri di incomunicabilità tra tutte le parti in campo.

Spero che il Rapporto contribuisca alla individuazione di soluzioni praticabili che guardino in avanti chiamando in causa la responsabilità di tutti, in sintonia con una idea condivisa del significato e del ruolo del centro cittadino rispetto agli obiettivi della comunità e dei suoi componenti.

Lino Enrico Stoppani
(Presidente Fipe)

LA CITTÀ BUONA È LA CITTÀ RELAZIONALE, E LA MOVIDA NON PUÒ NON ESSERCI

Sono oltre 29 milioni gli italiani che ogni tanto escono la sera, più di 22 milioni quelli che frequentano i centri storici del proprio comune o dei comuni limitrofi, *quasi 19 milioni gli italiani che si recano, quelle volte in cui escono, nei luoghi della Movida.*

Ogni settimana poi almeno una volta 15,6 milioni di persone escono la sera o la notte, 8,4 milioni frequentano i centri storici del proprio comune o di comuni limitrofi, *4,3 milioni si recano nei luoghi della Movida* e 6,1 milioni trascorrono le ore serali e/o notturne anche in pubblici esercizi.

Sono numeri da fenomeni di massa, ampi, capillari, coinvolgenti che animano i centri e i luoghi storici delle città italiane.

La Movida, come fruizione collettiva di luoghi ed esercizi pubblici nelle ore serali e più ancora notturne, ne è componente significativa, una delle modalità in cui si esprime questa diffusa, radicata e trasversale vitalità dello stare insieme, della convivialità, della voglia di vivere le proprie relazioni e il tempo libero fruendo delle opportunità offerte da spazi ed esercizi pubblici in determinate porzioni del territorio urbano.

A partire dalla vibrante Madrid postfranchista, per lungo tempo, il termine Movida ha evocato l'idea di veri e propri distretti urbani della creatività e del buonvivere, luoghi della città (spesso i centri storici) in cui esercizi e spazi pubblici operano come crocevia di relazioni, incontri, scambi che incentivano una esplosione di creatività e concreti progetti d'impresa dal cinema alle arti figurative alla moda alle nuove tecnologie, migliorando la qualità della vita e il *brand* globale della città.

La Movida quindi viene percepita come una grande risorsa per rendere la città vibrante, vissuta, profondamente umana, in grado di generare valore sociale, oltre che economico, e di operare come magnete di turisti e talenti.

In Italia il termine Movida ha però subito uno slittamento semantico verso una connotazione negativa e nei media è ormai il convitato di pietra in occasione di episodi di cronaca nera, peraltro non sempre ad essa riconducibili; la Movida infatti evoca nella rappresentazione mediatica gli eccessi nel consumo di alcol e stupefacenti, le tante pratiche antisociali (dall'inquinamento acustico a forme di vandalismo e di illegalità), in sintesi la pressione antropica incontrollata su porzioni del territorio urbano (di

solito, luoghi e centri storici) che rende prigionieri i residenti e di fatto vandalizza il contesto.

La Movida riassume quasi paradigmaticamente patologie sociali dell'eccesso e della sregolatezza che fanno paura e che in molti dei luoghi della Movida sembrano beneficiare di una terra franca dove regna una sorta di sospensione della legalità e dei controlli.

La enfasi negativa dei media è certo distorsiva rispetto a fenomeni che, come si è rilevato, sono positivi, di massa e coinvolgono milioni di cittadini, tuttavia è indubbio che i media sono un prisma che deforma solo in parte, perchè una torsione del fenomeno reale in Italia si è indubbiamente consumata.

Oggi i luoghi della Movida sono infatti il teatro di una sua degenerazione patologica che è una sorta di tumore della Movida, che va tenuto distinto da essa anche se vi è profondamente interconnesso: è la *MalaMovida*, forse il nemico più viscerale e distruttivo della Movida come opportunità virtuosa, perché fa da microclima ad episodi di cronaca nera spesso eclatanti che provocano una richiesta emotiva di misure drastiche, spettacolari, il cui solo effetto è quello di blindare, spegnere e quindi uccidere le nostre città.

Cos'è la *MalaMovida* e come si è arrivati alla situazione attuale in cui essa rischia di scacciare e uccidere la Movida? Al cuore della *MalaMovida* c'è il connubio nefasto tra una domanda infinitamente elastica verso l'alto di alcolici, soprattutto di giovani e adolescenti, e una offerta incontrollata di vendita degli alcolici da parte di operatori spregiudicati che si concentrano in via esclusiva su questa attività, con format semplificati all'osso, quasi sempre veri e propri *take away*.

E' così che la vendita di alcolici si pone come il perno di alcune unità di vendita ibride che giocano tra le maglie delle regole con una vera e propria induzione al consumo di alcolici, attraverso un aggressivo dumping nei prezzi di vendita e senza alcuna verifica su età o eventuale sobrietà degli acquirenti.

Certo non sono solo i *take away* ad alimentare il consumo incontrollato di alcolici, e non sono infrequenti casi di gestori e proprietari di esercizi pubblici che per tenere il colpo della concorrenza sleale si adeguano alla degenerazione del mercato dedicando poca attenzione all'impatto sociale di vendite eccessive e inconsulte (ad esempio, ad adolescenti o persone già alterate), ma il format dei *take away*, di fatto unità di vendita intensa di ogni tipo di alcolici, così come le pratiche degli ambulanti abusivi riassumono

paradigmaticamente un'offerta che insegue, quasi bracca la domanda di alcolici (ad esempio, con prezzi molto bassi) incentivandola a crescere senza limiti.

Il connubio nefasto che agevola il consumo incontrollato di alcolici è il pilastro primo della *MalaMovida*, che poi è fatta anche di conseguenti eccessi e comportamenti antisociali; la concentrazione delle persone e, in alcuni contesti, anche di esercizi pubblici, attività commerciali e di imprese artigiane alimentari (pizzerie d'asporto, kebab, ecc.) fa il resto, e l'esito è l'occupazione coatta di porzioni del territorio urbano che invece di generare valore socioeconomico e sicurezza, finisce per produrre entropia, paura e voglia di farla finita con ogni modalità di fruizione degli spazi pubblici.

E' la *MalaMovida* il cuore del problema, ed essa sempre più scaccia la buona *Movida* che, invece, aldilà del martellamento mediatico su eccessi, trasgressioni incontrollate e illegalità, nella percezione maggioritaria degli italiani è una straordinaria opportunità per le comunità e le città perché essenziale nel creare contesti in cui può trovare risposta la domanda di relazioni che è il vero vettore della buona qualità della vita delle città, oltre che il volano per un brand attrattivo, forte, coinvolgente.

Il presente testo contiene i risultati di una ricerca realizzata dalla Fondazione Censis su incarico della *Federazione Italiana Pubblici Esercizi* (FIPE), che per la prima volta in Italia offre un quadro ampio e dettagliato delle fenomenologie della *Movida* con una interpretazione di risorse, criticità e soprattutto possibili uscite in avanti rispetto alla pericolosa conflittualità, a volte incattivita, che oggi connota i rapporti tra i vari *stakeholder*, dagli esercenti ai residenti agli amministratori locali.

Bisogna partire però da un assunto decisivo in questa fase: vivere le città, solcare le loro strade, averle piene di persone che fruiscono giorno e notte di spazi ed esercizi pubblici è un obiettivo desiderabile per una buona qualità della vita e per la crescita economica; le città relazionali sono quelle in cui si vive meglio, le più sicure, le più attrattive.

Le città blindate, spente, custodialiste, prive o con pochissimi contesti pubblici in cui coltivare la relazionalità sono regressive, insicure, più facilmente prede di subculture di strada votate all'illegalità.

L'alternativa non può essere tra il caos incontrollato della *MalaMovida* e l'asetticità blindata di città spente, piegate alla sola logica produttivista che confina le relazioni tra persone dentro le reti familiari e gli spazi privati.

La relazionalità è il cuore del buonvivere, tanto più oggi che i contesti urbani, per ragioni sociodemografiche e culturali presentano *baratri di solitudine* e anche per questo esprimono una domanda potenziale di relazionalità molto alta.

E la pratica della relazionalità non può essere relegata a un problema esclusivamente privato, individuale, che ognuno deve risolvere da sé; richiede contesti, luoghi, spazi adeguati, gradevoli, coinvolgenti, prorelazionali in cui potersi esprimere; il valore della Movida è in primo luogo legato a questa dimensione sociale e relazionale fondamentale, a cui si aggiungono poi i suoi positivi impatti economici e di attrattività.

In città ad alta *diversity* sociodemografica, economica, culturale, con traiettorie biografiche e quotidiane che tendono a diversificarsi senza mai incontrarsi e dove è forte la tendenza al rinserramento individualistico o di microcomunità, creare i luoghi dell'incontro, dello scambio e dell'interazione è un obiettivo primario, per la qualità della vita, per il dinamismo economico e per l'attrattività del brand.

Sta qui l'ineludibilità della Movida, la necessità di spazi opportunamente organizzati con esercizi pubblici e altri segmenti di offerta che consentano di vivere la città anche fuori dagli orari attivi, di lavoro o studio. C'è una funzione sociale di spazi ed esercizi pubblici che appartiene alla storia delle città non solo italiane, ed è quella di *microclima prorelazionale*, crocevia di incontri, scambi, interazioni che poi sono il motore vero di innovazione socioeconomica.

Movida si, MalaMovida no: questo in estrema sintesi l'obiettivo da perseguire per le nostre città che trova piena condivisione in una maggioranza di italiani per i quali la Movida è una risorsa per le città, una cosa positiva anche per se stessi che amano avere luoghi ove poter vivere in modo conviviale, stare insieme anche fuori dai contesti familiari e produttivi.

E poi ci sono i giovani, protagonisti primi ma non esclusivi delle notti, che mostrano di volere coltivare la prossimità relazionale, rifuggendo dalle lusinghe della fruizione individualistica e privata del tempo libero pericolosamente monopolizzata dai nuovi, intriganti *device* tecnologici che inducono fruizione solipsistica del tempo.

Abbatere la *MalaMovida* quindi è il primo obiettivo essenziale e richiede come premessa ineludibile il riportare sotto controllo le sue dinamiche evolutive a partire da dispositivi regolatori che già oggi consentono di governare alcuni dei fattori decisivi che la generano, imponendo il rispetto della tutela della salute (si pensi al recente D.L. Balduzzi sull'alcol) e di alcuni luoghi di pregio minacciati dalla pressione dell'eccesso di locali, persone, e soprattutto da un consumo incontrollato di alcol.

Occorre un salto di qualità nella governance mediante alcune semplici pratiche:

- rimettendo sotto controllo nelle aree critiche delle città il ritmo di crescita di tutte le imprese che svolgono la medesima attività a prescindere dai sistemi normativi che le regolano, in particolare se trattano bevande alcoliche, mediante criteri autorizzatori che introiettino le esigenze di tutela. La proliferazione dei format di vendita, il libero scorazzare (economicamente remunerativo) senza mai fronteggiare sanzioni adeguate di gestori spregiudicati che giocano al limite della legge cinicamente indifferenti all'impatto sociale della loro azione, è tra le cause primarie della *MalaMovida* e dei suoi effetti nefasti;
- imponendo un sistema di regole, vincoli, sanzioni uguale per chi di fatto svolge attività uguali nel settore della vendita e somministrazione di alcolici, moltiplicando controlli e sanzioni così da evitare che la loro vendita incontrollata diventi fonte di reddito crescente per alcuni operatori spregiudicati e fonte di alti costi sociali e sanitari per i residenti in primis e per la collettività più ampia poi, a causa dei tanti comportamenti antisociali che essa genera, fino alle forme di devianza e microcriminalità;
- promuovendo forme stabili di coinvolgimento attivo degli *stakeholder*, dai residenti ai gestori e proprietari alle istituzioni locali alle forze dell'ordine alle associazioni locali, perché nessuno si senta escluso e ognuno abbia i contesti in cui far presente punti di vista e argomentazioni, smontando quindi la pericolosa logica della radicalizzazione della conflittualità e del senso di frustrazione da impotenza ed esclusione;
- rendendo i luoghi della Movida epicentro di iniziative, molte delle quali già sperimentate spontaneamente e dal basso dal tessuto associativo e anche da singoli esercenti, che mirano a far maturare la domanda e l'offerta che si esprime nella Movida, secondo logiche di maggiore qualità, responsabilità, stile nei consumi. Un processo già sperimentato in

altri ambiti con, ad esempio, l'affermarsi di una evoluta cultura enogastronomica o del consumo maturo e critico che, ovviamente, qui deve fare i conti con la pericolosa egemonia delle culture dell'eccesso e dello sballo che richiedono un lavoro di lunga lena di educazione;

- stimolando e incentivando nuovi e originali format di offerta in grado di fornire alternative attrattive alla scarnificata attività dei *take away* che svolgono la più trasversale delle attività, la vendita incontrollata di alcolici. E' importante che si affermino nuovi format di esercizi pubblici in grado di offrire prodotti/servizi, a prezzi sostenibili, che conquistino *cuori, menti e portafoglio* soprattutto dei più giovani. E' una sfida di mercato che non può essere lasciata ai soli esercenti, ma richiede coinvolgimento pubblico laddove si reputi che contribuiscano a obiettivi sociali come la riduzione della vendita di alcolici. Per questo ha senso pensare a fattori incentivanti di contesto, da agevolazioni fiscali specifiche ad investimenti infrastrutturali che li favoriscano;
- rendendo obiettivo sociale di comunità la riduzione del consumo di alcolici, soprattutto del *consumo in eccesso concentrato* di giovani e anche adolescenti. I numeri sono da brivido e le conseguenze drammatiche, nessuno può chiamarsi fuori da una iniziativa incessante di contrasto di tutti i fattori che promuovono o facilitano il consumo in eccesso degli alcolici. L'intervento preventivo (dal controllo a monte dei soggetti di offerta alle attività di educazione diffusa) e quello repressivo (sanzioni dure per chi trasgredisce a regole sulla vendita di alcolici alla *no tolerance* verso l'ambulante abusivo) vanno intensificati, oppure sarà molto difficile estirpare il tumore della *MalaMovida*, e soprattutto spingere in basso l'eccesso di consumo di alcolici.

Il presente testo contiene gli esiti di una pluralità di attività quali quantitative di ricerca, con una interpretazione complessiva della fenomenologia e, poi, una presentazione narrativa dei casi di studio di Milano, Roma e Catania che sono stati il cuore della ricerca.

PARTE PRIMA:

ORIGINI E SITUAZIONE ATTUALE

1. LA MOVIDA, BREVE STORIA DI UN FENOMENO E DI UNA DEFINIZIONE

Movida, termine entrato da lungo tempo nel linguaggio comune e nel circuito mediatico, ha vissuto un vero e proprio *slittamento semantico* che riflette in parte la sua proiezione mediatica e in parte anche la progressiva degenerazione concreta del fenomeno reale che richiama.

Infatti Movida è un termine spagnolo che riecheggia una fase precisa della vita sociale e culturale della Spagna e della sua capitale, Madrid. Uscita dal lungo sonno franchista, la capitale spagnola divenne in alcune sue aree epicentro di un fenomeno virtuoso, esaltante, vibrante di fermento creativo nelle arti figurative, nella moda, nella cultura ampiamente intesa, fenomeno che implicava la realizzazione di eventi, incontri, esperienze e i cui protagonisti avevano eletto a propri luoghi di riferimento una serie di locali diurni e soprattutto notturni.

Nacque un vero e proprio *distretto urbano della creatività, della moda, della cultura, del buon vivere, dello stare insieme* da cui sono decollate eccellenze nella moda come nel cinema, e che ha finito per rappresentare paradigmaticamente l'intreccio virtuoso che valorizza un territorio come scenario di una esperienza collettiva di esplosione di creatività che crea valore economico, sociale e buona qualità della vita.

L'uso comune del termine Movida ha poi finito per renderlo rappresentativo di ogni contesto urbano in cui si registra una concentrazione di locali diurni e/o notturni in cui le persone si incontrano per lavoro, per scambiarsi opinioni, esperienze, o semplicemente per bere e intrecciare relazioni e conoscenze.

Socialmente i protagonisti primi della Movida, come inevitabile, sono i giovani, dagli studenti a coloro che sono entrati, stanno per entrare o vorrebbero entrare nel mondo del lavoro; però la sua capacità di coinvolgimento è trasversale alle classi di età, ai livelli di scolarità e ai gruppi sociali.

In seguito, pian piano dal termine Movida è stata espunta la dimensione creativa e culturale, quella tipica di un distretto inteso come luogo di moltiplicazione della relazionalità e di scambio di competenze, esperienze, con relativa generazione di progetti imprenditoriali.

Già nella fase declinante dell'esperienza spagnola la Movida ha perso la dimensione del “*giorno dopo*”, quando dalle relazioni e dalle progettualità narrate della sera o notte precedente si passa alla fase operativa di concrete iniziative.

Nella fase eroica della Movida spagnola la dimensione del giorno dopo era rilevante, se è vero che è esistita una progettualità nel settore delle arti e delle culture creative molto ampia, che ha toccato punte di eccellenza mondiale espresse da nomi ormai universalmente conosciuti, da Almodovar nel cinema ad Agatha Ruiz de la Prada nella moda; nel complesso il movimento magmatico che viene incapsulato nella Movida ha giocato un ruolo decisivo nel mutare la lugubre percezione di Madrid e della Spagna, figlia dell'inverno della dittatura franchista, dandogli un marchio vibrante, positivo, ad altissima attrattività.

Dopo l'esperienza spagnola la Movida diventa sinonimo di vita notturna, di *popolo della notte* che non è più solo quello delle discoteche, ma si compone dell'universo variegato dei tanti e diversi *popoli* che frequentano i locali che offrono opportunità per stare insieme.

Avere una Movida e renderla visibile a livello globale diventa una componente significativa delle politiche di valorizzazione delle città; da quelle globali, come Londra, Berlino e New York, alle città minori che entrano nella competizione globale, Movida è sinonimo di contesti dove trascorrere ore liete, star bene, beneficiare di una qualità della vita legata alla socialità, alla relazionalità, all'incontro, allo stare insieme.

Il caso italiano determina una torsione ulteriore del significato del termine Movida, e soprattutto segna l'inversione in negativo del suo senso comune; essa infatti finisce per coincidere con la vera e propria *pressione antropica* che viene generata su porzioni del territorio urbano, in particolare nei centri storici, dalla presenza massiccia, altamente concentrata, di locali che hanno nella somministrazione e vendita di alcolici il loro baricentro; pressione antropica come effetto della concentrazione di domanda e offerta di somministrazione e vendita di alcol in aree, a volte anche molto ristrette, delle città.

Ecco il punto centrale: il nucleo essenziale della Movida nella rappresentazione oggi prevalente e nel concreto svolgersi della vita nelle città italiane consiste nella concentrazione di locali dove viene praticato l'asporto di bevande alcoliche o dove, sempre meno di frequente, si procede al consumo delle stesse all'interno del locale.

E ciò rinvia probabilmente anche ad una sorta di cortocircuito che si è generato tra l'evoluzione delle abitudini di consumo che ha visto crescere anche la tendenza a consumare in movimento o in luoghi pubblici, e un adattamento dei format di offerta che hanno provato ad intercettare questa nuova dinamica di domanda.

Pian piano questa dimensione di puro consumo, in particolare di alcol, ha finito per prendere il sopravvento, per diventare praticamente esclusiva, e oggi nel nostro Paese di fatto è questo il significato corrente del termine Movidà.

Lo slittamento semantico del termine Movidà, il suo lento transitare cambiando di segno da fenomeno positivo, esplosione liberatoria di energie creative di una società, quella spagnola, che faceva saltare la cappa della dittatura e del conformismo a fenomeno negativo, patologico, di espressione di una soggettività sregolata, che archivia la cultura del limite e fa dell'eccesso la sua cifra non è pura finzione, ma riflette una involuzione reale del fenomeno nel caso italiano.

Certo lo slittamento semantico è anche il riflesso della distorsione mediatica che nasce dall'attenzione ossessiva, di cronaca, da *fait divers* verso episodi violenti che non sempre nascono nei luoghi della Movidà e che però sono ad essa sempre ascritti dall'interpretazione mediatica.

La Movidà diventa un enorme contenitore di facile utilizzo per i media in cui fatti di cronaca, anche quelli più negativamente eclatanti, trovano una facile collocazione; è indubbia la presenza di un effetto distorcente del circuito mediatico rispetto alla Movidà, ma è altrettanto vero che la torsione negativa del termine rinvia anche a dati di realtà, all'insorgere nel cuore della Movidà stessa di una fenomenologia che diventa stabile, strutturale e che definisce una deriva patologica della Movidà, che diventa un tumore della Movidà stessa e che possiamo definire come *MalaMovidà*.

2. LA *MALAMOVIDA*, DEGENERAZIONE PATOLOGICA DELLA MOVIDA

La sintetica ricostruzione storica della Movida come fenomeno e come rappresentazione sociale prevalente consente di arrivare subito al cuore della problematica attuale, perché la Movida di cui oggi più si parla è di fatto la degenerazione patologica del fenomeno originario, di cui però va detto che nel contesto italiano continuano a vivere anche gli aspetti virtuosi.

Come rilevato, oggi in Italia si dice Movida per indicare una pressione antropica con picchi spesso incontrollabili che ha al suo centro la vendita di alcol con format commerciali sempre più dediti *solo* a tale attività; a ciò è poi associata una moltiplicazione di episodi dettati da comportamenti devianti, antisociali e di vera e propria microcriminalità; in pratica, la *MalaMovida* incorpora una molteplicità di problematiche legata all'eccesso di consumo di alcol e stupefacenti.

Nel termine Movida quindi sono accomunati in modo semplicistico fenomeni molto diversi tra loro, e ciò ha esiti molto negativi sulle relazioni sociali e sulle possibili soluzioni per promuovere gli aspetti virtuosi, positivi della Movida. Per questo è necessario affrontare direttamente le *confusioni*, gli equivoci che sono radicati nelle rappresentazioni attuali del fenomeno, per poi arrivare a delimitare in modo netto, trasparente, impressivo la *MalaMovida* rispetto alla Movida da cui nella realtà dei fatti origina e si distingue, senza però *fisicamente incorporarsi*.

Ci vuole in sostanza una grande opera di chiarificazione concettuale e interpretativa dei fenomeni per poterli poi affrontare efficacemente.

Una prima grande confusione riguarda il fatto che ci sono molti casi di rilevante pressione antropica su segmenti di territorio urbano situati in luoghi storici, che fronteggiano le note problematiche di sicurezza e ordine pubblico sebbene al loro interno non esista una altrettanto eccessiva concentrazione di pubblici esercizi.

Infatti, ci sono spazi in cui si registra un notevole afflusso notturno di persone che stanno insieme, bevono e dove poi la situazione diventa molto difficile da gestire e in cui di pubblici esercizi o anche di altre tipologie ce ne sono pochi o per niente; tali situazioni vanno considerate parte integrante del tema Movida e, soprattutto, *MalaMovida*.

In questi casi prevale sia il rifornimento tramite ambulanti abusivi, sia le tante forme di autoapprovvigionamento dei protagonisti della Movida che acquistano altrove gli alcolici (spesso presso attività commerciali, supermercati dove li pagano meno) e poi li portano nei luoghi in cui sono consumati.

Una seconda grande confusione almeno a livello di opinione pubblica è nel termine esercizi pubblici in cui sono fatti confluire *format* molto diversi tra loro con l'effetto netto di trasferire su tutti gli esercenti i vizi e difetti di alcuni. E' noto che ci sono esercizi pubblici propriamente detti che ricadono su dettati normativi e regolatori stringenti e altri *format*, da attività commerciali a imprese artigianali alimentari, che pur vendendo alcolici hanno vincoli molto meno stringenti e riferimenti normativi opachi.

Queste due grandi confusioni fissano già la complessità della problematica, ma è utile procedere ad ulteriori indicazioni chiarificatorie.

Infatti, si è rilevato come la percezione sociale o piuttosto la rappresentazione mediatica prevalente della Movida sia condizionata dalla sua degenerazione patologica che è marcata da un insieme di comportamenti sociali devianti che rinviano come causa scatenante ad un *consumo eccessivo e incontrollato di alcol*, cui si aggiunge molto spesso (almeno in alcuni contesti) il consumo di sostanze stupefacenti; tra i comportamenti antisociali vanno richiamati:

- i disturbi della quiete pubblica e l'inquinamento acustico;
- l'occupazione di suolo pubblico e anche di spazi privati;
- la mancanza di rispetto del decoro pubblico e forme di vandalismo;
- aggressioni, risse;
- furti e forme varie di microcriminalità.

Quando queste fenomenologie si dispiegano in modo sistematico allora è necessario parlare di un fenomeno preciso distinto dalla Movida anche se di fatto incapsulato in essa: *la MalaMovida*.

Quest'ultima si manifesta negli stessi luoghi della Movida, con eruzioni sistematiche e regolari: di solito la *MalaMovida* si dispiega nelle *ore piccole*, quando il consumo di alcol ha raggiunto livelli molto alti e/o al sopraggiungere di microgruppi (di solito molto giovani) con spiccate propensioni devianti; dispiegandosi nelle sue eruzioni patologiche essa finisce per imporsi e coprire la Movida che è invece un fatto sociale

certamente complesso e da gestire, ma pieno di opportunità e tutto da valorizzare.

Per riassumere e focalizzare bene la *MalaMovida* è importante rispondere sia alla domanda su cosa essa sia, in cosa consista, sia a quella relativa al modo in cui si è arrivati alla sua insorgenza e spesso egemonia.

Come rilevato, al suo cuore c'è il consumo in eccesso di alcolici e, molto spesso, anche di droghe e pertanto destrutturando alcune componenti strategiche di essa emerge che:

- dal lato della domanda, esiste una domanda di alcol quasi infinitamente elastica verso l'alto, soprattutto da parte di giovani e adolescenti;
- dal lato dell'offerta, si affermano operatori particolarmente spregiudicati che hanno puntato tutto, incluso il format della loro attività, sulla massimizzazione delle vendite di bevande alcoliche generando così alti fatturati e ottimi margini. Tutto è orientato a forzare le vendite, con una politica di prezzi aggressiva che mette gli alcolici alla portata anche di giovanissimi con poche risorse; inoltre, tali format portano a compimento la scarnificazione della loro attività perché dalla musica alla cultura ad altri aspetti, tutto diventa ancillare per poi scomparire, lasciando format dediti in via esclusiva alla vendita di alcolici;
- dal lato sociopolitico, istituzionale, vanno sottolineate le origini politiche della *MalaMovida*, il ruolo incontestabile che una malgestita liberalizzazione delle attività, esplicita o come effetto di forme di lassismo nella fase autorizzatoria o più ancora dei controlli, ha giocato creando il contesto favorevole agli operatori più spregiudicati.

In estrema sintesi, la *MalaMovida* coincide con la vittoria di un particolare format di vendita o meglio ancora di un'attività, la vendita incontrollata di alcol, e con alcuni comportamenti altamente aggressivi che tendono a conformarsi come una sorta di induzione di fatto al consumo di alcolici. La competizione deregolata nella filiera degli alcolici finisce per premiare chi ricorre a pratiche che non fanno altro che moltiplicare i fenomeni di abuso di alcolici.

E' importante capire anche l'importanza del fattore sociopolitico, delle origini politiche della *MalaMovida* perché le modalità di sviluppo dell'offerta rese possibile dal *frame* regolatorio hanno giocato un ruolo significativo, e soprattutto sono uno dei nodi chiave per elaborare possibili soluzioni.

Mission del presente progetto, quindi, è quello di focalizzare e rendere socialmente visibile la *MalaMovida* come patologia della Movida che, invece, è un fenomeno che offre opportunità e *può essere gestita*. In questa mission è iscritta sia la ricognizione, descrizione e interpretazione dei fenomeni, sia una lettura delle possibili uscite in avanti rispetto alla microconflittualità diffusa tra i vari interessi in gioco.

2.1. Le origini politiche della *MalaMovida*

Nella genesi della *MalaMovida* pesa come un macigno la dinamica della liberalizzazione nelle modalità indicate dalla Unione Europea e soprattutto nel modo sbrigativo e semplicistico con cui sono state accolte dalle nostre istituzioni in particolare a livello locale; tanto più che questa dinamica di liberalizzazione in Italia si è intrecciata con una certa enfaticizzazione delle sue capacità taumaturgiche rispetto alla crescita di reddito e occupazione.

Infatti, liberalizzare il commercio prima e i pubblici esercizi poi, è diventato uno dei *leit motiv* di una certa idea della modernizzazione del nostro Paese, dove la liberazione degli *animal spirits* passerebbe anche attraverso un accesso facilitato, da una regolamentazione minimale, in tali settori.

E' indubbio che su questa strada si possono aprire spazi importanti per chi ha voglia di operare e, tuttavia, come inevitabile il mercato lasciato libero di agire non ha fatto altro che seguire la pista della massimizzazione della redditività degli investimenti, della moltiplicazione accelerata della redditività e non poteva che determinare una serie di esternalità negative di tipo sociale e, alla lunga anche economico, che oggi risulta evidente nella vicenda della *MalaMovida*.

Questo il punto chiave: la *MalaMovida* non è figlia solo della perversione di alcuni operatori o della deriva patologica di un pezzo di cittadini, soprattutto giovani, folli di alcol e sostanze psicotrope; socialmente è anche il portato di scelte di politica economica e di *policy* nei settori del commercio, dei pubblici esercizi e dell'artigianato alimentare, che hanno spianato la strada alla vittoria di operatori avventurieri, attenti solo alla pur legittima massimizzazione della redditività. E' qui che si è realizzato il corto circuito tra una domanda ed un'offerta che sono profondamente cambiate.

E' inevitabile quindi che la rottura di regole e vincoli e/o l'allentamento dei controlli e dell'applicazione di sanzioni, lasciando il mercato più libero di operare secondo le sue sole dinamiche spontanee non fa altro che creare un

contesto in cui vince chi più fa reddito; e questa vittoria evidente attira ulteriori operatori, quasi obbligandoli ad agire nello stesso modo socialmente deresponsabilizzato, attento solo a tutto ciò che massimizza fatturato e margini; non ci si può sorprendere che si determini anche una progressiva concentrazione spaziale dell'offerta, a cui si associa una moltiplicazione esponenziale della domanda con una *entropia da intasamento* che finisce per generare alti costi sociali.

Quindi di fronte all'esplosione di episodi di cronaca, all'occupazione sistematica di pezzi di territorio urbano dai fenomeni più patologici della *MalaMovida*, non basta il soprassalto moralistico o chiedere alle forze dell'ordine, ancora una volta, di supplire sul campo a scelte politico-istituzionali e normative che hanno spianato la strada a tale fenomenologia.

Occorre avere la lucidità per decriptare le cause reali, non tanto per distribuire colpe e responsabilità, quanto per delineare una strategia efficace che sia aderente alla realtà e, quindi, in grado di colpire le degenerazioni patologiche dando al contempo spazio di crescita alla fenomenologia positiva, virtuosa.

A questo stadio quello di cui c'è bisogno è *un guizzo per andare oltre gli stereotipi di questi anni, chiarendo* che non c'è una formula magica per creare facilmente occupazione e reddito, che il mercato in ogni ambito ha assoluto bisogno di un percorso in cui esprimere la sua potenza altrimenti è alto il rischio di una torsione che rallenta progressivamente la creazione di valore economico fino a distruggerlo, nel mentre genera valore sociale negativo.

Si può quindi dire, a partire dall'analisi dei casi di studio effettuati in questa ricerca, che la dinamica del mercato genera oggi i presupposti della *MalaMovida*; la domanda da porsi è come alterare questa dinamica, come controbattere la sua potenza?

Non ci sarà editto che potrà risolvere il problema, così come non esiste un provvedimento salvifico in grado di imporre un ordine ottimale alla complessità caotica degli interessi.

Si tratta di guardare dentro ai processi spontanei e cogliere al loro interno le dinamiche, le onde da accompagnare; e per fare questo occorrono idee chiare sui fenomeni, su quello che si vuole e che si può concretamente fare.

Riguardo al numero e alla composizione di esercizi pubblici, attività commerciali e di artigianato di prodotti alimentari in un determinato contesto, si tratta di mettere all'ordine del giorno domande scomode, con

eccessivo semplicismo derubricate a discorsi vecchi, corporativi, addirittura afferenti ad una ormai antiquata logica pianificatoria: quali sono numero e composizione ottimale di esse? E quali le modalità migliori di autorizzazione all'esercizio delle stesse? Quanta liberalizzazione è utile, equa, efficiente ed efficace?

Come detto, si tratta di altrettante domande scomode, difficili, ma che non possono essere messe in un angolo lasciando spazio a valutazioni astratte di tipo moralistico o di pura valutazione economica.

Tanto più se è vero che al cuore della *MalaMovida* c'è il *consumo di alcol* con una domanda infinitamente elastica verso l'alto e la scelta premiata dal successo economico di alcuni imprenditori di attivare format di vendita in grado di attirare e moltiplicare l'offerta inseguendo e incentivando la domanda, e riducendo le altre attività, dalla musica agli aspetti culturali, a ruoli dapprima ancillari e poi man mano che la situazione si patologizza eliminandole.

La vendita intensa di alcolici diventa la strada rapida, facile e accelerata per avere una redditività crescente tanto che anche il format dei locali diventa sempre più tarato su essa.

Trovano ampio spazio e successo economico imprenditori *free rider* o avventurieri che come rilevato finiscono per scarnificare la propria attività, il locale che gestiscono fino alla sua funzione più nuda: la vendita di alcolici, dalla birra ai superalcolici.

In questa fase di crisi, per promuovere tale attività si moltiplicano le azioni di incentivazione della domanda, puntando ad ampliarla a fasce via via con minore disponibilità di risorse. Inevitabilmente per fare cassa si punta sulle grandi quantità, e per fare grandi quantità si riduce progressivamente il prezzo di vendita fino a rendere l'unità di vendita (che sia la bottiglia di birra o il chupito) alla portata delle tasche dei clienti meno affluenti.

L'incentivazione è relativa al consumo individuale, per cui ogni cliente diventa il terminale di un consumo crescente di unità di prodotto, con una vera e propria induzione al consumo incontrollato di alcol, anche sui più giovani.

Ma ciò chiama in causa coloro che si buttano a capofitto nel nuovo meccanismo competitivo indifferenti agli aspetti sociali; indicativo il caso dell'abusivismo che riesce a prosperare dentro questa dinamica, forzando all'estremo la domanda.

E' così che la *MalaMovida* scaccia la (Buona) Movida e si arriva ai giorni nostri in cui intere porzioni dei centri o luoghi storici di Milano, Roma, Catania e di tante altre città piccole e grandi sono letteralmente prese in ostaggio durante i fine settimana, soprattutto durante l'estate, da parte di masse rilevanti, soprattutto di giovani, che sciamano di spaccio in spaccio per poi consumare all'aperto, in movimento o semplicemente stando all'esterno dei locali.

L'alcol in grande quantità fa da moltiplicatore dei tanti aspetti patologici, dall'inquinamento acustico alla insicurezza, all'aggressività, verso chi richiede un qualche rispetto delle regole.

Si forma una vasta area di devianza, dove la legalità, il rispetto delle regole è di fatto sospesa, e dove a dominare non è altro che la logica della massimizzazione del consumo del prodotto reso disponibile a prezzi decrescenti, comunque abbordabili da tutti.

La *Movida Low cost* diventa fattore inclusivo nella *MalaMovida*, la gonfia di clienti, con anche una proiezione verso il basso dell'età media. L'alcol surclassa tutto il resto: scompare l'articolazione dell'offerta, così come quella delle modalità e finalità fruibili del territorio. Prevale la monofruizione del territorio, in particolare del centro storico, ridotto a contenitore di questo rapporto mercantile tra imprenditoria della *MalaMovida* e consumatori di alcol.

In tutto questo la liberalizzazione e la sovrapposizione di attività regolate in modo diverso (commercio al dettaglio, artigiani, ecc.) fanno da acceleratore perché creano il contesto culturale in cui gli avventurieri possono vincere moltiplicando i costi sociali legati all'eccesso di alcol, e facendo saltare ogni cosa che non sia funzionale alla massimizzazione della redditività d'impresa.

2.2. Complessità normativa e dispositivi regolatori utili

Il quadro legislativo e della dottrina sui pubblici esercizi, le attività commerciali, le imprese artigiane di prodotti alimentari di propria produzione (pizzerie d'asporto, kebab, ecc.), e gli aspetti regolatori della varie dimensioni riguardanti la *vendita* e la *somministrazione di alimenti e bevande* sono estremamente complessi, tanto che non è una forzatura dire che è difficile orientarvisi; è una trama di norme e regolamenti di vario livello che ha generato conflitti di competenze e interpretativi, e più ancora

continua ad alimentare disparità di trattamento tra i soggetti che sono coinvolti.

Molte delle normative sono di antica data e non potevano tener conto della evoluzione delle varie tipologie di offerta come conseguenza anche della dinamica della domanda.

E' evidente comunque che esiste un vizio antico che esercita i suoi effetti malevoli, quello di volere risolvere sempre e comunque per via regolatoria fenomenologie sociali complesse, che stentano a rientrare in quadri normativi per quanto minuziosi possano essere.

Al di là della dinamica normativa e giurisprudenziale, quello che conta sul piano sociopolitico è capire se, alla luce dei fenomeni di deviazione patologica della Movida e delle loro cause dinamiche, ci siano all'interno dell'ampio e articolato panorama regolatorio strumenti, dispositivi per affrontare appunto la *MalaMovida*.

Capire se l'impalcatura normativa, al di là delle sue evidenti incongruenze, criticità, anche velleità, non consenta tutto sommato di affiancare le fenomenologie della Movida dando forza ai soggetti portatori di una logica virtuosa, positiva, funzionale alla moltiplicazione dei benefici e delle opportunità, rendendo invece la vita difficile ai protagonisti negativi della sua deriva patologica; o più ancora se sia possibile orientare la fenomenologia rendendo più vantaggiosi i comportamenti virtuosi piuttosto che quelli patologici.

E' noto come sotto la spinta della Unione europea, degli orientamenti di politica economica e finanziaria e di regolazione dei mercati delle sue istituzioni, sia stata aperta una fase di modificazione delle normative nazionali secondo una logica di promozione delle liberalizzazioni e di apertura dei mercati.

In tutta la controversa vicenda una cosa è certa: le liberalizzazioni, pur nella complessità critica delle normative di recepimento, non escludono assolutamente forme di regolazione dei mercati e dell'accesso ad essi laddove siano in gioco la tutela di alcuni beni di interesse generale e l'utilità sociale.

In sostanza, quello che gli orientamenti europei impongono è il rigetto di una regolazione limitatoria dell'offerta di attività economiche centrata su una valutazione discrezionale del rapporto tra la domanda e l'offerta; esiste però esplicitamente la possibilità, e si potrebbe anche dire la necessità e il dovere, di una programmazione dell'offerta con definizione di criteri di

accesso al mercato laddove sono coinvolte la tutela di alcune esigenze fondamentali.

In primo luogo la stessa normativa di recepimento nel comma 1 dell'articolo 64 richiama esplicitamente il fatto che *"...i Comuni limitatamente alle zone del territorio da sottoporre a tutela adottano provvedimenti di programmazione delle aperture degli esercizi di somministrazione di alimenti e bevande al pubblico..."*

Inoltre, c'è il richiamo del decreto del governo Monti che abroga le norme che prevedono limiti numerici, autorizzazioni, licenze, nulla osta o preventivi atti di assenso dell'amministrazione comunque denominati per l'avvio di un'attività economica *non giustificati da un interesse generale*, costituzionalmente rilevante e compatibile con l'ordinamento comunitario nel rispetto del principio di proporzionalità.

C'è poi il riferimento a parametri oggettivi e indici di qualità del servizio, alla possibilità di introdurre divieti o limitazioni all'apertura di nuove strutture con riferimento a ragioni, non altrimenti risolvibili, di sostenibilità ambientale, sociali e di viabilità che rendano impossibile consentire ulteriori flussi di pubblico nella zona senza incidere in modo gravemente negativo sui meccanismi di controllo in particolare per il consumo di alcolici, senza ledere il diritto dei residenti alla vivibilità del territorio e alla normale mobilità.

Viene inoltre sottolineato il richiamo alle finalità di tutela e salvaguardia delle zone di pregio artistico, storico architettonico e ambientale.

Il quadro non lascia dubbi riguardo alla possibilità di governare il ritmo di crescita dell'offerta, soprattutto nei centri storici o comunque in zone che si ritiene debbano essere tutelate.

Ma già qui si pone un primo problema relativo all'omogeneità di trattamento di imprese che svolgono, di fatto, la medesima attività.

Laddove si decidesse di porre limiti all'insediamento dei pubblici esercizi nelle cosiddette aree critiche, come peraltro ancora consentito dalle norme in vigore, è però decisivo focalizzare in parallelo le modalità mediante le quali intervenire sulla localizzazione di quelle attività, commerciali ed artigianali, che non rientrerebbero nell'applicazione di questo sistema di regolazione perché non sono pubblici esercizi

La cornice normativa per una gestione governata delle aperture di esercizi di somministrazione e/o di vendita è sicuramente disponibile e quindi il

problema è politico e operativo; infatti, occorre una volontà politica, soprattutto a livello locale, di responsabilizzarsi nella ricerca di forme programmatiche compatibili con il quadro regolatorio, sfuggendo in particolare ad ogni torsione corporativa che tutela la rendita di posizione nel mercato di alcuni operatori, cosa che la legge espressamente vieta; ci sono tuttavia alcuni interessi, dalla salute al patrimonio artistico, culturale alla vivibilità dei luoghi che sono preordinati alla libertà economica secondo il principio costituzionale che vede il cittadino prevalere sul consumatore.

E' un problema quindi di volontà politica e anche tecnico di individuazione di criteri autorizzativi e poi di controllo in grado di dare gambe all'articolazione di principi e interessi che la normativa delinea.

E' a questo stadio che va subito chiarito un ineludibile punto di partenza: è indispensabile ristabilire le reali differenze tra la vendita e la somministrazione di bevande alcoliche per ripristinare modalità di consumo meno disinvolute dentro la stessa cornice normativa per tutti coloro che finiscono per svolgere attività simili, con particolare riferimento alla vendita di alcolici, il vero nodo cruciale della *MalaMovida*.

L'indagine di campo ha messo in evidenza che sul mancato rispetto delle tutele fondamentali, dal rapporto con l'alcol anche dei giovanissimi alla vivibilità per i residenti, *il problema dei format è centrale*; inutile blindare le attività dei pubblici esercizi, sottoporle a rigorosa regolamentazione, alla moltiplicazione di adempimenti e relativi costi, se poi con pratiche veloci controllate ai minimi termini si possono avviare attività che fanno liberamente quello che i pubblici esercizi possono fare solo nel rispetto di una miriade di regole, o almeno gli è consentito dedicarsi alla vendita incontrollata di alcolici.

L'elenco delle erosioni della regolazione è lungo e va dalla facilità di avvio di attività che addirittura sono centrate sulla vendita di alcolici, agli aggiramenti dei contingentamenti delle licenze e dei locali nei centri storici (nei pochi casi in cui ancora esistono) sino ad un lassismo estremo nei controlli e a *sanzioni-burla*; questa gestione allegra da parte di molte delle istituzioni locali non ha fatto altro che accompagnare l'affermarsi della *MalaMovida*.

L'intasamento entropico evidente di alcune aree di Milano, Roma e Catania, il ruolo centrale nella *MalaMovida* di unità di vendita che vendono enormi quantità di alcolici, la persistenza di luoghi di *MalaMovida* dove visibilmente non è possibile esercitare alcun controllo di polizia, e dove è altrettanto evidente la presenza di pratiche dell'eccesso e dell'illegalità,

dall'alcol alla droga, mostrano che esiste un'esigenza urgente di ripristino di confini certi nella vicenda Movida.

Uscire da una certa indeterminatezza e/o disparità di regole soprattutto su tutto ciò che afferisce agli alcolici, tagliare le gambe all'illegalità che va ben oltre una naturale e quasi salutare trasgressione reversibile che è legittimamente parte integrante della vita di tante persone, sono presupposti di serietà istituzionale indispensabili per potere poi affrontare in modo adeguato a livello micro, la valorizzazione della Movida come straordinario motore relazionale ed economico, e non come problema di ordine pubblico.

E' inutile sovraccaricare un segmento di operatori di responsabilità, adempimenti, costi, se poi esistono segmenti incontrollabili e incontrollati di operatori ibridi, *free rider* a cui è consentito fare scorribande economicamente vantaggiose, facendo concorrenza sleale e soprattutto generando costi sociali esorbitanti; si pensi anche ai casi assolutamente fluidi di venditori ambulanti che dispongono di grandi quantità di alcolici freschi, cosa che presuppone una filiera distributiva di prossimità che deve avere luoghi di stoccaggio della merce, meccanismi di rifornimento rapido.

La disfida sulle norme e le regole deve essere disinnescata con la valorizzazione e la messa in pratica dei dispositivi esistenti, con la traduzione in una volontà e pratica politica locale che, a partire da forme di condivisione sociale e diffusa, definisca un quadro chiaro, certo, semplice, trasparente con una ridefinizione dei confini di cosa può fare e cosa non può fare ogni operatore economico, e in subordine imponendo regole uguali per coloro che di fatto svolgono le medesime attività; con inoltre forme di controllo e sanzioni certe, eque, che incidano sui comportamenti di coloro che invece scelgono di non stare dentro il nuovo campo, certo e condiviso, di regole.

E questo deve valere in modo molto rigoroso per la vendita di alcolici che non può consentire deroghe quale che sia il format dell'unità di vendita.

3. I LUOGHI DELLA MOVIDA E I CENTRI STORICI

Non tutti i luoghi della Movida si trovano nei centri storici, e non tutti i centri storici sono teatro della Movida; esiste quindi una *Movida che si svolge nei centri storici* che ha una sua specificità, che presenta criticità particolari, ma che rappresenta anche una straordinaria opportunità per le città che sono in grado di gestirla virtuosamente.

L'attrattività di una città, infatti, è anche dettata dall'essere riconosciuta come un contesto vibrante, vivo, dove la qualità della vita è alta, e per generare quest'ultima la presenza di porzioni di centro storico dove si possa passeggiare, incontrarsi, beneficiare di momenti di convivialità, mangiando e bevendo insieme è uno dei fattori determinanti.

E' chiaro che quando la Movida degenera nella *MalaMovida*, la pluralità di comportamenti antisociali che quest'ultima incorpora ha un impatto devastante sull'attrattività della città, perché il centro storico è una vetrina della città e finisce per riproiettare su scala globale le patologie. Avere una *MalaMovida* piantata nel cuore del centro storico quindi vuol dire subire la nomea di contesto poco *friendly*, città insicura, pericolosa, da evitare, l'esatto contrario della buona qualità della vita che attrae *turisti e talenti*.

D'altro canto, il centro storico delle città italiane è da tempo teatro di conflitti anche intensi tra una pluralità di interessi e esigenze che rinviano a diverse potenziali vocazioni dei luoghi.

Quello che è andato emergendo è che città grandi e medie e, in misura minore anche quelle più piccole, subiscono gli effetti contraddittori di una crescente vocazione circense dei centri storici che di giorno sono attraversati da flussi turistici e di notte dai cittadini che accedono alle tante forme di *entertainment* esistenti.

La condizione dei centri storici italiani però impone di uscire da letture semplificate, da visioni moralistiche convinte che sia sufficiente salvaguardare il buon tempo antico, scacciare i mercanti dal tempio per trovare la buona strada per la qualità della vita.

La realtà è molto diversa, le dinamiche immobiliari hanno di fatto svuotato i centri storici dei loro residenti e hanno avuto anche una copertura ideologica rilevante, quella della città come pura piattaforma di una competizione internazionale rivolta ai cittadini paganti provenienti da altri contesti, i turisti o anche le figure apicali delle tante imprese globali.

La logica delle *tre t* tanto in voga in fondo voleva sottolineare che le città devono attirare *cittadini di qualità*, laddove per qualità si fa riferimento alla creatività che nel nuovo contesto genera valore economico prima ancora che sociale.

Si è attivata una bolla immobiliare che prima di esplodere ha reso inavvicinabili case e negozi del centro storico per chi non avesse elevatissime disponibilità di reddito; l'esito è stato disastroso, con la creazione di vere e proprie *cavità sociali* nei centri storici, che le funzioni direzionali non riescono a colmare lasciando spazio alle scorribande delle fruizioni non stanziali.

Centri storici svuotati e ridotti a teatro di flussi di attraversamento o di fruizione *mordi-e-fuggi* sono una realtà in molte città piccole e grandi del nostro Paese e anche in Europa; tuttavia, sono molte le esperienze di lento ripopolamento secondo logiche di rigenerazione che hanno fatto convivere il ritorno di residenti, di solito con buona disponibilità economica, e attività di entertainment e Movidà.

Un esempio poco citato è quello di Bordeaux, città dell'ovest francese, che ha visto un radicale risanamento dei territori del centro storico, l'arrivo in enclave consistenti di nuovi residenti con diversità sociodemografiche ed economiche, e l'attivazione di una piattaforma di esercizi pubblici consistente che fa da base ad una Movidà che *coinvolge ma non travolge*.

Va detto che anche in quel contesto i residenti non mancano di lamentarsi, tuttavia tutto è dentro una sorta di fisiologia delle relazioni urbane, e Bordeaux costituisce sicuramente un esempio virtuoso di rilancio e valorizzazione del centro storico, con incorporata la Movidà.

Le città italiane peraltro non sono ferme e allineate alla fase dello spopolamento dei centri storici, ma vanno emergendo dinamiche nuove e originali che fanno insorgere punti nodali di cui tenere conto, anche alla luce delle problematiche della *governance* della Movidà.

Indicativo il caso di Roma che qualche anno fa nel centro storico ha raggiunto i minimi termini dal punto di vista della popolazione residente e che però da qualche tempo registra anche nel centro storico una inversione di tendenza nella popolazione residente, con una robusta riarticolazione per classi di età e per provenienza. Infatti, i dati del Municipio I a Roma, che coincide con la parte ristretta del Centro Storico, mostrano che è un'area ad altissima presenza di anziani, stranieri e *single*, vale a dire un contesto formato da segmenti sociodemografici che poco si parlano e connettono.

Il centro storico romano, malgrado i segnali di ripresa demografica è ancora *un vuoto* dal punto di vista della vita di comunità.

Il rilancio demografico infatti sta generando nuove solitudini con gruppi sociali che hanno bisogno di relazioni, ma stentano a costruirle; il vuoto del centro storico si è nutrito e continua a nutrirsi anche della progressiva chiusura degli esercizi commerciali di prossimità, di quel tessuto di botteghe e negozi indispensabili alla quotidianità di individui e famiglie; invece dalle attività commerciali ai pubblici esercizi alle imprese artigianali di produzione alimentare, tutte si vanno adattando come composizione alla vocazione di un territorio di transito, di stazionamento temporaneo, vocato a fare da teatro passivo dell'entertainment, in particolare a quello legato alla fruizione di alcolici o, al massimo, alla ristorazione.

Quindi si può dire che il lento ripopolarsi del centro storico romano per ora non riempie la *cavità sociale*, lasciandolo comunque aperto alla deriva circense di turismi d'assalto e *MalaMovida* incontrollabile.

D'altro canto da tempo i centri storici, e quello romano in particolare, hanno abdicato ad una funzione storicamente strategica, che va al di là degli aspetti puramente funzionali: è quella simbolica verso gli abitanti e verso l'esterno, come fattore di appartenenza e di riconoscibilità della città.

Questa funzione si è allentata, sia perché i centri storici hanno avuto un declino evidente, sia perché la città si è dispiegata sul territorio assumendo forme di policentrismo, con nuove centralità diverse dai centri storici; l'esempio più evidente è quello dei centri commerciali, veri parchi a tema che catalizzando i flussi di persone nel tempo libero hanno sottratto interesse e persone ai centri storici delle città.

Anche la criticità della dimensione simbolica va tenuta presente nel ragionare su contenuto e modalità di fruizione dei centri storici perché ha rilievo per la coesione della comunità cittadina e anche per l'attrattività del brand cittadino verso l'esterno.

In generale sulle caratteristiche ottimali dei centri storici è importante una precisazione di premessa: non esiste un futuro più equilibrato, di qualità di essi senza un'adeguata offerta commerciale ed una presenza di pubblici esercizi e anche imprese artigianali alimentari in grado di attirare persone e consentire una fruizione gradevole di contesti di solito esteticamente notevoli, fissando in modo preciso per ogni soggetto cosa può fare e come.

Questa è una premessa decisiva, quasi ideologica: non può avere corso alcuna preclusione verso l'offerta commerciale, artigiana o dei pubblici

esercizi, inclusa quella notturna e lo dimostra lo sforzo che viene fatto in altri Paesi per rivitalizzarla dopo una fase di declino.

Il caso inglese è emblematico: di fronte ai *riots* che hanno devastato aree di Londra e di altre grandi città, ed alla radicalità di una rivolta sociale centrata sui giovani, è emerso con assoluta evidenza che lo svuotamento delle *high streets* dalle attività commerciali e dai pubblici esercizi ha desertificato i contesti accelerando quel processo di desolidarizzazione sociale, di sradicamento comunitario che ha finito per fare da combustibile alle rivolte.

Ora nel Regno Unito c'è consenso generale all'idea che una più equilibrata distribuzione e presenza territoriale di commercio, artigianato e pubblici esercizi può rappresentare un contributo formidabile alla rivitalizzazione dei contesti interessati dai *riots*.

Anche i Centri storici delle nostre città hanno assoluto bisogno di avere una presenza delle varie tipologie di unità di vendita e di somministrazione adeguata e equilibrata; così, ad esempio, l'idea di deportare gli esercizi pubblici, di espellerli dai centri storici è semplicemente errata, autolesionista per città che vogliono tornare a crescere sotto il profilo economico, occupazionale e della qualità della vita.

E i centri storici hanno bisogno di regole adeguate per ogni aspetto, si pensi ad esempio al tema degli orari, alla diversificazione di fatto degli stessi che mentre impone vincoli stringenti sui pubblici esercizi, lascia mano libera alle attività commerciali che, quindi, possono continuare anche a vendere alcolici ben oltre i limiti di orario fissato tramite ordinanze per gli esercizi pubblici.

Rimane fermo un problema chiave: quale offerta per i centri storici? La valutazione di questo *ottimo* non può essere solo teorica, oppure economica, ma deve necessariamente considerare una pluralità di aspetti e dimensioni; il centro storico è un contesto urbano complesso sul quale insistono esigenze, finalità, problematiche diverse, che mette a disposizione risorse articolate, e per questo anche la tematica dell'articolazione di pubblici esercizi, attività commerciali e imprese artigiane va inquadrata in questa complessità, nella multidimensionalità della problematica.

Lo svuotamento dei centri storici tanto quanto il loro assalto come teatro di attività di puro attraversamento o stazionamento temporaneo sono patologici e richiedono la promozione di modalità alternative di fruizione in grado di restituire anche la funzione simbolica, di fattore di riconoscibilità della città.

Esiste un ampio e articolato insieme di norme nazionali e regionali che hanno finito per delineare cosa deve intendersi per centro storico, e che hanno progressivamente tentato di regolamentare la sua fruizione, subendo peraltro oscillazioni rilevanti nel tempo.

Tuttavia, le normative più recenti, incluse quelle riguardanti il recepimento della liberalizzazione sui servizi mettono in rilievo la necessità di modulare l'offerta in aree di particolare pregio e segnalano l'esigenza di tutela del valore storico-artistico di determinati contesti.

E' un problema al cuore dell'idea e delle pratiche di città: come valorizzare il centro storico, impedirgli di essere pura materia inerte oppure una sorta di improbabile parco a tema.

Si tenga presente che secondo una maggioranza di italiani al cuore dell'identità territoriale e delle città c'è il patrimonio storico-artistico-culturale (richiamato dal 60%) seguito subito dopo dalla dotazione enogastronomica (57%); è chiaro che solo una virtuosa integrazione tra questi aspetti consentirà di trovare una risposta praticabile all'esigenza di valorizzare, senza intasare, i centri storici delle città.

L'associazione stretta tra patrimonio storico-artistico culturale e patrimonio enogastronomico che emerge nel punto di vista dei cittadini va sottolineato perché impone di ripensare in chiave contemporanea i fattori della tipicità, intesa come l'insieme dei fattori che rendono un luogo riconoscibile.

Anche i centri storici devono trovare un positivo equilibrio tra il loro essere giacimento di valore storico, potenziale veicolo di appartenenza e riconoscibilità e sede di patrimoni diversi come quello che rinvia al rapporto con l'enogastronomia e soprattutto alla voglia di appartenere ad una comunità di persone che si esprime nella dimensione delle relazioni.

PARTE SECONDA:

OPINIONI E COMPORTAMENTI DEGLI ITALIANI

4. LA MOVIDA COME OPPORTUNITÀ, CONVINZIONE DIFFUSA E PREVALENTE TRA GLI ITALIANI

Perché non si può fare a meno della Movidà? Cosa la rende un fenomeno virtuoso, un *hub* di opportunità di cui le comunità, i centri urbani hanno bisogno e certo non solo per ragioni economiche legate all'attrattività turistica o alla creazione di un settore del commercio che genera valore e occupazione?

Ci sono ragioni sociali profonde che dicono che la Movidà come distretto della relazionalità, della convivialità, dello stare insieme è una componente decisiva della qualità della vita, in primo luogo dei cittadini e della città.

Avere la Movidà, intesa come pezzi di territorio urbano magari nel centro storico dove è possibile passeggiare, incontrarsi, consumare alcolici e buon cibo, è oggi un elemento arricchente la vita delle città che opera come una *piattaforma che crea relazioni*, cioè il vero lievito del buon vivere collettivo.

Da una indagine realizzata su un campione nazionale di 1.200 cittadini maggiorenni emerge un dato sicuramente sorprendente che *scarta* rispetto alla rappresentazione mediatica prevalente della Movidà: infatti, emerge la diffusa percezione che essa debba essere considerata come un fenomeno positivo, un valore che va distinto concettualmente dalla *MalaMovidà* e messo nelle condizioni di dispiegare i suoi effetti positivi.

C'è nelle opinioni degli italiani una maturità capace di non appiattire la Movidà come fatto sociale, come piattaforma generatrice di relazioni, di buonvivere, di convivialità nella *MalaMovidà* come aggregato di comportamenti antisociali.

Va sottolineato sul piano del metodo che la percezione soggettiva è rilevante perché essa definisce il rapporto delle persone con un fenomeno, consentendo di delineare le soluzioni possibili e soprattutto praticabili.

Sulla percezione soggettiva incidono aspetti molto diversi, alcuni effettivi e altri legati ad esempio alla rappresentazione mediatica del fenomeno, che nel caso della Movidà è di particolare rilievo. E proprio il rapporto tra la rappresentazione mediatica e la percezione soggettiva prevalente tra i cittadini è, in questo caso, una dimensione che offre notevoli elementi conoscitivi e di riflessione.

Sui media non sono infrequenti articoli o servizi televisivi distorcenti che finiscono per rendere la Movida un calderone onnicomprensivo di devianza e trasgressione di strada, di solito frutto di devianze giovanili.

Alla luce di questa ormai consolidata abitudine mediatica è interessante la percezione sociale dei cittadini rispetto al fenomeno, per capire se la lettura puramente emotiva che segue a eventi eclatanti di cronaca sia tutto sommato ormai stabilizzata o se invece esiste capacità di discernimento, se in particolare essi guardano alla complessità della Movida e non la riducono alla sua deriva patologica.

Richiesti di indicare quale tipo di pensieri gli attiva il richiamo alla Movida, quasi il 56% degli intervistati dice una *cosa positiva*, perché richiama luoghi della città dove si può passeggiare, mangiare, bere, stare insieme con amici, posti dove trascorrere momenti piacevoli; questa visione positiva è fatta propria in modo particolare dai più giovani con età compresa tra 18 e 29 anni (oltre il 92% dei giovani intervistati), ma la quota è alta anche tra i 30-44enni (il 72,4%), tra i 45-64enni (quasi il 51%), per poi calare tra gli anziani (circa un quarto dice che la Movida li fa pensare ad una cosa positiva); è alta la quota di coloro che hanno una visione positiva della Movida anche tra i laureati (oltre l'84%) (tab. 1).

A livello territoriale si registra una prevalenza degli intervistati ai quali la Movida richiama una cosa positiva tra i residenti del Nord-Ovest (oltre il 56%), tra quelli del Centro (62%) e anche tra quelli del Sud-Isole (il 55,5%); un po' diversa la situazione tra quelli del Nord-Est tra i quali la quota di coloro ai quali la Movida richiama una cosa positiva è prevalente (quasi il 49%), ma inferiore alla metà del campione (tab. 2).

Riguardo all'ampiezza demografica dei luoghi di residenza degli intervistati emerge che è il 60,5% degli abitanti delle grandi città (con oltre 250 mila abitanti) a dichiarare che la Movida fa pensare ad una cosa piacevole, positiva, quota che scende al 51,8% tra coloro che vivono in comuni che hanno fino a 10 mila abitanti. Hanno una percezione positiva della Movida oltre l'84% degli intervistati laureati (o con titolo superiore alla laurea) ed oltre il 61% dei diplomati.

A percepire positivamente il fenomeno della Movida sono maggiormente gli intervistati che dispongono di un reddito più alto: infatti il 71% di coloro che hanno un reddito netto mensile familiare dai 2001 ai 4000 euro e il 72% di coloro che hanno un reddito superiore a 4.000 euro affermano che alla Movida associano una cosa positiva (tav. 1).

Tab. 1 – Opinione degli italiani sulla Movida, per età (val. %)

<i>Se le dico Movida Lei pensa ad una cosa...</i>	18-29 anni	30-44 anni	45-64 anni	65 anni e oltre	Totale
<i>Positiva, a luoghi della città dove si può passeggiare, mangiare, bere, stare insieme con amici, posti dove trascorrere momenti piacevoli</i>	92,1	72,4	50,9	24,6	55,8
<i>Negativa, a luoghi dove ci sono troppi locali, persone che si ubriacano, rumore eccessivo, posti da cui stare lontano</i>	7,9	22,5	28,1	35,3	25,5
<i>Non so cosa sia</i>	0,0	5,1	21,0	40,1	18,7
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: indagine Fipe-Censis, 2013

Tab. 2 – Opinione degli italiani sulla Movida, per ripartizione geografica (val. %)

<i>Se le dico Movida Lei pensa ad una cosa...</i>	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole	Totale
<i>Positiva, a luoghi della città dove si può passeggiare, mangiare, bere, stare insieme con amici, posti dove trascorrere momenti piacevoli</i>	56,1	48,8	62,0	55,5	55,8
<i>Negativa, a luoghi dove ci sono troppi locali, persone che si ubriacano, rumore eccessivo, posti da cui stare lontano</i>	25,9	34,5	21,9	22,7	25,5
<i>Non so cosa sia</i>	18,0	16,7	16,1	21,8	18,7
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: indagine Fipe-Censis, 2013

Tav. 1 - Profilo di coloro che più percepiscono la Movida come cosa positiva (val. %)

	%
Giovani	
18-29 anni	92,1
30-44 anni	72,4
Abitanti del Centro Italia e di comuni con oltre 250mila abitanti	
Centro	62,0
Comuni con 250 mila abitanti e oltre	60,5
Con scolarità medio alta	
Diploma	61,2
Laurea	84,1
Con reddito netto mensile familiare più elevato	
Oltre 4.000	72,0

Fonte: indagine Fipe-Censis, 2013

La Movida richiama una cosa negativa, luoghi dove ci sono troppi locali, persone che si ubriacano, rumore eccessivo, posti da cui stare lontani al 25,5% degli intervistati, quota che sale sopra al 35% tra gli anziani e sopra al 34% tra i residenti del Nord-Est. Più alta della media la quota di coloro che leggono negativamente la Movida anche tra coloro che hanno un basso titolo di studio (30,5%) e che dispongono di un basso reddito netto mensile familiare (il 24,3% di coloro che percepiscono fino a 1.000 euro e il 30,5% di coloro che percepiscono dai 1001 ai 2000 euro).

C'è poi una quota del 18,7% che dichiara di non sapere cosa sia la Movida, e la quota sale al 40,1% tra gli anziani, a quasi il 37% tra persone con basso titolo di studio, è poi pari al 21,2% di coloro che vivono in piccole realtà (comuni fino a 10 mila abitanti) ed è più alta tra le donne (quasi il 24% non sa cosa sia la Movida).

Sono dati di estremo interesse perché mettono in rilievo una prevalenza netta, trasversale alle classi di età dei giovani e degli adulti e ai territori (sia pure con intensità diversa) di una *visione positiva* della Movida, lontana da quella rappresentazione negativa, spesso di vera e propria demonizzazione che prevale nei media.

Come rilevato la Movida, soprattutto quella che si svolge in alcune aree delle grandi città, è associata quasi sempre a fatti di cronaca che rinviano a *patologie degli eccessi* (dall'alcolismo alla tossicodipendenza) e a problemi della sicurezza e dell'ordine pubblico.

Le immagini prevalenti sono quelle di giovani in preda all'alcol o a sostanze stupefacenti, residenti esasperati e prigionieri in casa propria e poi autorità locali inerti o pronte a demagogici ed estemporanei provvedimenti repressivi di solito in presenza di un episodio di cronaca particolarmente impressionante.

Eppure nella visione dei cittadini la Movida viene associata soprattutto a luoghi delle città in cui è possibile sviluppare relazioni e dove dal rapporto con il cibo e con l'alcol alla conformazione dei contesti fisici e urbanistici, tutto è funzionale a sviluppare una positiva relazionalità tra le persone, a consentire di vivere bene in situazioni di convivialità.

E' uno spaccato molto lontano dalla *MalaMovida* che domina alcuni contesti e che soprattutto viene rilanciata in modo sistematico dai media. C'è in pratica nei cittadini una maturità di rappresentazione del fenomeno che non può non sorprendere vista la copertura che di esso viene fatta.

E' evidente che si tratta della valutazione del complesso dei cittadini italiani indipendentemente dal tipo di rapporto che hanno con la Movida; vale a dire che i dati mostrano la percezione soggettiva della Movida degli italiani che non può essere risolutiva rispetto alle scelte da fare, né tantomeno può nascondere l'esistenza di problematiche anche gravi rispetto alla governance del fenomeno; e il dato non può nemmeno sminuire gli elevati costi che tanti residenti pagano per un fenomeno non governato.

Infatti, come spesso accade, ad esempio per determinate infrastrutture, i costi maggiori ricadono sulle comunità circostanti, mentre i benefici sono più ampiamente diffusi, coinvolgono comunità più grandi; tuttavia, è importante nel caso della Movida sottolineare come essa pur non avendo buona stampa, e pur essendo in una fase fortemente problematica, sia ben vista dalla maggioranza dei cittadini per i quali è un fenomeno positivo.

Conferma della positiva visione della Movida emerge anche in relazione all'importanza che i cittadini gli attribuiscono per le città; infatti, reputano importante per le nostre città che ci siano luoghi con una certa concentrazione di locali dove mangiare, divertirsi, ballare, stare insieme il 63,3% degli intervistati; di questi quasi il 33% lo reputa molto importante per la qualità della vita di tutti, ed il 30,5% abbastanza importante, anche se soprattutto per attirare turisti.

Attribuiscono particolare importanza per le città ai luoghi della Movida ovviamente i più giovani, tra i quali è quasi l'89% degli intervistati a definirli molto o abbastanza importanti, con oltre il 58% che associa i luoghi della Movida ad una migliore qualità della vita per tutti; tra i 30-44enni è oltre il 68% a reputare molto o abbastanza importanti i luoghi della Movida per le città, e in particolare quasi il 36% perché accrescono l'attrattiva della città all'esterno; è poi oltre il 60% tra i 45-64enni, tra i quali le quote che richiamano l'impatto positivo sulla qualità della vita (il 29,9%) e quello sull'attrattiva (il 30,6%) quasi si equivalgono. Tra gli anziani la quota che reputa importante i luoghi della Movida per la città è comunque superiore al 45%, quota rilevante (tab. 3).

Tab. 3 - Opinione degli italiani sull'importanza che hanno i luoghi in cui si concentrano locali dove divertirsi/stare insieme per le città, per classe di età (val. %)

<i>Quanto è importante per le nostre città che ci siano luoghi in cui c'è una certa concentrazione di locali dove mangiare, divertirsi, ballare, stare insieme?</i>	18-29 anni	30-44 anni	45-64 anni	65 anni e oltre	Totale
Molto + abbastanza	88,9	68,1	60,5	46,3	63,3
Molto, per la qualità della vita di tutti	58,3	32,3	29,9	21,8	32,8
Abbastanza, anche se è importante soprattutto per attirare turisti	30,6	35,8	30,6	24,5	30,5
Poco + per niente	11,0	31,9	39,5	53,7	36,7
Poco, sono altre le cose di cui le città avrebbero bisogno	8,0	24,5	28,1	30,1	24,6
Per niente, luoghi del genere diventano per forza ingovernabili	3,1	7,4	11,4	23,6	12,1
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: indagine Fipe-Censis, 2013

Tra i laureati la quota che reputa importante la presenza dei luoghi della Movida è pari ad oltre l'84%, di questi il 43,4% dichiara che è importante per il bene di tutti e il 41% soprattutto per far crescere il numero di turisti. Più il titolo di studio è basso e più la percentuale cala anche se rimane su livelli molto alti: a ritenere che per le nostre città è importante che ci siano luoghi ricchi di locali dove la gente può divertirsi, socializzare è il 62,6% dei diplomati e il 49,3% di coloro che al massimo hanno la licenza media o la qualifica professionale.

Riguardo alle macroaree, si evidenzia che prevale trasversalmente la valutazione positiva dell'impatto che la presenza dei luoghi della Movida ha e potrebbe avere sulle città, per la qualità della vita e per l'attrattività dei turisti; è al Centro che si registra la percentuale più alta di intervistati, pari al 75,7% che considera molto o abbastanza importante la presenza dei luoghi della Movida nelle città (di cui oltre il 41% per l'attrattività), segue con il 62,7% il Sud e isole (di cui il 40% per la qualità della vita di tutti), con il 60% il Nord-Ovest e con il 56% il Nord-Est (tab. 4).

E così come per la visione positiva che si ha della Movida, è nei comuni più grandi, con oltre 250mila abitanti, che si raggiunge la quota più alta di intervistati, pari a quasi il 74%, che considera la Movida un'opportunità, che sostiene l'importanza del ruolo che hanno i luoghi della Movida per le città.

I dati non lasciano margini di dubbio: esiste uno iato consistente tra i fatti di *MalaMovida* (o comunque ad essa ascritti dai media) e la percezione e valutazione dei cittadini, che continuano a vedere la Movida nella sua visione positiva, di piattaforma relazionale, contenitore di opportunità sociali prima ancora che economiche; da questo punto di vista è importante sottolineare non solo che ogni riflessione operativa sul tema non può basarsi solo sulla proiezione mediatica della fenomenologia e soprattutto non può vivere dell'estemporaneità emotiva legata appunto al singolo fatto eclatante che trova un'attenzione gridata in cronaca.

E' un problema di gestione complessa di un fenomeno che coinvolge una pluralità di *stakeholders* e di ciò si deve tenere conto nelle pratiche di governo e regolazione; occorre infatti evitare le soluzioni semplicistiche ed estemporanee, magari indotte da ondate emotive, sapendo che i cittadini guardano alla Movida in fondo come ad una componente significativa della vita delle nostre città e non come a un tumore da estirpare.

Tab. 4 - Opinione degli italiani sull'importanza che hanno i luoghi in cui si concentrano locali dove divertirsi/stare insieme per le città, per ripartizione geografica (val. %)

<i>Quanto è importante per le nostre città che ci siano luoghi in cui c'è una certa concentrazione di locali dove mangiare, divertirsi, ballare, stare insieme?</i>	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole	Totale
Molto + abbastanza	59,9	56,0	75,7	62,7	63,3
Molto, per la qualità della vita di tutti	29,2	23,2	34,4	40,0	32,8
Abbastanza, anche se è importante soprattutto per attirare turisti	30,7	32,8	41,3	22,7	30,5
Poco + per niente	30,1	43,0	24,3	37,3	36,7
Poco, sono altre le cose di cui le città avrebbero bisogno	26,1	33,2	16,4	23,5	24,6
Per niente, luoghi del genere diventano per forza ingovernabili	14,0	10,8	7,9	13,8	12,1
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: indagine Fipe-Censis, 2013

4.1. Il *buono* della Movidà: generare relazionalità

Ci sono dimensioni sociali e culturali strettamente imbrigate nella Movidà ma che, ovviamente, non si esauriscono al suo interno, né tantomeno la Movidà come fenomeno coincide e si risolve in essi. Ma guai a non considerarli, oppure a derubarli a pure speculazioni sociologiche, perché se non si evidenziano sarà molto difficile elaborare soluzioni in grado di rispondere alla pluralità di criticità che trovano espressione nelle patologie della Movidà.

Si può dire che la Movidà è *cosa buona* perché è una delle forme di risposta alla domanda di relazionalità, e coincide di fatto con una fruizione pubblica, collettiva, virtuosa, degli spazi pubblici integrati positivamente con locali gestiti da privati.

In fondo, la Movidà nel suo essere un contesto di relazionalità offre una sponda potenzialmente positiva alla prossimità, al superamento della distanza tra le persone che è risposta concreta a quella che con le parole di Papa Francesco può definirsi “... *forza centripeta che porta l'attuale cittadino a vivere isolato nella grande città, in attesa di riscatto e connesso solo virtualmente*”.

Le città figlie del soggettivismo rischiano di essere luoghi di solitudine fatte di moltitudini che coabitano fianco a fianco lungo traiettorie di vita personalizzate che di fatto non si incontrano mai; e non si incontrano perché le biografie quotidiane disegnano percorsi che si intrecciano solo in modo funzionale, quasi sempre con ritmi concitati e con esiti relazionali superficiali, transitori.

E sono città in cui i luoghi della relazione semplicemente vanno scomparendo, perché tutto è piegato alla funzionalità, al ritmo produttivistico e il tempo lento non produttivisticamente orientato della relazione è un costo da evitare anche con soluzioni urbanistiche e architettoniche che annientano gli stessi presupposti della relazione, dell'incontro, dello scambio, della convivialità più semplice.

La buona Movidà, cioè luoghi dove le persone possono incontrarsi, stare insieme, beneficiare di ritmi adeguati alla convivialità, alla conoscenza reciproca, al piacere di stare insieme, di scambiarsi idee che magari poi possono evolvere in buona progettualità sono da considerarsi oggi un *obiettivo socialmente significativo* che va incontro ad una domanda sociale

profonda, quella della relazionalità, ed è in sintonia con un processo importante che non andrebbe lasciato solo alle dinamiche spontanee, ma promosso, incentivato, accompagnato: quello della ricomposizione della frammentazione soggettivistica che erode i legami sociali delle città, le rende anonime, senza filo conduttore unitario, senza forze capaci di ricompattare quello che la spinta socioeconomica ha molecolarizzato.

La Movida, quindi, prima ancora che per il valore economico o perché è un formidabile creatore di attrattività per le città ha una ragione sociale positiva ed è quella di rispondere virtuosamente alla necessità di creare i contesti in cui le relazioni possono intrecciarsi e svilupparsi; la Movida va vista socialmente come una piattaforma capace di generare relazioni, e anche per questo motivo, solitamente poco considerato, essa ha una sua virtuosità sociale.

E' un errore grossolano quello di ridurre la Movida a puro fenomeno economico i cui vantaggi sono limitati agli operatori commerciali che ne sono coinvolti; ed è un errore nel computo di costi e benefici della Movida in un determinato contesto limitarsi ad enumerare su un colonna i benefici economici e occupazionali che essa genera e sull'altra i costi sociali e poi fare il saldo netto; così come è un errore a livello di strategie puntare solo sulla riduzione dei costi sociali oppure sulla redistribuzione per via fiscale dei vantaggi degli operatori.

La matrice di costi e benefici va ampliata inserendo nella colonna dei benefici una voce di tipo sociale che ha una importanza crescente: *quella della relazionalità che la Movida genera.*

Si è detto che ciò risponde ad una domanda sociale diffusa e crescente, ma occorre dire che ha un impatto più generale sulla qualità della vita di una comunità, tanto da operare come prevenzione rispetto a dinamiche di patologizzazione della vita sociale in un determinato contesto.

Infatti, la relazionalità è una terapia preventiva che non necessariamente si attacca ad una patologia conclamata, piuttosto opera come cura indiretta o appunto, preventiva rispetto ad una patologia sociale che oggi colpisce molti contesti urbani: quella del degrado del clima relazionale che poi fa da ambiente particolarmente favorevole al diffondersi di patologie sociali più gravi, dall'insicurezza alla vera e propria criminalità.

In fondo sono diventati i luoghi più insicuri quei contesti urbani, del centro città come delle periferie, in cui si è spenta la relazionalità collettiva negli spazi pubblici, in cui c'è stata una vera e propria ritirata delle persone dagli

spazi pubblici abbandonati così a culture di strada, soprattutto giovanili, che hanno spianato la strada all'installarsi di racketing, droga, prostituzione, insomma ad un'egemonia della devianza e dell'illegalità.

Naturalmente la visione positiva della Movida cozza fortemente con quella oggi prevalente rilanciata sistematicamente dai media e che, pertanto rischia di entrare nel senso comune. Vivere gli spazi pubblici, arricchirli con pubblici esercizi, attività commerciali diurne e/o notturne, con un'offerta commerciale e di entertainment variegata, pluralista, deve essere considerata cosa positiva e virtuosa; un vero e proprio obiettivo di politica sociale e della città, che genera valore sociale per la collettività, oltre a produrre occasioni occupazionali e di avvio di progetti imprenditoriali in vari ambiti.

E' stato già rilevato che lo svuotamento dei luoghi urbani è dettato anche dalla chiusura degli esercizi commerciali, di quelli pubblici e di prossimità, che contribuiscono alla creazione di un contesto comunitario denso di relazioni a livello locale.

Non è un caso che laddove il commercio minuto, gli esercizi pubblici stanno chiudendo perché non più economicamente sostenibili, si assiste a processi sociali di riapertura degli stessi; caso estremo quello dei *pub sociali inglesi* che rilevano attività private che i proprietari non riescono più a tenere in vita e trasferiscono sulle comunità e le loro istituzioni l'onere del mantenimento dell'esercizio pubblico giudicato essenziale per il suo fondamentale valore sociale, per il buonvivere della comunità.

Non c'è quindi solo la strategia choc in termini di risorse mobilitate per la rianimazione delle *high street* nei vari territori delle città inglesi, ma un processo comunitario che va crescendo e coinvolge realtà diverse che non vuole assolutamente che chiudano gli esercizi pubblici.

Nelle vicende urbane e anche di piccole centri del Regno Unito, il *pub* è il paradigma dell'esercizio pubblico crocevia di relazioni, opportunità di incontro, socialità, e questa dimensione continua ad esistere, e sarebbe un errore grave lasciarla alla dinamica di mercato che, nel caso italiano, si è visto tende a premiare avventurieri generatori di alti costi sociali, penalizzando invece operatori più attenti alla dimensione sociale, o comunque sottoposti a vincoli e costi di una regolazione molto più stringente.

E' evidente che gli esercizi pubblici sono una componente significativa di una Movida virtuosa pienamente integrata nei circuiti della città e che può

operare come uno degli aspetti attrattori della città stessa, buona per residenti, turisti e migranti di ogni tipo.

La necessità della relazionalità non è legata solo a considerazioni sulla natura intrinsecamente sociale delle persone o ancora al fatto che i centri urbani o i luoghi della città diffusa sono troppo spesso organizzati per una fruizione di tipo individualistico, che privilegia la levità dei rapporti di consumo o al massimo una relazionalità intrafamiliare interamente privatizzata nelle forme e nei luoghi della sua espressione; ci sono anche processi sociodemografici e socioculturali in atto che rischiano di costituire un acceleratore della solitudine come condizione di fatto ed esistenziale, e che al contempo generano una domanda potenziale di relazioni che sarebbe opportuno mettere nelle condizioni di trovare risposte adeguate.

Dal sempre più diffuso format familiare del *vivere da soli*, condizione scelta o subita, alla propensione socioculturale a rinviare in avanti nell'età la stabilizzazione dei progetti di vita optando per una fluidità di relazioni che richiede una continua manutenzione anche in termini di opportunità di incontrare e conoscere nuove persone, alle tante forme di instabilità familiare e affettiva che spingono persone già in età adulta o longeve a ricercare nuove relazioni affettive; la diffusione della *singletudine* è un propellente potenziale della domanda di relazioni ed è anche una sorta di evidenza paradigmatica dell'esistenza nel cuore delle nostre società di *baratri di solitudine*, condizione esistenziale e di vita alla quale non sempre sono in grado di sfuggire con le loro sole forze, e per questo hanno bisogno di contesti, di luoghi in cui provare a sviluppare relazioni.

La creazione di contesti, di luoghi di generazione di relazionalità deve diventare un fattore centrale di ogni forma di progettazione urbana, di ogni piano regolatore che voglia uscire da logiche puramente fisiche della città per introiettare le esigenze sociali delle popolazioni che poi in quei posti devono vivere.

4.2. Lo specifico delle persone che vivono sole

Attualmente vivono sole oltre 7,5 milioni di persone, pari al 14,5% della popolazione da 15 anni in poi; di queste quasi 2 milioni hanno tra 15 e 45 anni (è l'8,2% di questa classe di età), poco più di 2 milioni hanno tra 45 e 64 anni (il 12,2%) e oltre 3,6 milioni sono anziani (65 anni e oltre) (tabb. 5 e 6).

Tab. 5 – Persone che vivono sole, per età – Anno 2012 (v.a., val. % e var. %)

	V.a.	% nella classe di età	Var. % 2002-2012
15-45 anni	1.878.170	8,2	+31,0
45-64 anni	2.028.457	12,2	+70,9
65 anni ed oltre	3.640.269	29,5	+24,8
Totale (15 anni e oltre)	7.546.896	14,5	+36,2

Fonte: elaborazione Fipe-Censis su dati Istat, Indagine Multiscopo – Aspetti della Vita Quotidiana

Tab. 6 – Famiglie per numero di componenti, 2012 (v.a. in migliaia, val. %, diff. ass., var. %)

Numero di componenti	v.a. (mgl)	val. %	Diff. ass. 2002- 2012 (mgl)	var. % 2002-2012
Uno	7.547	30,2	+2.009	+36,2
Due	6.892	27,6	+1.206	+21,2
Tre	5.119	20,5	+189	+3,8
Quattro	3.984	15,9	-425	-9,6
Cinque	1.138	4,5	-92	-7,5
Sei e più	328	1,3	+17	+5,4
Totale famiglie	25.007	100,0	+2.904	+13,1

Fonte: elaborazione Fipe-Censis su dati Istat, Indagine Multiscopo – Aspetti della Vita Quotidiana

Rispetto al 2002 le persone che vivono sole sono aumentate del +36,3% (ossia circa 2 milioni in più), in particolare sono aumentati i 45-64enni single, per i quali si registra un aumento del +71% circa.

A colpire è l'intensità della dinamica crescente del numero di persone che vivono sole registratasi nel periodo 2002-2012, fenomeno che ha riguardato non solo e non tanto gli anziani, quanto le altre classi di età, in particolare i 45-64enni:

- infatti, tra gli anziani la quota di persone che vive sola è aumentata del 24,8% (+722mila);
- tra le persone con meno di 45 anni la quota che vive sola è aumentata del 31% (+444 mila);
- tra le persone con età compresa tra 45 e 64 anni le persone sole sono aumentate del 71% circa (+841mila).

E' evidente come il vivere da soli sia cresciuto tra i non anziani, e che sia non più solo l'esito dell'età che avanza e della conseguente perdita di quote di relazioni sociali, ma una condizione di vita che coinvolge tutte le fasce di età.

Naturalmente vivere da soli non vuol dire essere soli, ma non è una forzatura considerarla una condizione potenzialmente fragile, in cui la relazionalità e tutto ciò che la promuove è essenziale. Vivere da soli è oggi condizione scelta oltre che obbligata, che presumibilmente si salda ad una notevole attenzione ai contesti che generano socialità.

Quello delle persone che vivono sole è un universo poco conosciuto, troppo spesso ridotto a rappresentazioni stereotipate, dagli anziani fragili alle single d'assalto, dai gerontocrati di potere alle zitelle di antica memoria.

E' in realtà un gruppo sociale che rappresenta in modo paradigmatico il tema del rapporto tra condizione di vita, relazioni e rischio solitudine; la dinamica crescente del vivere da soli, la sua trasversalità per classi di età e ceti sociali, le previsioni sul futuro viste anche i dati relativi ad altre grandi metropoli del mondo, inducono ad una riflessione ad hoc su questa realtà, nella quale si trovano gruppi sociali che per stili di vita, modelli comportamentali, esigenze private sono tra i protagonisti dei fenomeni di relazionalità e quindi sono sicuramente tra i protagonisti e fruitori della Movida.

Se le città si blindano, le strade si svuotano, è evidente che chi vive da solo più degli altri non potrà che esprimere la domanda di relazionalità lungo le

filiera private della sua esistenza, dalla famiglia al lavoro ad altri contesti privati; solo rendendo le città *hub* di relazioni, luoghi aperti, *friendly*, è possibile affiancare le persone nella loro ricerca di socialità, nell'evitare di cadere nei *baratri di solitudine*.

Si consideri che quasi il 66% delle persone che vivono sole non hanno scelto di farlo, mentre oltre il 34% la definisce una propria libera e autonoma scelta; la quota che ha scelto la *singletudine* decresce all'aumentare dell'età: è oltre l'83% delle persone fino a 34 anni ad avere scelto di vivere da sola, è il 73,3% in quelle tra 35 e 44 anni, è poco più del 69% in quelle con età tra 45 e 64 anni, e poi il dato crolla al 17,6% tra i 55-64enni ed a meno del 16% tra i longevi con almeno sessantacinque anni (tab. 7).

Hanno scelto di vivere da soli più gli uomini che le donne, il 45,7% degli uomini contro il 28,8% delle donne e più le persone che vivono nelle regioni centrali (43,5%) e nel Nord-ovest (42,4%).

Più degli altri sono poi i laureati ad avere scelto la singletudine, il 64,3% di coloro che possiedono la laurea dichiara di aver scelto di vivere da solo, contro il 47,6% dei diplomati e il 15,7% di coloro che hanno un titolo di studio inferiore (tab. 8).

Anche il giudizio sul vivere da soli, se sia una condizione che piace o meno, ha una relazione decrescente con l'età degli intervistati; piace vivere da soli ad oltre l'83% degli intervistati con età fino a 34 anni, al 69% tra gli adulti fino a 54 anni, e poi la quota dei soddisfatti crolla a meno di un quarto tra i 55-64enni ed a meno del 16% tra i longevi (tab. 9). Piace vivere da soli più ai maschi che alle femmine (il 40% contro il 31%) e più ai laureati (il 64,3%) e ai diplomati (47,6%) (tab. 10).

Due le considerazioni da fare che hanno rilievo rispetto ai temi della relazionalità: vivere da soli è fino ad un'età avanzata da adulti una condizione scelta e soddisfacente per poi diventare una condizione subita e che genera insoddisfazione; e altro dato interessante è che si tratta di una condizione più scelta e più soddisfacente nei centri più piccoli rispetto ai grandi centri urbani.

Tab. 7 - Persone che hanno scelto di vivere da sole, per classe di età (val. %)

<i>Lei ha scelto di vivere da solo?</i>	18-34	35-44	45-54	55-64	65 e più	Totale
Si	83,3	73,3	69,2	17,6	15,8	34,3
No	16,7	26,7	30,8	82,4	84,2	65,7
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: indagine Fipe-Censis, 2013

Tab. 8 - Persone che hanno scelto di vivere da sole, per titolo di studio (val. %)

<i>Lei ha scelto di vivere da solo?</i>	Fino a licenza media/ qualifica professionale	Diploma	Laurea o titolo superiore	Totale
Si	15,7	47,6	64,3	34,3
No	84,3	52,4	35,7	65,7
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: indagine Fipe-Censis, 2013

Tab. 9 - Persone a cui piace vivere da sole, per classe di età (val. %)

<i>Le piace vivere da solo?</i>	18-34	35-44	45-54	55-64	65 e più	Totale
Si	83,3	66,7	69,2	23,5	15,8	34,3
No	0,0	6,7	7,7	41,2	59,6	39,8
Non saprei	16,7	26,6	23,1	35,3	24,6	25,9
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: indagine Fipe-Censis, 2013

Tab. 10 - Persone a cui piace vivere da sole, per titolo di studio (val. %)

<i>Le piace vivere da solo?</i>	Fino a licenza media/ qualifica professionale	Diploma	Laurea o titolo superiore	Totale
Sì	15,5	47,6	64,3	34,3
No	58,8	26,2	7,1	39,8
Non saprei	25,5	26,2	28,6	25,9
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: indagine Fipe-Censis, 2013

Le persone che vivono sole nei grandi centri urbani sono molto meno soddisfatte della propria condizione (al 15,8% degli intervistati dei comuni di oltre 250mila abitanti non piace vivere da soli), e non è certo una forzatura immaginare che su questo dato pesi in misura rilevante la qualità relazionale dei contesti in cui si vive, il fatto che nei centri più piccoli sia più agevole sviluppare relazioni, sentire di stare dentro una comunità.

Certo per i più giovani è evidente che la comunità compatta può essere vissuta come una camicia di forza, una sorta di costrizione, di controllo sociale rispetto alle proprie esigenze, abitudini, anche desideri; per questo è importante capire che nella domanda di relazionalità, nella voglia di comunità dei cittadini, inclusi i più giovani, non c'è una pulsione passatista, veteromoralista di ritorno alle comunità chiuse, compatte dove il fatto di conoscersi tutti diventa vero e proprio controllo sociale e veicolo di pericoloso conformismo, piuttosto c'è la voglia di un salto di qualità nel modo di vivere i contesti urbani, nella condizioni con cui si attivano e poi sviluppano le relazioni nei contesti dei centri più grandi.

Nella scelta di vivere soli c'è anche una grande esigenza di libertà, di autonomia che però cerca il suo completamento in una relazionalità adeguata, per la quale i luoghi, i contesti in cui farla nascere e dispiegare è importante.

L'autonomia individuale ha il suo naturale completamento in contesti relazionali aperti, gradevoli, praticabili; non è un caso che le persone che vivono sole sono tra le protagoniste dei luoghi della Movida in Italia.

4.3. Il coinvolgimento quantitativo degli italiani nella fruizione serale e/o notturna dei luoghi pubblici

Sono tante e diversificate le fruizioni dei luoghi delle città italiane piccole e grandi alla sera e alla notte; di seguito sono indicati il grado di diffusione delle diverse modalità di fruizione, e in particolare:

- escono *la sera e/o la notte*, fasi della giornata in cui le uscite di solito rinviano a motivazioni di svago, entertainment e più ancora alla voglia di relazioni e di socialità oltre 29 milioni di italiani una volta ogni tanto, di cui oltre 15,6 milioni almeno una volta a settimana;
- frequentano *i luoghi della Movida* quando escono la sera e/o la notte quasi 19 milioni di italiani, vi si recano ogni volta che escono la sera e/o

la notte oltre 5,3 milioni di persone, vi si recano *almeno una volta a settimana* oltre 4,3 milioni di persone;

- frequentano il centro storico del proprio comune o di comuni limitrofi la sera e/o la notte oltre 22 milioni di italiani, tra i quali a quasi 8,5 milioni capita di farlo almeno una volta a settimana;
- sono poi oltre 8 milioni le persone che quando escono la sera e/o la notte dichiarano di farlo *anche* per andare in pub, discoteche, discobar, enoteche ecc. e di questi oltre 6,1 milioni lo fanno almeno una volta settimana.

4.4. Il coprifuoco non abita qui

Quasi il 60% dei cittadini intervistati dichiara che gli *capita di uscire la sera*; la quota è decrescente al crescere dell'età: infatti, dichiara che gli capita di uscire la sera quasi il 94% dei giovani con età fino a 29 anni, quasi il 78% degli adulti con età tra 30 e 44 anni, il 53% circa di quelli con età tra 45 e 64 anni, ed al 31% degli anziani (tab. 11).

L'uscita serale o notturna è diffusa con intensità simile nelle macroaree geografiche ed ha una relazione crescente anche con il titolo di studio, con quasi l'84% dei laureati che dichiara che gli capita di uscire la sera, tra i diplomati è il 66,9% e tra coloro che hanno un titolo di studio più basso il 37% (tab. 12).

Ad uscire di più sono quelle persone che beneficiano di un reddito elevato: è quasi l'85% di coloro che hanno un reddito mensile familiare che supera le 4.000 euro a dichiarare che gli capita di uscire la sera/notte.

La asserita privatizzazione di fatto del tempo di loisirs e di relazioni con il suo incapsulamento nelle abitazioni private dei cittadini non hanno trasformato la maggioranza degli italiani in *pantofolai*; è ancora forte, diffusa, radicata trasversalmente nel corpo sociale e nei territori la tendenza a trascorrere fuori dal contesto privato il tempo di vita presumibilmente diverso da quello produttivo (che sia di lavoro o di studio).

Tab. 11 - Persone a cui capita di uscire la sera/notte, per classe di età (val. %)

<i>Le capita di uscire la sera/notte?</i>	18-29 anni	30-44 anni	45-64 anni	65 anni e oltre	Totale
Si	93,9	77,8	52,8	30,8	59,8
No	6,1	22,2	47,2	69,2	40,2
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: indagine Fipe-Censis, 2013

Tab. 12 - Persone a cui capita di uscire la sera/notte, per titolo di studio (val. %)

<i>Le capita di uscire la sera/notte?</i>	Fino a licenza media/ qualifica professionale	Diploma	Laurea o titolo superiore	Totale
Si	37,1	66,9	83,3	59,8
No	62,9	33,1	16,7	40,2
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: indagine Fipe-Censis, 2013

La portata del dato è ancora più significativa se associata al fatto che l'innovazione tecnologica ha moltiplicato un'offerta individualizzante di strumenti e device, per molti dei quali la fruizione casalinga e in solitudine è spesso la più adatta e praticata.

Invece, nel tempo di non lavoro per gli italiani vivere le città fuori dalle mura delle abitazioni frequentando gli spazi e locali pubblici è ancora una dimensione significativa della loro vita; le nostre città non sono svuotate quando cessa il ciclo produttivo e del lavoro.

Ciò rimanda alla lunga deriva di abitudini consolidate di rapporto con la città e alla domanda di relazionalità che attraversa tutto il corpo sociale, e che la crisi non ha assolutamente spezzato, anzi emerge quasi un rilancio della stessa.

Se la fase attuale è dominata da sentimenti di paura, ansia, da ondate di insicurezza percepita e reale che fanno il paio con l'incertezza, tutto ciò non ha generato una blindatura in casa nelle ore in cui si può scegliere se farlo o meno.

Uscire la sera e/o la notte è un indicatore indiretto di voglia di stare con gli altri, non solo con le persone che ci sono parenti o amici, e soprattutto non solo in una dimensione di casa-fortino, trincea; stare fuori casa è un primo elemento di una voglia di intrecciare relazioni, o comunque di fare parte di una comunità più ampia, magari limitandosi a condividere gli spazi in cui ciascuno può svolgere le attività che più gli piacciono.

Come sempre, frequentare i luoghi e/o gli esercizi pubblici nel tempo di non attività è fenomeno connesso all'età delle persone, e raggiunge il suo picco nella fase giovanile per poi declinare; ma non si può non sottolineare l'ampiezza della quota di adulti e persino anziani che comunque non resta sempre chiuso dentro casa la sera e/o la notte.

Riguardo alla frequenza con cui le persone escono la sera emerge che:

- oltre il 53% dichiara di uscire almeno una volta a settimana, quota che oscilla tra quasi l'86% dei più giovani, il 46,5% tra i 30-44enni, il 42% tra i 45-64enni e il 38% tra gli anziani;
- il 20,6% esce almeno una volta ogni due settimane, e in questo caso si passa dal 24% dei più anziani e poi si scende a meno del 20% tra gli adulti 45-64enni, poi al 26% per i 30-44enni mentre tra i giovani è il 12,6%;
- il 18,2% esce almeno una volta al mese, e in particolare gli adulti 45-64enni e gli anziani (quasi il 28%);

- con frequenze minori escono poco più del 7% dei cittadini intervistati, quote che sono maggiormente elevate tra le due classi di età più alte.

C'è quindi una quota significativa di persone che vive il tempo presumibilmente di non attività produttiva come tempo non blindato in luoghi privati, ma ama essere fuori di casa, dentro presumibilmente luoghi pubblici.

Si possono stimare in 15,6 milioni, di cui oltre 6 milioni sono giovani con età compresa tra 18 e 29 anni, gli italiani che escono la sera e/o la notte almeno una volta a settimana; sono poi 4,7 milioni gli adulti con età compresa tra i 30 e i 44 anni e 3,5 milioni coloro che hanno tra i 45 e i 64 anni ad uscire nelle ore serali/notturne; sono inoltre 1,8 milioni le persone che vivono sole che escono almeno una volta a settimana la sera (tab. 13).

Si tratta di un popolo che sciamano per le strade, gli esercizi pubblici, i tanti luoghi di incontro che rendono le nostre città un esempio positivo di contesti vissuti, attraversati comunque da dinamiche relazionali che non possono non incidere positivamente sulla qualità della vita e che soprattutto sono espressione di una propensione alla socialità in luoghi aperti, pubblici che la crisi non ha spezzato.

Come rilevato, escono di più la sera/notte i giovani tra i quali è quasi l'86% a farlo almeno una volta a settimana, il 12,6% lo fa almeno una volta ogni due settimane, il rimanente 1,5% lo fa almeno una volta ogni due tre mesi o più di frequente; alti i valori relativi alle altre classi di età, con gli adulti di età 30-44anni che nel 46,5% dei casi escono almeno una volta a settimana, nel 25,7% almeno una volta ogni due settimane, il 18% una volta al mese, e circa il 10% con minore frequenza (tab. 14); alte le quote anche per gli adulti 45-64 anni tra i quali sono, rispettivamente, il 42% almeno una volta a settimana, il 19,9% almeno una volta ogni due settimane, oltre il 28% una volta al mese e poco meno del 10% con minore frequenza; infine gli anziani tra i quali il 38% esce almeno una volta a settimana la sera e/o la notte, il 24% almeno una volta ogni due settimane, quasi il 28% almeno una volta al mese e poco più del 10% con minore frequenza.

Il ritmo più alto di uscita serale e/o notturna si registra nel Nord-ovest con oltre il 45% che esce almeno una volta a settimana e nel Sud-isole dove è il 60,4% a farlo.

Tab. 13 – Persone che escono la sera/notte almeno una volta a settimana (1) (val. % e stima in migliaia)

	val. %	Stima (in migliaia)
18-29 anni	80,7	6.034
30-44 anni	35,9	4.666
45-64 anni	21,7	3.519
65 e più	11,7	1.435
single	24,4	1.839
Totale	31,7	15.654

(1) Cittadini che hanno indicato di uscire la sera/notte almeno una volta alla settimana. La percentuale è calcolata sul totale degli intervistati

Fonte: indagine Fipe-Censis, 2013

Tab. 14 – Frequenza con cui gli italiani escono la sera, per classe di età (val. %)

<i>Quante volte le capita di uscire la sera?</i>	18-29 anni	30-44 anni	45-64 anni	65 anni e oltre	Totale
Almeno una volta a settimana	85,9	46,5	42,0	38,0	53,5
Almeno una volta ogni due settimane	12,6	25,7	19,9	24,0	20,6
Almeno una volta al mese	0,6	18,0	28,4	27,7	18,2
Almeno una volta ogni due-tre mesi	0,9	6,0	7,0	4,8	4,9
Con minore frequenza	0,0	3,8	2,7	5,5	2,8
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: indagine Fipe-Censis, 2013

Dall'analisi dei dati emerge inoltre che escono almeno una volta a settimana nelle ore serali e/o notturne più gli uomini che le donne, quasi il 55% contro il 52%, e più i laureati rispetto a coloro che hanno al massimo la qualifica professionale, quasi il 62% rispetto al 39,7% (tab. 15).

Escono maggiormente la sera/notte gli intervistati che hanno un maggiore reddito a disposizione (un reddito di oltre 4.000 euro), tra i quali è il 65,2% a farlo almeno una volta a settimana, mentre il 20,2% esce almeno una volta ogni due settimane, l'8,1% una volta al mese e il rimanente 11,2% almeno una volta ogni due tre mesi o con minore frequenza.

Ad uscire più di frequente sono poi le persone che vivono nei grandi comuni rispetto a quelli che vivono in piccole realtà: alte infatti le quote per chi vive in comuni con oltre 250 mila abitanti, tra i quali esce il 65% circa almeno una volta a settimana, il 17% almeno una volta ogni due settimane, oltre il 14% una volta al mese, e il 3,7% con minore frequenza; mentre tra coloro che nella situazione opposta vivono in comuni di massimo 10 mila abitanti esce almeno una volta a settimana il 49%, due volte a settimana il 21%, esce almeno una volta al mese la sera e/o la notte il 17,8% e il 12% circa esce di sera con minore frequenza.

Il dato complessivo, comunque, è quello di una tendenza trasversale a uscire con una certa intensità anche la sera e/o notte, smentendo così le idee convenzionali di un *popolo di pantofolai* e di un paese rinserrato nei luoghi privati della vita nei momenti non obbligati di uscita da casa, che sia per lavoro o studio.

La crisi, quindi, non ha generato il *coprifuoco sociale*, quel rinserramento che trova la sua espressione estrema nello starsene in casa ogni volta che non si è obbligati a uscire.

Dietro le uscite serali c'è con tutta probabilità quella propensione alla relazionalità in spazi pubblici che è una caratteristica costitutiva della vita comunitaria nei contesti piccoli e grandi del nostro Paese, e che è un sorta di giacimento che va valorizzato.

E' un punto di partenza importante per capire il contesto in cui si inquadra anche la Movidà e rinvia al rapporto tra gli italiani, a cominciare dai più giovani ma senza tagliare fuori gli adulti e anche gli anziani, con la città e i suoi luoghi.

Tab. 15 – Frequenza con cui gli italiani escono la sera, per titolo di studio (val. %)

<i>Quante volte le capita di uscire la sera?</i>	Fino a licenza media/qualifica professionale	Diploma	Laurea o titolo superiore	Totale
Almeno una volta a settimana	39,7	54,9	61,8	53,5
Almeno una volta ogni due settimane	26,5	18,2	20,7	20,6
Almeno una volta al mese	21,3	19,8	12,6	18,2
Almeno una volta ogni due-tre mesi	10,3	3,6	3,5	4,9
Con minore frequenza	2,2	3,5	1,4	2,8
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: indagine Fipe-Censis, 2013

Va tenuto presente che ci sono circa 2 milioni di persone alle quali non capita di uscire la sera ma che vorrebbero invece farlo, a testimonianza di una condizione che molto spesso è più subita che voluta; è infatti probabile che se si creassero una serie di condizioni personali, ma anche sociali e di contesto, la domanda di fruizione dei luoghi pubblici nelle ore serali e notturne sarebbe destinata a crescere.

Vorrebbero uscire di più la sera e/o la notte ben il 62% di coloro che già escono almeno una volta a settimana, ed è evidente la voglia di moltiplicare le opportunità di socialità, di fruizione delle tante forme di entertainment che i vari contesti offrono.

Inoltre, tra i desiderosi di una maggiore frequenza di uscita serale e/o notturna quasi la metà nelle uscite serali si reca sempre o quasi sempre (almeno una volta su quattro) nei luoghi della Movida, che quindi hanno una forza di attrazione notevole, tanto da stimolare il desiderio di frequentarli di più a quote significative di persone che già oggi le frequentano con una certa intensità.

4.5. Perché si esce la sera e/o la notte

I dati mostrano che l'idea di una città relazionale vissuta oltre gli orari più tipicamente produttivi non ha un carattere di sola opinione, ma è pratica diffusa, parte integrante degli stili di vita degli italiani con una trasversalità di età, sesso, titolo di studio, gruppi sociali che ci consente di parlare di pratiche massificate. Agli italiani le città blindate notturne non piacciono; e non piace nemmeno la casa-trincea in cui ci si rifugia dopo le ore di *vita attiva*.

Decisive sono ovviamente le *motivazioni* delle uscite serali che definiscono il contenuto del tempo fuori di casa; nell'indagine si è fatto riferimento alle motivazioni prevalenti che nelle vite delle persone scandiscono l'abitudine alle uscite serali e/o notturne con il ritmo che hanno indicato.

Poiché le abitudini sono necessariamente il portato di una pluralità a volte intrecciata di motivazioni, è stata delineata una matrice che per singola persona può essere composta anche da più di una motivazione.

Meno del 6% dichiara di uscire la sera e/o la notte per lavoro; sono in particolare maschi (8,6%), residenti al Sud-isole (7,3%) e al Nord-ovest (6,6%) e persone con basso titolo di studio (oltre l'8%); le altre motivazioni

richiamate sono tutte di loisirs, di fruizione ludica, non produttiva nel senso di attività primaria di lavoro o di studio delle persone (tab. 16).

Le uscite serali e/o notturne sono per il 69% dei cittadini indotte dalla voglia di passeggiare, incontrare amici, cioè dalla fruizione degli spazi pubblici per la socialità, per curare le relazioni con gli altri; per il 59,4% per andare in ristoranti, trattorie, pizzerie; per il 28% per *andare in pub, discoteche, discopub, discobar, enoteche*; per quasi il 22% per visitare musei, luoghi ed eventi culturali, per il 2,7% per fare shopping.

La fruizione *free* degli spazi pubblici per ragioni relazionali, di convivialità è ovviamente la più diffusa, ed evidenzia bene che esiste una domanda incompressibile tra gli italiani di spazialità pubblica in cui semplicemente potere passeggiare e incontrare le persone in sicurezza, comfort, possibilmente in contesti esteticamente gradevoli; si esce la sera per passeggiare e coltivare relazioni, e lo si fa generalmente nei luoghi preposti a questo, che ne hanno le caratteristiche essenziali.

Decisivo è il richiamo dei *locali ed esercizi pubblici*, visto che oltre il 59% associa le uscite serali e/o notturne alla scelta di andare in ristoranti, trattorie e pizzerie; a recarsi in questi luoghi sono principalmente gli adulti di 45-64 anni tra i quali dichiara di andare in questi luoghi quasi il 62%, coloro che vivono nelle regioni centrali del Paese (ben l'85,3%), e gli intervistati con oltre 4.000 euro al mese (oltre l'84%). Amano andare in questi posti più le donne che gli uomini (il 62% contro il 57%), i laureati (il 64%), le coppie senza figli (il 61%) e le persone che vivono sole (oltre il 59%).

Il 28% esce anche per recarsi presso format tipici della notte o, al limite, dell'ora dell'aperitivo serale, come enoteche e le varie tipologie di pub e discoteche. A frequentarle maggiormente sono quasi il 66% dei giovani, circa il 36% di coloro che risiedono al Nord-ovest e il 37% degli intervistati che vivono in comuni con più di 250 mila abitanti (tab. 17).

E' importante sottolineare la funzione sociale esercitata dagli esercizi pubblici che si affianca, di fatto, a quella svolta dagli spazi pubblici, e anzi integra il senso e la funzione sociale di quest'ultimi. Gli esercizi pubblici infatti contribuiscono a creare i contesti, i luoghi che sono generatori di relazioni.

Tab. 16 - Motivi per cui gli italiani escono la sera/notte, per classi di età (val. %)

<i>Per quali dei seguenti motivi le capita di uscire la sera?</i>	18-29 anni	30-44 anni	45-64 anni	65 anni e oltre	Totale
Per passeggiare, incontrare amici	70,0	69,2	69,4	66,1	69,0
Per andare in ristoranti, trattorie, pizzerie	58,3	58,4	61,7	58,7	59,4
Per andare in pub, discoteche, discopub, discobar, enoteche,	65,8	23,7	9,1	13,0	28,0
Per visitare musei, luoghi ed eventi culturali	12,1	18,3	32,6	23,6	21,8
Per lavoro	1,9	8,1	3,5	13,1	5,9
Per fare shopping	3,4	4,4	0,6	1,9	2,7

Il totale non è uguale a 100 perchè erano possibili più risposte

Fonte: indagine Fipe-Censis, 2013

Tab. 17 - Motivi per cui gli italiani escono la sera/notte, per ripartizione geografica (val. %)

<i>E per quali dei seguenti motivi?</i>	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole	Totale
Per passeggiare, incontrare amici	70,7	78,8	66,7	63,8	69,0
Per andare in ristoranti, trattorie, pizzerie	45,6	49,0	85,3	58,6	59,4
Per andare in pub, discoteche, discopub, discobar, enoteche,	35,8	16,8	27,9	28,0	28,0
Per visitare musei, luoghi ed eventi culturali	28,2	24,4	20,5	15,8	21,8
Per lavoro	6,6	5,9	3,1	7,3	5,9
Per fare shopping	4,3	2,1	-	3,6	2,7

Il totale non è uguale a 100 perchè erano possibili più risposte

Fonte: indagine Fipe-Censis, 2013

Spazi pubblici privi di esercizi pubblici sono sicuramente depotenziati nella loro capacità di produrre socialità.

Concentrati sulla dimensione economica degli esercizi pubblici o sul loro rapporto con i turisti, poco si ragiona sul ruolo che hanno sul piano sociale; e nei luoghi della *Movida* o anche nel centro storico gli esercizi pubblici, pur essendo attività economiche a gestione privata, vanno letti come componente della piattaforma che nel cuore delle città deve generare relazioni.

Il fatto che tanta gente esca di casa la sera con obiettivo quello di recarsi presso uno dei molteplici *format* di esercizi pubblici è un indicatore significativo del ruolo sociale che esercitano, e che non può essere negletto.

Va detto che nella *MalaMovida* gli esercizi pubblici finiscono per essere confusi con la pleora di format ibridi che non si fanno certo notare per la produzione di relazioni, ma per il supporto che di fatto danno alle tante derive patologiche. Tuttavia, se si guarda agli esercizi pubblici propriamente detti, ovunque sono una componente decisiva di una organizzazione virtuosa di spazi pubblici orientati alla socialità.

4.6. I protagonisti della Movida

Quanti sono e quale profilo hanno le persone che frequentano i luoghi della *Movida*? Per delineare la dimensione quantitativa del fenomeno, il suo bacino attivo, è stato chiesto alle persone se e con quale frequenza si recano nei luoghi della *Movida*; nel porre la domanda si è ovviamente tenuto conto del fatto che esiste una idea sociale diffusa nei vari contesti su cosa si intenda per luoghi da considerare *teatro di Movida*.

Questo è un aspetto importante: i luoghi della *Movida* non sono decisi dall'alto, per editto, ma sono espressione delle scelte molecolari, minute, puntuali dei fruitori e, in molti casi, anche degli operatori che si installano in determinati territori, magari attivando processi di rigenerazione, rivalorizzazione.

Ecco perché ha senso l'ipotesi che i cittadini abbiano una idea abbastanza precisa, operativa, di orientamento pratico dei luoghi che nei contesti in cui vivono sono da considerarsi della *Movida*; da qui la validità anche metodologica della verifica tramite indagine della eventuale tendenza dei

cittadini a recarsi nei luoghi della Movida del comune in cui abitano o di altri comuni.

Sono quasi 19 milioni gli italiani di ogni età ai quali magari una volta ogni tanto, capita di frequentare i luoghi della Movida; di questi quasi 6,4 milioni sono giovani e oltre 1,7 milioni persone che vivono da sole.

Il 18,2% degli intervistati dichiara che quando esce la sera e/o notte si reca nei luoghi della Movida (il 38,5% dei 18-29enni), quasi il 25% vi si reca abbastanza (il 40,2% dei 18-29enni), *cioè almeno una volta su quattro*, quasi il 22% vi si reca poco e poco più del 35% mai (tabb. 18-19).

Esiste quindi una quota del 65% di persone a cui capita di uscire la sera/notte e che dichiara di recarsi, almeno ogni tanto, nei luoghi della Movida.

La quota di persone che si dichiara estranea ai luoghi della Movida, che non vi si reca mai, che non ne è attratta è pari al 35%; è più alta, nel Nord-est (41%) e al Centro (47,5%), e tende a crescere ovviamente con l'età degli intervistati attestandosi sopra al 48% tra gli anziani (tab. 20).

Ed è proprio il dato di adulti e anziani che colpisce, visto che comunque si registra quasi il 52% che tende ad andare nei luoghi della Movida almeno qualche volta quando esce di sera e/o notte; è chiaro che nel vissuto concreto delle persone relativamente ai propri contesti di vita la Movida e i suoi luoghi non evoca perdizione, *droga-alcol-cose solo per giovani debosciati*, ma luoghi di convivialità, fatti di spazi pubblici e locali, che la presenza di tanta gente rende luoghi praticabili, per certi versi sicuri e piacevoli.

Si stima poi che le persone che escono almeno una volta a settimana e che si recano sempre nei luoghi della Movida (*gli abituali della Movida*) sono 4,3 milioni; di questi, 2,6 milioni hanno tra 18 e 29 anni, 1,1 milioni tra 30-44 anni, 570 mila hanno oltre 44 anni, mentre le persone che vivono sole sono quasi 250 mila.

Il bacino degli abituali che con cadenza almeno settimanale si coinvolge nella Movida è questo, e il dato ci segnala una dimensione di massa che non può essere derubricato a pura patologia sociale.

Tab. 18 - Persone che escono la sera/notte (*) (v.a. in migliaia)

	v.a. stime	<i>di cui almeno una volta a settimana</i>
Escono la sera/notte	29.161	15.654
<i>di cui:</i>		
- frequenta il centro storico del suo comune o di comuni limitrofi	22.246	8.447
- vanno nei luoghi della Movidà	18.944	4.360*
- <i>anche per andare in pub, discoteche, discobar, enoteche</i>	8.085	6.127

(*) Persone che escono la sera almeno una volta a settimana per recarsi nei luoghi della Movidà

Fonte: indagine Fipe-Censis, 2013

Tab. 19 – Persone che quando escono la sera si recano nei luoghi della Movida, per classe d'età
(val. %)

<i>Quando esce la sera, di solito si reca nei luoghi della Movida della sua città o in quella di altri comunit�/territori?</i>	18-29 anni	30-44 anni	45-64 anni	65 anni e oltre	Totale
Molto + abbastanza	78,7	37,8	25,4	31,1	43,1
Molto (quasi sempre)	38,5	15,6	6,3	14,5	18,2
Abbastanza (almeno una volta su quattro)	40,2	22,2	19,1	16,6	24,9
Poco + per niente	21,3	62,2	74,6	68,9	56,9
Poco (ogni tanto)	11,4	23,8	28,5	20,8	21,8
Per niente	9,9	38,4	46,1	48,1	35,1
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: indagine Fipe-Censis, 2013

Tab. 20 – Persone che quando escono la sera si recano nei luoghi della Movida, per ripartizione geografica (val. %)

<i>Quando esce la sera, di solito si reca nei luoghi della Movida della sua città o in quella di altri comunità/territori?</i>	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole	Totale
Molto + abbastanza	44,8	47,5	32,3	46,8	43,1
Molto (quasi sempre)	20,2	20,5	8,5	22,1	18,2
Abbastanza (almeno una volta su quattro)	24,6	27,0	23,8	24,7	24,9
Poco + per niente	55,2	52,5	67,7	53,2	56,9
Poco (ogni tanto)	24,2	11,5	20,2	27,0	21,8
Per niente	31,0	41,0	47,5	26,2	35,1
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: indagine Fipe-Censis, 2013

Esiste una *Movida* concretamente vissuta nei tanti contesti del nostro Paese che nell'esperienza diretta delle persone di ogni età poco o nulla ha a che vedere con la *Movida sparata* della cronaca quasi sempre nera che indubbiamente esiste e pone problemi rilevanti per residenti e istituzioni oltre che per una parte significativa e più responsabile di esercenti, ma che anche nella percezione e nel vissuto di una maggioranza di italiani non coincide con la *Movida tout-court*.

Esiste una potenzialità di sviluppo ulteriore della socialità serale e o notturna, che si materializza in una voglia insoddisfatta di uscire la sera e/o la notte ancor di più da parte di quote significative di cittadini.

Infatti, oltre un terzo degli intervistati dichiara che gli piacerebbe uscire di più la sera e/o la notte perché sarebbe importante per le relazioni e la qualità della vita.

Il desiderio di uscire di più la notte è trasversale al corpo sociale, ed è molto più forte nelle classi di età giovani, quindi tra i 18-29enni (67,5%) e tra 30-44enni (44,7%); vorrebbe uscire di più la sera anche il 21% circa dei 45-64enni e il 16% degli over65 (tab. 21).

L'analisi per ripartizione geografica mostra che coloro che esprimono la voglia di uscire e vivere maggiormente la sera e la notte, in particolare nei weekend e nei giorni festivi al fine di migliorare le relazioni e la qualità della vita sono coloro che vivono nelle regioni centrali (il 38,4%) e nel Nord-ovest (il 35,7%). Vorrebbero uscire di più anche coloro che vivono nelle grandi città, il 35% di coloro che vivono nei comuni che hanno dai 100 ai 250 mila abitanti e il 38,6% di coloro che vivono in comuni con oltre 250 mila abitanti.

Sono più i laureati rispetto agli altri intervistati con titolo di studio più basso le persone a cui piacerebbe vivere di più la vita notturna per migliorare la propria dimensione relazionale e la qualità della vita in generale; a dichiarare ciò è infatti il 52% circa dei laureati, il 34,9% dei diplomati e il 20% di chi ha la licenza media o la qualifica professionale (tab. 22).

Vorrebbero uscire di più quasi il 54% di coloro che percepiscono un reddito familiare mensile superiore ai 4.000 euro: il 42,4% di coloro che hanno un reddito di 2.001-4.000 euro, il 25,8% per chi dispone di 1.001-2.000 e il 22,2% per chi ha un reddito fino a 1.000 euro (tab. 23).

Tab. 21 - Persone a cui piacerebbe uscire e vivere di più la sera/notte, per classe di età
(val. %)

<i>Le piacerebbe uscire e vivere di più la sera/notte. in particolare durante i week end e i giorni di festa?</i>	18-29 anni	30-44 anni	45-64 anni	65 anni e oltre	Totale
Si, sarebbe importante per le relazioni e la qualità della vita	67,5	44,7	21,3	16,1	33,2
No	32,5	55,3	78,7	83,9	66,8
di cui:					
- preferisco comunque attività in casa mia o di parenti/amici	8,7	35,7	57,6	68,0	47,0
- esco già abbastanza	23,8	19,6	21,1	15,9	19,8
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: indagine Fipe-Censis, 2013

Tab. 22 – Persone a cui piacerebbe uscire e vivere di più la sera/notte, per titolo di studio (val. %)

<i>Le piacerebbe uscire e vivere di più la sera/notte, in particolare durante i week end e i giorni di festa?</i>	Fino a Licenza media/Qual. prof.	Diploma	Laurea o superiore	Totale
Si, sarebbe importante per le relazioni e la qualità della vita	20,0	34,9	51,9	33,2
No	80,0	65,1	48,1	66,8
- preferisco comunque attività in casa mia o di parenti/amici	59,9	45,6	27,6	47,0
- esco già abbastanza	20,1	19,5	20,5	19,8
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: indagine Fipe-Censis, 2013

Tab. 23 – Persone a cui piacerebbe uscire e vivere di più la sera/notte, per reddito netto mensile familiare (val. %)

<i>Le piacerebbe uscire e vivere di più la sera/notte, in particolare durante i week end e i giorni di festa?</i>	Fino a 1000 euro	Da 1001 a 2000 euro	Da 2001 a 4000 euro	Oltre 4000 euro	Non so/non risponde	Totale
Si, sarebbe importante per le relazioni e la qualità della vita	22,2	25,8	42,4	53,7	35,6	33,2
No	77,8	74,2	57,6	46,3	64,4	66,8
<i>di cui:</i>						
- preferisco comunque attività in casa mia o di parenti/amici	63,1	50,4	36,1	23,3	47,3	47,0
- esco già abbastanza	14,7	23,7	21,5	23,0	17,1	19,8
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: indagine Fipe-Censis, 2013

Uscire di casa, frequentare spazi e locali pubblici, stare insieme, vivere la città piccola o grande che sia è una pulsione che la crisi, con tutti i suoi impatti sulla psicologia sociale e sulle tasche degli italiani non ha spento e che, anzi, ha ancora traiettorie di crescita significative.

Occorre leggere il dato nel suo significato sociale rispetto all'idea di città che gli italiani hanno; non un luogo da blindare, da rendere impraticabile alla fruizione collettiva, ma l'esatto contrario, un insieme di luoghi che vanno vissuti la sera e la notte, nei quali vorrebbero potersi recare ancor più di frequente, propensione che ha al suo fondo una domanda di relazionalità che è dentro il DNA valoriale e di comportamenti del nostro Paese.

Le risposte alle criticità emerse a livello di gestione della Movida, più ancora di sua gestione nei centri storici, non possono prescindere da questo aspetto; non possono cioè puntare sul fatto che saremo sempre più un popolo di *pantofolai*, magari tecnologicamente evoluto perché impegnato nella fruizione solipsistica dei tanti device innovativi, ma che si basta a se stesso tanto da rinchiudersi in casa.

E d'altro canto, non prevale l'idea della privatizzazione dei luoghi di incontro, che la vita di relazione debba svolgersi dentro le abitazioni di amici o parenti; così non è per una netta maggioranza di cittadini che sono propensi a vivere ancor di più le città, i suoi luoghi e, tra questi, anche i luoghi della Movida, come paradigma di una fruizione collettiva, gioiosa, conviviale delle città.

Guai a dimenticare che la spirale regressiva di tante città iniziata con la crisi economica è poi stata dovuta ad una sorta di regressione sociale con abbandono progressivo delle strade e delle piazze da parte dei cittadini, fallimento e chiusure di attività e pubblici esercizi, e quindi susseguente occupazione dei luoghi pubblici da parte di culture di strada devianti, di subgruppi, spesso giovanili, portatori di microcriminalità, devianza, insicurezza, con l'effetto netto di un impoverimento collettivo della città e delle sue comunità

La voglia di vivere la città, di praticare i suoi spazi in ogni ora del giorno e della notte è una domanda di libertà, di autonomia, di potere esercitare la propria propensione alla relazionalità, cosa che massificata valorizza la città stessa, la corrobora con reti di relazioni, pratiche sociali diffuse che sono un presupposto decisivo per la creazione di valore sociale ed economico.

Se la città intasata dalla pressione antropica nei centri storici o in alcuni suoi contesti specifici è un disvalore, la città svuotata che vive solo al ritmo di lavoro e consumo e nasconde nel privato le relazioni è un pericolo per i suoi residenti e per la sua attrattività.

4.7. Un approfondimento sui *popoli abituali* della sera e/o della notte e della Movida

E' importante capire come si articola il popolo abituale della sera e/o notte:

- sono 15,6 milioni gli italiani *che escono almeno una volta la settimana la sera o la notte*;
- 8,5 milioni quelli *che si recano almeno una volta alla settimana la sera o la notte nel centro storico*;
- oltre 4,3 milioni le persone che dichiarano che escono la sera o la notte almeno una volta alla settimana e *si recano sempre nei luoghi della Movida*. Di questi oltre 3 milioni scelgono i luoghi della Movida anche per recarsi presso pub, discoteche, discopub, discobar, enoteche; quasi 2,5 milioni anche per andare in ristoranti, trattorie, pizzerie. Vanno *sempre e solo* nei luoghi della Movida e presso pub, discoteche, discopub, discobar, enoteche 816 mila persone;
- sono poi oltre 6,1 milioni quelli che escono la sera o la notte almeno una volta a settimana *anche* per andare in pub, discoteche, discopub, discobar, enoteche ecc.
- ci sono poi altri 4,2 milioni che escono o almeno una volta al mese ogni due settimane o almeno una volta al mese ma che vorrebbero uscire di più. Si possono considerare come *aspiranti abituali* anche della Movida; tra questi si riscontrano oltre 1,8 milioni di persone con età compresa tra 30 e 44 anni, oltre 1,4 milioni con età tra 45 e 64 anni e anche 450 mila anziani. Questa voglia di far parte della Movida è più forte al Nord-Ovest dove coinvolge oltre 1,4 milioni di maggiorenni, e anche al Centro dove riguarda 1,3 milioni di persone.

Considerando solo gli *abituali* della Movida, si riscontra che la ragione più richiamata dagli intervistati delle loro uscite serali è quella di recarsi presso pub, discoteche, discopub, discobar, enoteche ecc. (il 69%); segue il richiamo alla voglia di passeggiare, incontrare amici (59,2%), quindi quella

di andare in ristoranti, trattorie, pizzerie (56,7%), e poi quella di visitare musei, luoghi ed eventi culturali (21%) (tab. 24).

Come rilevato, sono poco meno del 19% (pari a circa 816 mila) quelli che dichiarano che si recano nei luoghi della Movida almeno una volta alla settimana *solo* per andare in pub, discoteche, discopub, discobar, enoteche ecc.

Gli abituali della Movida, quindi, non coincidono con coloro che vanno presso determinati format degli esercizi pubblici, ma sono animati da una pluralità di motivazioni, cosa che conferma come la Movida sia un fenomeno molto più complesso dal lato dei cittadini rispetto alla rappresentazione mediatica che semplifica riducendo il tutto nella migliore delle ipotesi a giovani che si recano nei locali serali e notturni, e nella peggiore ai fenomeni della *MalaMovida*.

4.8. I centri storici delle città italiane: la frequenza serale e/o notturna

Il 45% degli italiani dichiara di frequentare il centro storico del proprio comune o di comuni limitrofi la sera o la notte; il dato è più alto nel Sud-ovest dove è pari a quasi il 51%, poi al Centro al 44%, al Nord-est al 43,7% e quindi al Nord-ovest al 39,5%.

La fruizione dei centri storici, per ragioni climatiche e di abitudini sociali consolidate è più diffusa nelle regioni del Centro Sud, rispetto a quelle del Nord.

E' un fenomeno che riguarda l'80% di coloro con età compresa tra 18 e 29 anni, il 51,1% degli adulti con età tra 30 e 44anni, quasi il 40% delle persone con età tra 45 e 64 anni, e il 28,7% degli anziani (tab. 25).

La fruizione del centro storico è più diffusa tra i cittadini dei comuni più grandi (53,6%) e in quelli medi con popolazione tra 30 e 100 mila (52%); quote inferiori si registrano nelle città tra 100 e 250 mila abitanti (49%) e in misura minore nei centri più piccoli, in quelli fino a 10 mila abitanti dove coinvolge il 41% e in quelli da 10 a 30 mila abitanti con il 38% circa (tab. 26).

Tab. 24 – Motivi per cui gli “abituali della Movida”* escono la sera (val. % e v.a. in migliaia)

<i>Per quale motivo esce la sera?</i>	%	v.a. in migliaia
Per andare in pub, discoteche, discopub, discobar, enoteche	69,1	3.014
Per passeggiare, incontrare amici	59,2	2.582
Per andare in ristoranti, trattorie, pizzerie	56,7	2.473
Per visitare musei, luoghi ed eventi culturali	21,0	917
Per lavoro	6,9	301
Per fare shopping	5,8	253
<i>Solo per andare in pub, discoteche, discopub, discobar, enoteche</i>	<i>18,7</i>	<i>816</i>
Totale	8,8	4.360

(*) Coloro che escono la sera o la notte almeno una volta alla settimana e si recano sempre nei luoghi della Movida

Gli intervistati potevano indicare una o più motivazioni

Fonte: indagine Fipe-Censis, 2013

Tab. 25 – Persone che solitamente frequentano il centro storico del proprio comune o di comuni limitrofi la sera e/o la notte, per classe di età (val. %)

<i>Di solito frequenta il centro storico del suo comune o di comuni limitrofi la sera e/o la notte? Se sì, quante volte?</i>	18-29 anni	30-44 anni	45-64 anni	Oltre 64 anni	Totale
<i>Si</i>	80,0	51,1	39,8	28,7	45,4
<i>di cui:</i>					
- più volte a settimana	30,0	10,0	9,4	5,6	11,3
- al massimo una volta a settimana	9,2	5,7	4,7	5,6	5,8
- più volte al mese	11,5	10,4	6,8	2,4	7,3
- di tanto in tanto (meno di una volta al mese)	29,2	25,0	18,9	15,1	21,0
<i>Mai</i>	20,0	48,9	60,2	71,3	54,6
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: indagine Fipe-Censis, 2013

Tab. 26 – Persone che solitamente frequentano il centro storico del proprio comune o di comuni limitrofi la sera e/o la notte, per ampiezza demografica (val. %)

<i>Di solito frequenta il centro storico del suo comune o di comuni limitrofi la sera e/o la notte? Se sì, quante volte?</i>	Fino a 10 mila	10-30 mila	30-100 mila	100-250 mila	250 mila e oltre	Totale
Si	41,1	38,3	52,1	49,4	53,6	45,4
<i>di cui:</i>						
- più volte a settimana	11,6	8,7	12,1	16,0	11,2	11,3
- al massimo una volta a settimana	6,2	4,8	5,1	6,7	6,9	5,8
- più volte al mese	7,2	6,5	7,0	10,7	7,4	7,3
- di tanto in tanto (meno di una volta al mese)	16,1	18,3	27,9	16,0	28,1	21,0
Mai	58,9	61,7	47,9	50,7	48,4	54,6
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: indagine Fipe-Censis, 2013

Oltre l'11% degli italiani è un *frequent user* del centro storico perché vi si reca più volte a settimana; è il 30% dei giovani con età tra 18 e 29 anni a farlo, il 16% nelle città tra 100 mila e 250 mila abitanti, quasi il 16% dei residenti al Nord-est.

Una volta a settimana al massimo si reca nel centro storico della propria città o di comuni limitrofi quasi il 6% degli italiani.

I dati indicano che la fruizione serale e/o notturna dei centri storici della propria città o di comuni limitrofi è fenomeno di massa, profondamente radicato nei comportamenti degli italiani; se i centri storici si sono svuotati di residenti, trasformandosi spesso in salotti non sempre gradevoli da frequentare, l'esito sotto il profilo della fruizione dei cittadini italiani consiste in 4 su 10 che lo frequentano di sera e/o di notte.

Riguardo alle motivazioni della frequentazione dei centri storici si riscontra che:

- il 69,6% lo fa per passeggiare, incontrare amici;
- il 22,9% per andare in ristoranti, trattorie;
- il 18,7% per andare in pub, discoteche, discopub, discobar, enoteche, winebar, altri locali notturni;
- il 18,3% per fare shopping;
- l'11,9% per visitare musei, luoghi ed eventi culturali;
- il 10,1% per lavoro.

Convivialità, rapporto con il cibo, acquisti, cultura e lavoro: c'è ovviamente tutto lo spettro delle attività a spiegare il rapporto con i centri storici la sera e la notte.

E' chiaro pertanto che la Movidà e le sue forme più patologiche non esauriscono la fruizione del centro storico, i motivi per i quali gli italiani tendono a frequentarlo.

E' però altrettanto evidente che dentro le attività citate si possono ritrovare aspetti che afferiscono alla Movidà e alle sue criticità; ad esempio, tra le persone che si recano nel centro storico per passeggiare, incontrare amici, ci sono anche quelle quote di persone che acquistano alcolici in negozi di pura vendita e poi li consumano sul suolo pubblico, in strada.

Così come tra coloro che si recano presso ristoranti e trattorie vi sono quote che contribuiscono all'intasamento delle aree centrali anche in ore notturne e alle conseguenze sulla quiete pubblica.

Ma il dato presumibilmente più significativo, anche se non esclusivo, per focalizzare la dimensione della pressione antropica sui centri storici legata alla Movida è quella rappresentata dal 18,7% che si reca presso le diverse tipologie di locali dai discobar ai pub, ai discopub, ecc..

Molto alte le quote di giovani che frequentano i locali del centro storico, visto che si sale al 34,6%; tra i giovani oltre il 72% si reca in centro per passeggiare, incontrare amici, oltre il 22% per andare presso ristoranti, trattorie, il 18,3% per fare shopping e l'11,5% per lavorare (tab. 27).

Più alta la frequentazione di locali nel Sud-isole dove è pari al 24% dei residenti, tra gli uomini (25%), e tra i 30-44enni (25,9%) (tab. 28).

Una riflessione si impone relativamente all'età; è evidente che la frequentazione dei tanti locali che operano di sera e/o di notte è un fatto a fortissima impronta giovanile, e tuttavia non va sottovalutato come esista una fascia molto ampia di adulti della classe di età 30-44 anni, mentre tra i 45-64 enni si scende al 7,4% e tra gli anziani al 2,8%.

Per comprendere poi il mixage sociodemografico del popolo del centro storico in orari serali e/o notturni, va sottolineata la robusta presenza di anziani che vi si recano per fare shopping (oltre il 19%) e per passeggiare e incontrare amici (72,2%).

Non esiste una sorta di monopolio demografico nella fruizione dei centri storici, così come non c'è una omogeneità sociale; c'è una notevole eterogeneità sociodemografica che ovviamente rinvia alla pluralità di attività che si svolgono in quella particolare area territoriale dei centri urbani; tuttavia, va sottolineato che i locali tipici della Movida nei centri storici sono frequentati sostanzialmente da giovani e adulti fino a 44 anni.

Colpisce il dato del meridione, dove appunto oltre un quarto del popolo della notte frequenta i centri storici per via dei locali, e colpisce il dato relativo alle città tra 30 e 100 mila abitanti, dove è oltre il 22% a frequentare locali.

Sono numeri complessivamente rilevanti, che indicano come i centri storici dei tanti comuni non siano contesti estranei a quote significative di cittadini, anche se non può non colpire che oltre metà degli italiani non frequenta di sera o di notte i centri storici.

Tab. 27 – Motivi per cui i cittadini si recano la sera e/o la notte nel centro storico del proprio comune o di comuni limitrofi, per classe di età (val. %)

<i>Se si per quali dei seguenti motivi le capita più di frequente di recarsi la sera e/o la notte nel centro storico del suo comune o di comuni limitrofi?</i>	18-29 anni	30-44 anni	45-64 anni	Oltre 64 anni	Totale
Per passeggiare, incontrare amici	72,1	65,7	70,4	72,2	69,6
Per andare in ristoranti, trattorie	22,1	32,9	19,3	11,1	22,9
Per andare in pub, discoteche, discopub, discobar, enoteche, winebar, altri locali notturni	34,6	25,9	7,4	2,8	18,7
Per fare shopping	18,3	12,6	23,7	19,4	18,3
Per visitare musei, luoghi ed eventi culturali	4,8	11,2	10,4	26,4	11,9
Per lavoro	11,5	13,3	9,6	2,8	10,1

I totali sono diversi da 100 perché erano possibili più risposte

Fonte: indagine Fipe-Censis, 2013

Tab. 28 – Motivi per cui i cittadini si recano la sera e/o la notte nel centro storico del proprio comune o di comuni limitrofi, per ripartizione geografica (val. %)

<i>Se si per quali dei seguenti motivi le capita più di frequente di recarsi la sera e/o la notte nel centro storico del suo comune o di comuni limitrofi?</i>	Nord Ovest	Nord Est	Centro	Sud e Isole	Totale
Per passeggiare, incontrare amici	72,4	65,9	64,6	71,8	69,6
Per andare in ristoranti, trattorie	22,4	23,5	24,1	22,4	22,9
Per andare in pub, discoteche, discopub, discobar, enoteche, winebar, altri locali notturni	14,7	16,5	15,2	24,1	18,7
Per fare shopping	19,8	20,0	13,9	18,4	18,3
Per visitare musei, luoghi ed eventi culturali	9,5	10,6	21,5	9,8	11,9
Per lavoro	6,9	12,9	10,1	10,9	10,1

I totali sono diversi da 100 perché erano possibili più risposte

Fonte: indagine Fipe-Censis, 2013

Infatti, è il 54,6% a dichiarare che non si reca mai nel centro storico del suo comune o di comuni limitrofi la sera o la notte; sul piano sociale questa estraneità allude all'incapacità crescente dei centri storici ad assolvere a funzioni sociali un tempo tipiche, come quella di dare senso di appartenenza, anche identità alle comunità cittadine.

Lo sviluppo delle città diffuse e il contestuale svuotamento dei centri storici, in alcuni casi sotto la soglia di popolazione necessaria per avere la funzionalità minima di alcuni servizi essenziali, hanno determinato anche la neutralizzazione della funzione simbolica dei centri storici, che per tanti cittadini sono ormai territori inerti ed estranei, e magari la loro vita anche nei momenti di svago si svolge nei nuovi templi del tempo libero, i grandi centri commerciali o i parchi a temi o semplicemente spazi pubblici di contesti urbani policentrici.

I dati quindi raccontano una duplice dinamica: quella di componenti di popolazione che nelle ore serali e notturne si riprendono il centro storico, lo rimodulano in relazione ai propri bisogni di socialità, da quelli di pura convivialità a quelli di fruizione di servizi tipici dei pubblici esercizi; e quella di una parte maggioritaria della popolazione per la quale il centro storico non dice e non offre nulla di attrattivo, e che spende il proprio tempo e la propria relazionalità altrove, che sia in abitazioni private o in luoghi e contesti pubblici diversi dai centri storici.

L'articolazione delle motivazioni che spiegano la frequentazione notturna dei centri storici non può non incubare contraddizioni anche significative, laddove prevale una dinamica spontanea, tipicamente di mercato, che inevitabilmente finisce per premiare chi e cosa genera più redditività.

Pertanto si può dire che le contraddizioni nascono dalle diverse vocazioni del centro storico e rinviano a cause di diverso tipo e molto complesse, che non possono essere considerate solo un problema di ordine pubblico da affrontare a colpi di ordinanze o interventi di polizia.

Sono infatti coinvolti soggetti con obiettivi, comportamenti, interessi, sensibilità molto diverse, tutte pienamente legittime, che devono contemperarsi dentro un percorso di valorizzazione socioeconomica e culturale della città.

Va anche detto che non è inevitabile che la frequentazione legata alla fruizione di determinati locali tipici della Movida debba generare una deriva circense, così come non è inevitabile che la Movida faccia da incubatore a comportamenti devianti, a volte illegali, che generano problemi delicati di

gestione dell'ordine pubblico e che rendono difficile la coesistenza delle diverse esigenze che devono trovare risposte negli stessi luoghi.

Qui entra in gioco un aspetto diverso che concerne il rapporto con l'alcol, soprattutto dei più giovani, che è una delle fonti di comportamenti problematici, anche se non l'unica; certo è che all'uso eccessivo di alcol si associano poi altri comportamenti antisociali, dal rumore al degrado dell'arredo urbano ai problemi della sicurezza.

Di fronte ad una massa così rilevante di cittadini, soprattutto giovani, che si riversa anche più volte a settimana nei centri storici, che ci va per stare insieme, per mangiare è inevitabile che si possano creare, senza un'articolazione adeguata del contesto di offerta delle attività, una tendenza alla concentrazione patologica di alcune specifiche attività che, più delle altre, possono generare criticità.

Sarà difficile in tale contesto puntare sulla responsabilizzazione, anche coatta, di uno solo dei tanti soggetti in gioco, fossero pure gli esercenti dei locali pubblici dentro al circuito dell'entertainment; è chiaro che sarebbe solo una scorciatoia, che però potrebbe diventare inevitabile, se non altro perché appare la soluzione più semplice, laddove dovesse prevalere il ricorso a interventi dall'alto.

Operativamente, proprio la complessità degli interessi in campo, la dimensione numerica dei cittadini coinvolti dalle tante attività che si svolgono nel centro storico impongono di trovare soluzioni praticabili che chiamino in causa la responsabilità di tutti, in sintonia con una idea condivisa del significato e del ruolo del centro cittadino rispetto agli obiettivi della comunità e dei suoi componenti.

PARTE TERZA:
LE CRITICITÀ SOCIALI

5. LE PATOLOGIE CHE AFFLUISCONO NELLA MOVIDA

5.1. Il problema del *numero* e delle minoranze antisociali

Nelle interviste realizzate ai tanti *stakeholder* è emerso con forza un aspetto della Movida che, oggettivamente, genera problemi: *quello del numero*, vale a dire della concentrazione delle persone in spazi tutto sommato contenuti.

Le colonne di San Lorenzo e più ancora via Vetere a Milano, Campo de Fiori e Madonna dei Monti a Roma, o via Landolina, via Pulvirenti a Catania, riassumono paradigmaticamente questo aspetto che si può definire di patologia oggettiva del fenomeno: ci sono infatti soprattutto alcuni periodi dell'anno, dalla primavera all'estate, e determinati giorni della settimana, in particolare i weekend, in cui il numero dei presenti sale a livelli vertiginosi, “*..diventando veramente eccessivo rispetto agli spazi. Perché lo spazio è quello che è ed è tutto compresso...*” come riassume uno dei testimoni privilegiati intervistati.

Il numero in eccesso di per sé genera criticità, rende difficili anche le cose più semplici, come indicato nelle interviste realizzate da esponenti dalle forze di polizia; infatti, i comportamenti antisociali realizzati da singoli individui o da microgruppi potrebbero essere oggetto di interventi tempestivi, mirati, con alta probabilità di essere risolutivi e invece poiché gli autori sono imbozzolati in folle che si addensano nei vari luoghi senza il minimo spazio per passare, gli interventi sono di fatto impossibili, e finisce per radicarsi un senso di impunità, la percezione che tutto è possibile.

Dove c'è intasamento di persone, tanto più se hanno consumato alcol a volte in dosi elevate, ogni intervento dall'esterno, pur motivato dalla volontà di garantire la sicurezza di tutti, rischia di fare da detonatore ad una situazione potenzialmente incandescente.

E' il dilemma delle forze dell'ordine sollecitate dai residenti a interventi verso giovani che non rispettano il decoro pubblico, o che con auto e motorini bloccano le vie d'accesso ai garage o anche ai portoni degli edifici o semplicemente chiacchierano allegramente in tanti generando rumori molesti.

Il *problema del numero in eccesso* è uno dei presupposti cruciali del rapporto tra spazi pubblici, Movida e *MalaMovida*, e rinvia sicuramente anche alla necessità di gestire la distribuzione territoriale degli spazi pubblici teatro della Movida.

L'intasamento dei luoghi della Movida ha una molteplicità di cause tra le quali anche la moltiplicazione di locali, spesso senza uno spazio interno in cui far effettuare le consumazioni, che trasferisce sullo spazio pubblico il problema perché attira clientela che non può che sostare sullo spazio pubblico.

Ma il numero in eccesso è anche legato alle modalità di fruizione spontanea nello spazio urbano di piazze, giardini, strade e parchi; la città è aperta, attraversata da flussi continui di persone che la rimodellano spontaneamente e il *popolo della notte* non fa altro che modulare nel proprio contesto e per le proprie esigenze questa dinamica sociale; in fondo, ci sono aree della città che nelle mattine sono ridefinite dalla presenza degli anziani che frequentano mercatini rionali e bar per la colazione o l'aperitivo, e che con la loro presenza danno il segno al contesto.

Altrettanto accade per il popolo della notte che rimodella gli spazi secondo le proprie esigenze.

Va detto che nelle città tradizionalmente la densità è un valore, perché è noto che essa facilita i rapporti, le connessioni, le aperture tra soggettualità diverse, e quindi è di fatto un vettore di innovazione in ogni campo soprattutto in contesti in cui c'è afflusso di persone anche molto diverse tra loro.

Il problema non è quello di promuovere una irrealistica *dedensificazione* di contesti urbani, perché ciò che genera criticità è *l'eccesso*, cioè la densità che travalica nell'intasamento e trasforma il numero da risorsa a problema.

Piuttosto anche la gestione delle distribuzioni territoriali di flussi e addensamenti è un problema di governance e di strumenti tecnici di programmazione dei fattori che incidono sul fenomeno e sono modulabili con azioni discrezionali come l'avvio delle attività commerciali.

5.2. Soggettivismo deregolato e cultura dell'eccesso

C'è una dimensione socioculturale che occorre considerare laddove si vogliano individuare non solo le cause prossime, ma l'insieme dei fattori il cui combinato disposto poi interagisce nel determinare la deriva patologica della Movida.

Su questo piano la torsione del soggettivismo come processo di lungo periodo è una componente decisiva perché riconduce *alle culture dell'eccesso*, ai tanti modi di andare oltre i limiti, magari immaginando di potere controllare il tutto, di dargli un'impronta reversibile, temporanea, un format da trasgressione temporaneamente limitata.

In realtà, non sempre è così, ma questa corsa oltre tutti i limiti trova nel rapporto con alcol e droghe, e in tanti comportamenti antisociali nei momenti di socialità, nei luoghi dell'entertainment dove si fruisce del tempo libero, un canale di sfogo significativo.

Nelle indagini del Censis emerge con evidenza la progressiva legittimazione sociale di alcuni comportamenti che possono essere definiti come espressione paradigmatica della *sregolazione delle pulsioni, di una propensione alla cultura dell'eccesso*.

E' vero che si tratta di opinioni e tuttavia sono altamente indicative di un clima, di un *sentiment* che si è andato radicando e che spiega perché alcuni comportamenti finiscono per coinvolgere quote rilevanti di persone senza trovare alcun argine nelle forme di *moral suasion* che nascono dalla pubblica riprovazione.

Oltre l'85% degli italiani ritiene che unico arbitro dei propri comportamenti è la propria coscienza, e questo relativismo individuale, soggettivista è nettamente più elevato nelle grandi città; è una rilettura soggettivista, modulata sulle proprie esigenze delle norme di comportamento sociale (tab. 29).

Inoltre, nella visione di una maggioranza di italiani, soprattutto giovani, ci sono situazioni e contesti in cui le regole possono essere messe da parte, rese riferimenti relativi e temporaneamente sospese.

Tab. 29 – Cittadini che condividono alcuni comportamenti sregolati e/o trasgressivi, per classe di età (val. %)

	18-29 anni	30-44 anni	45-64 anni	Oltre 64 anni	Totale
Ci sono dei momenti di svago in cui è lecito trasgredire	44,8	28,4	20,7	12,7	24,4
Nella sfera privata ogni comportamento è lecito	26,6	26,0	18,6	23,5	23,1
Per divertirsi davvero bisogna perdere un po' di controllo	22,2	8,8	6,2	8,8	9,9

Fonte: indagine Censis, 2012

Infatti, il 24,4% afferma che ci sono dei momenti di svago in cui è lecito trasgredire (è il 45% tra i giovani), il 23% ritiene che nella sfera privata ogni comportamento sia da considerarsi lecito (il 26,6% dei 18-29enni), e poi per poco meno del 10% per divertirsi davvero bisogna un po' perdere il controllo e a dirlo è il 22,2% dei più giovani (18-29enni).

Si tratta di un panorama valoriale, di concezione degli stili di vita e di rapporto tra pratiche lecite e norme sociali sufficiente per fare capire come le pratiche più estreme, patologiche che trovano espressione anche nella *MalaMovida*, non siano il frutto della devianza di singole persone o il portato di situazioni episodiche, ma espressioni di convinzioni con radici sociali e di consenso profonde.

L'inviolabilità della sfera individuale come regno inespugnabile dell'io che decide, sceglie, giudica; il format della trasgressione reversibile, limitata, ma comunque essenziale per potersi realmente divertire; poi, quasi la necessità di perdere il controllo e di conseguenza di fare ricorso a ciò che consente di lasciar cadere la padronanza di sé (dall'alcol ad alcune sostanze stupefacenti) per entrare realmente in una sfera di divertimento, sono altrettanti presupposti quasi ideologici delle culture dell'eccesso.

Le radici del soggettivismo sregolato, di questa corsa a pulsioni senza freno sono ovviamente tante e non tutte prossime ai luoghi ed eventi in cui tendono ad esprimersi; c'è una dimensione antropologica di caduta del desiderio in una società connotata troppo a lungo da una induzione al consumo compulsivo, all'acquisto illimitato, sfrenato di beni per soddisfare desideri posticci, con inevitabilmente l'accelerazione delle pulsioni desideranti posticce. Tutto questo, in particolare nei giovani, ha generato una spinta irrefrenabile alle pulsioni come succedaneo del desiderio, della capacità di desiderare qualcosa senza poterne disporre immediatamente ritrovandosi così nella condizione di correre dietro verso sempre cose nuove che non mantengono la promessa.

La *MalaMovida* è in fondo il luogo di espressione di queste torsioni sociali con radici lontane da essa.

5.3. Gli adolescenti, una criticità sociale urgente

In questa corsa oltre i limiti una componente altamente critica è rappresentata dagli adolescenti, da minori con età che scendono dai diciassette anni fino ai 12-13 anni e finanche 11 anni, persone che sono nelle prime fasi della socializzazione extrafamiliare e che troppo spesso sono protagonisti di eclatanti casi di *salto* oltre i limiti.

Quello degli adolescenti è un universo particolarmente problematico e difficile da governare, perché di fatto poco conosciuto, ancora nell'ombra della tutela familiare eppure dirompente in tante espressioni di soggettivismo deregolato.

Alcuni dei dati relativi al loro rapporto con l'alcol e con alcuni comportamenti trasgressivi e dell'eccesso sono da brivido e richiedono un soprassalto di responsabilità collettiva e coordinata, che partendo dalle famiglie e dalle scuole arrivi a coinvolgere i presidi territoriali che intercettino gli adolescenti nell'esercizio di alcune attività che sono concretamente propedeutiche al dispiegarsi di scelte orientate alle culture dell'eccesso e dello sballo.

E' chiaro che i gestori dei locali, quale che sia il loro format, rientrano a pieno titolo tra quei presidi sociali da responsabilizzare e che non possono chiamarsi fuori rispetto all'esito sociale della loro attività, laddove non è incardinata in criteri di eticità e attenzione all'impatto sociale.

La facilità con cui tanti adolescenti riescono ad accedere a quantità rilevanti di alcolici, dal vino alla birra fino ai superalcolici, come testimoniato ormai da reportage giornalistici o servizi televisivi fatti in incognito, oltre che dalle verifiche di campo fatte dai ricercatori Censis anche nel corso del presente progetto, è una macchia legata al comportamento forse di non molti operatori ma che rischia di toccare l'onorabilità di tutti.

E' interessante offrire un quadro più preciso, di tipo quantitativo del grado di diffusione non solo del rapporto con gli alcolici, ma di un insieme di comportamenti improntati a forme di devianza, alla cultura della trasgressione e dell'eccesso.

Esistono numerosi studi sui comportamenti degli adolescenti che fanno riferimento comunque a classi di età diverse, che però è interessante leggere fianco a fianco perché consentono di riempire tasselli diversi di un mosaico

che rende con evidenza la vulnerabilità di questo gruppo sociale a pratiche che stimolano gli eccessi.

Dai dati di un indagine realizzata dall'*Osservatorio permanente sui giovani e l'alcol* in collaborazione con la *Società italiana di medicina dell'adolescenza* emerge che oltre il 90% dei minori di età compresa tra 12 e 14 anni delle scuole medie dichiarano di avere già provato alcolici; il dato altamente significativo è che per il 73% di questi la prima bevuta alcolica è avvenuta alla presenza di adulti e solo per il 18,3% l'esperienza della prima volta è avvenuta in compagnia di amici, coetanei o più grandi (tav. 2).

In particolare, il 59% ha avuto il suo primo rapporto con l'alcol in presenza dei propri genitori e il 14% in presenza di altri parenti.

E' in famiglia quindi che si verifica l'iniziazione all'alcol e non nel rapporto con i pari; è dentro il contesto familiare che i minori intervistati hanno avuto la possibilità di bere alcolici per la prima volta.

Non si è di fronte quindi ad un fenomeno sociale legato al rapporto tra i pari, a quelle dinamiche trasgressive che connotano altre forme trasgressive; il rapporto con gli alcolici è considerato una cosa normale che gli stessi genitori o parenti dei ragazzi ritengono possa avvenire all'età degli intervistati.

Peraltro, per oltre il 63% di coloro che hanno avuto il primo approccio in presenza di adulti, esso ha avuto luogo durante un pasto in casa o al ristorante, e per poco meno del 23% in una occasione speciale, un evento di solito associato a momenti di convivialità, di festa che includono anche bevute.

Ma i dati sicuramente che più colpiscono sono quelli relativi alle abitudini nel rapporto con l'alcol; emerge infatti che il 23% degli intervistati dichiara di bere spesso una bevanda alcolica e che il 22% si è ubriacato almeno una volta; inoltre, il 54,8% dichiara di avere almeno un amico che si è ubriacato. E' vero che tra coloro che hanno avuto l'iniziazione all'alcol in famiglia è meno rilevante la tendenza agli eccessi rispetto a coloro che si sono avvicinati all'alcol tramite gli amici, tuttavia non si può non notare come anche in questo caso presumibilmente non c'è stata una adeguata preparazione ad una gestione matura, responsabile, ad una fruizione lontana dagli eccessi.

Importante poi anche la facilità con cui reperiscono alcolici; infatti, oltre il 59% definisce facilmente reperibile la birra, quasi il 50% il vino e il 34,2% i superalcolici.

Tav. 2 – Adolescenti (12-14 anni) e alcol: una rappresentazione quantitativa dei comportamenti (val. %)

Rapporto con l'alcol

90,6%	Ha già provato l'alcol
73,0%	Ha bevuto la prima volta in presenza di adulti
<i>di cui:</i>	
59,0%	<i>In presenza dei genitori</i>
14,0%	<i>In presenza di altri parenti</i>
18,3%	Ha bevuto la prima volta in compagnia di amici

Cosa bevono

53,5%	Soft drink a basso contenuto alcolico
49,5%	Birra
39,1%	Vino
34,9%	Aperitivi e digestivi
21,1%	Superalcolici

Reperibilità facile*

59,2%	Birra
49,8%	Vino
32,4%	Superalcolici

Eccessi

22,1%	Si è ubriacato almeno una volta
54,8%	Ha amici che si sono ubriacati

(*) Intervistati che reputano facile reperire gli alcolici indicati

Fonte: elaborazione Fipe-Censis su dati Osservatorio permanente sui giovani e l'alcol e Società italiana di medicina dell'adolescenza

E' chiaro che esiste una responsabilità sociale diffusa rispetto alle torsioni patologiche degli adolescenti nel rapporto con l'alcol, che chiama in causa dalle famiglie a coloro che operano nella filiera dell'alcol, ed è evidente l'esigenza di mettere in campo pratiche educative efficaci.

Dall'analisi dei dati relativi allo studio *Espad 2013 (European School Survey on Alcohol and other drugs)*, realizzato tra gli studenti che hanno dai 15 e i 19 anni in 34 paesi dell'Unione Europea, emerge che l'Italia si colloca ai primi posti della graduatoria per la presenza di "bevitori" (studenti che dichiarano di aver assunto alcolici una o più volte nel corso del mese antecedente la compilazione del questionario): il 63% degli studenti italiani contro una media europea del 57%.

Stime dell'Espad mostrano che in Italia nel 2012 oltre 1.600.000 studenti hanno bevuto alcol nei trenta giorni precedenti l'intervista e circa 90mila di loro hanno praticato il *binge drinking*; oltre 500mila studenti delle scuole medie superiori si stima che abbiano consumato, sempre nel corso del 2012, cannabis, poco più di 60mila cocaina e 30mila oppiacei. Inoltre si stima che nel 2012 i consumatori di allucinogeni e stimolanti siano stati circa 60mila e addirittura quasi 400 mila psicofarmaci (tav. 3).

Altri comportamenti dannosi alla salute diffusi tra i giovani 15-19enni sono poi il consumo di tabacco, il gioco d'azzardo e disturbi del comportamento alimentare e stili di vita. Nel corso del 2012 si stima che in 580mila abbiano fumato almeno una sigaretta (70mila in meno rispetto al 2011); mentre oltre un milione di studenti nell'ultimo anno ha giocato d'azzardo, e sono 630.000 i minorenni che nel 2012 hanno speso almeno 1 euro in giochi d'azzardo. Presentano disturbi nel comportamento alimentare e nello stile di vita 280.000 studenti (quasi 50.000 in più rispetto al 2009).

Oltre l'88% degli studenti ha dichiarato di aver bevuto alcol una o più volte nel corso della propria vita, più dell'80% degli studenti ha bevuto alcolici nell'ultimo anno (oltre l'84% dei maschi), il 65% negli ultimi 30 giorni (il 70,4% dei maschi) (tab. 30). Le quote di studenti che consumano bevande alcoliche aumentano con l'età: considerando chi ha bevuto negli ultimi 30 giorni, quasi il 45% beve già a 15 anni, superata la maggiore età si arriva al 73%.

Tav. 3 - Comportamenti dannosi diffusi tra gli studenti di 15-19 anni (stime 2012)

Hanno bevuto alcol (1)	1.600.000
Binge drinking (1)	90.000
Gioco d'azzardo (1)	1.000.000
Disturbi del comportamento alimentare e stili di vita (1)	280.000
Hanno fatto uso di cannabis (2)	500.000
Hanno fatto uso di cocaina (2)	60.000
Hanno fatto uso di oppiacei (2)	30.000
Hanno fatto uso di allucinogeni e stimolanti (2)	60.000
Hanno fumato almeno una sigaretta (2)	580.000
Hanno fatto uso di psicofarmaci (3)	
- con prescrizione medica	180.000
- senza prescrizione medica	400.000

(1) Nei 30 giorni precedenti l'intervista

(2) Nel 2012

(3) Almeno una volta nella vita

Fonte: Istituto di fisiologia clinica, Consiglio Nazionale delle Ricerche

Tab. 30 - Uso di sostanze legali e illegali tra gli studenti di 15-19 anni, per prevalenza d'uso (val. %)

	Prevalenza nella vita (1)	Prevalenza negli ultimi 12 mesi (2)	Prevalenza negli ultimi 30 giorni (3)
Alcol	88,6	81,1	64,7
Binge drinking (4)			35,1
Cannabis	28,1	22,1	14,1
Cocaina	3,9	2,7	1,6
Eroina	1,7	1,3	1,0
Allucinogeni (5)	3,9	2,5	1,5
Stimolanti (6)	3,8	2,6	1,6
Energy drink	58,7	40,9	27,2
Tabacco	60,9	43,4	35,9
Anabolizzanti	1,9	1,3	1,0
Psicofarmaci (totale)	1,5	8,2	4,8
Farmaci attenzione	4,9	2,9	1,9
Farmaci diete	4,8	2,5	1,6
Farmaci dormire	10,4	5,2	3,0
Farmaci umore	3,0	1,8	1,3
Gioco d'azzardo	51,8	45,3	

(1) Uso della sostanza una o più volte nel corso della propria vita

(2) Uso della sostanza una o più volte nel corso dell'anno antecedente la compilazione del questionario

(3) Uso della sostanza una o più volte nel corso del mese antecedente la compilazione del questionario

(4) Binge drinking: 5 o più "bevute" di fila

(5) Allucinogeni: LSD, funghi allucinogeni e ketamina;

(6) Stimolanti: amfetamine, ecstasy e G.H.B.

Fonte: elaborazione Fipe-Censis su dati Istituto di fisiologia clinica, Consiglio Nazionale delle Ricerche, 2012

Oltre un terzo degli studenti ha dichiarato di aver fatto *binge drinking* nell'ultimo mese, quota che sale al 42,4% tra i maschi (tab. 31). Anche il *binge drinking* è un comportamento che tende a diffondersi di più all'aumentare dell'età, infatti è stato praticato dal 21,8% dei 15enni, dal 32,5% dei 16enni, dal 40,6% dei 18enni e dal 42% dei 19enni.

Nel 2012 oltre il 22% degli iscritti alle scuole medie superiori ha fatto uso di cannabis (il 26,7% tra i maschi) e il 14% l'ha consumata almeno una volta nel mese precedente la somministrazione del questionario; l'età media del primo uso è di 15 anni. I consumi di cannabis che dal 2008 mostravano una lenta e costante diminuzione, per la prima volta nel 2012 hanno presentato un'inversione di tendenza.

E' pari al 2,7% la quota di studenti che nel 2012 ha fatto uso di cocaina e, per l'1,6% il consumo è avvenuto nell'ultimo mese. I maschi che la utilizzano sono il doppio rispetto alle femmine (3,8% contro 1,6%) e, come per le altre sostanze, le quote di consumatori crescono con l'aumentare dell'età.

Considerando *dati di fonte Istat* relativi ai comportamenti estremi legati al consumo di alcol, *diffusi tra i giovani di 11-17 anni*, si rileva che 31 mila 11-17enni nel 2012 hanno consumato bevande alcoliche quotidianamente (tab. 32); ha praticato il *binge drinking* il 3,6% degli adolescenti considerati (pari a 145mila circa).

Consuma aperitivi alcolici una quota pari al 12% dei giovani che hanno dagli 11 ai 17 anni (487mila circa) e alcolici fuori pasto l'8,8% (358mila).

E' interessante rilevare che l'indagine di campo ha evidenziato che in alcuni dei luoghi della Movida in fondo nelle fasi di avvio delle serate, sino ad una certa ora, il clima è *bon enfant*, conviviale, di buona relazionalità, ma poi cambia in corsa man mano che aumenta il tasso alcolico medio dei presenti e quando calano sui luoghi gruppi di adolescenti che oltre ad avere un rapporto patologico con gli alcolici si rendono protagonisti di atteggiamenti conflittuali nei confronti di altri gruppi sia di adolescenti che di altra classe di età.

C'è una problematicità tipica degli adolescenti che tende a esprimersi nei luoghi della Movida e che confluisce nella dimensione patologica di essa; come rilevato, è fatta di eccessi nei consumi di alcolici (che invece non potrebbero consumare), di microviolenze, comportamenti antisociali come vandalismi o schiamazzi e atti di bullismo.

Tab. 31 – Studenti di 15-19 anni che nell’ultimo mese hanno bevuto alcol e/o hanno praticato *binge drinking*, per sesso (val. %)

	Maschi	Femmine	Totale
Alcol	70,4	59,0	64,7
Binge drinking	42,4	27,8	35,1

Fonte: elaborazione Fipe-Censis su dati Istituto di fisiologia clinica, Consiglio Nazionale delle Ricerche, 2012

Tab. 32 – Comportamenti estremi degli adolescenti (11-17 anni), 2012 (val. % e v.a. in migliaia)

	%	v.a. in migliaia
Bevono bevande alcoliche tutti i giorni	0,8	31
Praticano Binge drinking (1)	3,6	145
Consumo di bevande alcoliche giornaliero non moderato (2)	0,8	31
Consumo di aperitivi alcolici	12,0	487
Consumo di alcolici fuori pasto (3)	8,8	358

(1) Consumo di 6 o più bicchieri di bevande alcoliche in un'unica occasione.

(2) Consumo che eccede qualsiasi quantità giornaliera per adolescenti fra gli 11 e i 17 anni.

(3) Consumo di almeno un tipo di bevanda alcolica (vino, birra, altri alcolici) almeno una volta nell'anno al di fuori del pasto.

Fonte: elaborazione Fipe-Censis su dati Istat, 2012

Anche in questo caso la Movida come *hub relazionale* nella sua versione deregolamentata, spontanea finisce per internalizzare patologie sociali che hanno origini lontane e che rinviano a cause con le quali la Movida *strictu sensu* e i suoi protagonisti poco hanno a che fare.

E tuttavia non ci si può lavare le mani rispetto all'irruzione di questa criticità sociale, al fatto che tanti adolescenti sciamano per i luoghi della Movida correndo dietro un consumo incontrollato di alcolici; almeno su questi aspetti è evidente che ad esempio i gestori non possono non essere chiamati ad un esercizio di responsabilità sociale che non è solo l'inevitabile adempimento dei precetti di legge.

Si tratta di capire in che misura le derive patologiche dell'offerta fanno da sponda alle derive peggiori che coinvolgono gli adolescenti; è chiaro che il libero e incontrollato accesso all'alcol legato ad alcuni format di locali e ad alcune modalità di distribuzione abusive è un fattore critico sul quale occorre intervenire.

La tutela degli adolescenti e dei giovani in generale, la prevenzione rispetto agli esiti più patologici delle culture dell'eccesso, quelle dello sballo nelle varie forme è un obiettivo socialmente rilevante, non solo fissato per legge, ma che rientra tra quei valori di grado superiore rispetto ai quali è indispensabile procedere con una attivazione dei soggetti che possono giocare un ruolo.

In questo senso, quindi, contano le iniziative di prevenzione di vario tipo mirato sulle persone, sugli stessi adolescenti, ma anche la creazione nei vari contesti di presidi che sono consapevoli dei rischi legati ai comportamenti non salutari degli adolescenti, e quindi in grado di intercettare le derive personali evitando di accentuare la diffusione e l'intensità di taluni comportamenti che, comunque, si riscontra sono radicati e non solo nei luoghi della Movida.

5.4. Il consumo di alcol: il contesto e gli eccessi

L'Italia è Paese di antica e consolidata tradizione enologica, produce e consuma vino di qualità e ha stabilizzato modelli di consumo maturi, magari quotidiani, ma che non necessariamente scaturiscono in forme di comportamento di stampo patologico.

Il fervore culturale che ha interessato il settore enogastronomico negli ultimi anni ha incentivato la promozione di un consumo dei prodotti alcolici, in particolare del vino, sempre più consapevole e responsabile, sempre più legato alla qualità del prodotto.

E' importante in premessa, quindi, mettere da parte ogni demonizzazione del consumo di alcolici in quanto tale, ogni valutazione sull'eticità o meno del rapporto con l'alcol; socialmente dal punto di vista della *MalaMovida*, di quella dinamica infinitamente elastica verso l'alto della domanda di alcolici, conta la deviazione patologica del rapporto con l'alcol che si intreccia con una diversa patologia sociale, quella delle culture dell'eccesso, del *no limit*, di quella soggettività sregolata che genera condotte antisociali oltre che autolesioniste.

Alla luce di queste considerazioni, l'attenzione operativa deve focalizzarsi non tanto sui consumi ordinari, diffusi, bensì sugli eccessi, che spesso coinvolgono i più giovani in una corsa all'eccesso che si concretizza in un consumo sfrenato di alcol che, portando le persone "*fuori di testa*" determina altre patologie sociali, dalla microviolenza al vandalismo, alla molestia, agli incidenti stradali.

Gli eccessi però sono incapsulati in un contesto di comportamenti quotidiani di rapporto con l'alcol che pertanto vanno analizzati per verificare se e in che misura le medie di consumo, l'ordinarietà del consumo di massa sono lontane o meno dalle misure dell'eccesso; è chiaro che se mediamente le persone bevono tanto, sarà più difficile dare visibilità agli eccessi, *delimitarli* come patologici e oggetto di una *moral suasion* diffusa.

Di seguito viene delineato un quadro generale del consumo di alcolici degli italiani, per poi focalizzare l'attenzione sulle derive patologiche degli eccessi.

5.5. I dati sul rapporto con l'alcol

Dai dati Istat 2012 emerge che le abitudini degli italiani in merito al consumo di bevande alcoliche stanno cambiando, *si beve meno tutti i giorni, si beve di più lontano dai pasti*.

E' pari al 66,6% la quota di persone di 14 anni e più che bevono alcolici, quota stabile rispetto all'anno precedente, ma in diminuzione rispetto a 10 anni fa (72%). Diminuisce il consumo di alcol giornaliero, tra il 2002 e il 2012 la quota delle persone che dichiara di bere tutti i giorni scende dal

34,5% al 24,4%; mentre aumenta la quota di coloro *che bevono alcolici lontano dai pasti*, che raggiunge nel 2012 il 26,9%, in netto aumento rispetto al 2002 (23,1%), abitudine che tra gli adolescenti rimane stabile (15,1% dei 14-17enni).

Il consumo di alcol riguarda soprattutto gli adulti, ma anche tra i giovani si registrano percentuali elevate. Infatti il 20% circa dei 11-17enni dichiara di aver consumato alcol nell'anno considerato; le percentuali crescono con l'aumentare dell'età: il 63,5% dei 18-19enni, il 72,8% dei 20-24enni, il 73,2% tra i 25-29enni (tab. 33).

Rilevante è anche la quota dei giovanissimi, ossia i ragazzi che hanno un'età compresa tra gli 11 e i 15 anni che dichiara di aver assunto almeno una bevanda alcolica negli ultimi 12 mesi, pari al 10,5%.

Il *consumo giornaliero* sebbene cresca all'aumentare dell'età ha valori di consumo rilevanti per le persone con età più bassa, inclusi i minori; infatti è pari al 2% circa tra i 16-17enni, a quasi il 6% tra i 18-19enni, al 9% tra i 20-24enni, al 13% tra i 25-29enni, le quote continuano a crescere progressivamente raggiungendo il massimo tra le persone che hanno 60-74 anni, con percentuali intorno al 38%.

Il quadro complessivo quindi è quello di una presenza quotidiana di alcolici nei modelli di consumo degli italiani, e in particolare di una presenza significativa anche per giovani e minori; si comincia presto a bere alcolici e poi all'aumentare dell'età aumenta sempre più la quota di persone che bevono, così come le quantità bevute.

E altro dato di grande interesse è quello relativo alla diffusione di un consumo di alcolici fuori dai pasti, presumibilmente legato a momenti di convivialità, che ovviamente non sono di per sé patologici o indicativi di consumo irresponsabile.

Tuttavia, l'attenzione va posta progressivamente verso gli eccessi, le pratiche di consumo che introiettano nel rapporto con l'alcol le cattive pratiche della cultura dell'eccesso, della rincorsa oltre i limiti.

Si stimano in 2,1 milioni gli adolescenti e i giovani di età compresa tra 11 e 34 anni che hanno almeno un comportamento a rischio come, ad esempio, il *consumo giornaliero non moderato*, inteso come il consumo che eccede 2-3 unità alcoliche al giorno per l'uomo, 1-2 per la donna, una per gli anziani di 65 anni e più e qualsiasi quantità giornaliera per i minori, è pari al 7,5% la quota di popolazione (di 11 anni e più) che dichiara di praticarlo (tab. 34).

Tab. 33 - Persone di 11 anni e più che hanno consumato almeno una bevanda alcolica nell'anno e consumo giornaliero per classe d'età. Anno 2012 (per 100 persone di 11 anni e più della classe d'età e valori in mgl)

	val. %		in migliaia	
	Nell'anno	di cui tutti i giorni	Nell'anno	di cui tutti i giorni
11-15	10,5	0,4	303	12
16-17	42,3	1,7	495	19
11-17	19,7	0,8	798	31
18-19	63,5	5,7	748	67
20-24	72,8	8,9	2.246	275
25-29	73,2	13,0	2.320	412
30-34	71,3	15,3	2.806	603
35-44	71,6	20,2	7.038	1.986
45-54	70,7	27,4	6.342	2.456
55-59	70,1	32,5	2.705	1.253
60-64	69,0	36,8	2.607	1.389
65-74	66,1	38,7	4.217	2.469
75 e più	53,2	31,3	3.166	1.860
Totale	64,6	23,6	34.993	12.801

Fonte: elaborazione Fipe-Censis su dati Istat, 2012

Tab. 34 - Persone di 11 anni e più per tipo di comportamento a rischio nel consumo di bevande alcoliche, per classe d'età. Anno 2012 (per 100 persone di 11 anni e più della stessa classe d'età)

Classi d'età	Almeno un comportamento di consumo a rischio	Tipo di comportamento a rischio nel consumo di bevande alcoliche		
		Giornaliero non moderato	di cui (a)	
Giornaliero non moderato solo a pasto				
11-15 (*)	10,5	0,4	40,2	1,3
16-17	10,1	1,7	24,7	9,2
11-17	10,4	0,8	30,5	3,6
18-19	15,5	0,8	25,1	15,0
20-24	15,6	1,6	28,8	14,8
18-24	15,6	1,4	28,2	14,8
25-29	14,2	1,7	23,5	13,2
30-34	12,3	1,8	19,0	11,5
35-44	10,4	3,0	27,4	8,7
25-44	11,6	2,5	25,5	10,2
45-54	9,5	4,0	34,4	6,9
55-59	9,8	5,5	34,2	5,7
60-64	8,8	6,1	42,2	4,0
45-64	9,4	4,8	36,6	6,0
65-74	26,5	25,5	63,2	3,0
75 e più	19,6	19,1	75,5	1,3
65 e più	23,2	22,4	68,3	2,2
Totale	13,8	7,5	56,7	6,9

(*) per le persone di 11-15 anni si considera a rischio il consumo di almeno una bevanda alcolica nell'anno.

(a) per 100 persone di 11 anni e più con consumo giornaliero non moderato di bevande alcoliche dello stesso sesso e classe d'età

Fonte: dati Istat, 2012

Il *binge drinking*, ossia il consumo di 6 o più bicchieri di bevande alcoliche in un'unica occasione, riguarda il 7% della popolazione. E' un modello di consumo che interessa di più la fascia giovanile della popolazione, molto diffuso in particolare tra i giovani che hanno un'età compresa tra i 18 e i 24 anni, circa il 15% ha dichiarato di aver assunto questo tipo di comportamento.

Dall'analisi dei dati emerge un modello di consumo dei giovani diverso rispetto a quello degli adulti in merito al tipo di bevande alcoliche consumate; tra i giovani prevale un peso maggiore del consumo di birra rispetto al vino.

Dall'indagine Doxa-Osservatorio Permanente sui Giovani e l'Alcol (basata su 2.026 interviste realizzate nel 2010 a un campione rappresentativo di adulti e giovani di 13 anni e oltre), emerge che il 17,6% di tutti gli intervistati ha ammesso di aver guidato dopo avere bevuto troppo almeno una volta, quota che cresce raggiungendo il 21,5% tra i giovani che hanno tra i 20 e i 24 anni e il 25,2% fra coloro che hanno 25-34 anni (tab. 35). Fra le persone che appartengono alla fascia d'età 20-54 anni la percentuale di coloro che hanno guidato dopo aver bevuto troppo è sempre superiore al 20%.

E' interessante poi capire il numero delle volte che è capitato, ossia quante volte i giovani, pur riconoscendo di essere ubriachi, hanno corso questo rischio: tra coloro che hanno dichiarato di aver guidato dopo aver bevuto troppo alcol il 6,4% dei 20-24enni e l'8,5% dei 25-34enni affermano che gli è capitato *più di tre volte* nella vita.

5.6. Le indicazioni operative

I dati analizzati disegnano un quadro complessivo tutto sommato non negativo malgrado le evidenti criticità, con un movimento verso consumi più maturi, in linea con le nicchie più evolute per le quali il consumo di vino e alcolici in generale è di fatto un consumo culturale che si lega ad un interesse non solo consumerista per il prodotto, ma all'insieme dell'esperienza che sta dietro il prodotto, dalla storia del prodotto a quella dei luoghi di provenienza e delle modalità di produzione. Aspetto confermato dalla tendenza sempre più diffusa a consumare alcol in momenti di convivialità, occasioni tipiche dello "stare insieme" come l'incontro pomeridiano, l'aperitivo e il brunch.

Tab. 35 - Persone a cui è capitato di guidare pensando di aver bevuto troppo, per classe di età (val. %)

<i>Ti è capitato di guidare pensando di aver bevuto troppo? Quante volte nella vita?</i>	13-15 anni	16-19 anni	20-24 anni	25-34 anni	35-44 anni	45-54 anni	Più di 54 anni	Totale
Sì, e cioè	0,8	8,0	21,5	25,2	24,0	20,8	11,7	17,6
1 volta	0,8	6,3	9,7	9,1	10,9	7,4	5,6	7,5
2 volte	-	1,2	4,4	5,8	5,0	7,4	1,4	3,8
3 volte	-	0,3	1,0	1,8	2,4	1,7	1,4	1,6
Più di 3 volte	-	0,2	6,4	8,5	5,7	4,3	3,3	4,7
No, mai	94,7	90,3	76,5	69,5	71,6	74,6	85,4	78,6
Non ricordo	4,5	1,7	2,0	5,3	4,4	4,6	2,9	3,8
Totale	100,0	100,0						

Fonte: indagine Doxa-Osservatorio Permanente sui giovani e l'Alcol, 2010

Innegabili risultano a loro volta le criticità, di cui i giovani sono i maggiori canalizzatori e su cui è indispensabile lavorare: il binge drinking oggi riguarda oltre il 3,6% dei minori 11-17enni, con punte di oltre il 7% tra i 16-17enni, un fenomeno troppo diffuso per non ingenerare conseguenze sociali negative.

Per la birra prevale ancora, più che per il vino, una pratica della quantità, quella dei colossali boccali ripetuti più e più volte, delle bottiglie messe a disposizione a prezzi decrescenti, appunto dai tanti format ibridi tipici della *MalaMovida*.

I dati certificano che all'eccesso di alcol seguono comportamenti ad alto rischio di impatto sociale negativo: guidare in stato di ebbrezza, altra fonte di costi sociali e sanitari rilevanti, oltre che di tanta sofferenza nelle vittime coinvolte; è emersa inoltre che quella dell'eccessivo consumo di alcol è una criticità sociale sulla quale occorre concentrare sforzi prolungati, continuativi, condivisi perché genera costi sociosanitari molto alti, e richiede un intervento su più livelli da parte di una pluralità di soggetti.

Non bastano i divieti, che ovviamente sono importanti, occorrono pratiche di educazione diffusa, che dalle famiglie alle scuole ai luoghi di socialità ai territori, arrivino in linguaggi accessibili e con motivazioni persuasive alle orecchie in particolare dei più giovani.

La forza d'attrazione delle culture dell'eccesso, delle pratiche trasgressive senza freni inibitori in alcune fasi dell'età evolutiva è fortissima, e contrastarla richiede molto più che slogan del tipo *tolleranza zero* o richiami inutili a nuovi autoritarismi; c'è invece bisogno di pratiche minute, flessibili, tagliate sullo specifico dei contesti e delle personalità dei coinvolti.

Questo non è compito ascrivibile ad un solo soggetto per quanto significativo: non ci sarà gestore di locale o insegnante in grado di dare risposte definitive e risolutive a pratiche dalle radici socioculturali così profonde. Lo sforzo condiviso va attivato, messo in campo, fuori da demagogie inconsistenti di fronte alla nuda forza della vita prorompente dei giovani e alle tante tentazioni suadenti che le pratiche dell'eccesso hanno.

Il rispetto delle normative sulla vendita dell'alcol è un buon punto di partenza a cui aggiungere una pratica sociale di lunga lena in cui l'educazione giochi un ruolo decisivo.

PARTE QUARTA:

GLI *STAKEHOLDER*, PROFILO E MOTIVAZIONI

6. GLI OPERATORI, I FATTORI CHE PREMIANO QUELLI SOCIALMENTE IRRESPONSABILI

6.1. Responsabili socialmente e deresponsabilizzati socialmente

Nelle interviste dirette è sistematico il richiamo degli operatori commerciali alla responsabilità sociale del loro ruolo, all'attenzione etica necessaria per gestire la somministrazione di un bene come l'alcol, soprattutto di fronte ad una domanda altamente elastica, e che tende a coinvolgere anche minori.

Tuttavia la pratica diffusa degli operatori che emerge sia dal lavoro di campo Censis che da numerose altre ricerche e reportage mostra che l'area dei socialmente *irresponsabili*, di coloro che non hanno alcun vincolo nella somministrazione e vendita di alcolici, anche a minori, non è poi così residuale.

L'impegno associativo e di tanti operatori per un approccio socialmente responsabile, etico alla loro attività viene messo in ombra dalla forza mediatica dei comportamenti patologici, opportunistici, di coloro che si limitano a seguire l'onda della domanda, senza alcuna forma di selezione o scrematura.

Peraltro esiste una *retorica* della responsabilità sociale dell'operatore a cui fanno riferimento persino i maggiori *irresponsabili*, che ricorrono a logiche e pratiche di mimesi, tentativi di camuffaggio, per nuotare come pesci piccoli in un mare più grande fatto dei tanti operatori all'ombra dei quali, con una logica da *free rider*, *pensano solo a massimizzare reddito*.

E' importante, però, andare oltre la semplice denuncia scandalistica dell'irresponsabilità sociale di una parte degli operatori, ed è fondamentale comprendere, oltre alle responsabilità soggettive che pure ci sono, i meccanismi economici, sociali, commerciali che creano il contesto in cui i comportamenti opportunistici finiscono per essere premiati.

La *MalaMovida* è l'esito di un complesso intreccio di fattori oggettivi e soggettivi che premiano i comportamenti patologici e penalizzano quelli socialmente responsabili e più virtuosi.

6.2. Esercizi pubblici iperregolati *versus* format deregolati

E' importante capire che oltre alla dimensione soggettiva degli operatori, che pure ha una sua specifica rilevanza rispetto alle scelte imprenditoriali che vengono fatte, esiste anche un criterio più oggettivo che materializza, almeno in parte, i differenti approcci al modo di vendere alcolici.

Come noto, gli esercizi pubblici cadono sotto la cappa di una legislazione e regolamentazione molto rigida, che moltiplica gli obblighi e di conseguenza i costi, e il cui rispetto diventa un aspetto non secondario dell'attività dell'imprenditore; il problema non è tanto il binomio vincoli-costi che delimitano e condizionano l'attività e ovviamente anche la redditività dell'esercizio pubblico, piuttosto il costo indiretto di una concorrenza incontrollata che arriva da attività e operatori che sfuggono alla regolamentazione perché non sono "formalmente" pubblici esercizi pur operando di fatto sullo stesso mercato, e pertanto riescono a operare molto più liberamente, e, per certi versi spregiudicatamente *spiazzando* gli esercizi pubblici *sotto legislazione*.

E' questo un aspetto che va attentamente chiarito altrimenti è facile cadere nell'equivoco della difesa corporativa; gli esercizi pubblici internalizzano costi e obblighi delle normative che rinviano a esigenze di sicurezza e anche di tutela della salute; poi, però entrano in gioco negli stessi luoghi della *Movida* e di fatto su segmenti analoghi di clientela, nuovi format di vendita (di solito attività commerciali ed artigianali) non sottoposti ad analoghi obblighi normativi e quindi in grado di offrire più o meno alcolici a costi decrescenti e per di più con modalità che sono proprio quelle che alimentano maggiormente la *MalaMovida* (consumo all'esterno e dunque rumore, rifiuti, ecc.).

Si crea quindi un doppio binario di fatto tra esercizi pubblici sotto una rigida regolamentazione ed altri format che invece sono di fatto liberi da vincoli.

È in questa incredibile diversità di condizione tra soggetti operanti su uno stesso mercato, che tuttavia non potrebbe neppure verificarsi seguendo le regole in vigore, il cuore del problema dei nuovi format, e più ancora dei format svincolati da regole che tutelano sicurezza e salute pubblica, che semplicemente non hanno alcun vincolo regolatorio che li riporti alla responsabilità sociale rispetto ai temi della sicurezza e della salute.

Questo *clivage* tra chi ricade sotto la cappa regolatoria e chi invece sfugge è una prima distinzione essenziale che va tenuta in attenta considerazione per capire l'insorgere delle derive patologiche della Movida.

6.3. Il caso delle discoteche: l'inutile internalizzazione dei costi di sicurezza a fronte di venditori ambulanti abusivi

C'è stato un tempo in cui la demonizzazione legata al *popolo della notte* ha colpito pesantemente le discoteche. Singoli episodi di cronaca, magari eclatanti a livello nazionale o locale, sono stati sempre occasione per rilanciare la critica ai gestori di discoteche, all'inadeguatezza culturale degli operatori del settore considerati colpevoli della deriva incontrollabile assunta dal fenomeno.

Pian piano le discoteche sono state soppiantate nell'immaginario mediatico dai *rave*, raduni più o meno spontanei di solito in ex capannoni industriali, dove musica, alcol e sostanze stupefacenti sono il filo rosso che tiene insieme migliaia di persone, giovani e giovanissimi.

I gestori di discoteche infatti hanno saputo reagire alla crescente demonizzazione di cui sono stati oggetto con scelte precise come una professionalizzazione dell'offerta, un innalzamento della qualità dei locali e dei vari aspetti che la loro corretta gestione pone.

E' evidente che ci sono ancora casi eclatanti di cronaca che accadono all'interno o intorno alle discoteche, ma sarebbe profondamente errato non richiamare l'attenzione sul percorso che gli operatori nella loro grande maggioranza hanno fatto nel corso degli anni sotto il profilo della risposta alle tante problematiche organizzative e gestionali da cui si determinavano problemi di ordine pubblico.

Spesso non è tanto la discoteca come locale ad essere l'epicentro dei problemi di ordine pubblico, piuttosto i luoghi in cui si svolge l'uscita e il deflusso dei clienti; tipico il caso della vendita di alcolici da parte di abusivi all'uscita delle discoteche che tende a prolungare le notti sullo spazio pubblico che pertanto diventa teatro della parte meno controllabile della Movida notturna.

È così che viene neutralizzato lo sforzo degli operatori delle discoteche per innalzare la sicurezza e la tutela della salute pubblica.

6.4. Il *take away*: il format al centro della *MalaMovida*

In questa fase al centro delle criticità legate alla Movidà, soprattutto nei centri storici, ci sono i locali, di solito di dimensioni molto ridotte, la cui attività si condensa nella vendita di alcolici; spesso hanno denominazioni strane, ambigue, poco definite, che magari richiamano *mission* diverse che però non eliminano la loro funzione primaria: vendita massiccia di alcolici.

E' questo il format al centro della *MalaMovida*, semplicemente perché trasferisce sullo spazio pubblico gli effetti dell'attività che genera reddito; le persone che consumano dosi massicce di alcol tendono a farlo poi negli spazi pubblici, si affollano, e l'alcol in eccesso innalza il rischio di comportamenti antisociali, mentre la concentrazione di gente non fa altro che generare i noti problemi legati all'inquinamento acustico, all'occupazione di spazi pubblici e privati, all'intasamento delle strade con automobili ecc.

Dalle interviste alle forze dell'ordine emerge la potenza economica del format, *take away* di alcolici, la sua capacità di generare reddito sfruttando lo stare ai limiti delle regole, facendo attenzione anche a non andare oltre, almeno per alcuni aspetti: esempio evidente è quello delle regole fiscali. Alcuni dei microlocali che vendono alcolici nei luoghi centrali della *MalaMovida* sottoposti a controlli stringenti hanno dimostrato di rispettare pienamente le regole fiscali.

Altro format, sui generis, è quello del venditore ambulante abusivo di alcolici, dalle birre ai superalcolici; si tratta in genere di extracomunitari come evidenziano gli interventi delle polizie locali e delle forze dell'ordine. Si aggirano per i luoghi della Movidà con secchi o borse colme di bottiglie di birra che vendono a prezzi bassissimi con una sorta di incentivazione intensa al consumo.

Da questo vendita ambulante abusiva proviene una parte non indifferente delle problematiche legate alla *MalaMovida*, ed ha un effetto trascinarsi negativo tanto da vanificare spesso anche lo sforzo degli operatori, ad esempio, delle discoteche, perché genera il dopodiscoteca con dotazione massiccia di alcolici da cui nasce gran parte delle turbative alla quiete e all'ordine pubblico.

6.5. Perché vincono i *take away*

Per comprendere il successo dei *take away* alcolici, però, non basta sottolineare il vantaggio competitivo di fatto legato alla possibilità di sfuggire ad obblighi e costi regolatori, limitandosi quindi a moltiplicare l'offerta, indifferenti agli esiti sociali, da quelli sui clienti a quelli sui luoghi.

La *MalaMovida* è fatta di questa irresponsabilità di fatto di tanti operatori di attività commerciali, aldilà della retorica gridata dell'eticità alla quale si richiamerebbe l'esercizio della propria funzione; tuttavia, essa è anche il portato di dinamiche socioeconomiche e commerciali, delle opportunità che sono il frutto di una deriva di domanda e offerta che ha reso redditive le attività che assumono la forma del *take away*.

Il punto di partenza è legato alla dinamica della domanda di alcol, che è molto elastica *verso l'alto* al prezzo ed ha in ogni caso una dimensione quantitativa estremamente elevata che, peraltro, per tante persone è fatta di picchi in alcuni precisi momenti della propria vita, quelli in cui partecipano alla *Movida*.

In sostanza, esiste una componente di domanda che tende a esprimersi interamente nelle sere e notti della *Movida* e che ovviamente gli operatori che vendono alcol in quei contesti e/o per quelle occasioni riescono a intercettare.

Dal lato dell'offerta si impone progressivamente la propensione di alcuni degli operatori a massimizzare la vendita di alcol, accompagnando la spontanea dinamica crescente della domanda. Scatta una dinamica di mercato evidente: operatori seguono la domanda che vedono come crescente, e che soprattutto verificano avere una notevole elasticità al ridursi dei prezzi; con ritocchi verso il basso dei prezzi si registrano incrementi più che proporzionali nella domanda e nel consumo di alcolici. I più spregiudicati quindi non si limitano a seguire la dinamica della domanda ma con spericolate politiche di abbassamento dei prezzi, con scelte di vero e proprio *low cost* forzano la domanda verso l'alto, massimizzando gli effetti della sua dinamica crescente tramite l'elasticità al prezzo.

I pubblici esercizi che devono essere organizzati per consentire il consumo al loro interno degli alcolici, vincolati dai lacci e laccioli di normative e relativi costi, sono ovviamente appesantiti e d'altro canto, la regolamentazione determina comunque una serie di vincoli che non consentono di praticare la logica del *free rider*.

In sostanza, gli esercizi pubblici sono nettamente svantaggiati rispetto a nuovi format che praticano le strategie indicate; e d'altro canto, una volta che viene fissato come obiettivo quello della massimizzazione della quota di domanda di alcol da soddisfare, allora il format dell'offerta finisce per adeguarsi attraverso una *scarnificazione* dell'attività: tutto ciò che è collaterale, diverso, aggiuntivo rispetto alla pura vendita di alcol diventa un costo aggiuntivo, sostanzialmente inutile dal punto di vista del free rider.

Dalla musica agli eventi culturali alle altre forme di entertainment fino alla stessa somministrazione di cibo, tutto è ridondante al punto da poterlo eliminare con benefici netti rispetto all'obiettivo commerciale; infatti, per focalizzarsi sulla tipologia di domanda sicura, crescente e elastica a strategie di prezzo, quella di alcol, il format migliore è il *take away*, cioè locali di dimensione ridotte che sono semplici erogatori di alcol che poi non viene consumato all'interno, ma sul suolo pubblico.

Il format è decisivo tanto quanto la tipologia di domanda a cui risponde, ed è senza vincolo alcuno che sia normativo o etico; la logica è semplice, afferrare quanta più domanda di alcol possibile in un contesto di dinamica crescente di tale domanda, e dove la discesa del prezzo è un formidabile strumento di ampliamento della propria quota di mercato.

È questo il succo del nocciolo del *free rider*, il protagonista primo della *MalaMovida* dal punto di vista dell'offerta, di solito il gestore di un format molto preciso: il *take away*.

L'indagine di campo realizzata dal Censis conferma la centralità negli aspetti più critici della *Movida*, come vero cuore pulsante della *MalaMovida*, dei *take away* deresponsabilizzati, indifferenti ad ogni aspetto di impatto sociale della propria azione, con logica di vero e proprio free rider, non solo perché di fatto con la loro attività (e relativo profitto) generano costi sociali enormi che finiscono a carico della collettività (dalla sicurezza alla sanità) ma perché per poter svolgere la loro attività hanno bisogno di una sorta di completamento della stessa nel suolo pubblico.

Ad ogni *take away* corrispondono, per la gran parte dei luoghi della *Movida*, spazi pubblici che sono letteralmente occupati dai consumatori dell'alcol acquistato presso i *take away*.

E' questa una costante verificata dall'indagine di campo: c'è una proliferazione di *take away*, variamente denominati che si collocano in prossimità o all'interno dei luoghi della *Movida* e che operano come erogatori di quantità massicce di alcol, senza controlli, vincoli o freni.

Alla luce di questa evidente fenomenologia chiave della degenerazione patologica della Movidà, occorre fissare alcune delle principali cause: un primo fattore è sociale e consiste nella presenza di una domanda patologicamente orientata verso l'alto, sempre più spesso con inclusione di minori; un secondo aspetto riguarda la possibilità di avviare attività di *take away* e/o format di offerta senza che vi sia alcun reale vincolo o almeno collo di bottiglia iniziale che consenta una qualche scrematura, o almeno verifica; un terzo quello che tali format si muovono visibilmente in ordine sparso, fuori non solo dalla rigida e ampia regolamentazione che tocca gli esercizi pubblici, ma di fatto in totale e incontrollata autonomia.

Free rider ai quali nessuno chiede conto di una attività dalla molteplicità di impatti e costi sociali rilevanti e che anzi sono lasciati liberi di entrare nel mercato e scorrazzare trasferendo sulla collettività (dai residenti in primis alla collettività dei cittadini poi agli altri operatori demonizzati a seguito dei tanti effetti del loro operato) il costo sociale del loro agire.

6.6. Le derive paralegali: la mimesi dei *take away* e i venditori ambulanti

Naturalmente laddove è possibile muoversi in ordine sparso rincorrendo, senza regolamentazione di fatto e senza verifiche e imputazione di responsabilità, un mercato che sui grandi numeri offre ottimi ritorni economici per gli operatori è quasi naturale poi la deriva paralegale, o almeno la diffusione di comportamenti che non sono solo eticamente dubbi, ma si muovono in terra di confine anche sotto il profilo legale.

L'indagine di campo ha infatti mostrato con evidenza la tendenza di molti *take away* e similari a mimetizzarsi, a dotarsi di una sorta di ragione sociale presentabile, soprattutto per il giorno, per poi trasformarsi in formidabili erogatori di alcol e basta.

Alcune delle punte più critiche di *MalaMovidà* coincidono proprio con la presenza di attività, locali che nascondono la pura erogazione di alcol *low cost* con riferimenti ad altre attività, in particolare la ristorazione. Una tendenza a mimetizzarsi che però ovviamente non riesce a nascondere gli effetti concreti della loro attività visto che la sera, progressivamente, sono meta di numeri rilevanti di acquirenti di alcol.

Altro format di vendita di alcol è quella sorta di *take away assoluto* che è il *venditore ambulante abusivo*, che munito di solito di un secchio o di altro contenitore portatile distribuisce alcol all'interno dei luoghi della Movida, sicuramente senza alcun vincolo.

Non a caso proprio questi venditori ambulanti sono il vettore principale delle problematiche di ordine pubblico legate all'eccessivo consumo di alcol all'uscita delle discoteche o, anche, in prossimità di esercizi pubblici che, al di là dei loro comportamenti finiscono per pagare il costo sociale degli eventi legati all'eccesso di alcol messo a disposizione dagli ambulanti abusivi.

6.7. L'asporto da parte dei consumatori

E' stato già rilevata la dimensione sociale del problema dell'eccesso di consumo di alcol, la dimensione crescente della domanda, il fatto che va includendo segmenti di popolazione che ne dovrebbero essere al riparo, a cominciare dai minori.

Il consumatore, però, non è soggetto sempre e comunque passivo, tanto che non è sempre necessario che in un luogo di incontro, di Movida sia presente un *take away* o esercizi pubblici che somministrano e/o vendono alcolici; l'indagine di campo mostra che esiste una componente di partecipanti alla Movida, tra i quali non pochi fanno uso eccessivo di alcol, che gli alcolici se li portano da sé, nel senso che li acquistano altrove rispetto ai luoghi della Movida in cui poi li consumano.

E' questa una dimensione che non va sottovalutata perché evidenzia come il rapporto con l'alcol sia un problema sociale che non può essere scaricato esclusivamente sugli esercenti, né può essere considerato solo un portato dei free rider, della brama di arricchimento di operatori senza scrupoli che vendono alcolici a prezzi molto bassi in prossimità dei luoghi in cui vengono poi consumati.

La domanda di alcol ha radici che non sono legate alla Movida, rinvia a preferenze, magari patologiche, delle persone; e sicuramente non ci sono le condizioni e le ragioni culturali per andare verso forme di proibizionismo, tanto più in un contesto dove è radicato un soggettivismo che assume forme deregolate, magari *transeunte*, di trasgressione programmata e tendenzialmente reversibile, spazio-temporalmente delimitata, ma

comunque voglioso di forzare i limiti, almeno per un po', in certe occasioni e in certi luoghi.

Per questo la Movida e la sua fenomenologia è una parte, in alcuni contesti magari anche molto importante, ma pur sempre una componente parziale della più generale deriva patologica nel consumo eccessivo di alcolici.

6.8. I free rider protagonisti della *MalaMovida*, vincenti anche nella crisi

I format colpevoli della deriva patologica della Movida hanno come *filo rosso unitario* la *scarnificazione* dell'attività con l'azzeramento dei costi indotti da attività collaterali rispetto al loro core, la vendita di alcolici; monocali o locali dalle dimensioni molto ridotte e, spesso, dalle denominazioni mimetiche sono il format primario del *take away*. Inoltre, come detto, ci sono i venditori ambulanti.

Format e modalità di trasferimento dell'alcol dall'offerta alla domanda diverse ma che contribuiscono a generare quella dinamica crescente del consumo che molto spesso sfocia nell'eccesso, con le relative conseguenze per l'ordine pubblico.

Chi sono gli operatori free rider, veri protagonisti della *MalaMovida*? L'indagine di campo mostra una soggettività molto articolata in cui hanno giocato un ruolo sia operatori con più antico mestiere che di fronte alle crescenti difficoltà legate alla dinamica opposta tra costi in crescita e fatturati in diminuzione hanno finito per puntare su quella parte della loro attività che sola mostrava vigore e capacità di generare reddito: la vendita di alcolici.

Sono poi presenti operatori quasi improvvisati, che magari non hanno esperienza pregressa di gestione di esercizi pubblici o commerciali e si registra anche una certa presenza di imprenditoria etnica.

I tratti comuni sono funzionali, legati al modello gestionale che hanno prescelto e al format: come rilevato puntano sull'abbattimento dei costi di gestione con una logica *no frills*, quindi forzano la moltiplicazione delle vendite con l'abbattimento dei prezzi per unità di vendita (classico l'esempio dei *chupito* o degli *sciottini iperlow cost*), generando fatturati rilevanti.

Il dato significativo è che la capacità di fare fatturati elevati, di avere comunque quote significative di domanda da soddisfare persiste anche nel contesto della crisi, che invece sta letteralmente spianando il commercio diurno di strada e colpisce anche segmenti non certo residuali di esercizi pubblici coinvolti nel commercio notturno.

L'alcol low cost ha un *mass market* formidabile, che la crisi ridefinisce ma non prosciuga; le politiche di *prezzi low cost*, le *trovate* commerciali che si risolvono in prezzi per unità di vendita molto molto bassi riescono comunque a trovare una domanda sufficiente a generare fatturati che coprono i costi e a generare margini quasi sorprendenti rispetto a settori limitrofi o anche agli esercizi pubblici concorrenti sottoposti a rigida regolamentazione o comunque non centrati esclusivamente sulla vendita di alcolici. In questo contesto non va trascurato il costo delle locazioni commerciali che favorisce il *format take away*, così come gli altri costi di gestione correlati alla dimensione dei locali, in primis Imu, Tares ed occupazione di suolo pubblico.

Altri due aspetti funzionali che fanno da filo rosso unitario nel popolo dei free rider è poi l'occupazione di fatto del suolo pubblico che gli acquirenti di alcol presso i loro locali esercitano; ogni *take away* e similare ha un prolungamento del proprio locale nel suolo pubblico o antistante o in prossimità del locale. Anche questa è una pratica di *free riding* perché si esternalizzano quei costi che il tenere internamente tavoli o sedute per consentire il consumo di alcol all'interno del locale determinerebbe.

C'è poi un aspetto quasi di cultura del free rider e consiste nella capacità di muoversi ai margini delle regole, forti del fatto che il successo economico in ogni caso consentirà di fronteggiare eventuali sanzioni, come le multe o chiusure imposte molto temporanee.

La forza economica delle attività di pura vendita di alcolici è tale da consentire di avere un saldo positivo di redditività anche in presenza di costi aggiuntivi da fronteggiare, tenuto conto la dimensione che le attuali regole consentono di imporre.

Il problema quindi è evidente: il free rider è imprenditorialmente un vincente, perché ha trovato una formula che gli consente di coprire tutti i costi, anche i più rilevanti o quelli imprevisi e solo parzialmente programmabili come le sanzioni, e di continuare a nuotare con relativa velocità anche in un contesto di crisi che vede un drastico ridimensionamento delle attività commerciali e una vera e propria ecatombe di pubblici esercizi.

6.9. Crisi, pubblici esercizi e *take away*

La crisi non è un contesto neutrale rispetto anche alle dinamiche della Movidà e della *MalaMovidà*, e quindi anche in relazione ai modelli operativi dei vari tipi di gestori, free rider inclusi; crisi significa in primo luogo quasi naturalmente un *downsizing* della domanda di consumi legati alla Movidà, in linea con la più generale contrazione dei consumi che, malgrado le microstrategie di adattamento degli italiani che almeno per la prima fase della crisi hanno tentato di attenuarne la caduta a costo di ricorrere a quote di risparmio.

Una parte fondamentale dei pubblici esercizi vive l'impatto socioeconomico della crisi con un ridimensionamento del loro giro d'affari; meno clientela, meno incassi, fatturati più bassi in un circuito vizioso che sta vedendo anche molti scendere sotto la soglia di tenuta e uscire dal mercato.

La crisi però anche in questo ambito accelera traumaticamente una serie di dinamiche di lungo periodo e con il suo contesto difficile, determina una selezione tra le unità in competizione.

I free rider sono ovviamente in posizione privilegiata, e non solo perché esternalizzano una parte dei costi e perché hanno già fatto un'attività di *spending review* interna scarnificando la loro attività e riducendola al core, e quindi minimizzando i costi; ma soprattutto la loro offerta costituisce una risposta adeguata a mutamenti di più lungo periodo della domanda che, già prima della crisi subiva un'evoluzione importante consistente in primo luogo nella crescente articolazione, di gusti, preferenze oltre che di disponibilità a spendere.

Dal popolo della notte a quello degli aperitivi ai passeggiatori serali alle comitive di giovani e giovanissimi ai single con capacità di spesa e via dicendo, le macroaggregazioni si sono via via complessificate al loro interno sotto gli impulsi di una logica soggettiva, delle combinazioni individuali che hanno reso sempre più sfuggente, non incasellabile in macroaggregati la domanda.

Ciò ha posto ai gestori dei pubblici esercizi una sfida difficile: generare una matrice di offerta in grado di captare una domanda diversificata, soggettivamente combinatoria, fluida e quindi infedele.

Dal punto di vista dell'offerta, semplificando, si può dire che per fare massa critica, cioè attirare flussi adeguati di clientela per fare fatturato sufficiente, si sono andate delineando due opzioni radicalmente diverse:

- la prima, che ha richiesto notevoli risorse, di livello, e consistente nel fare alti investimenti per rendere molto flessibile la propria offerta, creando locali multifunzionali, in grado di garantire pacchetti di servizi per un intrattenimento globale (ballare, cenare, stare insieme, bere ecc.) e rispondere anche alla diffusa richiesta di serate tematiche, le *one issue night* (anni settanta, anni ottanta e via dicendo), e diventando capace di modulare rispetto alla segmentazione della domanda, provando anche a captare nuovi segmenti nati dall'irruzione di nuova clientela (i giovanissimi, gli adulti, i single) e dalla ridefinizione di vecchi segmenti;
- la seconda, quella di realizzare attività assolutamente trasversali ai tanti segmenti, individuando un bene/servizio in grado di captare *mass market*, quindi puntando su logiche di moltiplicazione di un'offerta indistinta per fare massa critica. E in questo ambito i microlocali *take away* di vendita di alcol sono la risposta vincente.

La crisi non fa altro che acuire questa sfida competitiva perché riduce la dimensione quantitativa della domanda, lo spazio complessivo del mercato e, ovviamente, la crisi doppiata dall'evoluzione del clima sociopolitico rispetto alla liberalizzazione non fa altro che favorire la seconda opzione, laddove i free rider riescono a minimizzare i costi e mettere in campo un'offerta low cost trasversalissima, e anche capace di snidare quote di domanda a più bassa disponibilità di risorse. Vendere alcol a costi decrescenti è oggi una pratica che economicamente genera massa critica sufficiente a fare fatturato e margini in misura difficilmente possibile ad altri format.

Il successo economico dei free rider, però, va anche inquadrato rispetto alle dinamiche della domanda, alla morfologia del mercato nella crisi; quindi, i *take away*, i microlocali di pura vendita di alcol non vanno letti solo nella loro veste patologica, ma occorre tenere presente che rispondono ad alcune precise esigenze, quali:

- sono una risposta ad una domanda diffusa di relazioni, socialità, convivialità, voglia di stare insieme che taglia trasversalmente le classi di età, i gruppi sociali, le tante caratteristiche sociodemografiche, socioeconomiche e socioculturali degli italiani oggi. E ciò tanto più nella crisi che sembra moltiplicare la voglia di relazioni, di andare oltre se stessi;

- nella crescente molecolarità delle preferenze dei consumatori, puntano su un aspetto costitutivo e proattivo della convivialità: il bere insieme;
- vanno incontro ad una esigenza chiave, anch'essa tutto sommato socialmente trasversale, quella di contenere le spese grazie appunto a offerte low cost;
- sono in molti casi appendici di spazi pubblici la cui fruizione è stata ridefinita direttamente dai cittadini che partecipano alla Movida. Infatti, tra i luoghi della Movida ve ne sono alcuni che sono semplicemente abbastanza grandi, facilmente raggiungibili o, magari, difficilmente controllabili dalle forze dell'ordine, e per il combinato di queste e altre motivazioni diventano il punto d'approdo di tante persone, soprattutto giovani e/o studenti, che vi si recano, magari già muniti del carico di alcolici acquistati presso i *take away* in prossimità.

6.10. Liberalizzazione come politica e liberi tutti come pratica: è giusto così?

Perché i free rider sono operatori vincenti in questa situazione? E soprattutto è giusto e inevitabile che sia così? Sono due domande chiave perché consentono di arrivare a punti nodali delle soluzioni praticabili, delle cose da fare per colpire la *MalaMovida* senza distruggere la Movida.

I free rider si incuneano in un contesto regolatorio e, per certi versi anche ideologico che vorrebbe premiare chi riesce a intercettare quote di domanda mettendo in piedi attività sostenibili che creano margini e anche occupazione; se questo processo creativo di reddito privato porta con sé costi sociali rilevanti al punto da più che compensare il reddito privato prodotto, non sembra a questo stadio contare molto.

Decostruire il processo di avviamento e consolidamento delle attività free rider è importante per capire anche i possibili punti di attacco per cambiare la situazione; un primo punto riguarda sicuramente la fase di avviamento dei *take away* o comunque delle attività dei free rider; dentro le dinamiche della liberalizzazione, c'è anche questa dinamica patologica, il fatto che operatori possano aprire attività che sicuramente hanno mercato o modificare pelle tra il giorno e la notte, rispondendo ad una domanda pagante, ma andando spesso ad insistere su territori dove operano *competitor* sottoposti a vincoli e regole più stringenti, e che così sono penalizzati; sul piano regolatorio e

sociale il punto nodale è che è possibile ampliare l'offerta a dismisura senza considerazione non tanto per gli effetti sui *competitor*, quanto per quelli sulla collettività in termini di costi e impatti sociali.

La domanda che emerge è: perché è possibile per i *free rider* attivare nuove attività e quindi generare una concentrazione di format di offerta in uno stesso contesto senza limite; è veramente il portato di una normativa liberata-tutti, che azzerà ogni considerazione dei costi sociali spazzando ogni vincolo e riducendo la decisione di avvio di un'attività solo alla volontà dell'operatore?

In realtà, come già rilevato, anche sul piano normativo esistono riferimenti precisi sui fattori da tenere in considerazione all'interno dei criteri autorizzatori delle attività in determinate aree dei centri urbani; anche le normative più recenti richiamano esplicitamente il problema della tutela della salute pubblica e di altri beni di interesse generale, e per i centri storici e di pregio alla salvaguardia del patrimonio, alla tutela del contesto storico, ambientale.

Tuttavia occorre richiamare anche il clima politico-ideologico, di cultura sociale generale; un tempo l'avvio di attività commerciali e di pubblici esercizi ricadeva sotto una regolamentazione rigida che dettava il ritmo di incremento dell'offerta, generando consistenti rendite ai detentori di licenze commerciali. Erano pratiche di gestione del ritmo di crescita dell'offerta commerciale che ovviamente rinviavano a valutazioni burocratiche laddove il mercato con il gioco della domanda e dell'offerta era probabilmente in grado di operare in modo molto più efficace.

Poi il pendolo è cambiato, la gestione discrezionale dell'offerta commerciale è diventata la quintessenza di una gestione burocratica e inefficiente che, da un lato crea rendite di posizione per chi è dentro alla matrice di offerta, e dall'altro costi sia sui consumatori costretti a rinunciare ai benefici effetti della concorrenza, sia sulla collettività che vede non dispiegarsi le potenzialità occupazionali e di incremento del rapporto prezzo/qualità dell'offerta a causa dei vincoli alle autorizzazioni.

Dal vento nuovo delle liberalizzazioni però i pubblici esercizi erano rimasti fuori perché per la loro natura costituivano un'eccezione. Gli argini, tuttavia, sono stati rotti da una spinta dall'alto dell'Unione Europea con i tanti strumenti normativi e di *moral suasion* disponibili, recepiti nella normativa nazionale, in quelle regionali e nei tanti strumenti regolatori.

Il commercio prima e i pubblici esercizi poi sono diventati l'epicentro di un percorso di rimozione degli ostacoli al libero dispiegarsi della volontà degli operatori, effettivi e aspiranti tali, puntando a far saltare ogni schema di governo del ritmo di sviluppo e della composizione dell'offerta; un clima socioculturale e politico-ideologico, prima ancora che di cultura amministrativa, che ha creato un contesto favorevole anche ad eventuali forzature delle normative preesistenti, nel senso di tollerare benevolmente le iniziative di avviamento di attività commerciali e esercizi pubblici senza porsi troppe domande.

Questo contribuisce a spiegare anche ad esempio lo sviluppo di una marcata sovrapposizione tra l'attività di imprese commerciali, artigianali e pubblici esercizi che ha generato molti nuovi format di cui non si capisce più l'essenza pur in presenza di specifiche disposizioni normative.

Questa proliferazione di nuovi format è una criticità decisiva di fronte alla quale non è possibile limitarsi a dichiarazioni di principio e poi a pratiche molecolari a livello amministrativo e di controlli che finiscono per lasciare spazio ad una spontaneità degli operatori che premia i free rider, vale a dire coloro che sono premiati dal mercato anche in virtù del fatto che trasferiscono sulla collettività una parte consistente dei costi sociali e segmenti dei costi della loro attività.

Ma il punto nodale è che mai nessuno si è interrogato sul processo di liberalizzazione della vendita di alcolici che, invece, anche per la Ue ha un carattere di particolarità sociale. L'alcol venduto con una così evidente disinvoltura da tanti e diversi soggetti è oggi una pericolosa torsione italiana, un'anomalia nostrana da rimuovere.

7. I RESIDENTI

Uno degli *stakeholder* più importanti nelle vicende riguardanti la Movida è costituito dai residenti nei luoghi in cui essa si svolge. E' un popolo che dall'analisi di campo risulta esasperato, stanco, rabbioso, che si percepisce come anello debole e ultimo della catena, lontano dalle istituzioni, escluso e in molti casi anche diviso al suo interno; al di là del *sentiment*, emerge una notevole vitalità associativa che a volte, come rilevato, sfocia nella moltiplicazione di comitati magari concorrenti o che insistono sugli stessi territori; ma tanta vitalità associativa nasce presumibilmente anche dall'impossibilità di sottrarsi ad una problematica capace di condizionare la vita privata, anche in aspetti molto intimi e personali.

Le motivazioni dei residenti hanno un *filo rosso unitario* nella richiesta di reprimere i comportamenti antisociali, dall'inquinamento acustico al degrado urbano all'insicurezza notturna, che nascono dall'eccesso di persone che convergono in determinati luoghi, di solito, a seguito della concentrazione di locali. Occorre dire poi che a fronte di questo tratto comune, le situazioni sono molto diversificate non solo in termini di intensità dei fenomeni, ma anche di caratteristiche concrete con cui le derive patologiche della Movida emergono.

Molto spesso quello dei residenti è poco più che un grido di dolore, un tentativo di rendere visibile l'altra faccia di una fenomenologia sociale urbana che lasciata andare per conto proprio finisce per colpire gruppi sociali, come i residenti, che si trovano soli di fronte alla marea montante, di fatto abbandonati dalle istituzioni a loro volta incapaci di elaborare una strategia operativa.

L'articolazione associativa e anche di proposte dei residenti è certo frutto delle diversità esperienziali delle varie *Movide*, così come della diversità di composizione sociale e orientamento soggettivo dei promotori delle tante iniziative; però un punto va sottolineato e che l'indagine di campo ha consentito di verificare: si è dinanzi sempre più ad una sorta di *resistenza civile* che tende ad allargarsi e diversificarsi, che si fonda sul richiamo ad un interesse particolare, quello dei residenti, che però si concatena a interessi più generali della comunità, come quello di una fruizione non dissipativa, antisociale dei luoghi pubblici a vantaggio della creazione di contesti di relazionalità virtuosa, positiva, e non di ammassamento indistinto che finisce per favorire comportamenti antisociali, forme di degrado e anche violenze e microcriminalità.

La piaga più grande, secondo i comitati dei residenti, è rappresentata da un lato dal *mancato rispetto delle regole* sia da parte dei *gestori dei locali* in termini di sicurezza, spazi pubblici, acustica, igiene, ecc., che da parte dei *fruitori* che di frequente assumono comportamenti contrari alla convivenza, al decoro, alla sicurezza; dall'altro lato dal *mancato controllo*: in pratica non rispettando le regole e non essendo controllati, quindi puniti, i gestori dei locali continuano a svolgere le proprie attività in maniera irregolare, ad esempio chiudendo a notte inoltrata e non rispettando il volume della musica consentito, i venditori ambulanti continuano a vendere liberamente bevande alcoliche per strada con i loro zainetti, secchi e addirittura con i carrelli della spesa, le finte associazioni culturali continuano a non svolgere attività culturali e a vendere solo bevande alcoliche, le strade continuano ad essere intasate dalle macchine in coda o parcheggiate in doppia fila, dai motorini dei frequentatori dei locali, i parcheggiatori abusivi a svolgere la propria attività e via dicendo in una illegalità diffusa.

E' tutto questo perché i controlli sono pochi e le sanzioni insufficienti e, dal punto di vista dei residenti, poco praticata la scelta di promuovere iniziative o progetti a favore di una *Movida* diversa, che non sia solo fondata sulla vendita dell'alcol e che promuova il dialogo e la convivenza tra le varie parti.

E' evidente che si è determinato un pesante cortocircuito tra residenti e operatori, una chiusura reciproca che diventa una reciproca sistematica delegittimazione, un rinfacciarsi colpe e richieste irricevibili che diventa poi una sorta di gara a chi più e meglio riesce a fare lobbying sulle istituzioni locali per imporre il proprio punto di vista.

Occorre andare oltre questa contrapposizione in fondo sterile, che lascia le cose andare per conto proprio con il rischio evidente di generare un risultato in cui tutti perdono; invece la *Movida* è potenzialmente una piattaforma con una molteplicità di *stakeholders* che genera risorse per soluzioni *win-win*, in cui tutti ottengono risposte positive alle proprie esigenze.

Occorre però uscire dalla radicalità delle posizioni: quelle degli esercenti che dichiarano che chi compra casa in certi luoghi compra anche la *Movida* così com'è, con un'incredibile posizione autolesionista, quasi che la *Movida* non potesse essere altro che la sua versione più patologica, la *MalaMovida*.

E quasi che acquistare un'abitazione in luoghi che sono o diventano teatri della *Movida* fosse una colpa da spiare e non invece una scelta da premiare perché centrata sulla voglia di vivere e convivere in luoghi vivi, vibranti, ad alta relazionalità, senza per questo dovere rinunciare alla propria vita

privata, alla ordinarietà di una vita di lavoro e anche di relazioni private, nonché abitudini quotidiane, non ultima quella di un giusto sonno.

E' profondamente errato contrapporre, soprattutto da parte di alcuni operatori commerciali, alle legittime richieste di tanti residenti che non sono contrari alla Movida ma la vorrebbero diversa, più vicina alla sua connotazione virtuosa, una sorta di *interesse generale superiore* che richiede che i centri storici e i luoghi della Movida siano teatro di attività che attirano quote crescenti e incontrollabili di persone da ogni dove, perché così si deve fare per creare opportunità economiche per tutti.

E si tratta di superare la contrarietà radicale, ideologica di segmenti dei residenti, in particolare alcune realtà organizzate convinte che occorra la chiusura anticipata o addirittura definitiva dei locali perché fino a quando non morirà "*quel brutto animale della Movida*" non ci sarà vivibilità possibile.

Questa opposizione radicale si salda ad una preoccupazione economica, solo parzialmente fondata, che la Movida svalorizzi le abitazioni, ne riduca la vendibilità; è questa un'affermazione solo in parte vera, che però non può comunque essere accantonata con un'alzata di spalle.

Si tratta di posizioni estreme dei residenti che semplicemente non concepiscono uno spazio pubblico che non sia protuberanza del loro spazio privato in modo aderente alle loro specifiche esigenze; viabilità, parcheggi, e poi composizione delle attività commerciali e dei pubblici esercizi, molti dei residenti sembrano volere un mondo a propria misura, come se lo spazio pubblico fosse poco più di un *non luogo* privo di anima, senso e funzione che non siano quelle di agevolare abitudini, interessi ed esigenze private dei residenti.

Una privatizzazione dello spazio pubblico che, di fatto, è perdente e che nulla ha a che vedere con una richiesta legittima di virtuosa governance dello spazio pubblico, e dei tanti fenomeni che fanno la Movida.

E'altra idea molto forte in componenti dei comitati dei residenti, soprattutto in contesti storici della città, che magari hanno vissuto massicci processi di rigenerazione, come ad esempio quelli che hanno caratterizzato la fuoriuscita dalla fase industriale e il conseguente riciclo di capannoni, ampi magazzini, spazi riadattati a locali per ristoranti, discoteche, locali di vario genere, è quello di non volere il monoteismo dell'entertainment in nome di una più antica e virtuosa articolazione culturale del territorio, con offerte culturali, artigianali, artistiche.

Sono idee di quartiere molto affascinanti, che in tante città europee funzionano bene e che in parte funzionano anche in alcune delle principali città italiane; botteghe artigiane, di artigianato artistico, piccoli locali di ristorazione come trattorie e osterie, sia pure rilette in chiave globale o *neoglamour* o più ancora della qualità localistica; tuttavia, è sempre più frequente, soprattutto in un contesto di crisi che costituisce un terribile stress test per la sostenibilità delle attività economiche di ogni tipo, l'evidente difficoltà di tante piccole attività artigiane, di artigianato artistico o di semplici negozi di prossimità a mantenersi in vita.

E' ciò è ancora più vero in quei contesti interessati dall'arrivo di *take away* e nuovi format centrati sulla vendita di alcolici e/o dalla ristorazione minuta magari di tipo etnico, dove risulta evidente la insufficiente forza competitiva delle attività di artigianato artistico oppure di quelle culturali le quali non generano il reddito sufficiente a coprire i costi crescenti, soprattutto quelli per gli immobili.

E il circuito vizioso della progressiva insostenibilità finanziaria delle attività è tale che si finisce nel paradosso che i gestori, privati cittadini, alimentano con soldi propri attività che reputano gratificanti e al contempo portano lustro (o almeno si presume che lo facciano) al territorio e alla comunità; la persistenza in alcune zone dove impera la *MalaMovida* di filamenti di artigianato artistico, attività di tipo culturale e anche di piccole botteghe tipiche di un commercio diurno tradizionale sono frutto in moltissimi casi di microstrategie di sopravvivenza personale di proprietari e gestori che bruciano risorse proprie e che pertanto però sono inevitabilmente destinate a esaurirsi se non ci saranno interventi esterni.

In questo quadro è evidente che questo mondo appare come un *mondo antico* in netta difficoltà, incapace di generare in autonomia sostenibilità finanziaria, che non ha di fatto un mercato di domanda pagante in grado di alimentare la redditività delle attività o addirittura di remunerare il lavoro che vi opera al suo interno; così alcune proposte di comitati di residenti assumono il sapore di *libro dei sogni*, o anche di richieste che snobisticamente vanno a caccia di mondi in via di estinzione, l'ideale del quartiere *bo-bo* dove domina spirito comunitario, buona convivialità, un'offerta commerciale articolata in modo equilibrato tra commercio diurno e commercio notturno, così per i pubblici esercizi e un buon mixage tra attività artigianali, culturali, di entertainment, con un equilibrio virtuoso con il diritto al sonno, alla privacy, alla sicurezza dei residenti.

Viste le dinamiche economiche è evidente che in alcuni di coloro che maledicono la Movida traspare un *afflato nostalgico* per una fase ormai trascorsa della rigenerazione di alcune aree urbane ex industriali un tempo localizzazione di popolazioni operaie, proletarie, di solito neomigranti diventate ad un certo punto un mix virtuoso fatto di persistenza di anima popolare, immissione di classi creativo-artistiche, attività culturali e di artigianato locale, commercio diurno di prossimità. Tuttavia, se questo mixage è mai esistito (e sicuramente esiste nella memoria di una parte dei residenti di alcune delle zone della Movida), oggi i processi spontanei economici e di produzione del reddito semplicemente non lo rendono possibile.

Qualora si ritenga sul piano politico e della scelta discrezionale da parte delle istituzioni e dei vari *stakeholder* che questo format di comunità, cioè che il contesto *bo-bo* come composizione demografica, sociale e commerciale sia da tutelare e se necessario ricostruire, allora è chiaro che occorre procedere a massicci investimenti di risorse a supporto di attività che economicamente si dimostrano non sostenibili; ciò risulta evidente in alcune aree come, ad esempio, i Navigli a Milano e alcune zone del centro storico a Roma o Catania, dove l'indagine di campo ha mostrato che le ormai poche attività di artigianato, culturali, artistiche semplicemente non ce la fanno economicamente ad andare avanti perché non attirano una domanda pagante in grado di generare flussi di reddito sufficienti.

La qualità di tanti prodotti artigianali, artistici è indubbia, ma non hanno un mercato privato tale da produrre sostenibilità, però l'artigianato artistico, le attività culturali e forse la stessa ristorazione più tradizionale sono destinate a entrare in fasi ancora più gravi di una crisi di fatto strutturale, se non ci saranno interventi politico-amministrativi in grado di fare da contraltare alle tendenze economiche del mercato.

Per fare in modo che la Movida sia anche arte e cultura sono dunque necessari interventi da parte delle istituzioni locali, investimenti rivolti non solo al sostegno di attività di artigianato e di quei negozi di prossimità che oggi fanno fatica a sopravvivere, ma anche allo sviluppo e alla realizzazione di quelle attività culturali, opportunità, idee che riempiono le piazze, le strade, e allontanano la cultura dello sballo.

Sono numerose le progettualità *one-shot* che promuovono l'articolazione dell'offerta serale e notturna sui territori e che rendono i territori stessi oggetto di una multifruizione diurna e notturna. Esempi di iniziative in questa direzione ve ne sono molti nelle città analizzate.

Ma rispetto alle idee dei residenti di contesti articolati socialmente e nella composizione dell'offerta commerciale e dei pubblici esercizi sono iniziative inevitabilmente insufficienti, perché occorrono investimenti prolungati di promozione di certi mercati e, nel frattempo, di sostegno ad alcune attività per ragioni di pubblica utilità.

I residenti comunque sono una componente significativa e dalla quale non si può certo prescindere nel trovare soluzioni praticabili; non solo perché le loro esigenze sono al fondo sacrosante e non possono essere messe da parte come irricevibili o con iniziative estemporanee demagogiche e inconcludenti, ma perché in moltissimi casi sono emersi comitati o personalità in grado di elaborare proposte significative e di porsi come interlocutori credibili, seri, disponibili a cercare soluzioni condivise e non chiusi nel rancoroso rifiuto di legittimità sociale e culturale alla Movida e ai suoi protagonisti, che siano gli esercenti o i partecipanti.

E' però altrettanto vero che molto spesso esiste una difficoltà di comunicazione e dialogo con le pubbliche amministrazioni, con i gangli delle istituzioni locali che stentano a dar vita a strategie prolungate di *governance* dei fenomeni e che a livello comunale subiscono i tanti *stop-and-go* della politica e degli esiti elettorali; nonostante l'impegno dei residenti relativo ad attività di conoscenza delle fenomenologie patologiche, come i sopralluoghi spontanei serali e notturni nelle zone della Movida (consistenti nell'individuazione delle zone più problematiche dove si registra una concentrazione di rumore antropico, un numero insufficiente di contenitori per i rifiuti, irregolarità nei parcheggi, ecc.), e gli incontri a cadenza settimanale, essi esprimono il disagio di chi si sente ostaggio di logiche politiche che li travalicano, e oggetto di blandizie periodiche in epoca elettorale per poi essere lasciati soli di fronte al peso dei problemi.

Oppure le istituzioni locali ne accolgono le richieste più demagogiche e repressive in presenza di un fatto eclatante di cronaca, della relativa pressione mediatica e quindi ecco arrivare la valanga delle ordinanze creative, di stampo repressivo, custodialista, e spesso inutilmente moralistiche.

Dai residenti proviene una richiesta di serietà in termini di azione continuativa, prolungata, sistematica per generare *governance* del fenomeno; se non c'è un'intenzionalità politica locale molto forte, sarà difficile generare quel mix di flessibilità, rigore, perseveranza nel rispetto delle eventuali regole condivise che sola potrà garantire una risposta inflessibile alla *MalaMovida* e una valorizzazione virtuosa della Movida.

Una cosa però dall'indagine emerge con assoluta nettezza: sono sempre più frequenti le situazioni di esasperazione dei residenti, quei contesti che assumono il volto di *terre di nessuno* e dove non è difficile ipotizzare punti di rottura, eventi eclatanti di quelli che alimentano la cronaca, a partire dai quali poi è facile rispondere alla esasperazione dei residenti con provvedimenti demagogici.

Da questo punto di vista è fondamentale per gli esercenti dialogare con i residenti, anche laddove il dialogo è difficile, perché solo una comunicazione orizzontale potrà evitare quel triangolo imperfetto dove la poca solidità dell'azione istituzionale spiana la strada alle derive patologiche frutto di free rider e *MalaMovida* il cui esito possibile è esiziale per gli esercenti.

In sostanza l'analisi del mix di rabbia e impotenza dei residenti consente di dire che è fondamentale evitare che la *MalaMovida* generi fino in fondo i suoi effetti degenerati e patologici; ed è fondamentale affrontare il problema partendo dal dialogo e dalla collaborazione perché, su una tematica così bollente di vita urbana, le soluzioni non possono che venire dal confronto tra attori diversi portatori di risorse e idee diverse.

Nonostante la forte articolazione associativa, prodotto delle varie esperienze delle Movide delle diverse città, i diversi comitati/associazioni di residenti convergono sulla gran parte delle raccomandazioni individuate per una migliore gestione della Movida; senza compromettere la funzione residenziale, nel rispetto delle regole della convivenza civile, e lungi dal voler eliminare o spostare lontano dal centro e dai luoghi storici la Movida i residenti hanno elaborato una serie di *indicazioni* da seguire per gestire meglio il fenomeno della Movida.

Partendo dal presupposto che i principali problemi secondo i residenti sono legati alla concentrazione territoriale di locali, ad una mancata o sbagliata regolamentazione degli orari di apertura dei locali, al problema dei rifiuti e del degrado, alla mancanza di iniziative e misure di contenimento all'abuso di alcol.

Rispetto alla *concentrazione dei locali* la posizione dei residenti è chiara: vanno impedito le nuove aperture di pseudo associazioni culturali "*che di cultura hanno solo lo sballo da alcol*", e di negozi di vicinato o laboratori artigianali, la cui vera funzione è vendere alcolici e superalcolici tutta la notte. Vanno realizzati controlli a tappeto e costanti su tali attività.

Vanno impedito e sanzionate le aperture dei locali nei quartieri dove vige il blocco delle licenze, servono regole più rigide e severe e impedire le tante erosioni delle regole che altrimenti restano solo sulla carta.

In merito alla normativa sulla liberalizzazione degli orari di apertura delle attività di somministrazione di alimenti e bevande e del commercio, i comitati, a partire dalla possibilità riconosciuta ai Comuni di dare luogo a limitazioni degli orari con provvedimenti motivati da esigenze di tutela della salute dei cittadini, di sicurezza pubblica e di salvaguardia dei beni culturali, richiedono una limitazione degli orari finalizzata a tutelare prima di tutto la salute dei cittadini (in particolare il diritto al sonno); altra possibilità di regolamentare gli orari dipende dalla collaborazione, comprensione e responsabilizzazione delle attività, che hanno la possibilità di “autoregolamentarsi”.

I residenti spingono per l’implementazione di provvedimenti del genere perché possano favorire la riduzione dell’abuso del consumo di alcol nelle ore notturne, la diminuzione dei livelli di inquinamento acustico, la diminuzione dei rischi per la pubblica sicurezza, la riduzione del traffico nelle ore notturne, causa di inquinamento sia ambientale che acustico e non da ultimo possono rendere più facili le operazioni di controllo del territorio. E ovviamente spingono per un aumento dei controlli del rispetto dei suddetti regolamenti e un potenziamento della presenza delle forze dell’ordine.

Per contrastare il problema dell’abuso di alcol le associazioni hanno individuato una serie di proposte orientate a politiche di prevenzione; vengono proposte azioni di sensibilizzazione ed educative rivolte ai giovani tramite la trasmissione di una maggiore conoscenza sui rischi e i danni che può provocare l’alcol, con il coinvolgimento di professionisti della prevenzione.

Sono emerse anche disponibilità a giocare come soggetti attivi in iniziative territoriali.

Anche i comitati dei residenti per combattere i comportamenti dannosi per la salute dei giovani giudicano fondamentale attivare tra i pubblici esercenti un processo di responsabilizzazione verso pratiche attente ai temi dell’abuso di alcol con anche la ricerca di possibili alternative nell’offerta dei prodotti, ad esempio, con la promozione di bevande analcoliche

E’ forte tra i residenti la convinzione che occorra intervenire sul campo, nella molteplicità degli scambi minuti con un processo di

responsabilizzazione da promuovere, ad esempio, tramite incontri di *“formazione alla somministrazione responsabile”*.

Occorre evitare le forme che incentivano le pratiche dell'eccesso e dello sballo dentro quella spirale perversa per la quale *“le persone più sono ubriache e più vogliono sballarsi, e quindi consumeranno di più”*.

Sono poi richiamate altre misure pratiche, come l'adozione di scelte per incentivare i clienti in stato di ebrezza, e dunque non idonei alla guida, ad utilizzare mezzi di trasporto pubblici per il rientro in sicurezza, ad esempio adottando nel weekend nelle ore notturne tariffe più convenienti.

Non bastano dunque ordinanze estemporanee e repressive (più volte impugnate da parte delle associazioni di categoria e sospese), sono necessarie regole certe e iniziative che coinvolgano più soggetti, dal comune, alle Asl, alle scuole, ai giovani, ai pubblici esercenti alle forze dell'ordine.

Ulteriore proposta emersa dai comitati è quella della creazione di referenti istituzionali in grado di affrontare la complessità del tema Movida incardinandolo ad esempio in tutte le problematiche riguardanti la vita notturna, la fruizione degli spazi pubblici e la produzione di sicurezza.

In questo senso è interessante ad esempio il richiamo che viene fatto da alcuni dei comitati all'istituzione di un *Assessorato alla notte* sull'esempio di altre città europee, che abbia il compito esplicito di gestire la coesistenza virtuosa tra quiete pubblica e loisir.

8. LA STAGIONE DELLE DELIBERE CREATIVE E/O REPRESSIVE

La logica dell'emergenza troppo spesso prevale nelle problematiche sociali ed è quanto è accaduto nel caso della Movida in questi anni. Ogni volta che in un contesto urbano la situazione è prossima all'esplosione oppure accade un fatto di cronaca particolarmente eclatante, allora si registra l'intervento tampone, di solito di un'amministrazione comunale.

E' così che è nata la stagione delle delibere creative e/o repressive, quelle che rispondono alle impellenti richieste di soluzione dell'opinione pubblica con una dimostrazione di muscoli fatta di divieti destinati inevitabilmente a incontrare la sfida di persone che continuano a praticare i comportamenti proibiti, oppure più prosaicamente una sentenza del Tar che annulla la delibera.

E' interessante dare uno sguardo al pacchetto di regolamenti ed ordinanze varie relativamente ad un periodo della storia recente.

E' uno spaccato abbastanza evidente di un'impotenza sostanziale sul piano delle riposte ad una tematica che coinvolge una pluralità di soggetti e per la quale non c'è soluzione miracolistica o editto dall'alto (anche se dallo scranno comunale) che possa dare risposte risolutive.

Se l'obiettivo dichiarato è quello di ridare vivibilità e serenità ai centri e luoghi storici ripristinando in alcuni casi anche la fiducia di residenti a disagio sin nel più intimo delle abitudini quotidiane, in realtà il sistema dei provvedimenti attivato dai Comuni ha mostrato limiti consistenti.

Tra il 2009 e il 2010, secondo dati Anci, sono state emesse 500 nuove ordinanze in materia di sicurezza urbana, strumento utilizzato soprattutto dai sindaci dei Comuni medio-grandi, in particolare del Nord, con obiettivo l'intervento su fenomeni legati all'abuso di alcol, al vandalismo e alla prostituzione.

Dal punto di vista temporale il 70% delle ordinanze è stato adottato durante i mesi di febbraio, giugno, luglio e agosto del biennio 2009-2010; dopo un significativo incremento iniziale, le adozioni delle ordinanze sono andate diminuendo nel corso del 2009 e poi del 2010; inoltre, il periodo durante il quale è stato fatto ricorso in misura maggiore a questo strumento è principalmente luglio-settembre (periodo in cui la Movida diventa più intensa).

Sono 221 i comuni (di cui un terzo comuni capoluogo di provincia) che hanno adottato nel biennio 2009-2010 almeno un provvedimento a tutela della sicurezza urbana, sono i comuni di dimensioni medie e medio-grandi ad aver adottato il maggior numero di disposizioni sul tema della sicurezza urbana (quasi il 60% delle ordinanze sono state emesse da Comuni con popolazione compresa tra i 15mila e i 250mila abitanti).

Oltre i due terzi delle ordinanze sono state adottate in Comuni del Nord, ed è la Lombardia la regione in cui il maggior numero di comuni (59) ha emesso almeno una ordinanza in materia di sicurezza urbana, seguita dal Piemonte (56), il Veneto (52) e l'Emilia Romagna (51).

Molte delle ordinanze disciplinano più ambiti di intervento, e sono finalizzate a contrastare il degrado ed il disordine urbano e a migliorare le condizioni di vivibilità; i tre principali ambiti hanno riguardato la vendita e il consumo di bevande alcoliche, la prostituzione e l'accattonaggio.

Il tema su cui più si è intervenuto tramite le ordinanze è stato quello relativo alla vendita e al consumo di alimenti e bevande, con particolare attenzione all'abuso di alcol; circa il 30% dei provvedimenti, infatti, riguardano la vendita (17%) e il consumo (12%) di bevande e alimenti, e la maggior parte regolamentano divieti relativi alla somministrazione o consumo di bevande alcoliche (tab. 36).

Tutto ciò basterebbe a sostenere che siamo dinanzi a quei cosiddetti "motivi imperativi di interesse generale" sulla base dei quali alcuna norma oggi in vigore impedirebbe di porre limiti, almeno nelle aree della *MalaMovida*, all'insediamento di nuove attività sotto qualunque veste.

Nello specifico le ordinanze vietano la vendita o il consumo di bevande alcoliche in bottiglie e/o bicchieri di vetro o di metallo in luoghi pubblici o aperti al pubblico, prevedono il divieto rivolto ai titolari di pubblici esercizi e commerciali di vendere bevande analcoliche o alcoliche da asporto, in bottiglia, lattina o altro contenitore, da un certo orario in poi, senza alcuna distinzione relativa all'età.

Tab. 36 - Le ordinanze emanate dai Comuni italiani sul tema della vendita e consumo di bevande e alimenti, anni 2009-2010 (v.a. e val. %)

Temi delle ordinanze	v.a.	Val. %
Vendita bevande e alimenti	121	17,1
di cui:		
Vendita bevande e alimenti	56	46,3
Vendita bevande alcoliche	42	34,7
Vendita bevande	22	18,2
Vendita bevande alcoliche e alimenti	1	0,8
Consumo bevande e alimenti	85	12,0
di cui:		
Consumo bevande alcoliche	70	82,3
Consumo bevande	12	14,1
Consumo bevande e alimenti	2	2,3
Consumo bevande alcoliche e alimenti	1	1,2

I dati sono relativi alle ordinanze che hanno disciplinato la vendita e il consumo di bevande e alimenti pari al 29,1% del totale delle ordinanze analizzate.

Fonte: dati Anci

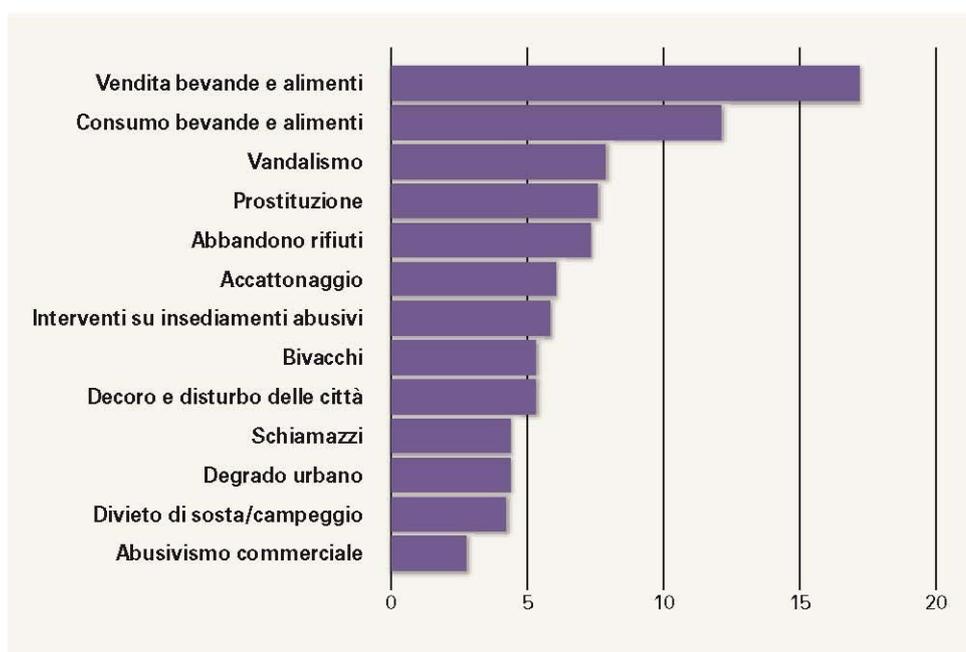
Se nel 2008 il fenomeno su cui già si era intervenuti era la prostituzione (con il 15,4%), nel 2009 l'abuso di alcol ha assunto un ruolo dominante; dopo il divieto relativo alla vendita e al consumo di bevande alcoliche, sono i fenomeni di vandalismo e di danneggiamento del patrimonio pubblico o privato ad essere maggiormente contrastati dalle ordinanze (il 7,7% del totale delle ordinanze), mentre un ulteriore 7,4% riguarda la prostituzione. Segue il tema dell'abbandono di rifiuti (disciplinato dal 7,2% delle ordinanze), l'accattonaggio (6%), spesso considerato un fenomeno che disturba e lede il libero utilizzo degli spazi pubblici (fig. 1).

Seguono le ordinanze che regolamentano l'occupazione abusiva di immobili (5,8%) che possono riguardare situazioni già in essere o contenere disposizioni finalizzate al contrasto di situazioni di incuria, i provvedimenti volti ad impedire i bivacchi all'interno del territorio comunale e le ordinanze emesse allo scopo di contrastare atteggiamenti che ledono il decoro della città (in entrambi i casi il 5% circa del totale). La graduatoria degli ambiti di intervento delle ordinanze prosegue con le ordinanze volte a contrastare gli schiamazzi, soprattutto notturni (4,2%), e quelle sul degrado urbano (anche questo con il 4,2%), entrambe significative per la Movida (fig. 2).

I principali ambiti di intervento nelle aree settentrionali sono rappresentati dalla vendita e il consumo di bevande e alimenti, seguiti al Nord-Ovest dal fenomeno della prostituzione e al Nord-Est da quello relativo all'accattonaggio. Mentre nelle regioni centrali alla vendita e al consumo di bevande e alimenti segue l'abbandono di rifiuti, al Meridione il divieto di bivacchi e il degrado urbano, mentre nelle isole prostituzione e abbandono dei rifiuti.

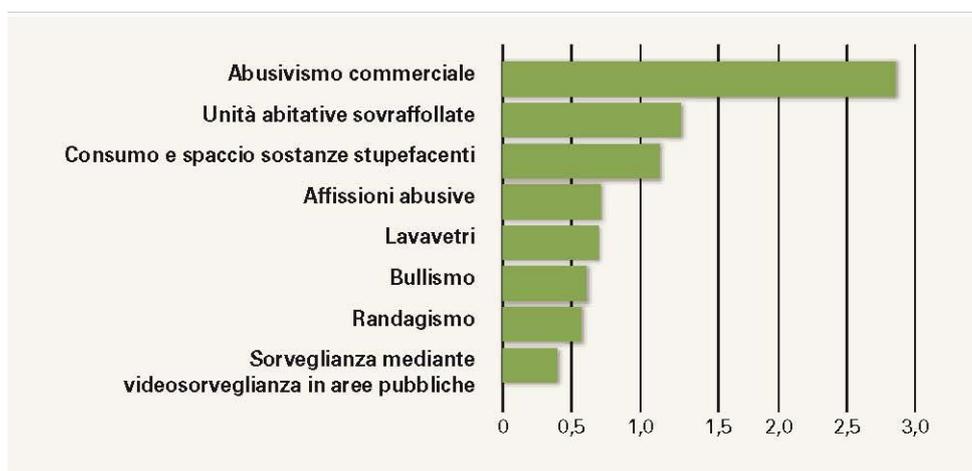
A livello regionale, il principale ambito di intervento, considerando 9 regioni italiane, dal Nord al Sud (Piemonte, Emilia-Romagna, Toscana, Umbria, Lazio, Abruzzo, Basilicata, Sicilia e Sardegna) riguarda la vendita o somministrazione di alimenti e bevande, mentre il divieto di consumo di alimenti è prevalente in Lombardia, Liguria, Friuli Venezia Giulia e Marche. In Veneto invece prevalgono le ordinanze volte ad intervenire su situazioni legate all'occupazione abusiva di immobili, in Trentino Alto Adige e Calabria l'abbandono di rifiuti, in Molise il degrado urbano, mentre in Campania riguardano il divieto di bivacchi e in Puglia il decoro e disturbo della città.

Fig. 1 - Gli ambiti di intervento maggiormente disciplinati dalle ordinanze, anni 2009-2010 (val. %)



Fonte: dati Anci, 2010

Fig. 2 - Gli ambiti di intervento meno disciplinati dalle ordinanze, anni 2009-2010
(val. %)



Fonte: dati Anci, 2010

Analizzando gli ambiti di intervento e la tipologia di territorio nel quale vengono adottate le ordinanze emerge che nei Comuni capoluogo sono adottati più frequentemente provvedimenti riguardanti comportamenti di convivenza nello spazio pubblico; si interviene maggiormente su fenomeni sociali tipici dei centri urbani più estesi e maggiormente popolati, ossia sulla vendita e sul consumo di bevande e alimenti, sui fenomeni (spesso collegati) di schiamazzi, decoro e disturbo della città nonché sulla prostituzione, il degrado urbano, sugli insediamenti abusivi e l'abusivismo commerciale.

Mentre nei Comuni non capoluogo sono frequenti ordinanze per il mantenimento dell'ordine ambientale, i comportamenti maggiormente vietati riguardano atti di vandalismo, accattonaggio, bivacchi, divieto di sosta per camper e abbandono di rifiuti.

La maggior parte delle ordinanze nel periodo considerato non fissa un termine di scadenza preciso rispetto ai contenuti delle prescrizioni, ed in particolare meno di 4 ordinanze su 10 risulta in vigore per tre mesi, un anno oppure per un breve o brevissimo arco temporale; sono principalmente i provvedimenti adottati dai Comuni capoluogo a prevedere una scadenza rispetto a quelli dei Comuni non capoluogo. Gli ambiti d'intervento che maggiormente risultano disciplinati nella durata sono la vendita di cibi e alimenti, mentre quelli riguardanti gli interventi abusivi e il vandalismo hanno una minore specificazione temporale, e quindi possiamo ipotizzare con la maggiore durata di validità.

Ovviamente le ordinanze da sole non bastano per varie motivazioni, prima di tutto perché i provvedimenti dovrebbero essere accompagnati da adeguate risorse; ad esempio con il "pacchetto sicurezza", che prevede tra le varie cose maggiori poteri ai sindaci e militari con poteri di polizia nelle città non sono stati previsti adeguati trasferimenti ai Comuni.

Nelle tre città in cui sono stati realizzati i *case study* nella presente ricerca, ossia *Roma, Milano e Catania* sono state emesse numerose ordinanze volte a contrastare, in particolar modo nei centri storici, i problemi determinati dal mercato dell'intrattenimento serale e notturno e a regolare l'uso dello spazio pubblico da parte soprattutto dei giovani.

Tra le ordinanze più recenti emesse dal Comune di *Roma* in materia di Movidà una delle più discusse è stata quella adottata ad agosto 2012 relativa alla vendita e al consumo di bevande alcoliche, un'ordinanza che, così come nella maggior parte dei casi, è nata per un'emergenza, ed è rivolta a determinati territori della città ed a un periodo specifico.

Dopo una serie di episodi di cronaca nera accaduti nel luglio 2012 connessi all'abuso di sostanze alcoliche, il sindaco di Roma ha emanato l'ordinanza n. 193 che prevede il divieto, dal 3 agosto al 30 settembre, della vendita al dettaglio o per asporto di bevande alcoliche dalle 23.00 e la somministrazione e il consumo di bevande alcoliche su strade pubbliche o aperte al pubblico transito dalle ore 23.00 alle 6.00 in determinati quartieri della città.

La precedente ordinanza anti-alcol, impugnata da parte degli operatori commerciali del centro storico, era stata sospesa dal Tar del Lazio perché si basava su presupposti tutti riconducibili al tema "sicurezza" e faceva esplicito riferimento a un episodio avvenuto ai primi di marzo, di un ragazzo brutalmente ferito a Campo de' Fiori da un ubriaco; questo è stato il punto contestato sul quale il Tar ha obiettato non esserci il giusto presupposto per giustificare l'ordinanza in quanto la questione sicurezza va fronteggiata con i mezzi ordinari, cioè con la Polizia Municipale.

Altri provvedimenti accolti con numerose polemiche, sono state ad esempio le ordinanze n. 86, 87 e 88 del 2012 (già emanate nel 2010 e più volte prorogate). L'ordinanza numero 86 prevedeva il divieto di organizzazione e partecipazione ai cosiddetti *pub crawl*, la numero 87 vietava il rilascio di autorizzazione di occupazione di suolo pubblico a piazza Navona e Fontana di Trevi e la numero 88 è la cosiddetta ordinanza "anti-schiamazzi" che imponeva ai gestori degli esercizi pubblici di diffondere musica a porte e finestre chiuse e di assicurare la costante pulizia degli spazi pubblici concessi, durante l'attività e dopo l'orario di chiusura pena la sanzione amministrativa di 500 euro. I provvedimenti contro i *pub crawl* e gli schiamazzi sono stati rinnovati e sono rimasti in vigore fino al 30 settembre 2012, mentre l'ordinanza di tutela del centro storico (divieto di autorizzazioni di occupazioni del suolo pubblico) è scaduta il 31 dicembre 2012.

Le recenti ordinanze (maggio 2013) del *Comune di Milano* hanno previsto per le zone della Movida, ossia Navigli, Arco Ticinese, Arco della Pace e Garibaldi, una serie di misure volte a tutelare la salute pubblica, che definiscono gli orari per la vendita e la somministrazione di cibi e bevande dal 4 giugno sino al 10 novembre.

Al fine di trovare un punto di equilibrio tra le esigenze di quiete e di ordine espresse dai residenti e quelle di altri cittadini che al contrario desiderano una città ben servita e vivace anche nelle ore serali, l'Amministrazione Comunale ha commissionato ad ARPA Lombardia Regionale il monitoraggio del "Rumore Ambientale" con lo scopo di verificare e

quantificare le variazioni del clima acustico, cioè la variabilità del rumore in funzione della diversa stagionalità e delle diverse condizioni di fruizione dell'area. Dal monitoraggio è emerso che importanti aumenti del rumore ambientale sono dovuti alla presenza di attività economiche e nello specifico quelle di somministrazione di alimenti e bevande che attraggono un gran flusso di persone, soprattutto di giovani.

Al fine di contenere i fenomeni di inquinamento acustico si è deciso di individuare degli interventi ad hoc per ciascuna zona (tav. 4).

Ai *Navigli* è previsto che gli esercizi di somministrazione di alimenti e bevande dovranno terminare l'attività alle ore 03.00 e l'apertura quotidiana non potrà avvenire prima delle ore 05.00. Tutti gli esercizi sui Navigli dovranno inoltre ritirare i tavolini alle ore 2 (e chiudere entro le ore 3.00); solo i locali che accetteranno di pagare una pulizia supplementare all'Amsa potranno però osservare l'orario lungo, altrimenti i dehors dovranno essere tolti alle ore 20.00.

La musica all'interno dei locali potrà essere diffusa sino alle 00.00, oppure fino alle 3.00 per chi è titolare di licenza accessoria per la musica dal vivo, per chi è in possesso di autorizzazione oppure per chi presenta un'apposita valutazione di "previsione di impatto acustico".

Nella zona *Arco della Pace-Sempione* la somministrazione di cibi e bevande può avvenire fino alle ore 2.00 all'interno (con l'obbligo di chiusura porte dalle ore 01.00) e fino alle ore 01.00 all'esterno del locale. Gli arredi esterni devono essere rimossi entro le ore 01.00, l'attività può proseguire regolarmente all'interno del locale fino alle ore 02.00.

Nella *zona Ticinese* tutti gli esercizi di somministrazione di alimenti e bevande (sia quelli che usano lo spazio esterno sia quelli che non lo utilizzano) devono terminare l'attività entro le 2.00 (con rimozione degli arredi esterni entro tale ora).

Possono proseguire l'attività, all'interno del locale, fino alle ore 03.00 gli esercizi di somministrazione che non effettuano alcun tipo di diffusione sonora all'interno del locale dopo le 2.00 e che effettuano diffusione sonora nel rispetto dei limiti della normativa vigente, conformemente alle necessarie autorizzazioni e con la valutazione di "previsione di impatto acustico".

Infine nella *zona Garibaldi* le attività di tutti gli esercizi di somministrazione di alimenti e bevande devono terminare entro le 2 sia all'interno sia all'esterno.

Tav. 4 - Le recenti ordinanze (maggio 2013) sugli orari della Movida milanese

	Termine delle attività dei pubblici esercizi		Termine delle diffusioni sonore all'esterno dei pubblici esercizi	Termine della vendita al dettaglio da parte degli esercizi commerciali	Termine della vendita in vetro e lattina	Termine della somministrazione per asporto di cibi e bevande
	<i>All'interno</i>	<i>All'esterno</i>				
Navigli	03.00	02.00	Vietata (tranne in alcuni casi ma massimo fino alle 23.00)	24.00	21.00	24.00
Arco della Pace	02.00	01.00	Vietata (tranne in alcuni casi ma massimo fino alle 23.00)	24.00	21.00	24.00
Ticinese	02.00 (alle 03.00 in casi specifici)	02.00	Vietata (tranne in alcuni casi m amassimo fino alle 23.00)	24.00	21.00	24.00
Garibaldi	02.00	02.00	Vietata (tranne in alcuni casi ma massimo fino alle 23.00)	24.00	21.00	24.00

Fonte: elaborazione Fipe-Censis su informazioni Comune di Milano, 2013

In tutte e quattro le zone è tassativamente vietata qualsiasi diffusione sonora all'esterno dei locali nelle pertinenze esterne e nei barconi, eccezione fatta per le manifestazioni programmate che dovranno, comunque essere autorizzate e cessare entro le 23.00.

Altro aspetto disciplinato riguarda la pulizia, l'ordinanza prevede che in tutte le zone gli esercenti prima della chiusura serale dell'attività effettuino un'accurata pulizia degli spazi antistanti (compreso il marciapiedi e la strada) e delle aree utilizzate per gli allestimenti esterni con tavole e sedie, rispettando le regole della raccolta differenziata.

Tutti gli esercizi commerciali di vendita al dettaglio devono terminare le attività entro le ore 24.00, orario in cui scatta anche il divieto di vendita di cibi e bevande *da asporto* ("take away") e si può continuare solo con il consumo all'interno del locale o nei plateatici esterni.

Riguardo al caso di *Catania* è interessante approfondire l'ordinanza del Sindaco che dal 18 maggio al 17 ottobre 2012 ha regolamentato le attività dei "*Caffè Concerto*", ossia di tutti quei locali (dalle trattorie tipiche, le cosiddette putie, ai disco pub, ai wine bar) che durante il periodo estivo estendono la loro attività all'esterno ed organizzano concerti e spettacoli multimediali; nello specifico l'ordinanza ha previsto che i suoni acustici musicali possono essere solo strumentali e non amplificati e devono cessare alle 00.30, che gli orari dello svolgimento delle attività non possono superare le 02.00, che nei varchi d'accesso alla zona della Movidà devono essere presenti i volontari della protezione civile a supporto delle pattuglie della Polizia Municipale per evitare che venga infranta l'isola pedonale e, infine, che la raccolta dei rifiuti deve essere gestita con il sistema del porta a porta.

I pubblici esercenti hanno giudicato l'ordinanza troppo rigida, e hanno certificato soprattutto la decisione di bandire gli amplificatori all'esterno; per chi non la rispetta non solo c'è una multa che va dai € 150 ai € 750 ma alla seconda infrazione è prevista la chiusura per quattro giorni e alla terza la chiusura per undici giorni.

Un'ordinanza ispirata ad una linea dura nei confronti della Movidà è quella emanata dal Sindaco di *Parma* a luglio 2012 che fino al 30 settembre 2012 ha vietato la vendita di alcolici o qualsiasi altra bevanda in contenitori di vetro, per asporto o consumo sul posto, dalle 21 alle 7 del giorno successivo nella zona rossa, che va dal centro di piazzale della Pace fino ai borghi del quartiere Oltretorrente, dove si concentra un massiccio numero di locali.

E' stata un'ordinanza accolta molto male sia dai giovani frequentatori della Movida del centro storico che dai pubblici esercenti per il suo carattere "proibizionista"; ed è stato fortemente contestato lo strumento dell'ordinanza perché incapace di trovare una soluzione ai problemi di degrado, riuscendo solo a mettere in crisi le attività.

Altro aspetto disciplinato dalla stessa ordinanza riguarda la "tutela delle aree limitrofe"; è infatti stabilito che i gestori dei locali debbano assicurare la pulizia nell'arco ed evitare che si generi disturbo alla quiete pubblica nel raggio massimo di 10 metri dagli ingressi dei locali, impegnandosi ad esempio ad esporre cartellonistica sulle norme di convivenza civile, effettuare richiami verbali ed avvisare le Forze dell'Ordine qualora i comportamenti degli avventori diventassero incontrollabili.

Inoltre, l'ordinanza prevede che sia rigorosamente rispettato il contenimento delle emissioni sonore per intrattenimento musicale, e comunque l'interruzione di tale attività è fissata per le 23.30.

L'inosservanza di queste regole prevede una sanzione che va dai € 100 ai € 500; e in caso di recidiva alle violazioni il locale viene chiuso fino ai 3 giorni.

Un atteggiamento rigido è stato adottato anche a *Firenze*, dove a maggio 2012 è scattato il sequestro preventivo per diversi locali di via de' Benci perché provocavano disturbo alla quiete pubblica, e alcuni di questi esercizi non avevano versato la tassa per l'occupazione di suolo pubblico; in particolare durante i controlli effettuati sarebbe emerso che nelle ore serali e notturne veniva emessa musica ad alto volume (con porte d'ingresso aperte) e che all'interno venivano serviti alcolici in bicchieri da asporto ad un numero di persone superiore all'effettiva capienza del locale che consumavano le bevande all'esterno, con disturbo della quiete pubblica. Il sequestro ha previsto la chiusura dalle 22 alle 7 del mattino.

E' chiaro che la fase delle delibere creative e/o repressive non è mai finita, e tuttavia una sua fase alta è stata legata anche ad un momento politico preciso di protagonismo anche mediatico di alcuni sindaci.

Tuttavia, l'analisi delle delibere mostra che esse mettono tamponi spettacolarizzanti a problematiche reali che sono rimaste di fatto inalterate e che chiamano in causa, di fronte ai cittadini, in primo luogo proprio i sindaci. E' evidente l'urgenza di una strategia di governance della Movida, fatta di valorizzazione delle sue potenzialità e contrasto, anche duro, delle patologie della *MalaMovida*.

Occorre in questo senso una maturazione a livello istituzionale, in primo luogo nel metodo, vale a dire nella capacità sia di intavolare dialogo e coinvolgimento, sia poi di decidere, o almeno definire in modo preciso il punto di vista dell'amministrazione comunale così che possa operare come riferimento per gli altri *stakeholder*.

In realtà non si è all'anno zero, perché esiste nelle città italiane un patrimonio di pratiche, esperienze, anche di delibere che se attentamente valutato e ridefinito può aiutare a produrre un profilo sul piano regolatorio e operativo più adeguato da parte delle istituzioni; quel che va evitato, e l'esperienza di questi anni non solo nell'ambito delle problematiche della Movida lo ha dimostrato, è l'inerzia che lascia andare le derive patologiche finché non generano effetti dirompenti che poi impongono interventi elaborati e gestiti in fretta e, inevitabilmente, con l'occhio all'impatto mediatico ed emotivo più che all'efficacia.

La Movida proprio perché è una risorsa potenziale per lo sviluppo delle città e, al contempo, un concentrato di contraddizioni, alcune anche a rischio esplosione, è un terreno di verifica importante per la maturità e capacità di azione a livello locale.

Non riuscire a darne una versione positiva vuol dire rinunciare ad una potenzialità socioeconomica, occupazionale e di valore comunitario significativa, tanto più in questa fase di crisi in cui i budget comunali sono ridotti al minimo e tutto è appeso anche alla capacità di individuare nuovi percorsi di crescita.

PARTE QUINTA:
LE POSSIBILI SOLUZIONI

9. CHE CITTÀ VOGLIAMO

9.1. Il valore della relazionalità

Precondizione per trovare soluzioni condivise relative alla Movida, come ad altre vicende contraddittorie della vita urbana, è stabilire che tipo di città vogliamo, e cosa debba intendersi per un contesto urbano di qualità.

E' una premessa non sociologica o puramente speculativa, ma un punto di partenza decisivo per capire la direzione da prendere.

Occorre partire da un dato di fatto che spiega perché bisogna vivere la città, solcare le sue strade, riempirla di persone e perché è indispensabile promuovere stili di vita che abbiano al loro interno una propensione alla fruizione degli spazi pubblici; in sostanza, si tratta di fare scelte che consentano di evitare *città blindate* e di promuovere invece *città relazionali e quindi sicure*.

Una città vissuta, frequentata, dove sia possibile circolare di giorno come di notte è una città sicura, accogliente, piacevole e anche attrattiva, con un *brand* potenzialmente forte.

La città morta dove strade e piazze sono di solo attraversamento diurno è una città di certo insicura, di certo non accogliente, di certo incapace anche di promuovere un *brand* attrattivo.

Per troppo tempo si è insistito sulla città come pura piattaforma per la competizione internazionale, quasi fosse una materia da modellare per il mercato e non il portato di processi lunghi, lenti, complessi irriducibilmente sociali, molecolari; non c'è un *brand* di città che possa a lungo alimentarsi senza che abbia un retroterra reale, sostanziale, soprattutto nelle dimensioni che costituiscono la qualità della vita dei residenti.

Disponibilità e qualità dei servizi, mobilità, sicurezza, relazioni; questi alcuni pilastri della qualità della vita urbana che finiscono per delineare il nucleo forte del *brand*; guai a pensare che la città possa essere ridotta, nel centro storico come negli altri suoi luoghi significativi, a puro *brand* svuotato di contenuto.

Troppo spesso il valore delle relazioni è stato sottovalutato, considerato come afferente ad una dimensione privata, espressione delle opportunità e preferenze individuali; in realtà la relazionalità ha un valore sociale ed

economico ed oggi la città vincente è la città relazionale, che genera relazioni al suo interno e che è in grado di aprirsi al suo esterno; pertanto, il punto da tenere fermo è che la relazionalità diffusa nelle strade e nelle piazze è un valore essenziale, altrimenti è alto il rischio che i territori abbandonati finiscano per essere occupati da subculture di strada di tipo deviante, spianando la strada ad insicurezza e degrado della città.

Dire che la Movida è il male in nome di una città svuotata, dove dopo una certa ora tutto chiude e le relazioni possono essere coltivate solo in contesti privati vuol dire promuovere una visione di città pericolosamente a-sociale, quindi potenzialmente insicura e poco attrattiva.

La Movida come piattaforma relazionale serve a tutti e per tante ragioni: a chi vive in una città perché è una componente essenziale per una buona qualità della vita; a chi sta pensando di trasferirsi in città perché è un fattore che attrae, coinvolge; a chi deve visitare la città perché contribuisce al suo fascino.

Naturalmente la Movida come opportunità significa considerare la *MalaMovida* come un tumore da estirpare, non solo perché rende la vita di infima qualità ai residenti nei territori direttamente coinvolti, ma perché fa svanire i benefici che la Movida può generare.

Le strade e piazze infestate dalla *MalaMovida*, infatti, diventano insicure, pericolose, poco frequentabili; territori dove domina la cultura dell'eccesso, dall'alcol agli stupefacenti ad altri comportamenti asociali.

D'altro canto la *MalaMovida* è in contrasto con la *vision* di città relazionale, sicura, gioviale, vibrante e attrattiva; ha un impatto negativo sul brand della città. Ma deve essere assolutamente chiaro che l'alternativa alla *MalaMovida* non è la città morta, fatta di strade e notti vuote.

E' evidente che la vita produttiva delle persone ha bisogno del sonno, e che non è possibile lasciare la strada spianata, senza regole nè governance alla fruizione della notte in ogni contesto; proprio una malpensata liberalizzazione ha moltiplicato i danni della *MalaMovida*, ha dato man forte agli operatori più spregiudicati ed al loro sfruttamento economico di una patologia sociale come quella del consumo in eccesso di alcolici.

A questo punto è prioritario riportare la Movida nell'alveo dei fenomeni complessi da governare, senza però l'illusione che esista la soluzione miracolistica, dall'alto, l'atto singolo che mette tutto a posto.

Costruire città relazionali significa far convivere interessi, esigenze, sensibilità, preferenze, stili di vita diversi, in un momento storico in cui sono proprio gli stili di vita ad allontanare e/o avvicinare le persone; quindi, è una dimensione non facile da governare, perché fruire degli stessi spazi quando socialmente si vive nel quotidiano in modo diverso è cosa difficile.

Ma è importante condividere intanto un'idea di città, che non è quella del “*ognuno per sé fa quel che vuole*” e nemmeno la città blindata, custodialista, fatta di ogni sorta di divieti; una città per tutti è una città di relazioni dove sia facile accorciare le distanze con l'altro, uscire dalle solitudini, disporre di tante opportunità per andare incontro agli altri.

Fuori da moralismi la Movidà, prima ancora che una piattaforma economica che crea valore e occupazione, è una straordinaria piattaforma che crea relazioni e valore sociale, e riguarda i giovani come le altre classi di età.

Governare la Movidà vuol dire anche ampliare le sua capacità di accoglienza, liberarla del suo coté giovanilistico o di evento di pura trasgressione, accompagnare l'ampliamento e l'articolazione della domanda che, peraltro, è già in atto, con l'irruzione di nuovi segmenti, dai più giovani agli adulti single valorizzando la sua dimensione gioiosa, conviviale, relazionale, di buonvivere.

Proprio perché la città è epicentro di connessioni complesse, articolate, che fanno interagire *soggettualità* anche molto diverse tra loro, ogni evento al suo interno diventa *problema di complessità da governare*; così è per la Movidà.

Non basta analizzare ragioni e comportamenti dei singoli soggetti coinvolti, occorre studiare le loro interrelazioni, in che modo interagiscono, perché è evidente che quello che uno fa ha un impatto poderoso sugli altri.

La caoticità non è un male, notoriamente genera valore, ma occorre trovare la sua logica, accompagnarla, farla prevalere rispetto alle tendenze distruttive che sempre ci sono in potenza. La città è una collezione di spazi complessi, non può essere pensata come un insieme ordinato, asettico, freddo, o un contesto da rendere tale.

E inoltre non c'è città o centro storico che possano essere ridotti alla loro pura fisicità per quanto esteticamente, architettonicamente, urbanisticamente o storicamente sia significativa; il centro storico inerte è la morte della città.

Il problema è nella *governance* della sua vitalità, dispiegando una capacità di fare coesistere vita viva e vita ormai inerte, spazi e persone nonché tante

diverse persone negli spazi in comune. Per questo sono fondamentali le connessioni, le relazioni tra le persone che concretamente vivono nei luoghi della città, l'interazione tra i vari obiettivi e le modalità di implementarli.

Si può dire che la *soluzione sta nelle connessioni* e nella governance di esse, facendoli evolvere da conflittuali a convergenti e tendenzialmente coesistenti.

La città vive di relazioni transitorie, reversibili, temporanee, lievi e anche superficiali; ma la moltiplicazione di queste connessioni moltiplica anche le opportunità delle persone in ogni campo, ne amplifica i flussi informativi, le capacità di affrontare e risolvere i problemi, di trovare risposte agli ostacoli che incontrano.

Allora è importante fissare alcuni punti ineludibili:

- la Movida è componente virtuosa di una città desiderabile perché è una delle piattaforme, dei contesti che creano i presupposti materiali, concreti per le relazioni e, quindi, svolge una funzione sociale decisiva, oltre che economica, per il buon vivere dei cittadini e per lo sviluppo stesso della città;
- quello di cui c'è bisogno è un meccanismo di governance della stessa Movida così come per altri contesti generatori di relazioni. E' chiaro che il caos strutturale delle città, il loro essere crogiuolo di una *diversity* crescente di interessi, identità, aspettative, desideri non sempre rende possibile il raggiungimento di equilibri soddisfacenti tramite lo spontaneo interagire delle persone. Occorre un lavoro certosino, umile, di attenzione allo sviluppo minuto delle attività per enucleare le tendenze su cui puntare per far prevalere la virtuosità della Movida rispetto al sempre presente rischio di degenerazione entropica dei fenomeni caotici.

9.2. La Movida ci vuole per il bene della città

La Movida quindi come insieme di attività che fanno incontrare le persone tramite condivisione di spazi e locali pubblici esercita una funzione sociale indubbia: persone che si incontrano, si conoscono, scambiano esperienze, trovano codici, linguaggi comuni; persone che di fatto formano comunità temporanee, che possono proseguire in reti relazionali più stabili, o semplicemente finire subito dopo la serata o notte, per poi ricominciare in altro momento.

Quello che conta, però, è che il *luogo della Movida*, quell'infrastruttura di spazi ed esercizi pubblici contribuisce al rinnovarsi delle comunità, perché ne crea alcuni dei presupposti materiali che non possono mai essere sottovalutati o dati per scontati.

In fondo le comunità che si formano nelle realtà urbane sono sempre il portato di una pluralità di fattori e dimensioni diverse, e tra queste sono di sicuro essenziali uno spazio comune e certi modelli di comportamento; a partire da questi fattori poi si determinano appartenenze che rinviano, nelle loro forme più consolidate e strutturanti, a processi più complessi dei singoli fattori citati e fanno riferimento ad una ecologia che deve tenere insieme spazi, persone e meccanismi interattivi di connessione.

In città ad alto e crescente tasso di *diversity* la pura privatizzazione del tempo di loisir, dei luoghi di relazionalità è un rischio forte, perché non fa che accompagnare una sorta di naturale tendenza al rinserramento per comunità omogenee, l'esatto contrario della cultura urbana che è di incontro, mixage, quasi *meticciato di fatto*, di tendenziale superamento o almeno di positiva e interattiva relazione tra soggetti con notevoli differenze socioculturali e antropologiche, che lasciate a sé stesse potrebbero generare separazioni e potenziali conflitti.

La Movida è un meccanismo gioioso, coinvolgente, molto umano di generare e far vivere relazioni, di promuovere comunità, di fare anche *cross-over* rispetto agli steccati di vario tipo che tendono a formarsi, soprattutto laddove la *diversity* mette fianco a fianco identità molto distanti.

E' un errore leggere nella Movida una sommatoria di attività futili, o puri veicoli di arricchimento di gestori astuti, piuttosto occorre capire che al centro della buona qualità della vita urbana c'è la *relazione*, che sebbene essa sia una propensione naturale degli individui, non è per niente scontata, soprattutto tra persone distanti per origine, approcci socioculturali e antropologici alla vita.

Storicamente i pubblici esercizi hanno svolto nella città una funzione socialmente cruciale, magari sommersa, ma al cuore della capacità di innovare tipica delle città: i *caffè e bistrot* parigini, i pub inglesi, i *coffee shop* americani e alcuni dei format storici dei pubblici esercizi italiani, dalle osterie alle trattorie ai bar, sino ai format più moderni e frequentati dei nostri giorni; tutti nella diversità dei format hanno come requisito primario quello di fare da microclima proattivo per la relazionalità.

Questo valore relazionale dei pubblici esercizi è da mettere nel computo dei costi e benefici e trova nella Movida una piattaforma di espressione ideale. Esiste notoriamente un'ampia letteratura sul ruolo degli esercizi pubblici citati nelle varie epoche e città; non si tratta qui di farne l'elogio quasi pubblicitario, ma di sottolineare una funzione sociale che travalica epoche, contesti, format, persino prodotti e servizi che sono erogati, per arrivare al cuore del rapporto con le città e con le esigenze che esse hanno di rompere gli effetti di una coesistenza di soggettività anonime a rischio di solitudine, e sicuramente bisognose di relazionalità.

Pertanto va stressato il fatto che la Movida ha un suo nucleo intrinsecamente positivo perché genera valore sul piano:

- sociale, perché rappresenta una materializzazione, una risposta concreta, anche nel centro storico alla nuova voglia di convivialità che non accenna a placarsi anche al tempo della crisi;
- economico, con un rilevante fatturato per le attività economiche direttamente coinvolte, creazione di occupazione e opportunità imprenditoriali importanti;
- culturale, perché esprime gli stili di vita di gruppi rilevanti di cittadini, che vogliono stare dove “*le cose succedono*”, e vivono e intercettano i trend più innovativi del divertimento, della convivialità;
- del marketing territoriale, perché consente alle città di darsi una immagine *trendy*, glamour, attrattiva, e quindi competitiva sul mercato turistico e anche rispetto all'attrazione di talenti e creativi.

Ecco perché occorre puntare ad un obiettivo inequivocabile: *la Movida ci vuole, la MalaMovida no.*

E' questa la sostanza della riflessione sulla fenomenologia analizzata e occorre quindi tradurre operativamente questo obiettivo, indicando un percorso e strumenti funzionali a tale dinamica che, peraltro, non è scontata nella realtà di tante nostre città dove *la Movida cattiva scaccia quella buona.*

10. NON CI SONO SOLUZIONI MIRACOLISTICHE

L'intreccio in apparenza inestricabile tra dinamiche positive della Movida e la *MalaMovida* impone di dare corso a soluzioni complesse, mettendo da parte l'idea che esista un editto, che sia del governo locale o di quello centrale, in grado di lanciare la Movida e stroncare la *MalaMovida*.

E' questo che rende perennemente insufficienti le singole delibere, i vari atti regolatori troppo spesso estemporanei e rende sterile e destinata alla sconfitta una rincorsa verso ordinanze via via più rudi: queste pratiche non avvicineranno di un palmo la soluzione.

Si è di fronte ad un problema di *place-shaping*, vale a dire una problematica complessa, di tipo socioeconomico, culturale, istituzionale che chiama in causa i comportamenti sociali diffusi e che pertanto richiede il ricorso a una pluralità di *policy* e coinvolge una molteplicità di soggetti; solo una convergenza responsabilizzante dei tanti soggetti unita ad un intreccio virtuoso, efficace, intenzionalmente orientato dei vari spicchi di *policy* coinvolte consentirà di riportare la situazione sotto controllo, ed eventualmente di effettuare una positiva uscita in avanti.

Ed occorre guardare alla città come ad un organismo di spazi interconnessi tra i quali sono rapidi i processi di osmosi; è quindi importante trovare soluzioni non parziali o spazialmente limitate altrimenti è alto il rischio di limitarsi a generare flussi di spostamenti da uno spazio pubblico all'altro, con un puro trasferimento delle problematiche.

Il popolo della Movida è molto mobile, fluido, intenzionalmente orientato a cercare spazi dove esprimersi e da rileggere secondo le proprie esigenze. O si scelgono spazi ad hoc per la Movida e si tenta, senza certezza di riuscirci, di incentivare le persone a frequentarli, oppure sarebbe opportuno praticare alcune regole generali comuni.

10.1. La necessità di coinvolgere tutti gli *stakeholder*

C'è un primo problema che è di metodo, perché troppo spesso alcuni degli attori che vivono e subiscono la Movida di fatto sono stati esclusi dai processi decisionali, oppure la loro voce ha avuto spazio sui media in caso di eclatanti azioni di protesta, ma nella concreta dinamica decisionale non hanno contato.

Quindi primo punto è quello del metodo, della necessità assoluta, ovunque di improntare le decisioni relative alla Movida ad una logica e a un metodo inclusivo e del dialogo. Occorre promuovere il coinvolgimento di tutti coloro che subiscono le conseguenze delle scelte che dovranno essere fatte, e il confronto deve essere effettivo con una prassi discorsiva e di confronto tra argomenti.

Il paradigma deliberativo nel nuovo contesto vuol dire *aprire l'arena*, cioè fare in modo che tutti coloro che sono potenzialmente investiti da scelte pubbliche siano chiamati ad esprimere il proprio punto di vista e interesse.

Questa dimensione ha una portata politica essenziale perché di fatto amplia la struttura delle opportunità per i vari soggetti e, quindi, rende meno essenziali il ricorso alla protesta nella varie forme; inoltre, creando interazione riduce la radicalizzazione potenziale dei conflitti, apre alla ricerca di soluzioni più attente all'interesse collettivo, all'equilibrio di interessi diversi.

Andrebbe definito un percorso deliberativo chiaro, fatto di grande trasparenza e apertura ai vari interessi. Il *lobbying* come pratica di accompagnamento alle decisioni della politica locale rischia in questo caso di generare una radicalizzazione del conflitto, ambiguità, sospetti, e la perenne convinzione di essere stati penalizzati dalle decisioni, il contrario dell'idea di tenere realisticamente insieme esigenze anche molto distanti, ma che non possono non trovare un punto di compromesso visto che hanno tutte fondamento certo e legittimo.

Pertanto, il primo passo rispetto alla situazione attuale è quello di un rilancio o di un lancio di una pratica deliberativa locale, che è rivolta alla specifico del territorio coinvolto, anche se subcittadino.

Questo approccio di metodo è una specie di premessa che peraltro vale anche per altre problematiche della vita urbana, o anche per contesti in cui devono essere attivate infrastrutture o eventi che generano costi rilevanti per le comunità circostanti e i cui benefici spesso sono dispersi su comunità molto più ampie, in alcuni casi anche lontane dall'epicentro del fenomeno.

Pur nella evidente diversità delle modalità concrete di espressione della Movida nei vari contesti, è importante rilevare che le diversità di interessi, esigenze, aspettative vanno innestate dentro pratiche deliberative strutturate in percorsi ufficiali, trasparenti, noti, percepiti come efficaci, di confronto, altrimenti alla sensazione dell'esclusione è facile reagire con un approccio

vertenziale o conflittuale a prescindere, il cui esito è di solito il deperimento dei contesti.

E' vero che in molti contesti le amministrazioni comunali hanno avviato o praticato percorsi di *ascolto, dialogo e scambio* tra gli attori, ma al di là della buona volontà di chi se ne è occupato, semplicemente tali esperienze non hanno inciso sulle realtà concrete, non sono riuscite a farsi sentire proprie dai vari attori, tanto che essi, ciascuno per la propria parte, sono di fatto convinti che il soggetto pubblico gli gioca contro oppure che è semplicemente assente.

Sulla degenerazione di tanti luoghi della Movida si gioca anche la partita della delegittimazione delle istituzioni politiche locali, che se sono intervenute non hanno ottenuto risultati significativi e se non sono intervenute oggi si trovano a fronteggiare situazioni incancrenite, incattivite, e certo non facili da portare a soluzione.

Per questo è importante promuovere sedi credibili per tutti dove far avviare il confronto tra argomenti, senza subito *arrivare alla conta o alla pesa* dei voti e degli interessi; come rilevato, occorre dare spazio a tutte le voci, al netto dei rapporti di forza o delle preferenze delle maggioranze politiche. E' indispensabile che nei contesti urbani al centro di pratiche conflittuali per il loro utilizzo sia tenuta in attenta considerazione la mappa delle voci e dei discorsi.

Il rischio di pratiche di governance non coinvolgenti e riconosciute è quello che alla *rappresentanza* degli interessi in gioco si sostituisca una loro persistente *rappresentazione* dove a contare è la capacità di piccoli gruppi di avere visibilità mediatica, di occupare l'immaginario, magari con l'aiuto di un uso intenso e creativo del web, piuttosto che quella di cercare risposte agli interessi che rappresentano.

Una governance all'altezza vive di pratiche inclusive che non ritengono che le risposte siano tutte dall'alto, da imporre, per poi constatare che questa è la scorciatoia per non fare nulla, lasciando che a prevalere siano i più forti, e molto spesso coloro che meno rispettano le regole, con un danno generale per le città, oltre che per i territori coinvolti direttamente.

Il metodo è quindi il punto di partenza, una sorta di condizione necessaria anche se non sufficiente; poi occorre individuare nello specifico di ogni contesto le risorse per un'uscita in avanti.

10.2. L'ineludibilità di nuovi strumenti di regolazione

La fenomenologia e le cause della *MalaMovida* unita alla riflessione sui dispositivi che la normativa mette a disposizione, consente di dire che, al di là della necessità di superare subito le tante microfurbizie che hanno portato a intasare i territori di *format* di vendita di bevande con definizioni fantasiose e percorsi agevolati di attivazione, c'è una pratica più attiva, di attacco che va perseguita: ricostruire a livello locale pratiche regolatorie in grado di evitare *a monte* le criticità legate all'*eccesso di numeri* e conseguenti pericoli per la salute pubblica, la sicurezza e gli altri aspetti che pure la normativa richiama.

Per questo non può essere esercizio puramente speculativo quello di definire, rispetto alle indicazioni normative, parametri di densità praticabile da garantire; e al contempo attivare pratiche di *disintasamento*, che significano anche politiche di installazione e reinstallazione di attività in contesti diversi resi appetibili a livello infrastrutturale o di fiscalità locale, così da potere offrire le legittime garanzie agli operatori che hanno effettuato o sono chiamati ad effettuare investimenti di tasca propria.

E' noto infatti che per fare reddito è indispensabile per gli operatori che ci sia massa critica di domanda potenziale, un bacino di utenza adeguato dal quale enucleare la propria clientela; e ovviamente questo rende la densità un valore essenziale da tutelare; si tratta di definire opportunamente dove finisce la densità e dove, anche in seguito alle indicazioni normative, inizia l'intasamento con tutto il suo seguito di comportamenti e pratiche antisociali.

Strumenti di governo che incidano sulle modalità di avvio delle attività sono a questo punto inderogabili, in primo luogo nel centro storico (*in cui teoricamente è già così, ma la pratica di questi anni mostra che il dispositivo è pieno di buchi*); tutti i format, a meno che non si ristabilisca una differenziazione netta tra le varie attività con anche una precisa definizione per ciascuna di esse dei limiti di orario e di servizio, devono passare per la strettoia di un sistema autorizzatorio che prenda in considerazione lo stato dell'arte del luogo in cui deve essere avviata.

Senza un ritorno dei Comuni e delle istituzioni subcomunali ad una pratica di conoscenza e gestione del ritmo di incremento e della composizione dell'offerta commerciale e più ancora di tutte le unità di offerta abilitate alla *vendita di bevande alcoliche*, sarà molto difficile frenare le dinamiche spontanee di intasamento estremo, perché troppo forte il vantaggio per gli

operatori di avere una massa critica potenziale di clientela laddove si punta su format *scarnificati* di pura vendita di alcolici.

Si può dire che alla domanda retorica se si debba lasciare sempre, comunque e ovunque l'evoluzione dell'offerta di attività che vendono o somministrano alcolici al solo libero gioco del mercato, la risposta è *no senza se e senza ma*. Se per alcune attività commerciali ed artigianali non si vuole intervenire in termini di regolazione dell'accesso allora occorre ristabilire cosa possono o non possono fare, quando possono o non possono svolgere l'attività di vendita, in particolare di bevande alcoliche.

E, tutto sommato, una maggiore attenzione al ritmo di crescita di attività commerciali, pubblici esercizi e imprese artigianali alimentari potrebbe essere molto utile per il futuro.

Il problema non è rilanciare uno stantio dibattito astratto tra neopianificatori e liberalizzatori, piuttosto di guardare al concreto contesto delle città focalizzando la pericolosa deriva spontanea che nasce dall'intreccio tra la voglia di fare reddito ad ogni costo di taluni operatori, la domanda infinita di alcol e l'assenza di qualsivoglia regola (o controllo o sanzione) che di fatto spiana la strada alla legge dell'economicamente più forte.

E d'altro canto, poiché il surplus di valore economico che alimenta i redditi di alcuni operatori e dei proprietari degli immobili in cui tali attività sono installate è pagato dal disvalore sociale dell'eccesso di consumo di alcol da parte dei giovani e dalla distruzione della quiete pubblica per i residenti, diventa indispensabile mettere un termine a questa situazione, rilanciando pratiche che consentano di ripristinare l'interesse della comunità.

10.3. La tutela della salute pubblica

E' stato abbondantemente dimostrato nella presente ricerca che esiste nella nostra società una domanda tendenzialmente infinita di alcol, soprattutto tra i giovani, e si tratta di fissare che è un *problema sociale* che richiede iniziative specifiche.

La causa di questa problematica non è la Movidà, e non ne sono responsabili in primis i gestori, persino i più spregiudicati. E' però indubbio che la deresponsabilizzazione sociale di tanti gestori di format che moltiplicano il fatturato incentivando la domanda di alcol anche tra gli adolescenti è un aspetto patologico che aggrava la problematica sociale.

E laddove si ritenga che i tassi di alcolismo si vanno avvicinando pericolosamente alla loro torsione patologica per quote crescenti di giovani allora è indispensabile intervenire con strumenti efficaci.

Anche in questo campo non esiste l'editto risolutore, così come non esiste un neoproibizionismo capace di cambiare le dinamiche sociali, tuttavia non si può non considerare che ci sono comportamenti da parte degli esercenti che sono un'incentivazione all'eccesso di consumo.

Per questo la responsabilità sociale degli operatori commerciali, di tutti coloro che vendono alcolici al di là del format che gestiscono, è oggi un'esigenza diffusa, importante, uno strumento da non sottovalutare, perché significa attivare presidi sociali nel cuore della fenomenologia.

Occorre attivare percorsi di formazione adeguati per gli operatori finalizzati alla responsabilizzazione sociale, e un'attenta osservazione nonché misure draconiane per quegli esercizi che di fatto sono veri e propri erogatori di quantità incontrollate di alcol, che diventano per questo punto di approdo dei più propensi all'alcolismo.

Ci sono comportamenti sentinella da sanzionare nel mercato chiaramente indicati dalle normative anche recenti, come la vendita di alcolici ai minori.

Occorrono codici di condotta concreti, capaci di sanare i comportamenti che di fatto approfittano di una fragilità sociale e la trasformano in una occasione di guadagno che trasferisce nelle tasche di operatori privati il vantaggio legato all'insorgere di un costo sociale pubblico; l'eccesso di consumo di alcol produce costi sanitari e sociali, anche a seguito dei comportamenti che recano danno in molti modi alla collettività.

La tutela della salute è una esigenza superiore richiamata dal legislatore e dall'interesse collettivo, non solo dei residenti; essa richiede un'azione costante, incisiva, di intervento diretto preventivo e sanzionatorio e di educazione diffusa, che non può non imporsi su altre esigenze laddove entrano in conflitto.

Non c'è libertà economica o impulso liberalizzatore che giustifichi allentati controlli su aspetti, dall'alcol all'inquinamento acustico prolungato, che impattano direttamente sulla salute di tanti cittadini.

L'armamentario normativo e regolatorio a questo stadio appare sufficiente per un'azione definitiva di ripristino di adeguati standard di tutela della salute ovunque siano minacciati.

E sull'alcol anche dagli organismi sovranazionali, dalla Ue al Oms sono sempre venute indicazioni per una gestione rigorosa, attenta a contenere il consumo, soprattutto tra i minori, anche mediante forme di regolamentazione di chi vende alcol.

11. EDUCAZIONE DIFFUSA PER UNA BUONA MOVIDA

La Movidà è il fatto di milioni di italiani, non solo giovani, che si recano nei luoghi dei comuni piccoli e grandi dove gli spazi pubblici e/o la presenza di esercizi pubblici facilita lo stare insieme, la relazionalità, la convivialità.

E' illusorio pensare di imporre a pratiche di massa una direzione, un contenuto semplicemente annunciandolo o anche facendolo diventare una legge dello Stato.

Si tratta di accompagnare le tendenze spontanee che si vanno determinando, e rispetto alle tante pratiche che fanno capo alla Movidà, un importante filone di azione concreta riguarda i processi di educazione al rapporto con gli alcolici, dal vino alla birra ai superalcolici, con il cibo e anche con i luoghi.

La Movidà, si è detto, non deve necessariamente essere ridotta alla pratica del consumo in eccesso di alcol, può essere una componente della vita collettiva, relazionale della città. Per questo è importante elaborare strategie molteplici di intervento sulle persone e sui contesti, con produzione di un set di eventi ed iniziative ad hoc.

La logica deve essere quella di rispondere ad una domanda precisa: come cambiare il senso della Movidà senza togliere il divertimento alle persone che la frequentano, piuttosto innestando *qualità e nuove proposte* che promuovano nel tempo un cambiamento di stile.

Compresa la differenza tra *MalaMovidà* e Movidà, si tratta di capire cosa c'è di buono da valorizzare, cosa va cambiato e cosa va portato a esaurimento.

Naturalmente come per tutti i processi di cambiamento di settori, contesti, pratiche, è importante il ruolo degli agenti di cambiamento; un nodo decisivo è rappresentato dai *proprietari e gestori degli esercizi* eticamente e culturalmente più propensi al cambiamento, che potranno trainare un mutamento reale e di conseguenza anche di immagine, mettendo *fuori moda* gli operatori focalizzati solo sulla massimizzazione dei fatturati legati alla vendita di alcol, incuranti dei costi sociali.

Si tratta però di capire che quale che sia il contenuto nuovo, aggiuntivo e originale della Movidà, deve anche essere alla portata economica dei giovani, rendendoli potenziali clienti dei nuovi format, altrimenti agiranno come esclusi a caccia di una loro specifica collocazione.

Stile, qualità, gusto, sostenibilità devono diventare le parole chiave di una offerta diffusa diversa, che riorienta la domanda, l'accompagna in un processo evolutivo, di maturazione che la conduce verso format di offerta non patologici. Il successo dei format di pura vendita di alcol è anche legato ad una capacità di puntare sulla più trasversale, semplice e sostenibile delle offerte: quella alla portata delle tasche anche dei più giovani.

In fondo è già molto forte e attivo un movimento sociale profondo, di successo, attrattivo anche sui giovani che fa del consumo di qualità, maturo, responsabile, evoluto l'epicentro della sua azione. E' una spinta sociale che, in altri ambiti, ha cambiato il modo di rapportarsi e consumare cibo e vino.

E' un impulso al consumo di qualità, maturo che è stato promosso da soggetti, accompagnato con opportune iniziative sui territori e di educazione delle persone.

Occorre avere il coraggio visionario, ma molto pragmatico, di immaginare che i luoghi della Movida come, strade, piazze, giardini, esercizi pubblici della nostre città possano diventare il teatro di una proliferazione di iniziative, eventi, flussi comunicativi, tutti orientati a promuovere stili di consumo nella Movida più maturi, responsabili, di qualità, ma non per questo tristi, noiosi, incapaci di rispondere alla legittima e insopprimibile domanda di gioiosa relazionalità.

Bisogna avere il coraggio di pensare e praticare una Movida diversa, che non teme di sperimentare format nuovi, che è incentivata a farlo, provando anche a sfidarsi sulla capacità di coinvolgere segmenti nuovi di clientela, fossero pure quelli oggi meno coinvolti dalla Movida.

Occorre una progettualità matura che amplia e fa evolvere i popoli della Movida, per rompere ogni monofruizione territoriale, per spezzare anche l'egemonia della cultura dell'eccesso, dello sballo, della trasgressione quasi forzata come forma suprema di divertimento.

Come detto, occorrerà lavorare su contesti e persone con pratiche educative ed intuizioni e proposte commerciali, per cambiare l'ambiente e il contenuto andando oltre la deriva circense.

Un primo aspetto riguarda la qualità dei luoghi della Movida, che chiedono interventi per renderli altro da contenitori di una serie ininterrotta di attività commerciali, esercizi pubblici e imprese artigianali alimentari; dalla conformazione fisica agli eventi occorre dare il segno, la direzione di un cambiamento verso la qualità estetica e di contenuti.

Una scelta operativa importante è quella di eventi orientati a disseminare le parole chiave sopra indicate: su questo piano ovviamente esiste una miriade di esempi ed è interessante indicarne alcuni.

Una prima tipologia di pratiche concrete sono ad esempio i *Food and Wine Festival* rivolti a tutti, ma con la possibilità di elaborare un format itinerante specificamente pensato per i giovani.

Potrebbero essere un logo nel quale inserire, in modo sperimentale e a scopo di verifica, iniziative distinte e integrate che nel cuore dei luoghi della Movida promuovono conoscenze e pratiche di rapporto evoluto con l'alcol e il cibo.

La capillarità di queste iniziative di educazione di fatto che non demonizzano il bere, ma aiutano a maturare modelli di consumo evoluti, è indispensabile.

Esempi di iniziative orientate a diffondere cultura della qualità e dello stile sono:

- presentazioni di nuovi cocktails e del modo in cui vanno preparati con esperti barman;
- degustazioni di cibo e alcol all'insegna di un consumo "intelligente";
- dimostrazioni culinarie con top chefs e personalità legate al mondo del cibo;
- shops, vendita non solo di cibo e alcol ,ma anche di oggetti legati alla cucina e alla preparazione di aperitivi.

Punto importante è poi la ricerca di nuovi format in grado di esprimere qualità e identità, tramite offerte nuove, originali.

Esempi sono *punti Doc* che possono essere pensati come locali di nuova concezione rivolti specificamente ai giovani in grado di unire la somministrazione di ogni tipo di bevanda alcolica alla degustazione di prodotti fatti in casa; si tratta di promuovere abbinamenti intelligenti tra alcolici e cibo che introiettino modalità di consumo diverse, più mature, evolute, ad esempio con il ricorso a cibi tipici, magari cucinati in casa sempre però puntando a praticare prezzi adeguati anche ai più giovani e alle tasche meno fornite.

Come rilevato, per costruire una Movida sostenibile è indispensabile promuovere, incentivare un'evoluzione dell'offerta verso format capaci di accrescere qualità e maturità di consumo da parte della domanda.

E' chiaro che la sfida del mercato relativamente agli esercizi pubblici legati alla Movida è decisiva per capire quale Movida avremo; senza una vittoria *nelle menti e nei portafogli* della domanda pagante coinvolta dalla Movida da parte di format evoluti su quelli *take away alcol-centred* sarà molto difficile oltrepassare la *MalaMovida*; se ne potranno forse limitare alcuni aspetti particolarmente patologici, ma non si riuscirà a mettere da parte del tutto la deriva patologica a vantaggio delle opportunità legate alla Movida.

La sfida di mercato tra format e connesse tipologie di gestori e proprietari è, alla fin fine, decisiva per il futuro della Movida italiana. Ed è una sfida in cui, chi vuole città vitali e vibranti, non può rimanere neutrale; dalle regole alla burocrazia, all'articolazione del carico fiscale, tutto deve convergere nel sostegno dei format più evoluti, che più esercitano responsabilità sociale oltre che capacità imprenditoriale.

Non si può non favorire la creazione di un sistema di premialità e penalizzazioni che colpisca il *free-rider*, e avvantaggi il gestore responsabile, che gestisce locali capaci di fare buona Movida.

Al fianco dell'evoluzione dell'offerta tramite installazione di nuovi format orientati alla maturità e qualità del consumo, è importante anche promuovere nello spazio pubblico un'organizzazione fatta di eventi in grado di dare il ritmo, il tono al contesto, di favorire sia la plurifruizione, sia una maggiore responsabilità tramite iniziative educative per consumi più evoluti, intelligenti e sostenibili finanziariamente.

Da studiare poi anche la pratica dei *Moving Shop* che partendo dall'esperienza di altri Paesi che vivono la fase eroica dello "*street food*", attivi piccoli presidi nel cuore delle Movida soprattutto dove sono più presenti i giovani vendendo cibi sani e più compatibili con il consumo di alcol, evitando il *junk food* che contribuisce a generare costi sanitari e sociali.

Sarebbe un salto di qualità notevole rispetto ad una tendenza non certo virtuosa che vede protagonisti in molti casi ora *food-car* o anche chioschi.

E poi promuovere una sorta di ripensamento dell'*happy hour* dando al cibo un posto più significativo, anche attraverso una maggiore attenzione alla dimensione nutrizionale. Una sorta di *cibo sicuro per una Movida più sicura* fatto di piatti studiati e scelti sempre con attenzione alla qualità e al gusto della presentazione.

In queste pratiche collettive un posto di primo piano dovrebbe essere attribuito agli stessi giovani protagonisti della Movida, mediante la

selezione di alcuni di essi da formare e poi far operare sul terreno. In concreto, potrebbero avere un ruolo di primo piano nelle tante dimostrazioni pubbliche orientate al bere consapevole, maturo, responsabile. E' infatti noto che quando si parla di giovani e ancor più di adolescenti nelle pratiche educative, di orientamento nei comportamenti risultati rilevanti sono raggiunti attraverso le tecniche di *peer education*.

Occorre un'iniziativa educativa di lunga lena che deve attaccare i luoghi dove gli adolescenti si aggregano e formano; e tale iniziativa deve fare dei luoghi della Movida uno dei terminali di una azione che non può non avere il concorso anche di istituzioni ed esercenti.

PARTE SESTA:

I CASI DI STUDIO

12. UNA LETTURA TRASVERSALE DEI RISULTATI RELATIVI AI CASI DI MILANO, ROMA E CATANIA

Il lavoro di campo realizzato a Milano, Roma e Catania, ha consentito di enucleare indicazioni trasversali preziose, utili sia per capire la generale fenomenologia che le possibili soluzioni per le principali criticità. Ci sono aspetti comuni alla Movidà, oltre a quelli più generali che connotano la *MalaMovidà*, che vanno richiamati:

- non esiste una sola tipologia di Movidà, ma all'interno delle singole città c'è una articolazione delle forme che la fruizione tipica della Movidà assume. Ci sono i casi paradigmatici di contesti in cui la pressione antropica a causa del numero di locali e di persone che vi si addensano in certe ore serali e notturne è il perno costitutivo della Movidà, e altri in cui non c'è ad esempio presenza di esercizi pubblici o, comunque, c'è una ridotta presenza degli stessi e tuttavia vi si registra alta concentrazione di persone nelle ore notturne e serali. Sono contesti con diversi sistemi di approvvigionamento di alcolici, laddove in alcuni è fondamentale il ruolo dei take away *in loco* e in altri è decisivo il ruolo dei venditori ambulanti abusivi e/o anche l'acquisto fatto altrove (ad esempio, in supermercati) da parte dei protagonisti della Movidà che poi li portano sul luogo in cui sono consumati. Ci sono poi contesti con diverse tipologie di protagonisti, con diversa composizione dei format di offerta, ecc.;
- esiste una osmosi tra i luoghi della Movidà all'interno delle città, con una trasmigrazione strutturale nelle ore notturne, che spesso è anche in risposta a provvedimenti o interventi di tipo repressivo limitati a specifiche aree;
- è presente ovunque un dissenso, che a volte diventa resistenza, di quote di residenti, che hanno diverso peso a seconda della capacità di intercettare i circuiti mediatici o quelli della politica locale, ma che comunque sono uno *stakeholder* significativo, che cerca intenzionalmente il modo di entrare in partita;
- occorre fare una distinzione tra le varie aree rispetto all'intensità e alla frequenza con cui si presentano le derive patologiche della *MalaMovidà*, dalla presenza eccessiva di format di pura vendita di alcolici, alla diffusione dei comportamenti antisociali fino al grado di insicurezza. Ci sono infatti contesti dove allo stato attuale si può parlare di vera e propria emergenza dal punto di vista della criticità del numero, dell'eccesso di

concentrazione di persone in spazi ristretti e della oggettiva sospensione della legalità o comunque della creazione di un microclima idoneo a favorire la diffusione di comportamenti improntati alla cultura dell'eccesso, che sia di consumo di alcolici o di rapporto con gli stupefacenti e altri dove, complessivamente, si tratta di dare una regolata agli aspetti meno controllati, ma nel complesso il clima non è fuori controllo;

- ci sono tentativi di mettere in piedi strategie di più lunga durata, che escono dalla logica estemporanea delle ordinanze creative e repressive, e puntano, sia a livello di area specifica, sia a livello comunale, a delineare regole e modalità di fruizione condivise.

Risulta evidente dalle analisi di campo che si va radicando una fruizione serale e notturna erratica della città che insegue l'apertura improvvisa di veri e propri spacci di alcol, microlocali che si limitano a vendere a prezzi stracciati prodotti alcolici e che così facendo incentivano la domanda di alcol soprattutto dei più giovani, e anche luoghi informali (piazze, parchi, strade chiuse, ecc.) dove si radunano con una logica da *flash mob* giovani per stare insieme, spesso per ubriacarsi o assumere sostanze stupefacenti. Sono flussi erratici difficile da controllare e la cui mobilità è tesa a sottrarsi a forme di controllo.

Sui flussi erratici e più ancora sulla sua componente più propensa agli eccessi occorre una strategia specifica con contenuti, strumenti e tecniche ad hoc. Per questa componente le azioni che cercano di governare gli aspetti strutturali della Movida sono comunque importanti perché delineano l'ambiente materiale in cui si esplicano i comportamenti, ma è chiaro che sono essenziali le iniziative rivolte alle persone, quelle dissuasive e di coinvolgimento capaci di incidere sulla psicologia e le scelte individuali.

L'attenzione però è oggi concentrata fundamentalmente sull'occupazione continuativa, serale e/o notturna di porzioni del territorio urbano, sui luoghi della Movida più che sui flussi che si muovono tra essi

A Milano la Movida ha i suoi epicentri in luoghi storici ma non nel centro storico propriamente detto, e questa è una particolarità del capoluogo lombardo rispetto a Roma e Catania che hanno una Movida ampia, intensa, a volte fuori controllo radicata nei luoghi del centro storico.

Di seguito sono espone in forma narrativa alcune delle principali caratteristiche dei luoghi della Movida nelle tre città. In estrema sintesi si può dire che dai tre casi di studio emerge l'esigenza di fare presto nel dare

risposte incisive nei contesti a più alta criticità; ed emerge la certezza che non ci sarà editto dall'alto, miracolistico in grado di dare una soluzione unica alla necessità di governo di un fenomeno urbano complesso come la Movidà. Sarà necessario uno sforzo condiviso da tutti gli stakeholder, a partire dalla convinzione che la Movidà può essere cosa diversa dalla *MalaMovidà*, e che di essa la vita delle nostre città ha oggi sicuramente bisogno.

13. MILANO

La Movidà è consustanziale alla storia socioeconomica di Milano, alle sue vocazioni attuali di città globale, aperta ed alla volontà di legare questa ambizione anche ad una diversa cura e attenzione alla qualità della vita nella comunità cittadina.

E' certo che Milano non può incartarsi in scelte da città chiusa, spenta, ripiegata sulle dimensioni solo familiari e funzionali delle relazioni, anche perché il suo futuro molto si gioca sulla capacità di promuovere e potenziare una certa propensione all'innovazione che oggi la pone tra i contesti leader di settori economici ad alto valore aggiunto fondati sulla virtuosa integrazione tra creatività e industria.

Il vettore primo dell'innovazione che nasce dalla creatività è proprio la relazione, la capacità di far interagire in modo diffuso, anche erratico e spontaneo energie, orientamenti, saperi, progettualità, semplici comportamenti sociali diversi.

E' questo il *core* della città vitale e Milano tradizionalmente ha saputo giocare in modo efficace questa dimensione, e ciascuna tappa della sua evoluzione socioeconomica e culturale è stata anche segnata da modalità specifiche, forse ancora troppo sottovalutate, di stare insieme, di generare relazioni.

Tutto questo ovviamente va riletto alla luce della concreta situazione milanese, del modo in cui si va dispiegando oggi la funzione specifica che viene riassunta nel termine Movidà, e che anche la presente ricerca mostra, che richiede più di un *fine-tuning*, più di interventi di tamponamento o semplice orientamento *light*, ma una vera e propria strategia condivisa che accompagni le tendenze evolutive virtuose della *Movidà attuale* verso modalità altamente funzionali alle ambizioni della città.

La *MalaMovidà* fa molto male a Milano; così come molto male alla città fanno talune soluzioni estemporanee o anche approcci di puro tamponamento o scorciatoie neoproibizioniste.

In questa fase, oltre ad alcuni drastici e urgenti interventi di contrasto delle punte più estreme di deriva patologica in alcuni contesti delimitati e visibili, occorre uno straordinario sforzo di ripensamento della Movidà milanese.

E' chiaro che la Movidà non può essere totalmente avulsa non solo dalle ambizioni della città e dalle sue dinamiche economiche, ma dal quadro delle

dinamiche sociodemografiche; Milano è una città, come tante altre, alle prese con la longevità crescente della popolazione, la moltiplicazione delle persone che vivono sole e degli stranieri. Sono queste dinamiche che, rispetto alla Movida esistente, hanno significati diversi anche se non sempre nel senso delle facili e consuete interpretazioni.

Si pensi alla longevità, è chiaro che la Movida è, nelle sue forme prevalenti e attuali, un fenomeno con un *cotè giovanilistico* strutturale, e tuttavia è noto come la Movida sia anche fenomeno evolutivo che ha perso alcuni dei connotati iniziali per acquisirne altri fino, nel caso italiano cambiare quasi di segno, in negativo; ma quello che conta è la capacità dinamica della Movida che è inscritta nell'evoluzione possibile dei *format* dei pubblici esercizi, dei modelli di organizzazione degli spazi pubblici e degli stili di consumo e di esercizio della vita sociale nelle ore notturne.

Tenuto conto di ciò, si consideri che la longevità è sempre meno coincidente con lo stereotipo dell'anziano solo e fragile che vive le sue quote decrescenti di relazioni sociali in ambito familiare.

Esiste una longevità attiva, di persone con buona salute e discreta disponibilità economica, che hanno un rapporto completamente diverso con la propria fase di vita, che operano con una logica da investimento sugli anni residui, puntando molto sulla qualità della propria vita e sullo sviluppo di nuove e diverse relazioni.

Allora, fuori dai facili sarcasmi sui vecchietti arzilli, anche questa è una dimensione da capire ed esplorare, ad esempio dal punto di vista dell'offerta come un mercato da intercettare per il quale trovare il giusto contenitore e format.

La fruizione notturna degli spazi pubblici non è appannaggio esclusivo dei giovani e giovanissimi, esistono segmenti di adulti, oltre che di anziani, che in presenza di un'offerta di *entertainment* adeguata e che risponde alle loro preferenze la colgono pienamente.

Questa semplice riflessione mostra che è indispensabile in questa fase vincere ogni tentazione di pura conservazione, andando oltre la semplice gestione o cogestione della situazione attuale perché così come è messa la situazione nel milanese, il rischio per i tanti *stakeholder* è quello di lacerarsi in una continua sterile negoziazione che genera esiti di puro *contenimento* di una Movida uguale a se stessa, pericolosamente interconnessa con la *MalaMovida* e che proietta immagini fluttuanti tra la città chiusa, spenta, tendenzialmente morta (orari notturni stretti, cumuli di divieti, controlli

asfissianti ecc.) e la città fuori controllo e insicura (eccessi nel consumo di alcol e stupefacenti, comportamenti antisociali, devianze e illegalità diffusa).

Peraltro in questi anni, in particolare nella fase più recente, la città ha mostrato più volte la capacità di promuovere intrattenimento e fruizione notturna di qualità e anche di sapere gestire grandi eventi diffusi sul proprio territorio.

Per questo si può dire che la Movida, anche in vista di Expo2015 può diventare il laboratorio di pratiche nuove di fruizione dello spazio pubblico partendo dal presupposto che avere tanti *hub* della relazionalità sul territorio comunale è un valore sociale ed economico, in questa fase, inestimabile.

La Movida può essere per una città come Milano non quel contenitore di devianze che viene continuamente rilanciato dai media locali in presenza di fatti di cronaca, ma un insieme molto composito di luoghi, con installazioni strutturali ed eventi capaci di rispondere alla articolata, intensa e crescente domanda di relazioni che proviene in primo luogo dal corpo sociale milanese e che poi contribuisce a forgiare il *brand* della città e la sua capacità attrattiva.

Guai a confinare la Movida nel campo dell'ordine e della sicurezza pubblica o, peggio ancora, del frivolo e poco significativo limbo del divertimento adolescenziale e giovanile; è un motore strepitoso per Milano e il fatto che nell'immaginario collettivo la città, malgrado le attuali criticità, sia comunque associata ad una fenomenologia vitale, vibratile, fresca, molto umana, è cosa buona e da valorizzare.

13.1. Movida componente del *brand* cittadino

La Movida è entrata a far parte dell'immaginario e del *brand* di Milano da almeno un trentennio; mentre negli anni ottanta la Spagna postfranchista viveva l'apogeo della Movida come distretto creativo, Milano viveva la sua fase aurea di virtuoso passaggio alla deindustrializzazione e affermazione nel mondo come una delle capitali della moda, del positivo intreccio tra produzione di reddito e buonvivere.

Milano si impose a livello globale come una delle città che contano, e dove vale la pena vivere, lavorare e divertirsi. E' difficile ricostruire la recente storia sociale milanese senza sottolineare anche la fruizione diffusa degli

spazi pubblici, inclusi i tanti esercizi pubblici attraverso quelle attività che classicamente afferiscono alla Movida.

D'altro canto la città ha saputo anche più recentemente rilanciare alcune abitudini quotidiane che sono funzionali alla fruizione di spazi ed esercizi pubblici, come l'aperitivo prima di pranzo o serale che coinvolge ormai quote significative di persone e che rappresenta una fase importante, quasi di avvio delle notti della Movida.

La città non è piegata sulla sola dimensione produttiva, le relazioni non sono solo o familiari o funzionali, ma sono anche proprie del tempo libero, del tempo estraneo ai circuiti della vita attiva, dal lavoro alla scuola all'università.

Un dato del 2010 indicava in oltre 7.000 le autorizzazioni relative alla città di Milano per gli *esercizi di somministrazione di alimenti e bevande*, che diventano circa 3.400 se ci si riferisce alla geografia notturna, intesa come gli esercizi con apertura prolungata oltre la mezzanotte; sono invece poco più di 1.900 quelle relative a tipologie riconducibili al fenomeno Movida, quali pub, bar, discoteche, ecc.

E' un universo in continua evoluzione a seguito sia degli impatti della crisi, sia della relativa facilità con cui alcuni format riescono ad avviare l'attività, sia del vero e proprio nomadismo che connota alcuni dei format più fluidi, come i microlocali di *take away*.

Lo stock dell'offerta, pur nella sua fluidità, va letto in relazione alla sua distribuzione e concentrazione territoriale, perché è proprio quest'ultima in territori delimitati che richiede maggiore governance.

Dove si svolge la Movida? Ogni classificazione ha inevitabilmente una natura convenzionale e rinvia ad altre possibili classificazioni; definire alcuni luoghi come quelli in cui si svolge la Movida rischia di essere operazione astratta, puramente convenzionale, e tuttavia è importante focalizzare almeno alcuni dei luoghi che nella percezione collettiva, come nelle pratiche istituzionali, sono di fatto individuati come luoghi della Movida.

Si è già detto che esiste un popolo errante serale e/o notturno che scarta rispetto alle linee consolidate della Movida milanese, che va a caccia di luoghi e anche esercizi pubblici eretici rispetto al conosciuto; ci vorrebbe una osservazione permanente della realtà sociale della Movida, se si volesse seguire l'onda incontenibile della fruizione diffusa dei luoghi della città; obiettivo del presente lavoro è comunque anche quello di dare una

rappresentazione di alcuni contesti paradigmatici che oggi vivono le patologie della Movida, spesso in modo stringente.

I principali luoghi della Movida milanese oggi sono *Porta Ticinese-Colonne San Lorenzo-Parco delle Basiliche, Navigli, Corso Como-Corso Garibaldi-Brera, Arco della Pace-Corso Sempione* (tabb. 37 e 38).

Si tratta di luoghi notoriamente ritenuti della Movida ai quali presumibilmente se ne possono aggiungere anche molti altri, come ad esempio *Bastioni Porta Venezia* o *Quartiere Isola*. L'indagine di campo è stata condotta sull'insieme dei luoghi della Movida citati, *inclusi appunto gli ultimi due*.

A conferma di questa scelta empirica che nasce dalla indagine di campo e dalla ricognizione strutturata del materiale documentario e di ricerche già disponibili, ci sono i dati del Comune di Milano elaborati dal Politecnico di Milano che tra le sette aree ad addensamento critico, molto alto, di esercizi che praticano la somministrazione di alcol oltre la mezzanotte e afferenti alle tipologie tipicamente da Movida, individuano: *Alzaia Naviglio grande, Alzaia Naviglio pavese, Corso di Porta Ticinese, Corso Sempione, Porta Venezia-Lazzaretto*; ci sono poi altre due zone che nel tempo meno si sono caratterizzate come luoghi tipicamente di Movida, *zona Sarpi (via Lomazzo), zona Brera (via Fiori Chiari-via Madonnina)*.

E sempre nello stesso studio vengono identificate come aree da sottoporre ad elevata tutela da parte del Comune, anche mediante l'attivazione di criteri di selezione per il rilascio delle autorizzazioni all'apertura e al trasferimento di sede degli esercizi commerciali di alimenti e bevande, *Naviglio Pavese, Corso Como, Corso Sempione-Arco della Pace, Porta Ticinese-Colonne San Lorenzo*.

Si può quindi dire che esiste una sostanziale diffusa condivisione su quali siano a Milano le aree critiche in cui si svolge la Movida e dove si è installata anche la *MalaMovida* con le sue patologie di inquinamento acustico, degrado urbano, fenomenologie dell'intasamento e dell'eccesso.

Sul piano più operativo, occorre sottolineare come i territori indicati sono stati teatro di iniziative di tipo diverso, da quelle promosse dall'amministrazione comunale a quelle messe in atto dai residenti a quelle delle associazioni o di gruppi di esercenti che, con finalità e modelli operativi diversi, hanno comunque affrontato sul piano della conoscenza o anche della risposta concreta i vari aspetti, positivi e/o patologici, della Movida.

Tab. 37 - Popolazione iscritta in anagrafe nei luoghi della Movida milanese, 2001-2011 e previsioni 2020 (v.a., diff. ass. e var.%)

	2001	2011	2020	Diff. assoluta		Var. %	
				2001-2011	2011-2020	2001-2011	2011-2020
Porta Ticinese-Colonne San Lorenzo-Parco delle Basiliche	22.385	20.020	21.531	-2.365	1.511	-10,6	7,5
Navigli	16.869	16.837	17.104	-32	267	-0,2	1,6
Corso Como-Corso Garibaldi-Brera	19.566	18.094	19.341	-1.472	1.247	-7,5	6,9
Arco della Pace-Corso Sempione	30.749	29.194	31.045	-1.555	1.851	-5,1	6,3
Totale zone "Movida" Milano	89.569	84.145	89.021	-5.424	4.876	-6,1	5,8
Resto del comune	1.250.849	1.257.685	1.309.742	6.836	52.057	0,5	4,1
Comune di Milano	1.340.418	1.341.830	1.398.763	1.412	56.933	0,1	4,2

Fonte: elaborazione Fipe-Censis su dati Comune di Milano-Settore Statistica



Tab. 38 - Imprese attive nei servizi di ristorazione nel Comune di Milano, 2012 (v.a. e val. %)

	Totale ristorazione	<i>di cui:</i>	
		<i>Bar, gelaterie e pub e altri esercizi simili senza cucina</i>	<i>Ristoranti</i>
		v.a.	
Comune di Milano	9.129	5.303	3.405
Lombardia	48.146	28.002	18.299
Italia	312.101	167.246	133.493
		per 100 imprese dei servizi	
Comune di Milano	7,0	4,1	2,6
Lombardia	9,3	5,4	3,5
Italia	10,2	5,5	4,4

Fonte: elaborazione Fipe-Censis su dati Infocamere_DB_Telemaco

C'è quindi a Milano un patrimonio di conoscenze e iniziative che risale indietro nel tempo e che costituisce di fatto un riferimento che, nell'ambito delle attività della presente ricerca, il Censis ha analizzato e riletto in funzione della delimitazione di riferimenti comuni e possibili uscite in avanti.

13.2. Movida e *MalaMovida* a Milano

Da tempo si realizzano nelle zone della Movida, sia pure in modo non sistematico ma con logica e ritmo spot, attività di monitoraggio e controllo su alcune fenomenologie relative al rischio per la salute e la sicurezza dei residenti.

Sono controlli sul territorio rivolti sia alle persone che partecipano alla Movida sia ai pubblici esercizi che operano in tali luoghi, i cui risultati sono stati integrati con l'indagine di campo realizzata dal Censis nei luoghi indicati che ha significato realizzare più verifiche *de visu*, tramite *mission on the field* che hanno permesso una rilevazione qualitativa diretta del grado di diffusione di alcune fenomenologie, come la presenza di comportamenti improntati alla cultura dell'eccesso e quelli antisociali o come forme di illegalità come la frequenza nelle violazioni della regolamentazione da parte dei pubblici esercizi.

A questo proposito, dati di provenienza dell'Assessorato alla sicurezza di Milano evidenziano come in sei mesi (dal giugno 2012 al dicembre 2012), nelle aree Navigli, Colonne di San Lorenzo e Arco della Pace siano stati fatti oltre 7.700 controlli; nelle aree Navigli sono stati effettuati oltre 2000 controlli con un tasso di violazione pari ad oltre il 26%; nell'area Arco della Pace invece il tasso di violazione è pari al 2,5%.

Sempre indagini realizzate sul terreno mostrano una preoccupante tendenza, soprattutto da parte dei *take away* a non selezionare gli acquirenti di alcolici, con vendita piuttosto frequente a minori o a persone visibilmente ubriache o sotto l'effetto di stupefacenti.

E' diffusa una logica opportunistica che spinge a dare sempre gli alcolici richiesti approfittando del fatto che il consumo avverrà su suolo pubblico, e pertanto i costi sociali derivanti da tali comportamenti opportunistici non ricadranno sul gestore e/o proprietario del locale.

Di seguito viene proposta una descrizione narrativa di due dei principali luoghi della Movida milanese emblematici relativamente alle problematiche

della *MalaMovida*, ma anche delle differenze rilevanti che connotano luoghi che vengono spesso accomunati in un indifferenziato contenitore da parte dei media.

13.3. Due luoghi emblematici della Movida

Porta Ticinese (Colonne di San Lorenzo, Via Vetere)

L'area di Porta Ticinese è significativa per una lettura della Movida milanese anche perché ha al suo interno contesti di *Movida* piuttosto diversi tra loro che presentano quindi diversi gradi di urgenza rispetto alla necessità di fronteggiare i comportamenti antisociali e quelli legati alla cultura dell'eccesso.

Nell'area è ubicata la zona Colonne di San Lorenzo, in particolare la piazza antistante la Basilica di San Lorenzo Maggiore alle Colonne dove a partire dalle prime ore serali si registra un crescente afflusso di persone, in prevalenza giovani.

Il dato caratteristico di questo contesto è il notevole intasamento di persone a cui non corrisponde nello spazio specifico della piazza e in quello antistante una altrettanto intensa concentrazione di esercizi pubblici o *take away*. Va detto che nella piazza citata secondo stime emerse nelle interviste a esponenti delle forze dell'ordine tendono a concentrarsi nelle ore notturne sino a duemila giovani che utilizzano quello spazio pubblico per stare insieme e consumare alcolici che molto spesso sono stati acquistati altrove.

E' vero che ci sono alcuni *take away* molto attivi e intensamente utilizzati in prossimità del luogo, e tuttavia nello spazio circostante la piazza non si può parlare di una concentrazione di unità di vendita di alcolici come risulta in altri contesti, anche nella stessa area.

Va precisato che, da molte delle interviste effettuate durante le *mission on the field*, è emerso che il clima che si respira non può essere assolutamente definito come teso, pesante, aggressivo, almeno nelle prime ore serali; si registra una fruizione collettiva dello spazio pubblico con modalità informali che non hanno di per se nulla che possa essere stigmatizzato a priori.

Si assiste ad una sorta di riappropriazione di fatto dello spazio pubblico che viene praticata in prevalenza da giovani e studenti e che non

necessariamente coincide da subito con eccessi nel consumo di alcol o con il consumo di droghe. Certo si registrano anche nelle prime ore serali casi di eccesso nel consumo di alcol e di consumo di stupefacenti, ma essi non danno il tono al contesto, non risultano la pratica connotante i comportamenti della massa di giovani che si incontrano e stazionano nella piazza per socializzare.

Piuttosto nelle sere dei weekend, e non solo d'estate, questo luogo mostra in modo paradigmatico la *problematica del numero*, vale a dire le difficoltà nel praticare controlli da parte delle forze dell'ordine a seguito dell'intreccio tra concentrazione di persone e conformazione fisica del luogo che impedisce, di fatto, l'esercizio delle attività di verifica.

Per le pattuglie è difficile vigilare, perché sono costrette a muoversi dentro una massa concentrata, cosa che spesso non può che sconsigliare per la complessità e le possibili conseguenze l'attuazione di interventi repressivi, laddove ne emergesse la necessità.

Dalle interviste a esponenti delle forze dell'ordine e della polizia locale è emerso che la zona delle *Colonne di San Lorenzo* sono tecnicamente un problema, soprattutto a tarda notte quando si assiste ad un mutamento di una parte della composizione dei presenti.

E' stato infatti rilevato che in molte serate ad una certa ora la piazza diventa punto di approdo di persone molto più giovani con un rapporto meno equilibrato e meno maturo con il consumo di alcol, cosa che genera conflitti, problemi, difficoltà. Sono microgruppi tendenzialmente devianti, portatori di pratiche e comportamenti aggressivi, da cui si originano risse e forme di insicurezza e illegalità.

Rispetto all'insorgere di queste dinamiche più patologiche il ruolo delle varie unità di vendita è sicuramente meno rilevante rispetto ad altri contesti; e tuttavia non si può non richiamare comunque la presenza in prossimità della piazza di *take away* che fanno della vendita di alcolici il core della loro attività e che non hanno spazio sufficiente all'interno del locale per ospitare i consumatori.

C'è poi da dire che alla vendita di alcolici si associa un consumo che all'avanzare delle ore notturne tende a diventare eccessivo da parte di quote crescenti di persone e che si svolge fuori dai locali, direttamente sugli spazi pubblici, in particolare la piazza citata.

Le colonne di San Lorenzo e la piazza antistante la Basilica sono sicuramente un punto d'approdo della componente errante della Movida,

quella che finisce per affluire al suo interno, ad esempio, dopo l'orario di chiusura dei locali.

Si può dire che questo luogo di Movidà ha sicuramente bisogno di azioni di disintasamento, di allentamento della pressione antropica e di intensificazione di alcune azioni di verifica su alcuni soggetti di offerta che andrebbero anche coinvolti in una maggiore responsabilizzazione rispetto alla gestione della clientela (maggior cautela nella vendita verificando di più e meglio stato anagrafico e stato psicofisico dell'acquirente); di azioni di contrasto del diffuso fenomeno dei venditori ambulanti che immettono nel cuore della folla dosi massicce e incontrollate di alcol.

E' quindi un luogo della Movidà che ha bisogno di una strategia su più livelli che ne preservi il contenuto quasi gioioso di spazio funzionale ad accogliere tanti giovani e studenti, abbassando però la criticità del numero in eccesso e "tagliando le unghie" ai determinanti delle patologie (rispetto delle regole e contenimento della vendita inconsulta di alcolici da parte dei *take away*; *no tolerance* per l'ambulantato abusivo di alcolici; filtraggi in prossimità e con finalità preventiva di gruppi molto giovani, già alterati per eccesso di alcol e/o stupefacenti e ad elevata aggressività, ecc.)

L'area di Porta Ticinese include anche via Vetere che costituisce un luogo veramente paradigmatico di alcune delle derive più patologiche della *MalaMovidà*.

La strada, probabilmente per la sua conformazione (è attualmente chiusa da un lato) e per la collocazione al suo interno di alcune unità di offerta che hanno nella vendita di alcolici la sostanza della loro attività, rappresenta una specie di rappresentazione quasi di scuola delle problematiche legate all'*eccesso*: dal numero di persone che si intasano in uno spazio ristretto, alla concentrazione di locali che sono focalizzati nella vendita di alcolici, a livelli di consumo di alcolici senza controlli o limiti, sino al consumo di sostanze stupefacenti. E' poi un budello di strada in cui attività di controllo sono veramente difficili, per non dire impossibili senza esporsi a rischi.

Va però sottolineato che anche tra le persone che si ritrovano in via Vetere il clima, non solo in avvio di serata, è solitamente piuttosto rilassato, positivo, tipico di contesti di incontro di giovani e studenti; non c'è tensione, aggressività o violenza potenziale.

Le *mission on the field* hanno consentito di verificare che la partecipazione è molto ampia e articolata quanto a composizione; tanti studenti, tanti giovani

e anche molti migranti si intasano gomito a gomito, senza che ciò generi di per se un clima di tensione.

Quello che è certo è che già dalle prime ore della sera tende a generarsi una percezione di territorio libero da vincoli e controlli, una specie di area dove le regole ordinarie di convivenza sono sospese e dove a vincere è, oltre alla salutare e positiva voglia di stare insieme anche grazie al consumo conviviale di alcolici, una serie di comportamenti trasgressivi che con il passare delle ore finiscono per prevalere in una parte non residuale dei presenti; comportamenti dell'eccesso nei consumi di alcol e stupefacenti, nonché comportamenti antisociali che generano inquinamento acustico, degrado, insicurezza. Il dato certo è che abitudini e comportamenti dei partecipanti alla Movida si impongono senza alcuna attenzione per il contesto e, soprattutto, per le esigenze dei residenti.

Vince l'aria di *sospensione della legalità*, quasi che il contesto riflettesse quella evidente propensione alla trasgressione, magari reversibile e temporanea, che anima gran parte dei presenti nel loro rapporto con l'alcol e in quello con gli stupefacenti.

Sicuramente è un contesto in cui appare urgente un ripristino di regole di convivenza, di reimposizione del rispetto delle esigenze dei residenti che, come rilevato, sono assolutamente surclassati dall'onda delle esigenze e dei comportamenti dei protagonisti della Movida locale.

Non si tratta di demonizzare i fruitori della strada e delle attività, né tantomeno gli esercenti, e tuttavia è evidente che si è innestata in quell'area una dinamica perversa che mostra in modo evidente come la *MalaMovida* sia l'esito dell'intreccio tra una domanda potenzialmente infinita di alcolici da parte di giovani e adolescenti e un'offerta capace di diventare da mass-market con prezzi molto bassi.

E sempre via Vetere mostra la capacità di adattamento al format centrato sulla vendita massiccia di alcolici da parte di attività di offerta in apparenza diverse tra loro, ma poi di fatto uguali nel fare della vendita massiccia di alcolici il perno della propria attività.

Peraltro, le attività citate hanno in apparenza denominazioni e mission diverse, ma di fatto vendono tutte alcolici, senza sino ad ora incorrere in controlli o sanzioni che le mettessero a repentaglio, tanto più che sul piano delle vendite da quanto è stato possibile verificare *de visu* gli affari vanno a gonfie vele malgrado la crisi.

E' chiaro che dei 21.500 residenti nella Zona Porta Ticinese, Colonne di San Lorenzo, Parco delle Basiliche, il segmento che risiede in via Vetere, nel budello chiuso dove si registra la *summa* degli intasamenti, paga un prezzo altissimo in termini di qualità della vita e impatto dei tanti comportamenti antisociali e di rischio per salute e sicurezza.

Come rilevato, all'atto delle *mission on the field* via Vetere è apparsa come un luogo sospeso, senza regole che non siano quelle soggettive dei partecipanti alla Movida che di ora in ora diventano sempre più improntate alle logiche dell'eccesso.

Un intervento strutturale, a cominciare dal ripristino di alcune regole semplici di convivenza e di vivibilità, si impone come urgente.

In ogni caso l'area Porta Ticinese, Colonne di San Lorenzo, Parco delle Basiliche in dieci anni ha perso poco meno di 2.400 residenti, pari ad oltre il -10%; è la zona che ha registrato il tasso di contrazione della popolazione più alto tra i vari luoghi della Movida milanese considerati. Gli stranieri, che sono circa 2.500, sono diminuiti nel decennio 2001-2011 di poco meno di 200 persone, pari al -7%.

Le persone tra 15 e 19 anni sono 653, quelle con età compresa tra 20 e 39 anni sono quasi 5.700, mentre gli anziani sono oltre 5.500; nel complesso si evidenzia che tra i residenti le classi di età più orientate a coinvolgersi nella Movida sono ridotte, mentre la maggioranza è fatta di adulti e anziani che molto probabilmente vivono con notevole difficoltà la situazione che si è determinata nell'area e non solo nei suoi punti più patologici.

Alcuni dati da indagini di campo

E' stato rilevato che i territori del comune di Milano, inclusi quelli della Movida, sono oggetto di monitoraggio delle tante fenomenologie, sia pure in modo non sistematico. Ciò consente di avere a disposizione dati quali-quantitativi interessanti che sono stati acquisiti e interpretati dal Censis grazie ad una specifica attività progettuale.

Così per l'area di Porta Ticinese risulta di estremo interesse, a supporto degli esiti delle *mission on the field* realizzate dai ricercatori del Censis, i risultati dei lavori di *Risk assessment* e di indicazioni di *governance* del fenomeno del divertimento notturno realizzati nel Quartiere Ticinese da parte dell'*Associazione Ala* per conto dell'amministrazione comunale di Milano.

Nel territorio di Porta Ticinese opportunamente delimitato e che include anche le suddette sezioni di Via Vetere e Colonne di San Lorenzo, sono stati individuate moltissime attività legate al divertimento notturno che servono alcolici; il criterio prescelto dagli autori dell'indagine per fissare il numero di esercizi commerciali coinvolti è di tipo trasversale rispetto a classificazioni più rigorose.

Con attività mimetiche (sono stati utilizzati attori e attrici fintamente ubriachi) è stato verificata la tendenza a servire alcolici anche a minori di sedici anni e persone intossicate.

Il fenomeno risulta piuttosto diffuso, così come la tendenza dei *take away*, senza o con poco spazio per il consumo all'interno a vendere alcolici che finiscono per essere consumati sullo spazio pubblico, all'esterno del locale.

Da una indagine realizzata nell'area di Porta Ticinese con somministrazione diretta di un questionario strutturato è emerso che l'area è frequentata in prevalenza da giovani (l'età media è di 25 anni); oltre il 48% sono studenti, poco meno del 47% lavorano, e circa il 5% sono disoccupati (tav. 5).

Oltre il 48% si reca al ticinese quasi tutte le sere ed un ulteriore 29% una o due volte al mese; riguardo alle motivazioni della scelta del luogo, prevale la voglia di stare all'aperto (48%), il fatto che è una bella zona (40%), l'atmosfera informale (38%), che si spende poco (31%) e la raggiungibilità (23%).

Se il 63% di coloro che sono stati intervistati abita a Milano, poco meno del 18% è residente nel quartiere, e poi quasi il 13% proviene dalla provincia e poco meno del 6% da fuori la provincia di Milano.

Come rilevato, dalle parole degli esponenti delle forze dell'ordine intervistati dai ricercatori del Censis è emerso che la situazione tende a diventare problematica verso le ore piccole e molto spesso in coincidenza con l'arrivo di giovanissimi provenienti da fuori Milano.

Come già detto, le Colonne di San Lorenzo sarebbero una sorta di punto d'approdo finale per gruppi di giovanissimi, a volte solo adolescenti, che dalla estrema periferia vi si recano diventando l'origine di una più intensa pratica di comportamenti antisociali.

Tav. 5 – Profilo socio-demografico dei frequentatori della Movidà nel quartiere Ticinese (val. %)

Sesso	51,5% maschi 48,5% femmine
Età	25 anni età media Min. 15 anni e max 56
Occupazione	48,1% studente 46,6% lavoratore 5,3% disoccupato
Livello d'istruzione	47,8% possiede un diploma di scuola superiore 34,5% è laureato
Luogo di residenza	63,4% a Milano 17,8% nel quartiere ticinese 12,9% in provincia di Milano 5,9% fuori dalla provincia di Milano
Gli orari di frequentazione	Il 52% arriva dopo cena dalle 21:30-23:30 Il 40,5% arriva nell'orario dell'aperitivo e si trattiene fino alle 21:30 Il 7,6% arriva dopo le 23:30 Il 41,3% lascia la zona tra le 22:30 e le 00:30 Il 39,4% rimane oltre la mezzanotte Il 17,3% lascia la zona prima delle 22:30
Grado di fidelizzazione al quartiere	48,2% si reca nel quartiere tutte le sere 29% si reca una o due volte al mese
Ragioni per cui frequentano il quartiere	48,2% si può stare all'aperto 39,8% è una bella zona 38,1% c'è un'atmosfera informale 30,9% si spende poco 23,4% è facile da raggiungere

Fonte: elaborazione Fipe-Censis su dati Ala Milano Onlus, 2013

Dall'indagine emerge che ad arrivare dopo le 23.30 è una minoranza inferiore all'8%, ma in cui presumibilmente vanno collocati i gruppi di giovani più propensi a comportamenti devianti e aggressivi.

Altro dato significativo riguarda l'orario a cui le persone lasciano il luogo: infatti, oltre il 39% rimane fino a oltre mezzanotte e trenta. Si può quindi dire che 4 su 10 di coloro che raggiungono questa zona tirano tardi, e rientrano a pieno titolo tra i fruitori della Movida locale che, come si è più volte rilevato, non necessariamente coincide con la frequentazione di pubblici esercizi.

Quanto ai comportamenti antisociali dalla ricerca emerge che:

- viene stimata in oltre il 39% la quota di persone sottoposte a etilometro che al momento di mettersi alla guida presenta valori superiori a quelli leciti. Inoltre poco meno del 20% ha dichiarato di essere sotto l'effetto di sostanze, come la cannabis. Tuttavia, va sottolineato come il ricorso alle auto per raggiungere i luoghi della Movida nel ticinese sia ridotto, ed è consistente la quota che ricorre a trasporti pubblici e biciclette;
- oltre il 66% dei 365 rispondenti dichiara che sarebbe stato abbastanza o molto facile ottenere la cannabis in questa zona; segue per facilità di accesso la cocaina (il 30,7%), l'ecstasy e simili (23,6%) e infine l'eroina (16,2%);
- quasi il 63% è stato testimone di una rissa mentre oltre il 37% è stato testimone almeno una volta di un'aggressione. Va però detto che i partecipanti alla Movida percepiscono in netta maggioranza (oltre l'84%) come sicura la zona.

Emerge un quadro complesso, differenziato che richiede una articolata strategia di intervento condiviso.

I Navigli

La Movida ha una storia antica ai Navigli, perché è stata da subito dentro le dinamiche di rigenerazione del quartiere; un tempo proletario, popolare, negli anni ottanta ha visto crescere la sua dimensione di qualità localistica e grazie al basso costo dell'affitto dei locali ha visto l'installazione di botteghe artigiane e l'arrivo di artisti, piccole attività commerciali con proiezione culturale, attività culturali ampiamente intese.

Il gioco dei valori immobiliari su scala cittadina ha generato i flussi che hanno progressivamente cambiato la composizione sociale dei Navigli,

segnando l'ingresso nel contesto popolare di ceti intellettuali a caccia di abitazioni a prezzo più abbordabile in termini di costo/spazio e di un clima ambientale e sociale più vicino ai propri valori.

Esiste nella memoria collettiva dei residenti e degli esperti dei Navigli una sorta di momento convenzionale di avvio della *Movida* intesa come forma di entertainment legato alla musica, alla convivialità, alla fruizione di alcolici e anche alla ristorazione e coincide con la nascita di un locale divenuto nel tempo celebre: *Le Scimmie*.

E' il punto di partenza riconosciuto del successivo massiccio e crescente avvio e afflusso di locali della *Movida*; è così che si attiva un processo di ridefinizione delle modalità di fruizione del territorio e dello spazio pubblico. Pian piano arrivano altri locali, e i Navigli cominciano a diventare punto d'approdo di giovani in cerca di divertimento, luoghi di incontro, socialità.

Nel tempo si va poi formando il connubio d'acciaio tra *domanda e offerta di alcolici* a cui si deve la degenerazione patologica della *Movida* ai Navigli e il passaggio dalla *Movida rigeneratrice*, capace di far convivere in modo non conflittuale l'anima popolare e quella *bo-bo* del quartiere, un articolato commercio diurno e di prossimità e l'offerta notturna, anche per i pubblici esercizi.

Come rilevato il connubio a cui si fa riferimento che ormai avvinghia intere aree dei Navigli è quello tra consumo di alcol con una domanda di fatto infinitamente elastica verso l'alto e la scelta vincente di alcuni operatori di centrare la propria attività esclusivamente sulla vendita di alcol; certo, in molti locali persistono le attività di corollario, come la musica che a volte diventa patologicamente origine di inquinamento acustico; tuttavia, il problema primario è dato dalla moltiplicazione anche ai Navigli di format di *take away* o similari che vendono alcolici in quantità ingente senza controlli e soprattutto trasferendo sullo spazio pubblico il consumo degli alcolici che vendono.

In questa fase risulta evidente che persino la ristorazione più tradizionale sta soffrendo pesantemente la contrazione dei budget di spesa delle persone a fronte di una matrice di costi, a cominciare da quelli di locazione che aumenta.

Per questo anche ai Navigli hanno vita più facile i microlocali di *take away*, che scarnificano la loro attività riducendola ai minimi termini; tali attività

tendono a forzare il proprio segmento di mercato con aggressive politiche di contrazione dei prezzi.

Ai Navigli si riscontra una clientela che coinvolge fasce di persone anche molto giovani, che di fatto sono indotte al consumo e ad una più alta intensità di consumo di alcol da prezzi particolarmente bassi che rendono abbordabili gli alcolici anche per quei ragazzi che hanno minore disponibilità di risorse.

Sono infatti numerosi i casi di *take away* che per fare reddito puntano semplicemente sulle grandi quantità e per fare grandi quantità abbassano drasticamente il prezzo per unità di vendita (che sia la bottiglia di birra o il chupito) modulandolo alle tasche dei clienti meno affluenti.

Il meccanismo della *MalaMovida* ha avuto ai Navigli un caso di scuola e ora la situazione si è dimostrata progressivamente non facile da riportare sotto controllo.

Si può dire che ai Navigli troppo spesso la *MalaMovida scaccia la BuonaMovida*, con giorni in cui il territorio ampio dei Navigli viene letteralmente preso in ostaggio (soprattutto nei fine settimana e d'estate) da parte di masse rilevanti, soprattutto di giovani, che sciamano di spaccio in spaccio per poi consumare all'aperto, in movimento o semplicemente sostando all'esterno dei locali.

Ai Navigli quindi il consumo di alcol in eccesso fa da moltiplicatore delle patologie, dall'inquinamento acustico alla insicurezza, all'aggressività, verso chi richiede un qualche rispetto delle regole.

Il low cost come strategia commerciale attira giovani da ogni contesto, spesso da fuori Milano o addirittura da fuori provincia, con un effetto netto di intasamento che in alcuni momenti anche ad occhio nudo appare effettivamente fuori controllo.

Anche dalle *mission on the field* effettuate è risultato che il numero in eccesso, la concentrazione in alcuni contesti, tende a creare un'area vasta in cui la devianza, i comportamenti antisociali hanno potenzialmente un microclima favorevole al loro dispiegarsi; non è sempre così, tuttavia non si può non constatare come in molte serate ai Navigli di fatto, almeno in alcuni punti, il rispetto delle regole è di fatto sospeso.

Vince la logica della massimizzazione del consumo degli alcolici reso disponibile a prezzi decrescenti, comunque abbordabili da tutti; e perde ogni idea di *Movida* come valorizzazione di un contesto, piattaforma di

relazionalità sociale che rende migliore la vita di coloro che, dai residenti ai partecipanti agli stessi esercenti, ne sono in qualche modo coinvolti.

La conflittualità tra gli stakeholder

I Navigli sono un'area storica di Milano che rinvia a momenti significativi della vita socioeconomica della città; punto d'approdo di flussi migratori è stato anche il teatro dei processi di integrazione, spesso difficili, ma con esiti alla fine sicuramente virtuosi.

A cavallo tra anni settanta e ottanta si è avuta la prima fondamentale evoluzione dell'area, con flussi crescenti di nuovi residenti socialmente diversi da quelli che vi erano in precedenza installati che, in maggioranza, erano operai e comunque appartenenti a ceti popolari.

I Navigli sono diventati nell'immaginario collettivo e anche nella percezione di molti dei suoi neoresidenti una sorta di *modello realizzato di quartiere ideale* per mixité sociale e articolazione dell'offerta commerciale, tra artigianato, artigianato artistico, progetti culturali e anche commercio diurno di prossimità; l'area si impone, almeno in una certa rappresentazione sociale e mediatica, come una sorta di prova provata dell'esistenza di quartieri dove i *bo-bo* si affiancano ai residui dei ceti popolari, secondo quella logica della rigenerazione che consente di passare dal degrado della deindustrializzazione al rilancio della crescita urbana in un contesto di società dei servizi.

Tuttavia, l'area vive tutta la dinamica imposta dal gioco dei valori immobiliari che inevitabilmente incide sulla sostenibilità delle attività economiche, oltre che sulla possibilità di acquistare o affittare case per i vari residenti. Infatti, va sottolineato come sia consustanziale alla dinamica della rigenerazione che ha coinvolto i Navigli il processo economico che genera rialzi dei prezzi degli immobili che dapprima scacciano i vecchi abitanti e i vecchi locatari dei locali su strada, dagli artigiani ai piccoli commercianti, e poi finisce per colpire anche le nuove soggettualità, dalle associazioni culturali effettive agli stessi artisti.

Ai Navigli una volta attivata la rigenerazione la comunità preesistente ne ha dovuto subire gli impatti sociali, esito della dinamica economica che genera da un lato l'afflusso di reddito da parte dei tanti consumatori e dall'altro la deriva crescente dei prezzi degli immobili.

E' così che la comunità dei Navigli ha subito una trasmutazione, i ceti popolari, gli artigiani, i piccoli esercizi commerciali e i primi arrivanti, ad

esempio tanti artisti, sono lentamente indotti a lasciare il posto ai soggetti e alle attività che sono grado di pagare affitti e prezzi delle abitazioni via via più alti, fino ai livelli dei tempi più recenti estremamente alti per metro quadro.

La dinamica della valorizzazione immobiliare è stata ai Navigli non diversa da quella che si è registrata in tante zone ex degradate o popolari di altre grandi città, da New York a Londra.

In questo ambito, rispetto al tema Movida è importante riflettere su cosa accade ai locali su strada e a eventuali grandi spazi potenzialmente utilizzabili per attività alternative, che siano culturali o commerciali; il costo di affitto o di acquisto per metro quadro, un tempo relativamente inferiore a quello di altre aree milanesi, decolla letteralmente fino al punto in cui ad avere la forza economica per pagare i locali sono solo le attività in grado di generare flussi elevati di fatturato e relativi margini.

Proprio per questo molti dei locali ai Navigli hanno finito per concentrarsi sulla vendita di alcolici, che significa fare *mass-market* riducendo, come noto, i costi legati alle tante attività collaterali.

E' così che si arriva ai giorni nostri, con residenti che descrivono una situazione insostenibile legata soprattutto alla vendita incontrollata di alcol indotta anche da una proliferazione incontrollata di locali che esercitano questa funzione.

L'abbassamento drastico della soglia di accesso per l'apertura di locali di vendita di alcolici variamente denominati è, a questo stadio e non solo dal punto di vista dei residenti, una delle cause fondamentali della degenerazione.

Alla deregolamentazione di fatto di aperture e/o trasferimenti di sede degli esercizi di vendita e somministrazione di alimenti e bevande si è andato affiancando un allentamento di tutte le regole, con una pressione antropica che nelle sue punte estreme ha generato una situazione di insicurezza che nemmeno la presenza delle forze dell'ordine riesce a tamponare.

I Navigli però sono un *case study* interessante anche perché sono teatro di una esperienza sulla quale si è andata radicando una *lettura assolutamente dicotomica* tra i residenti da un lato e gli amministratori locali e anche gli esercenti dall'altro: l'isola pedonale permanente.

Dal punto di vista dell'amministrazione comunale l'attivazione dell'isola pedonale permanente avrebbe consentito di ottenere alcuni risultati

importanti, già in fase di elaborazione con la determinazione condivisa di orari di chiusura degli esercizi e di tutte le attività sonore e di spettacolo all'aperto; inoltre nella valutazione ufficialmente espressa dal Comune rispetto alla fase di sperimentazione, l'isola pedonale avrebbe consentito di migliorare la vivibilità dell'intera zona.

Peraltro nella zona dell'isola pedonale permanente sarebbe stata attivata un'intensa attività di controllo degli esercizi pubblici che in un semestre avrebbe condotto a verifiche su circa 180 esercizi pubblici, con accertamento di almeno una violazione nel 60% dei casi.

Però, l'esperienza dell'isola pedonale permanente quale emerge dai resoconti dei residenti appare assolutamente diversa; infatti, nella loro percezione non è una forzatura dire che l'isola pedonale somiglia ad *un incubo* perché avrebbe finito per lasciare mano libera alla vendita dispiegata di alcol, all'ampliamento dello spazio pubblico occupato direttamente dai locali, finendo per generare una specie di *terra di nessuno* che nei fine settimana diventa teatro di vere proprie scorrerie improntate alle tante forme di eccesso.

Dal punto di vista dei residenti la degenerazione patologica della Movida ha raggiunto punte estreme anche in termini di insicurezza visto che sarebbero ormai molti e diffusi i casi di intimidazioni, minacce e in alcuni casi di aggressioni soprattutto laddove tentano di porre un argine ad alcuni dei comportamenti antisociali, come ad esempio lo stazionamento di fronte ai portoni o agli ingressi dei garage, o anche lo sporcare in tanti modi in prossimità o all'interno delle proprietà private e dei condomini.

Una lettura dicotomica che rinvia ovviamente anche alle modalità di confronto tra gli *stakeholder*, alla necessità di trovare lessico e riferimenti comuni per superare differenze così macroscopiche di valutazione rispetto alla stessa esperienza.

L'isola pedonale, la composizione dell'offerta tra pubblici esercizi e unità di vendita e la vittoria inevitabile dei take away

Un quadro della realtà della Movida ai Navigli proviene da un'attività messa in piedi dai Comitati che consiste nella realizzazione di sopralluoghi che poi danno vita a verbali scritti che vengono resi pubblici e messi a disposizione di tutti coloro, a cominciare dalle autorità locali, che risultano interessati.

Emerge come aspetto eclatante, di forte impatto sulla vita delle persone, l'inquinamento acustico legato all'attività dei locali notturni; laddove la

musica viene suonata all'interno dei locali, le porte aperte lasciano uscire con estrema nettezza il suono. Le rilevazioni fatte mostrano che il fenomeno è diffuso, continuo, e coinvolge moltissimi dei locali presenti nelle strade dei Navigli oggetto di sopralluogo.

Altro aspetto che genera disagio per i residenti consiste nell'afflusso di auto, moto e motorini che tendono a parcheggiare in spazi che dovrebbero essere riservati ai residenti, oppure collocano le auto fuori dai parcheggi con un effetto di intasamento e anche di ostacolo alla mobilità dei trasporti pubblici.

Emerge poi la produzione di rifiuti che va oltre la capacità dei contenitori, con effetto netto quello di degradare i luoghi fino a rendere alcuni punti dell'area vere e proprie discariche.

C'è poi uno stillicidio di comportamenti antisociali messi in atto da alcune delle unità di offerta che vanno dall'occupazione di spazio pubblico in misura più ampia rispetto a quanto assegnato al già citato massiccio inquinamento acustico, quasi sempre riconducibile alla emissione di musica ad intensità superiore a quanto previsto dalla legge e a tante altre piccole scelte gestionali.

Alla luce di queste rilevazioni effettuate con sopralluoghi i comitati dei residenti hanno espresso la loro netta e incondizionata opposizione all'isola pedonale che nella loro percezione non fa altro che cristallizzare il peggio senza generare alcun beneficio.

Diverso, come rilevato, il giudizio dell'amministrazione comunale che invece ha valutato positivamente l'esperienza dell'estate 2012 al punto da rendere permanente l'isola pedonale.

Si è dinanzi ad una vicenda emblematica di un dibattito che sembra non trovare punti di riferimento sui quali costruire soluzioni condivise.

Va detto che ai Navigli il rapporto tra residenti e gestori appare compromesso, tanto che i comitati dei residenti mostrano di rivolgere la loro attenzione soprattutto verso la politica locale, mentre trovano poca udienza presso le associazioni o singoli imprenditori locali.

I Navigli sono paradigmatici nell'evidenziare la differenziazione tra gli imprenditori delle varie unità di offerta, con la formazione di un segmento particolarmente aggressivo il cui *core* operativo è la vendita di alcolici ridotta alla sua essenza sostanziale.

La moltiplicazione di questi format è il cuore vero del problema anche per i Navigli. E a questi format va aggiunta la specificità degli ambulanti abusivi che sono fuori da ogni controllo.

Un tema poco affrontato, ma che pure va posto al centro dell'attenzione è quello proprietà immobiliare dei locali su strada che, in alcuni casi, una volta superata l'opacità delle scatole proprietarie ha ricondotto a gruppi malavitosi e della criminalità organizzata.

E' probabile che quello del riciclaggio di risorse da parte della criminalità nella proprietà immobiliare o anche nella gestione di alcuni locali sia una degenerazione estrema, mentre il convitato di pietra della degenerazione della Movidà ai Navigli è sicuramente la dinamica della rendita immobiliare che spinge i proprietari ad affittare a prezzi sempre più alti vista il *successo* del territorio, cosa che rende possibile il pagamento degli affitti dei locali o anche l'acquisto degli stessi solo ai gestori di attività in grado di generare in questa situazione una redditività sufficiente; tali attività, tanto più nella crisi, sono in netta prevalenza quelle di vendita deregolata di alcolici.

Il tema dello spazio pubblico, della sua gestione, delle modalità di cessione ai privati è ai Navigli oggetto di duro scontro; c'è ad esempio il problema del plateatico che è stato regolamentato e tuttavia viene sottolineato come troppo spesso si sia avuto una sorta di *far west*.

Per i comitati dei residenti, la degenerazione della fruizione dello spazio pubblico è un aspetto cruciale, tanto che è stato letto molto positivamente lo sforzo dell'Amministrazione comunale per riportarlo dentro un quadro di legalità.

La vicenda dei Navigli offre, in questa fase, un esempio paradigmatico degli esiti negativi che può avere una percezione di non condivisione da parte di una componente, in questo caso i comitati dei residenti, che ovviamente non rappresentano il punto di vista di tutti i residenti, ma sono una parte in causa.

Al di là del giudizio sull'Isola Pedonale, vissuto come detto come un inferno, è valutato negativamente il fatto che sarebbe stata decisa senza alcuna forma di consultazione *ex ante*, ma solo con iniziative di spiegazione *ex-post*.

Per questo in alcuni settori dei residenti ai Navigli traspare una certa paura che prevalga una dinamica regressiva, perversa, in cui i residenti sono destinati a soccombere, senza riuscire a fare sentire la propria voce.

Va però emergendo anche una certa maturità rispetto al ruolo che la Movidà può avere per un quartiere, anche se in questa fase è troppo pressante la necessità di praticare forme di resistenza rispetto a quel monopolio della *MalaMovidà* che, almeno in alcuni contesti dei Navigli è oggi il punto di approdo dei processi degenerativi in cui la vendita di alcol sta lentamente distruggendo tutto il resto, minando anche la possibilità di creare un ambiente favorevole ad una buona qualità della vita localistica.

Certo i residenti riconoscono che alcune cose positive per ripristinare la vivibilità sono state fatte, come il divieto di fare musica in strada e lo spostamento di tutte le attività nel Parco Baden Powell; tuttavia i risultati sono considerati ancora insufficienti.

Il punto di vista di alcuni degli esercenti è invece profondamente diverso, e viene sottolineato che in fondo i Navigli hanno una vocazione di luogo di *entertainment*, e di questo chi acquista un'abitazione è perfettamente informato e quindi anche se viene riconosciuto che occorre tagliare le punte patologiche della *MalaMovidà*, tuttavia non ha senso volere ricondurre l'area alle sole esigenze dei residenti.

In realtà anche una gran parte degli esercenti appare come un popolo esasperato, rabbioso, alle prese con difficoltà rilevanti, come una domanda in chiara contrazione o comunque con ridotta capacità di spesa, costi di gestione rigidi, eccessi di lacci burocratico amministrativi e una pressione astiosa da parte dei residenti; in maggiore difficoltà sono ovviamente i gestori di locali più tradizionali, non solo quelli di ristorazione ma anche quelli più nettamente afferenti alla Movidà notturna che sono presi in contropiede dai *take away* che li spiazzano su vari segmenti di mercato e attirano nel contesto dei Navigli una composizione di partecipanti che ovviamente ha una capacità di spesa bassa.

La forza dei *take away* variamente denominati genera una spirale regressiva anche sul mercato che finisce per penalizzare coloro che vorrebbero promuovere locali multifunzionali, magari dentro il rispetto delle regole, che però comportano alti costi a fronte di entrate non certo sicure, e soprattutto sempre più difficili nel contesto della crisi.

Va però anche detto che ai Navigli ci sono esperienze che non risentono della crisi pur non avendo la forma di *take away*; si tratta di locali che hanno scelto di puntare sulla domanda di socialità delle persone creando spazi interni adeguati per accogliere un numero elevato di persone, consentendo la consumazione di alcolici e cibo all'interno, con giardini interni che permettono l'accesso ai fumatori. Sono esperienze singole, probabilmente

non facilmente generalizzabili nell'attuale contesto, e tuttavia emblematiche del fatto che i Navigli non sono naturalmente condannati alla spirale regressiva indotta dal connubio tra domanda e offerta di alcolici in eccesso.

Si può comunque dire che la generalizzazione della condanna dei pubblici esercizi variamente coinvolti nella Movida ai Navigli finisce per premiare i *free-rider*, gli opportunisti che sono in grado di cavalcare l'onda del mercato anche nella crisi, tagliando drasticamente tutti i costi collaterali della loro attività e muovendosi al margine, oltre e sopra le varie regolamentazioni, magari affrontando le ridotte sanzioni che vengono comminate, ma di fatto affermandosi come i veri padroni dei Navigli in questa fase.

Non sembra, d'altro canto, molto spendibile in questa fase la nostalgia dei "*Navigli che furono*" che traspare da tante delle interviste effettuate sia a residenti che a gestori delle ormai poche attività di artigianato artistico rimaste, che stentano a trovare la sostenibilità economica e, in alcuni casi, devono la loro persistenza solo alla buona volontà e all'impegno finanziario di tasca propria dei proprietari.

Il richiamo al ruolo sociale del commercio diurno, di quello di prossimità, al ruolo dell'artigianato, di quello artistico e anche delle tante attività culturali oggi ai Navigli cozza contro la fredda realtà dei conti e dei budget, delle effettive capacità di autofinanziarsi di queste attività, della loro capacità di essere sostenibili tenuto conto dei costi immobiliari.

Traspare dalle parole di alcuni dei gestori delle attività di artigianato artistico l'evidente necessità di capire se e in che misura sia possibile ripristinare forme di programmazione della composizione dell'offerta commerciale nel territorio, e anche modalità di investimento da parte pubblica che affianchino i gestori di quelle attività che generano un certo valore sociale con la loro sola presenza, ma che da sole non riescono a generare fatturato sufficiente a coprire i costi e le spese dell'attività.

E' chiaro a questo stadio che i Navigli non possono essere lasciati agli esiti delle sole dinamiche spontanee e di mercato o alla risultante del conflitto aspro tra *stakeholder*, o almeno tra alcuni di essi.

Come territorio di pregio storico-culturale e piattaforma consolidata di relazionalità sociale ha bisogno di un quadro condiviso di confronto e azione orientato ad incentivare la ricerca di un diverso equilibrio tra le varie esigenze che sia compatibile con sostenibilità ambientale, sociale e anche economico-finanziaria.

La Movida ai Navigli come vibrante spazio di relazioni per tutti è un obiettivo praticabile nei tempi che portano ad Expo2015, ed è un obiettivo importante per tutta la città di Milano.

13.4. L'uscita in avanti possibile per la Movida milanese

Una risposta alle problematiche della Movida milanese, all'estrema articolazione localistica delle situazioni impone però di partire da un filo rosso comune che fa da intelaiatura alla ricerca di soluzioni: Milano ha bisogno della Movida che, storicamente, ne è una componente costituiva del successo, soprattutto nella fase della postindustrializzazione.

La storia socioeconomica della città, così come l'analisi delle sue potenziali traiettorie future non consente di vederla diversa dalle altre grandi città globali che hanno nella creazione di adeguati *hub relazionali* negli spazi pubblici arricchiti di esercizi pubblici di qualità una componente essenziale della loro capacità competitiva.

Milano non potrà mai essere una città blindata che vive solo di giorno e che concepisce gli spazi e luoghi pubblici come puramente destinati alla funzioni produttive relegando le relazioni personali alla sola sfera privata e familiare. Estirpare la *MalaMovida*, promuovere la Movida appartiene alle strategie di promozione della città, ed è funzionale al rilancio della crescita di Milano anche in vista dell'Expo2015.

A Milano, come altrove, difficilmente sarà possibile trovare soluzioni definitive, miracolistiche, perché i luoghi della Movida introiettano troppe contraddizioni sociali che hanno radici socioculturali, economiche, antropologiche.

Come rilevato, però è indispensabile valorizzare quegli interventi che puntano a colpire alcune delle cause più evidenti della degenerazione della Movida, quegli aspetti della *MalaMovida* che se non vengono tagliati non consentiranno di rispondere alle diverse esigenze degli *stakeholder* e rischiano di alimentare un clima da caccia alle streghe e relative reazioni isteriche ed estemporanee.

Ci sono contesti in cui la degenerazione è arrivata a punte estreme ed è alto il rischio che il vuoto di legalità faccia da contenitore di fatti di cronaca che poi aprono la strada, e quasi rendono obbligati, interventi estemporanei

improntati a logiche che tamponano le situazioni senza dare soluzioni durature ed efficaci.

Una iniziativa sicuramente essenziale è stata avviata a livello di pubblica amministrazione ed è quella che tocca le origini politiche della *MalaMovida*, quella moltiplicazione di format di vendita legata alla dissennata facilità con cui in taluni contesti è stata consentita l'attivazione di nuove unità di vendita e somministrazione di bevande e alimenti.

In questo quadro occorre considerare, oltre la ricerca delle zone da sottoporre ad elevata tutela o tutela secondo i dettami normativi e regolatori nazionali e regionali, e secondo criteri scientificamente fondati su indici di intasamento e creazione di disagio, lo sviluppo dei *Duc* (i Distretti Urbani del Commercio) che da 5 sono diventati 13, con un rimodulazione della perimetrazione e degli ambiti di competenza dei *Duc* a cui fanno capo aree di *Movida*, quali *Navigli*, *Ticinese*, e *Arco della Pace (oltre a Sarpi)*, in relazione proprio alle esigenze di promuovere risposte adeguate alle criticità della *MalaMovida*.

Il valore primo dei *Duc* dovrebbe consistere proprio nella costituzione di un contesto formalizzato, significativo, di confronto tra Amministrazione comunale, commercianti, comitati cittadini, Comitati di Zona, e anche eventuali operatori culturali dei territori. Si tratta ovviamente di uno strumento le cui potenzialità dipendono fortemente dalla capacità soggettiva dei partecipanti di trovare soluzioni non solo condivise ma in grado di produrre valore sociale aggiuntivo con formula *win-win*, che consentono a tutti di trovare risposte alle proprie esigenze senza penalizzare uno o più *stakeholder*.

Presupposto quindi è l'eliminazione delle logiche opportunistiche, del *free riding* che punta a massimizzare il proprio specifico vantaggio indifferente ai costi sociali che vengono generati.

Si torna quindi al punto chiave politico-regolatorio: quello dei criteri per il rilascio delle autorizzazioni all'apertura e al trasferimento di sede degli esercizi di somministrazione di alimenti e bevande e della necessità che si applichi a tutti coloro che, di fatto, praticano tale attività, evitando fenomeni di erosione rispetto alla regolamentazione che finisce per generare segmenti ibridi di offerta che hanno così un vantaggio competitivo rispetto ai concorrenti sottoposti a rigida regolazione, e si possono permettere di generare alti costi sociali.

E' chiaro a questo stadio che c'è bisogno di una doppia strategia: la prima relativa alle attività che si propongono di avviarsi per il futuro per le quali è assolutamente indispensabile definire criteri di selezione modulati ovviamente non su una difesa corporativa di rendite di posizione nei mercati, ma sul rispetto delle esigenze di tutela di salute, sicurezza, contesto ambientale e storico dei luoghi coinvolti dalla *Movida*.

I riferimenti normativi anche molto recenti sui beni e le utilità pubbliche da tutelare sono tanti, espliciti, inequivocabili e perfettamente compatibili con le indicazioni europee in materia di liberalizzazione; essi consentono di elaborare pratiche regolatorie adeguate a evitare ulteriore pernicioso intasamento delle aree della *Movida* o, più ancora, il costituirsi di altre aree in preda alla *MalaMovida*.

C'è poi un secondo fronte che è quello del disintasamento dei luoghi della *Movida* dove la deriva lassista ha consentito la concentrazione di un eccesso di unità di vendita (soprattutto *take away*) e somministrazione di bevande con molti format ibridi che generano rilevanti costi sociali.

Su questo punto va elaborata una strategia di attacco su diversi livelli, che comunque non può non contemplare un ripristino del rispetto delle regole anche attraverso un uso più deciso, dissuasivo delle pratiche sanzionatorie.

E' chiaro che non ci sarà regola rispettata se il costo della trasgressione è inferiore al beneficio economico che se ne trae.

Riportare tutti coloro che vendono alcol, quale che sia il loro format di vendita, la mission dichiarata o la regolamentazione di riferimento, dentro un quadro di regole condivise è oggi una priorità che consentirà di ridurre almeno alcuni degli effetti più patologici della *MalaMovida*.

La vendita di alcol, perno della *MalaMovida*, non può ammettere deroghe ad una gestione cauta, matura, responsabile.

Alcune delle iniziative prese negli ultimi anni vanno sicuramente in questo senso, ma è evidente dall'indagine di campo e dai tanti dati di osservazione concreta che è ancora ampio lo spazio di miglioramento dell'azione pubblica.

13.5. Altre iniziative necessarie

L'impossibilità di trovare soluzioni singole di tipo miracolistico in grado di neutralizzare la *MalaMovida* risulta evidente tenendo in mente l'articolazione delle sue fenomenologie concrete nei luoghi della Movida milanese citate in precedenza.

La Movida in fondo è il terminale di devianze e patologie con radici lontane, di tipo socioculturale e antropologico che richiedono una evoluzione culturale di lungo periodo e il coinvolgimento di una pluralità di soggetti che, magari, direttamente con la Movida hanno poco a che fare.

Tuttavia, è indubbio che anche la Movida e i soggetti in essa coinvolti non possono chiamarsi fuori rispetto a fenomeni che essa internalizza, e per certi versi subisce e per altri rilancia.

Questione chiave sotto il profilo sociale è quella del rapporto con l'alcol secondo le subculture dell'eccesso che, si è visto, è radicato in molti dei luoghi della Movida milanese, e coinvolge in misura rilevante anche gruppi sociali che, invece, dovrebbero essere assolutamente tutelati.

In questo senso, ad esempio, dai Navigli alle Colonne di San Lorenzo sino al Corso Como o Arco della Pace, le verifiche di campo hanno evidenziato ancora troppi casi in cui prevale tra gli operatori, soprattutto quelli dei format più ibridi come i *take away*, una logica opportunistica che si limita a soddisfare ogni unità di domanda senza selezione alcuna, soprattutto senza alcuna responsabilità rispetto a quei casi, a cominciare dai minori, che invece la legge impone di tutelare.

Per questo sono di particolare valore le esperienze di responsabilizzazione dei gestori, proprietari e soprattutto dello staff che si occupa della vendita e/o somministrazione; percorsi di maturazione del personale che ovviamente richiede investimenti formativi e che, pertanto, significa costi e per questo tali scelte vanno valorizzate, riconosciute, evitando che finiscano per essere fattori di perdita di competitività per chi le pratica.

E stesso ragionamento vale per la responsabilizzazione sul fronte delle politiche di prezzo, perché si tratta di evitare che da un lato si crei un segmento di operatori che si autolimita nell'abbattimento di prezzi e dall'altro un segmento che invece pratica una sorta di dumping selvaggio

finendo per essere premiato dal mercato, dalla redditività, e senza dovere sostenere alcuna penalità per il costo sociale generato.

Vanno valorizzate eventuali esperienze e progetti che riescono a generare un *sistema di premialità e penalizzazioni* che rifletta la virtuosità dei percorsi di responsabilizzazione e maturità dei gestori e proprietari nonché dei relativi staff, e invece faccia ricadere sugli opportunisti il costo della loro scelta.

D'altro canto va valorizzata l'azione integrata tra:

- associazioni e soggetti che operano sul terreno della prevenzione sociale dell'alcolismo utilizzando sia gli interventi sul terreno (importante l'attività di unità mobili) che la comunicazione mediatica, inclusi i social network;
- gli esercenti che possono essere chiamati a impegnarsi direttamente con il marchio del locale e che mettono a disposizione, almeno in alcune occasioni, lo spazio del proprio locale come teatro di iniziative di promozione, di comunicazione e di prevenzione rivolte, in particolare, ai giovani;
- le forze dell'ordine chiamate a estirpare le situazioni incancrenite, dove di fatto si impone un clima da sospensione della legalità, e dove il ritmo e l'aria del contesto sono dettati dalla cultura dell'eccesso e dell'illegalità.

Su questo piano, però, a poco servono iniziative estemporanee o *one-shot*, così come programmazioni standardizzate su scala cittadina; occorre valorizzare l'articolazione delle realtà e degli organismi sociali, le esperienze dal basso che già sono state sperimentate, con una promozione dell'azione locale capace di modularsi sullo specifico della Movida nei vari contesti.

Milano dispone oggi di *stakeholder* che, vinta la tentazione conflittualistica, e trovando un'efficace piattaforma condivisa di obiettivi e azioni possono attivare un percorso di fuoriuscita dalla *MalaMovida*, che muove dai casi più estremi e patologici e pian piano riconduce in una sfera di compatibilità la voglia di convivialità e relazioni che è un valore assoluto e irrinunciabile per Milano.

A Milano la Movida, prima che altrove, può essere uno straordinario motore di una città relazionale, gioiosa, aperta, una città dove a tutte le età vale la pena vivere e che si impone nel mondo come un luogo che non puoi non aver visitato.

14. ROMA

14.1. Non è la Movida all'origine della crisi del centro storico

Perimetrare la Movida a Roma è esercizio non facile perché nell'esperienza quotidiana di ogni cittadino sono presenti anche lontano dal centro storico contesti in cui è sufficiente una buona gelateria o un bar con ottimi aperitivi o una pizzeria a taglio o una concentrazione di esercizi pubblici con buona nomea per generare alcuni dei fenomeni tipici della Movida.

D'altro canto si registra una fluidità estrema dei movimenti notturni di persone a caccia di aree in cui stare insieme, magari bere qualcosa, fruire del tempo libero in piena convivialità.

Ciò rende la mappa dei nodi notturni della Movida romana altamente variabile, con l'insorgenza improvvisa di nuovi nodi critici, tipico il caso di Piazza Cavour dove quasi d'improvviso è emersa un'alta criticità.

Esistono però alcuni luoghi consolidati e riconosciuti della Movida romana che sono punti d'approdo di flussi altamente consistenti di persone nei quali si è addensata la problematicità di gestione e la conflittualità dei rapporti tra gli *stakeholder*.

Per luoghi della Movida, quindi, si è fatto riferimento a *Campo de' Fiori, San Lorenzo, Monti, Trastevere, Ponte Milvio – Tor di Quinto, Testaccio e Pigneto* (tabb. 39 e 40).

Sono contesti diversi per composizione sociale, conformazione urbanistica, articolazione dell'offerta commerciale, di pubblici esercizi e di imprese artigiane alimentari, e tuttavia sono individuati sia dai cittadini che dai livelli istituzionali come luoghi della Movida e al loro interno si dispiegano una serie di fenomenologie sociali che rientrano a pieno titolo in quelle che connotano ovunque i luoghi della Movida.

Tab. 39 – Popolazione residente nei luoghi della Movida romana, 2008-2012 (v.a., numero indice e var. %)

	2012	Var. % 2008-2012
Campo de' Fiori	2.965	-8,5
San Lorenzo	9.456	-4,6
Monti	13.960	-3,1
Trastevere	23.005	22,1
Ponte Milvio (Tor di Quinto)	22.246	0,4
Testaccio	8.431	-1,2
Pigneto (1)	72.801	-0,7
Totale zone Movida Roma	152.864	1,6
Resto del comune	2.760.485	2,5
Totale comune	2.913.349	2,4

I dati sono relativi all'intero quartiere Prenestino-Labicano

Fonte: elaborazione Fipe-Censis su dati Comune di Roma

Tab. 40 - Imprese attive nei servizi di ristorazione nel Comune di Roma, 2012 (v.a. e val.%)

	Totale ristorazione (1)	di cui:	
		<i>Bar, gelaterie e pub e altri esercizi simili senza cucina</i>	<i>Ristoranti</i>
		v.a.	
Comune di Roma	16.672	8.242	7.844
Lazio	32.895	16.650	15.154
Italia	312.101	167.246	133.493
		per 100 imprese dei servizi	
Comune di Roma	9,0	4,4	4,2
Lazio	10,4	5,2	4,8
Italia	10,2	5,5	4,4

(1) Ateco 2007 cod. 56

Fonte: elaborazione Fipe-Censis su dati Infocamere_DB_Telemaco

Come si rileva, sono luoghi dentro e fuori del centro storico romano; un'analisi della Movida della capitale però deve dare una attenzione particolare al rapporto tra *Movida e centro storico*; a Roma è molto delicato e va chiarito perché sui media è ormai radicata una lettura unilaterale che di fatto attribuisce tutte le criticità di cui soffre il centro storico alla degenerazione della Movida; in realtà, la Movida ha progressivamente occupato uno spazio di fatto vuoto, perché le vicende del centro storico risalgono indietro e sono fatte di:

- una lunga fase di spopolamento, che in alcuni Rioni ha portato la popolazione addirittura in prossimità del limite inferiore di funzionalità e sostenibilità di servizi essenziali;
- un molto recente rimbalzo nel numero dei residenti, soprattutto in alcune aree del centro storico, con una riarticolazione della composizione della popolazione, con incremento di anziani, persone che vivono sole anche giovani e adulti, e stranieri;
- una destrutturazione delle comunità che tradizionalmente vivevano nel centro storico, e il lento riemergere nella nuova composizione dei residenti del Centro storico di nuove microcomunità a volte molto coese (in particolare, alcune etniche) e in parallelo dei rischi di *baratri di solitudine* legati alla nuova composizione;
- il persistere in alcuni Rioni dello spopolamento, con una sorta di articolazione interna per microterritori del centro storico, con veri e propri buchi dal punto di vista della presenza dei residenti.

In estrema sintesi, il centro storico romano è nel tempo stato sempre più *scenario passivo* di flussi di attraversamento, da coloro che ci lavorano ai turisti ai fruitori di alcuni dei servizi sopravvissuti (si pensi alle scuole frequentate da studenti di altre zone della città) sino ai popoli della Movida.

In alcuni punti poi si è avuto una concentrazione maggiore di pubblici esercizi, in particolare quelli della ristorazione che non potevano non moltiplicare i flussi di turisti e romani non residenti.

Con pochi residenti, a rischio di privazione di servizi essenziali e luogo di transito, il centro storico ha progressivamente perso anche la sua funzione simbolica rispetto alla città, di cui a lungo è stata il perno.

Il Colosseo, i Fori Imperiali, Piazza Venezia, Via del Corso, Torre Argentina, e poi tutta l'area intorno a San Pietro, sono straordinari attrattori sul mercato globale della simbologia urbana; Roma si vende sul mercato

turistico forse come mai negli ultimi anni, ma il centro storico per la comunità cittadina estesa su un territorio tra i più vasti d'Europa per una città, ormai conta poco.

Roma ha vissuto un policentrismo di fatto nel tempo, cosa diversa dalle nuove diffuse polarità urbane che hanno connotato il discorso pubblico delle amministrazioni comunali che si sono susseguite; il policentrismo di fatto nasce da una riarticolazione dei flussi di persone nella fruizione del tempo libero, con il decollo verticale della capacità di attrazione dei nuovi templi del consumo, i centri commerciali che si sono moltiplicati nel tempo nelle aree in prossimità o oltre il Grande Raccordo Anulare, che hanno finito per attirare flussi crescenti di persone.

Il sabato in via del Corso che fino ad una quindicina di anni fa era ancora una pratica diffusa tra giovani e famiglie delle zone non centrali, anche grazie al ricorso alla metropolitana, ha finito per lasciare il posto al sabato di shopping, magari come solo pretesto per recarsi presso quei nuovi luoghi di socialità che sono diventati i centri commerciali.

Più ancora, l'ennesima spinta espansiva della città di Roma con una moltiplicazione di nuovi quartieri residenziali, spesso legati a filo doppio con un grande centro commerciale, ha portato a compimento quella specie di erosione dell'identità cittadina, di identificazione tra la città e il suo centro storico.

Per tanti romani il centro storico, in fondo, è un luogo della città come un altro, magari legato ad alcune funzioni burocratiche e amministrative, ma di sicuro non legato ad una simbologia in cui riconoscersi, a partire dalla quale sentire un senso di appartenenza, di identificazione.

Il centro storico, quindi, non ha una forza centripeta nei confronti della città, la storia che incarna e la bellezza mozzafiato del suo patrimonio di fatto non gioca dentro la percezione simbolica della città.

Dai quartieri fuori le mura non ci si reca più di frequente nel centro storico nel tempo libero e poco lo si considera come espressione della propria identità. Il centro storico, in un certo senso, come effetto netto delle dinamiche strutturali e socioculturali di evoluzione della città in generale e sue specifiche in particolare è diventato piuttosto avulso dal contesto; a un certo punto è diventato il combinato disposto del suo svuotamento materiale e simbolico, con una perdita di funzioni che lo ha reso pericolosamente vuoto, pur nella straordinaria bellezza che lo rende un attrattore unico a livello globale per il turismo.

La Movidà si è innestata in tale contesto, ha intercettato i luoghi nel momento di dispiegamento della loro crisi; da qui si è registrata la sua torsione evidente da piattaforma relazionale nel centro storico integrato da esercizi pubblici alla *MalaMovidà*.

Ma guai a ridurre i problemi del centro storico romano a quelli della *MalaMovidà*, o addirittura della presenza della Movidà che va invece considerata una risorsa per la città di Roma e anche per il centro storico.

14.2. L'evoluzione demografica del centro storico e la nuova domanda di relazionalità

Dopo anni di spopolamento è arrivato il rimbalzo demografico, per la città di Roma e, in misura diversa, per il centro storico; quello che occorre fissare però è soprattutto il contesto sociorelazionale di questi territori, un tempo sedi di comunità coese, significative per se stesse e per la città, poi letteralmente trascinate fuori dai luoghi del centro storico nella fase alta della saga italiana che ha portato a cercare case più ampie, confortevoli, nuove, simbolicamente rappresentative del nuovo benessere nei quartieri oltre le mura; il centro storico è stato così piegato alla logica della valorizzazione immobiliare diventando ubicazione di sedi direzionali, vertici delle burocrazie, pura piattaforma immobiliare per imprese, con una offerta commerciale e di pubblici esercizi molto votata alla domanda turistica.

Delle vecchie comunità sono rimaste microschegge poco incisive, e intanto sono arrivati cospicui e crescenti flussi migratori che hanno ridisegnato la geografia sociorelazionale della città, in particolare del centro storico.

I dati del Municipio I sono eloquenti, e raccontano di un ripopolamento che cambia la composizione e in cui cresce in modo verticale la domanda di nuova relazionalità; sono territori in transizione verso una diversa strutturazione interna, sia materiale che simbolica, ed è rispetto a questa dinamica che occorre leggere anche le problematiche e possibilità di sviluppo della Movidà.

Nel centro storico sicuramente non hanno senso le ipotesi di *silenziare* il contesto, di blindarlo, perché comunque in una parte consistente dei suoi territori sono in atto dinamiche di rivitalizzazione che finiranno per imporsi, e che rendono impraticabili, e anche obbiettivamente autolesioniste per la

città le proposte di trattare il centro storico come una *zona rossa* dalla quale tenere lontane le persone.

Anche le risposte sulla Movida, in particolare per quella che si svolge nei luoghi dei centri storici, non possono non partire da una analisi e comprensione delle dinamiche sociali ed economiche in atto, che indicano una rinnovata vitalità demografica e un set di criticità di cui occorre assolutamente tenere presente.

Non si può trattare la Movida né come la causa delle degenerazioni di cui liberarsi, né come un fenomeno a se stante giustapposto alle realtà locali, da sottoporre a governo a prescindere da quello che diventerà il contesto in questione.

La Movida nel centro storico impatta su territori le cui comunità umane si vanno ridefinendo in modo tale da generare una rilevante richiesta di contesti relazionali.

Tutto ciò rende ben poco sensate le ipotesi di vietare la Movida; piuttosto impone di ripensare quest'ultima in modo funzionale anche alla locale voglia di relazionalità.

14.3. I luoghi della Movida

Esistono a Roma tanti diversi modi di manifestarsi della Movida, che vuol dire che la definizione racchiude esperienze molto differenti per composizione della domanda e dell'offerta, per contenuto di *entertainment* e per esiti sia positivi (forme di convivialità, qualità della coesistenza con i residenti) sia patologici (inquinamento acustico, vandalismo ecc.); è una premessa importante, perché la Movida romana vive un rapporto quasi schizofrenico con la sua rappresentazione sui media locali.

Infatti, essa (come altrove, del resto) non gode di buona stampa; è di frequente citata in relazione a fatti di cronaca nera o comunque episodi che afferiscono ad uno dei tanti aspetti della *MalaMovida*.

Eccesso di consumo di alcolici, sballo, e poi forme di violenza più o meno intensa, tutto il corollario di episodi che inevitabilmente originano dall'eccesso: di persone, locali, consumo di alcol, rumore, auto, ecc.

E come accade altrove, è spesso chiamata in causa anche in relazione ad episodi di cronaca con i quali ha davvero poco a che fare. E' sufficiente che

tali episodi accadano la notte e/o abbiano per protagonisti giovani alterati per eccesso di alcol o per stupefacenti perché si scateni una aspra campagna di richiesta di blindatura della città, di *zero tolerance* verso la fruizione notturna, collettiva, degli spazi pubblici.

Troppo spesso nella cronaca romana, sia dei quotidiani che delle televisioni e radio locali, prende il sopravvento un'onda emozionale, fortemente *custodialista*, con venature moralistiche, che insieme alle problematiche indubbe di gestione della pressione antropica in alcuni contesti criminalizza la stessa voglia di stare insieme, di vivere la città e tutti i suoi luoghi la notte; operatori e clienti sono accomunati in una visione apocalittica in cui la Movida diventa il catalizzatore non solo delle tante patologie sociali, ma dei mali di Roma, anche quelli più antichi e che sicuramente non sono ascrivibili alla Movida, fosse pure nelle sue forme più degenerate.

Pur nella necessità assoluta di fare chiarezza sul rapporto deviato tra realtà e lettura mediatica della Movida romana, tuttavia non si può mettere da parte che il fenomeno ha derive patologiche, talvolta estreme, che richiedono una strategia condivisa, efficace, incisiva e urgente per realizzare nella capitale quella emancipazione della Movida dalla *MalaMovida* di cui Roma ha assoluto bisogno.

La corsa sul mercato turistico infatti richiede che allo straordinario potere attrattivo della città vecchia, quella storica con i suoi patrimoni archeologici, artistici, culturali, i suoi infiniti giacimenti di un passato che non smette di affascinare, si affianchi una offerta di *entertainment* moderna, adeguata al profilo di una città globale, in grado a sua volta di fare da catalizzatore di interessi e risorse; in fondo Roma è riuscita ad articolare, tra le eccellenze, la sua offerta culturale, pur con tutte le difficoltà di sostenibilità economica; la creazione del *Maxxi*, del *Macro* e di altre sedi museali più piccole, il rilancio dell'*Ara Pacis*, e poi il consolidamento dell'*Auditorium* hanno generato un circuito nuovo che integra e potenzia quello più tradizionale, e infatti l'arrivo dei turisti, pur nelle difficoltà di una crisi mondiale, sta premiando la città.

Rimane però fermo il problema di un'offerta di *loisirs*, entertainment, di modalità di fruizione del territorio, da quello centrale a spicchi del resto, in linea con le esigenze dei giovani, degli adulti single, anche di famiglie che nella scelta delle città dove vivere o da visitare mettono tra i fattori essenziali l'offerta di contesti in cui divertirsi, fruire del tempo libero; per questo è matura l'esigenza di un salto di qualità della Movida romana, o meglio della implementazione di *hub* relazionali sul territorio cittadino che

dalla virtuosa integrazione tra spazi pubblici e esercizi pubblici creino le condizioni materiali per dispiegare opportunità di incontro e relazioni.

La Movida sostenibile, in fondo, non è solo quella liberata dei suoi eccessi estremi che generano problemi di ordine pubblico, ma quella che diventa *atout* della città, risorsa competitiva, perché migliora la qualità della vita di tutti, dai cittadini a coloro che vivono in modo temporaneo la città.

La scommessa per Roma è proprio quella di praticare una progettualità *win-win*, che ingloba la Movida nell'idea di città intesa non come contenitore passivo del passato e dei suoi segni, non come una giustapposizione tra un centro svuotato di vita e trasformato di giorno in sede direzionale e di notte in concentrato di locali, ma come una virtuosa combinazione tra comunità diverse; da quella dei residenti che vivono nella quotidianità il contesto e che esprimono una domanda di relazioni che vuole trovare risposte anche negli spazi pubblici opportunamente integrati, a quella dei turisti che attraversano per qualche giorno un contesto unico al mondo.

Non c'è contraddizione in termini tra residenti, turisti, Movida; quest'ultima può essere il luogo di espressione di domande diversificate di relazionalità che possono trovare un *modus vivendi*, purchè si operi per creare i presupposti.

E' questo un primo aspetto di metodo che a Roma è cruciale: la Movida non può essere letta come un fenomeno che occupa il territorio e lo piega semplicemente ai propri interessi; così come non lo si può considerare come un usurpatore che ha occupato quasi clandestinamente i luoghi in cui si svolge e che quindi, come un occupante, va ricacciato.

Roma, e il suo centro storico in primis, ha assoluto bisogno di seguire la ratio di una città relazionale, vissuta, di strade che non sono solo portate dalle dinamiche immobiliari o, peggio ancora, di quelle della crisi attuale che, sempre più, fa abbassare le saracinesche degli esercizi pubblici e del commercio in generale.

Questa concezione relazionale della città di ogni spicchio di Roma è decisiva, perché solo con questa progettualità in mente sarà possibile sfuggire sia alle furbizie dei tanti *free rider* che massimizzano redditività indifferenti al danno sociale provocato, sia alle pretese assolute di una parte dei residenti, magari perché esasperati, che lancia in resta sono partiti alla crociata antiMovida, sia alle ambiguità di scelte politico-amministrative che oscillano tra un sorprendente lassismo che consente la moltiplicazione di ogni genere di venditori di alcolici senza tregua ed un custodialismo rigido,

fuori tempo, tutto votato a rispondere alle emozionali richieste di *law and order* legate a singoli episodi.

14.4. Il tempo della demonizzazione e del conflitto, il tempo della condivisione

La lettura mediatica della Movida ipostatizza un episodio, lo colloca spazialmente in uno dei luoghi della Movida coinvolti, che poi ne viene pericolosamente marchiato.

Succede per Campo de Fiori, Monti, San Lorenzo ecc. laddove ogni luogo della Movida finisce per essere associato quasi automaticamente ad uno o più episodi di violenza o comunque rinviabili alla cultura dell'eccesso e dello sballo.

Così come la Movida romana sempre più viene mediaticamente rilanciata nel mondo come teatro di alcune specifiche fenomenologie, dalla violenza collettiva e incontrollata di Campo de' Fiori che nella lettura mediatica quasi ogni notte è sul punto di esplodere nell'indifferenza dei non residenti, al *pub crawling* che attirerebbe giovani da ogni parte del mondo con inevitabile e ripetuto esito drammatico.

A poco serve contestare punto per punto questa lunga teoria di episodi, di cui alcuni segnano drammaticamente, ad esempio, la contraddizione tra residenti e partecipanti alla Movida; miscela incandescente di interessi contrastanti che, senza alcune meccanismo di regolazione e mediazione, tracima dalle regole della normale convivenza, fosse pure conflittuale, e finisce anche in violenza pura e semplice.

La Movida romana va vista dall'interno, dalle dinamiche diversificate che la attraversano e che richiedono attento discernimento, ma soprattutto tempestività di intervento, con un segnale forte, esplicito, visibile che c'è un progetto, un'idea, una intenzionalità robusta di trovare risposte alle contraddizioni così da risolvere i problemi civilmente e in modo vantaggioso per le comunità e i loro membri.

E' anche questa una osservazione emersa con chiarezza dagli incontri effettuati per la realizzazione del caso di studio Roma; la necessità di dare continuità all'azione di regolazione della Movida, di uscire dall'estemporaneità e di offrire contesti in cui il confronto tra gli

stakeholder possa svolgersi in modo significativo, senza rinviare sempre ad altro luogo e altra data le cose da discutere e affrontare.

Regna una sorta di sospetto generalizzato tra gli *stakeholder* della Movida romana: che il potere sia in mano agli altri, che se le cose non vanno la colpa è dell'altro soggetto, e che in fondo responsabilizzarsi rischia di essere una scelta penalizzante per chi lo fa.

Come troppo spesso nella quotidianità di Roma, il rispetto di regole, la ricerca di contesti condivisi, sono vissute con sospetto, nel timore di rimanere *fregati* (per dirla in romanesco) assumendosi responsabilità, vincoli e costi, nel mentre gli altri si lasciano mano libera.

Per la Movida la percezione che la logica opportunistica paga è devastante, perché stimola i soggetti a sfilarsi provando a forzare il gioco a proprio vantaggio; e questa dinamica regressiva è aggravata dal vizio di molti amministratori locali che di fronte alla radicalità delle contrapposizioni cercano di smarcarsi con parole di buonsenso e inazione di fatto.

Eppure in questi anni il tema Movida, soprattutto nel centro storico, non è stato lontano dai palcoscenici mediatici e politici cittadini; troppi gli episodi incriminati, e poi le tante spettacolari proteste, o anche le rimostranze di gestori e proprietari di locali messi alle strette da regole estemporanee, penalizzanti e basta.

In sintesi, si può dire che non si può più demonizzare la Movida attribuendole problematiche o singoli casi per quanto gravi siano; non si può più lasciare che ogni soggetto si muova in ordine sparso, mettendo al primo posto le proprie esigenze e limitandosi a intercettare tangenzialmente punti di vista, interessi e proposte degli altri soggetti.

Le esperienze migliori di sperimentazione nella Movida romana sono nate da forme di collaborazione tra *stakeholder*, e questo è un insegnamento per la città che dal caso di studio emerge in modo netto.

Di seguito si procede ad offrire una narrazione delle attività di campo svolte nei luoghi della Movida, concentrandosi però su alcuni di essi per fare emergere aspetti paradigmatici delle criticità e delle risorse che connotano la Movida romana.

Non si vuole quindi offrire un panorama descrittivo delle diverse realtà, piuttosto fare emergere alcuni tratti significativi rispetto all'esigenza di elaborare soluzioni praticabili per una uscita in avanti, partendo dal

presupposto che la Movidà è una straordinaria piattaforma relazionale per la città.

14.5. Esempi di Movidà, *MalaMovidà* e risposte concrete

Il quartiere San Lorenzo

Il *quartiere San Lorenzo* è oggi una realtà molto fluida dal punto di vista delle comunità che ci vivono o lo utilizzano; esiste infatti una comunità di residenti di antica installazione che esprimono anche una memoria delle radici socioculturali forti del quartiere stesso; esistono flussi di più recente installazione, espressione in versione romana dei *bo-bo*, individui e famiglie che hanno scelto San Lorenzo per quella felice combinazione, almeno sino a qualche anno fa, di case a prezzo mediamente meno alto (se non altro per i costi di ristrutturazione quasi sempre annessi all'acquisto) e contenuto della vita nel quartiere; ci sono poi gli studenti da sempre presenza corposa sia come residenti temporanei sia come frequentatori dei locali o semplicemente degli spazi pubblici, vista la prossimità delle sedi universitarie; quindi, le comunità di stranieri, presenza significativa come residenti e come gestori di attività le più diverse.

In questo contesto umano e relazionale molto complesso si svolge una Movidà notturna estremamente coinvolgente, con punte di criticità molto concentrate, ad esempio in piazza dell'Immacolata e nei dintorni dove è massiccia la presenza di locali.

Il popolo dei frequentatori di locali e spazi pubblici è ovviamente per una componente decisiva fatta di studenti romani e anche da tanti fuori sede, nonché da nutritissime rappresentanza di studenti stranieri; le caratteristiche sociodemografiche dei frequentatori rinviano anche all'egemonia di precise subculture dei comportamenti relativamente alla fruizione del tempo libero che includono un utilizzo diffuso, spesso abituale, di droghe leggere (il cui consumo è sostanzialmente visibile nelle notti della Movidà); inoltre, si tratta di giovani che in genere hanno disponibilità di reddito limitate, ridotte, e che generano una domanda molto rilevante di alcolici a prezzi contenuti.

L'afflusso raggiunge punte elevatissime tanto da poter considerare i luoghi critici come esempi paradigmatici della problematiche del numero e dell'eccesso; il principale luogo di incontro è piazza dell'Immacolata, che viene letteralmente invasa da giovani frequentatori che ne fruiscono come

uno spazio pubblico in cui incontrarsi, stare insieme anche consumando alcolici o assumono droghe leggere. Non a caso in questo luogo del quartiere si registra una rabbia piuttosto evidente tra i residenti, con comportamenti anche altamente conflittuali che sfociano a volte in gesti eclatanti (ad esempio, il lancio di secchi di acqua dalle finestre).

Nel quartiere si registra una concentrazione estrema di locali di vario tipo: ristoranti, pizzerie, bar con orario prolungato ampiamente nelle ore notturne, pub, cocktail bar e poi l'articolazione di format molto ibridi, tra i quali vanno citate in particolare le associazioni culturali e ricreative.

Un'offerta molto articolata all'interno della quale, comunque, è rilevante la somministrazione e vendita di alcol, e soprattutto è andata crescendo nel tempo la presenza di unità di vendita dedite in via pressoché esclusiva alla vendita di alcolici.

Si può infatti dire che è ampia e concentrata la presenza di locali che sono dediti alla vendita di alcol *lowcost*, che permette di trovare birra e superalcolici a basso e anche bassissimo prezzo, cosa che rende estremamente facile la scelta di ubriacarsi con spesa ridotta.

Sulla composizione dell'offerta occorre una chiarezza estrema, perché uno degli errori fondamentali che sono compiuti rispetto alla Movida romana, e in particolare su quella che si svolge a San Lorenzo è la generalizzazione, il mettere in un unico sacco esercizi pubblici di pregio, nel senso che sono molto rinomati e che attirano segmenti rilevanti di clientela che li considerano come particolarmente rispondenti alle proprie esigenze, e attività commerciali di pura vendita di alcolici.

San Lorenzo tra i tanti tratti caratteristici ha quello di essere considerato socialmente come la sede di ubicazione di locali particolarmente accoglienti, nei quali vale la pena trascorrere tempo libero con le persone con cui si ama stare.

E' vero che si registra in non pochi casi un eccesso di domanda rispetto all'offerta dei locali più ambiti, e ciò contribuisce ad accrescere la presenza di persone in strada, anche a tarda notte, con gli effetti noti in termini di inquinamento acustico, disturbo della quiete, e quindi difficoltà per i residenti di beneficiare delle ore di sonno. Come del resto, è piuttosto evidente come siano non pochi i locali che emettono musica ad alto volume che inevitabilmente tende a propagarsi all'interno degli edifici, anche perché è molto frequente che le porte siano lasciate aperte.

Tuttavia, esiste una componente di pubblici esercizi di buona qualità che viene impropriamente messa nel mucchio dei fattori di *MalaMovida*.

Un discorso a parte va invece fatto per le associazioni culturali, o meglio per i locali che si sono dati definizioni da associazioni culturali; molti hanno un'attività intensa, coinvolgente, con una notevole capacità di organizzare eventi che attirano frequentatori, e dove comunque è molto intenso il consumo di alcolici.

A San Lorenzo, quindi, si registra un evidente incontro tra la *domanda* di entertainment, di spazi per stare insieme in modo conviviale, anche bevendo, mangiando, ascoltando musica ed un offerta massiccia, articolata, con presenza rilevante di format che fanno della vendita di alcol il loro *core*.

La dinamica innescata dall'incontro tra domanda e offerta ha finito per fare di San Lorenzo, in alcune notti e ancor più in alcuni luoghi del quartiere, un teatro della *MalaMovida*; è sufficiente attraversare il quartiere nelle ore notturne per rilevare la portata dell'impatto che l'eccesso di persone e locali e soprattutto l'eccesso di consumo di alcolici, spesso accompagnato a quello di droghe leggere, può provocare.

San Lorenzo, al di là delle rappresentazioni dei media e anche della asprezza della opposizione di tanti residenti, è in molte notti un esempio di *MalaMovida* che impone strategie di riconquista di un governo della situazione.

San Lorenzo mostra come il numero in eccesso, se lasciato libero di dispiegare tutti i suoi effetti senza interventi adeguati di gestione, porta con sé inevitabilmente le tante problematiche che poi definiscono la degenerazione della *Movida* nel suo contrario, la *MalaMovida*: inquinamento acustico e antropico, degrado ambientale e soprattutto l'abuso di alcol a cui si associa una diffusa assunzione di consumo di sostanze stupefacenti, con ovviamente ampio spazio per le droghe leggere.

Una questione estremamente complessa è quella della fruizione dello spazio pubblico, strade e piazze in cui i giovani si incontrano e in cui tendono anche a consumare alcolici.

E' evidente che gli spazi nei locali sono insufficienti rispetto al flusso di persone, tanto che per molti locali i veri *dehors* sono le strade e le piazze; d'altro canto, non si può non considerare che una parte rilevante dei frequentatori di San Lorenzo sono giovani studenti che, come si è rilevato, quasi inevitabilmente hanno ridotte disponibilità di reddito, e pertanto tendono a fruire degli spazi pubblici per la socialità.

Non è quindi solo la dimensione inadeguata degli spazi nei locali a generare la fruizione collettiva degli spazi pubblici, questa è una abitudine che esiste da sempre nel quartiere, e che nasce dalla vicinanza delle sedi universitarie, dall'essere riconosciuto come il quartiere degli universitari e degli studenti. La Movida, tecnicamente, c'entra poco con questo sovrautilizzo del territorio del quartiere, il suo essere punto d'approdo di giovani che lo utilizzano come teatro della propria socialità.

Ma non va sottovalutato il ruolo negativo che viene svolto dalle unità di vendita di alcolici che poi sono consumati sul suolo pubblico.

E' evidente che dal punto di vista di tanti residenti il quartiere come teatro di Movida e socialità diffusa dei giovani si trasforma, secondo le loro stesse parole in "*un incubo*"; come in altri contesti tra i residenti è forte l'exasperazione, la rabbia, e il senso di esclusione, come se in realtà la residenza a San Lorenzo implicasse di default anche tutte le criticità della *MalaMovida*, dell'eccesso e della trasgressione diffusa.

E' però interessante rilevare che nell'estate del 2012 San Lorenzo è stato teatro di una esperienza originale, molto positiva, che è riuscita a coinvolgere i cittadini; è stata infatti disposta la concentrazione in Piazza dell'Immacolata e strade limitrofe, quindi nel cuore della Movida a San Lorenzo, di eventi culturali, come mostre a proiezioni di film, e lo spostamento delle attività musicali e degli spettacoli di vario genere nella piazza in prossimità dell'ingresso del grande cimitero, nel Parco di Piazzale del Verano.

L'esperienza è stata valutata piuttosto positivamente da molti residenti e in effetti è riuscita a dare una sterzata alle modalità di fruizione del territorio almeno nella prima parte della notte; difficoltà sono invece insorte dopo la fine degli spettacoli e al termine degli eventi culturali, con strade e piazze che man mano che si svuotavano lasciavano spazio a ubriachi, ed a improvvisati spettacoli ad alto inquinamento acustico. Una sorta di fruizione spontanea del territorio da parte di giovani, molti dei quali, in evidente stato di ubriachezza e con un consumo di droghe leggere rilevante.

Questa fase della notte è diventata epicentro della progressione che genera il passaggio da una Movida, complessa ma sostenibile, alla *MalaMovida* che letteralmente occupa il territorio imponendosi rispetto ad ogni altra fruizione o esigenza.

Va considerato che nel quartiere si registra la presenza di circa 180 locali, molti dei quali di dimensione ridotte, tanto che il consumo degli alcolici e di

viveri avviene fuori dalle unità di vendita, in strada, laddove risulta possibile sedersi; e non si può non rilevare che l'età media delle persone che convergono su San Lorenzo nelle ore notturne, il loro essere nella fase di vita centrata sullo studio di solito universitario, le rende particolarmente orientate, propense, vulnerabili a proposte di svago improntate alla cultura dello sballo e, più ancora, dello sballo *low cost*.

La massa d'urto che è al cuore della *MalaMovida*, appunto una domanda rilevante ed elastica verso l'alto al ridursi del prezzo ed un'offerta di format anomali e molto orientati alla vendita di alcol *low cost*, rende critica la situazione a San Lorenzo.

E ciò malgrado le iniziative prese: dalla Movidà estiva che ha cercato di riarticolare i flussi delle persone provando a disintasarle dalle attività più rumorose il cuore del quartiere ed a attirare fruitori socioculturalmente diversi da quelli del *low cost*, a molte altre iniziative.

Le criticità però persistono; si pensi al nodo del sonno per i residenti; l'inquinamento acustico nel quartiere è altissimo, visto il bivacco di massa fuori dai locali, nelle strade e nella piazza principale che impedisce il sonno ai residenti, addirittura a molti di coloro che hanno fatto ricorso all'installazione dei doppi vetri; e poi emerge il riferimento a tutti i fenomeni tipici della *MalaMovida* e connessi all'abuso di alcol, come l'occupazione dello spazio e delle strade, con le autovetture parcheggiate in doppia fila, le tante forme di degrado, dai rifiuti come le bottiglie di birra che occupano le strade ai parcheggiatori abusivi, alle forme di microcriminalità di cui sono vittime gli stessi partecipanti alla Movidà.

Naturalmente la intensa fruizione notturna del quartiere, il flusso di reddito che essa genera non poteva non incidere anche sulla dinamica dei valori immobiliari con particolare riferimento a quello dei locali su strada; infatti, anche a San Lorenzo, come altrove ad esempio Testaccio e Ponte Milvio, c'è stata una vera e propria moria di botteghe di artigianato di qualità (tipici gli artigiani che lavoravano ad esempio la pelle, il cuoio), di negozi di prossimità (dai fornai ai calzolai), con una riarticolazione della composizione dell'offerta commerciale, a danno del commercio diurno e in generale di tutto quello che non rientra nella catena della vendita di alcolici e cibo.

Più precisamente, si è verificato a San Lorenzo quella particolare dinamica perversa per cui il rialzo degli affitti dei locali finisce per premiare le attività che sono in grado di generare fatturati e margini sufficienti per coprire costi degli affitti altrimenti troppo alti.

E nel contesto della *MalaMovida* solo i format che più hanno scarnificato la loro attività riducendola al core della vendita di alcolici, o che comunque sono riusciti a moltiplicare questa specifica sezione della loro attività riescono a fare massa critica di clientela e fatturato. Non è un caso che anche a San Lorenzo in questa fase alla scomparsa dei negozi artigiani e di prossimità segue l'attivazione di *take away*, di imprese artigiane alimentari e di tante unità di vendita di alcolici.

Occorre dire che il quartiere ha una tradizione di coinvolgimento democratico importante, che è patrimonio antico delle comunità di residenti e che trova fertile terreno anche nei nuovi flussi di residenti, spesso persone con buon capitale culturale attratte a San Lorenzo non solo dalla possibilità di trovare abitazioni a prezzi abbordabili, ma anche per il clima sociale del quartiere stesso.

La *MalaMovida* spesso si trasforma in una sorta di brusco risveglio rispetto alle aspettative di buona qualità della vita, e tuttavia sono molte anche le proposte che sono state messe in campo dai residenti organizzati.

Nella percezione locale viene considerata essenziale un'azione sistematica, duratura, incisiva di sensibilizzazione attraverso iniziative ad hoc rivolte ai giovani, di contrasto della egemonia delle culture dell'eccesso e dello sballo.

E' forte la percezione della necessità di contrastare la scelta di tanti giovani di subordinare la fruizione del tempo libero nelle strade e nei locali di San Lorenzo all'abuso di alcol e sostanze stupefacenti; è evidente infatti che esiste una pressione della domanda, che per composizione, disponibilità di risorse e matrice socioculturale è preda facile delle culture dell'eccesso, dello sballo, della *MalaMovida* nelle sue versioni peggiori.

Ed è anche evidente però la necessità di restituire al quartiere, anche nelle ore in cui attualmente è più difficile per la dimensione *dell'eccesso del numero* la sensazione che ci sono regole, che non c'è sospensione della legalità e delle regole della buona convivenza.

C'è poi la necessità di un intervento più sistematico sulla composizione dell'offerta di attività commerciali, pubblici esercizi e imprese artigiane alimentari che richiede una ben diversa capacità di discernimento, con riferimento in particolare sia ai format anomali di vendita incontrollata di alcolici sia alle cosiddette associazioni culturali che sono tra i protagonisti a volte della *Movida*, troppo spesso della *MalaMovida*.

E sempre nel lavoro sull'offerta, San Lorenzo richiede una ben diversa responsabilizzazione di tanti gestori relativamente al rispetto delle regole sull'inquinamento acustico e anche sul decoro e la pulizia. Un più diretto impegno nel mantenimento della qualità degli spazi pubblici e della loro fruizione deve coinvolgere opportunamente i gestori e proprietari dei pubblici esercizi; è però indispensabile un meccanismo di premialità e penalizzazioni che offra un vantaggio competitivo al gestore virtuoso, facendo pagare un sovrapprezzo in termini di costo e perdita di competitività al gestore che invece opera in modo opportunistico.

A San Lorenzo il problema è assolutamente evidente, e sarà molto difficile riportare la situazione ad un livello di buona convivialità se non si farà chiarezza rispetto all'azione dei pubblici esercizi e dei tanti format di vendita; per questo non si può prescindere dall'intensificazione dei controlli sulle regole e dall'applicazione di sanzioni. E nei controlli è essenziale scovare e penalizzare i comportamenti opportunistici che corrono dietro, fino a forzare, la domanda di alcolici da parte dei giovani.

Ci sono però anche dinamiche più legate a processi sociali i cui effetti deleteri finiscono per coinvolgere e danneggiare la Movida stessa, secondo quella logica che la Movida è spesso catalizzatrice di patologie sociali con radici altrove.

Infatti, c'è una componente di persone che hanno un rapporto di pura fruizione con il territorio di San Lorenzo, che vi arrivano in modo temporaneo, transitorio, che non hanno un legame di appartenenza o identificazione, semplicemente ci vivono perché studiano all'Università, oppure ci vanno di giorno per studiare e ci tornano la sera per divertirsi.

E' evidente che oggi il *brand* di San Lorenzo come luogo di Movida trasgressiva, libera da regole, dominata dalla cultura dello sballo fa da moltiplicatore per i flussi di aspiranti trasgressivi, con evidente crescita esponenziale delle patologie che fanno la *MalaMovida*.

E' importante quindi una iniziativa di lunga lena di tipo culturale mirata anche a cambiare il *brand* del quartiere, a liberarlo della sua dimensione da sballo, valorizzando però quella capacità storica di essere *hub relazionale* per giovani, studenti, per persone che non hanno grandi disponibilità di reddito ma che hanno però energie, voglia di vivere, di stare insieme, tutte dinamiche assolutamente positive e da valorizzare, oltre che pienamente legittime.

E poi San Lorenzo è un quartiere con una storia, un'identità, forse uno degli ultimi quartieri romani che ha ancora memoria, almeno in frazioni dei residenti, di una storia di comunità prestigiosa, altamente significativa.

Anche su questo terreno appare importante non lasciare l'iniziativa, perché la rigenerazione di un territorio, ed è quello che San Lorenzo sta vivendo da tempo, ha necessità di radici salde alle quali ancorare le persone che lo vivono e lo frequentano affinché possano anche scattare processi psicologici di rispetto, attenzione, cura e voglia di qualità.

Solo all'interno di una strategia consapevole di tutti gli aspetti citati sarà possibile capire quanto la Movida buona opportunamente organizzata sia un valore costitutivo del quartiere.

Ponte Milvio

Le zone più critiche rispetto a Ponte Milvio come teatro della Movida anche nelle sue degenerazioni patologiche sono Via Flaminia vecchia, piazzale Ponte Milvio e via Riano.

Nella percezione collettiva la piazza è sempre stata piuttosto vitale e tuttavia la sua vocazione come luogo della Movida è sicuramente più recente, legata sia all'evoluzione delle abitudini dei giovani che vivono lungo l'asse nord, che alla narrazione di romanzi e film di grande successo che hanno avuto l'area come epicentro.

Da qualche anno, quindi, Ponte Milvio e dintorni è diventato un significativo e importante luogo della Movida romana, fuori dal contesto del centro storico; va detto che rispetto, ad esempio a San Lorenzo, l'area presenta differenze significative in primo luogo nella composizione dei partecipanti; si tratta infatti in netta prevalenza di giovanissimi e giovani delle zone di Roma Nord che mediamente hanno una disponibilità economica più elevata, e che nella rappresentazione collettiva sono visti come una sorta di gioventù dorata.

La Movida si svolge quasi per ondate successive, visto che si registra un primo raggruppamento per l'aperitivo intorno alle 19, ma l'intasamento inizia a partire in prossimità della mezzanotte e dura sicuramente ben oltre la chiusura dei locali; si constata poi che dal venerdì alla domenica i locali operano come sede di rapidi "*bevi e fuggi*" di persone che, dopo avere bevuto cocktail per la pratica del "*caricarsi*" si recano nelle discoteche ubicate nelle vicinanze, alcune delle quali prestigiose, o comunque ove l'ingresso è ambito tanto da accettare le pratiche di selezione.

Tra i frequentatori dell'area e dei locali si registra una presenza consistente di adolescenti con età dai 15 ai 18 anni, muniti spesso di auto elettriche, e giovani adulti sui 30-35 anni residenti sia nella zona di Ponte Milvio che in quelle limitrofe da Vigna Clara a Vigna Stelluti a Cortina d'Ampezzo; una clientela con buona disponibilità di reddito e quindi con propensione alla spesa anche per i consumi alcolici che, non a caso, non sono solo *low cost*.

L'area ha registrato una notevole evoluzione anche nelle tipologie di unità di vendita che risultano molto articolate, e si va da ristoranti a bar piuttosto classici fino a format più evoluti dai winebar ai cocktail bar.

Anche questa area è spesso teatro delle fenomenologie tipiche della *MalaMovida*, con particolare riferimento all'abuso di alcol, e anche ad una certa diffusione del consumo di sostanze stupefacenti (in particolare, cocaina).

Le differenze socioeconomiche e, per certi versi, di stili di vita tra i frequentatori della Movida di San Lorenzo e quella di Ponte Milvio non mutano alcuni aspetti essenziali del concreto svolgersi della Movida nei due contesti, soprattutto in relazione agli aspetti più patologici come il problema del numero e dell'eccesso, il rapporto con gli alcolici e gli stupefacenti, le pratiche antisociali che ne sono conseguenza.

E' vero che è diversa la capacità e la propensione alla spesa media dei frequentatori dei due luoghi, e tuttavia non si può non constatare che esiste una specie di uniforme corsa all'eccesso, nei consumi e nelle pratiche. *Lo stile di vita fa premio sulla capacità di spesa individuale*.

Va poi detto che la conformazione fisica del contesto rende particolarmente intensa in alcuni momenti la pressione antropica, e i tanti conseguenti problemi a cominciare da quello della viabilità.

Non è pertanto sorprendente che i residenti si siano attivati con obiettivo il recupero della vivibilità e della quiete sul loro territorio; più in generale è andata emergendo la necessità di ritrovare la qualità del vivere nella piazza epicentro dell'area nonché nelle strade limitrofe coinvolte da quella specie di tornado notturno che, in alcuni momenti, risulta essere appunto la Movida di Ponte Milvio.

Nel territorio opera il comitato *Abitare Ponte Milvio* che ha una organizzazione piuttosto strutturata ed è oggi costituito da 440 soci; ha un'intensa attività associativa, dispone di un blog ed è organizzato in gruppi di lavoro. Va evidenziato che i rapporti tra le associazioni organizzate dei residenti e la politica locale, il Municipio in particolare, non sono

considerati buoni, e prevale tra i residenti la percezione di essere messi da parte, di non essere coinvolti nelle decisioni e nell'elaborazione dei provvedimenti che li riguardano.

Uno dei problemi chiave dell'area consiste nell'occupazione del suolo pubblico da parte dei locali, che in molti casi viene indicata come una forma di occupazione abusiva; molti dei residenti sottolineano che si è andata costituendo una tacita alleanza tra l'amministrazione pubblica e una parte degli esercenti, con una concessione di autorizzazione a installarsi sugli spazi pubblici giudicate eccessive, abnormi visto che si sarebbe consentito la realizzazione di gazebo sui marciapiedi fino al limitare della carreggiata.

Altra occupazione di spazi pubblici che finirebbe per accentuare l'intasamento caotico dell'area è quello dei venditori ambulanti, molto spesso abusivi, che di fatto sono vere e proprie barriere al fluire dei pedoni, con l'occupazione di ogni spazio, anche quelli che andrebbero lasciati liberi, ad esempio per i non vedenti

Altra pratica che aggrava l'intasamento caotico è quella del parcheggio in doppia, tripla fino alla quadrupla fila, che ha finito per vanificare anche l'effetto dell'ampliamento del marciapiede di piazzale Ponte Milvio che era stato notevolmente e volutamente allargato.

L'area rientra a pieno titolo nella contraddittoria veste di formidabile *hub* relazionale e teatro di *MalaMovida*, e richiede pertanto interventi incisivi che contengano la pericolosa, e ad oggi poco contrastata, deriva patologica.

Movida e MalaMovida nel centro storico di Roma

Il centro storico presenta criticità specifiche perché, rispetto ad altri contesti della città, ha una pluralità di funzioni particolari con le quali anche la *Movida* deve trovare il modo di contemperarsi.

Mentre in aree esterne ai centri storici si è di fronte alla necessità di contemperare *giorno e notte* nei vari ambiti, il fare impresa, la voglia di convivialità e il diritto al sonno, nel centro storico a queste esigenze si aggiungono anche quelle della tutela specifica del patrimonio che esso rappresenta, del valore specifico che incarna; inoltre, il centro storico romano nel tempo ha pericolosamente perso di centralità simbolica, funzione alla quale sarebbe opportuno non rinunciare, e che piuttosto andrebbe rilanciata nel nuovo contesto.

Il centro storico romano, però, non può rinunciare al suo ruolo di *hub relazionale* per eccellenza, per turisti e per romani, per chi ci vive e per chi

ci si reca; tutto ciò va incapsulato in una gestione dello spazio pubblico integrato con gli esercizi pubblici che sia in grado di scacciare la *MalaMovida* che in molti suoi contesti si annida e incentivare, favorire, fare da microclima positiva per la Movida.

L'area di Campo de' Fiori e dintorni ha indubbiamente catalizzato molte delle derive patologiche che fanno la *MalaMovida*, a cominciare dalla sua essenza, l'eccesso di consumo di alcol negli spazi pubblici; è noto che ci sono state notti in cui la piazza è sembrata scivolare verso quello stato di sospensione della legalità che connota le punte estreme della *MalaMovida*.

Anche sul piano simbolico colpisce il fatto che proprio Campo de' Fiori divenga, non solo nella narrazione mediatica corrente ma anche nella realtà di alcune notti, l'epicentro di una deriva socialmente patologica; infatti, come noto, di giorno la piazza continua ad ospitare un popolare mercato, ed è nelle ore serali e notturne che si trasforma in uno dei luoghi più caldi della Movida romana che con i suoi tanti locali diversi attira moltissimi giovani.

La piazza quindi rappresenta paradigmaticamente la duplicità contraddittoria della Movida romana: formidabile aggregatore sociale, soprattutto giovanile, e pernicioso contenitore di patologie sociali anche estreme.

Va poi sottolineato che è alta la presenza tra i partecipanti alla Movida in quel contesto di turisti stranieri (forte la presenza di americani e tedeschi) a cui tendono ad aggiungersi, in particolare nei week end e spesso a tarda notte, flussi di giovani provenienti dall'hinterland romano, inteso in senso ampio perché si estende dalle zone dei Castelli romani sino all'alto Lazio.

L'analisi di campo non ha fatto che confermare come a Campo de' Fiori abbiano radicamento sostanziale forme anche molto estreme di divertimento collettivo che hanno ovviamente al centro l'eccesso di consumo di alcolici e l'assunzione di sostanze stupefacenti; ed è piuttosto frequente la progressione della deriva patologica tipica della *MalaMovida* che all'eccesso di alcolici aggiunge i tanti comportamenti antisociali, devianti, che generano insicurezza e senso di sospensione della legalità.

Ad oggi Campo de Fiori richiede modalità più intense ed efficaci di intervento e evidenza come la gestione della Movida non possa essere solo ed esclusivamente questione di ordine pubblico, anche se è importante eliminare una volta per tutte quel senso di sospensione della legalità che alimenta poi l'insicurezza diffusa.

E' vero che nella piazza tende a crescere al passare delle ore la quota di persone stanziali e tuttavia questa quota è associata ad un'altra, anch'essa crescente nella notte che pratica un vorticoso andirivieni che si snoda in alcune delle strade circostanti, e che diffonde sul territorio gli effetti dei comportamenti più patologici; l'analisi di campo ha mostrato che in realtà non c'è una sorta di autocontenimento all'interno della piazza, ma essa opera come una piattaforma che rilancia coloro che sono al suo interno verso altri contesti, anche prossimi, con conseguente diffusione a macchia d'olio dei comportamenti antisociali. Campo de' Fiori lasciato alla sua deriva patologica provoca danni sui contesti circostanti e va considerato come un problema di tutto il centro storico.

Non si può quindi isolare Campo de' Fiori dal resto del territorio, anche perché ci sono flussi di persone che ondeggiando tra i due lati di Corso Vittorio, visto che dall'altro su Tor Millina si registra un altro flusso intenso di persone, anche qui ad alto tasso di presenza di turisti, che sciamano fino a Piazza del Fico, in prossimità del Chiostro del Bramante.

E' chiaro che Campo de' Fiori ha una concentrazione di pubblici esercizi, attività commerciali e imprese artigianali alimentari assolutamente eccezionale; però non è un unicum romano, perché si ritrova in tante grandi città europee.

Il problema è piuttosto quello della vendita di alcolici che diventa il filo rosso che taglia trasversalmente rispetto alle varie unità di vendita e che all'interno delle tante criticità legate al numero in eccesso diventa una sorta di detonatore delle patologie.

Il problema a questo stadio è intervenire subito sulla filiera della vendita di alcolici, rendendo più rigido il controllo del rispetto del dettato della normativa da parte di quelle unità di vendita che sono letteralmente prese d'assalto soprattutto dai più giovani. E l'attività di verifica non deve nemmeno lasciar correre l'evidente induzione al consumo di alcolici che emerge dai prezzi praticati da alcune delle unità di vendita di alcolici.

L'analisi di campo ha poi mostrato che percorrere di notte le strade del centro storico vuol dire intercettare flussi cospicui di persone che si muovono in quel *dedalo di pieni e vuoti* che è oggi il centro storico romano.

Un alternarsi che emerge, ad esempio, sia dai dati sui residenti che segnalano, ad esempio, che mentre nel Municipio I si sta assistendo ad una ripresa demografica, o comunque ad una inversione di tendenza rispetto allo spopolamento, in quasi tutti i Rioni si registra un persistente calo di

residenti; ed altrettanto sta accadendo per i locali di vario tipo, con una condensazione in alcuni luoghi e una totale assenza in altri.

Un centro storico con dinamiche così fragili e contraddittorie di rilancio oltre la fase dello spopolamento ha assoluto bisogno di condensare una organizzazione di spazi ed esercizi pubblici adeguata alla sua conformazione urbanistica e sociale; non di passare dall'intasamento concentrato al vuoto assoluto, ma di irradiare tutti i suoi contesti con una virtuosa disponibilità di *hub* relazionali.

Trastevere

Questo territorio è un contesto assolutamente particolare in questa fase perché è l'unico tra i rioni romani che registra nel periodo più recente un autentico boom di nuovi residenti, tra i quali non pochi sono *giovani adulti* single, teoricamente soggetti sociali a forte propensione relazionale e di coinvolgimento nella Movida.

Trastevere è oggi epicentro di flussi rilevanti di romani e turisti stranieri e italiani che vi trovano un'abbondante offerta di pubblici esercizi, attività commerciali e attività artigianali (dalle gelaterie alle pizzerie al taglio ecc.) che con modalità diverse rispondono alla domanda di cibo e bevande.

Il quartiere, in pratica, ha una straordinaria forza di attrazione che rinvia al suo essere una specie di pilastro di *Roma da vivere* non solo il giorno e la sera *ma anche la notte*; questo è un requisito che non può essere demonizzato di per sé, perché appartiene alla riconoscibilità del rione, del territorio, e costituisce un *brand* per il quale altri contesti sarebbero disposti a pagare pur di acquisirlo.

Quanto si parla di una città relazionale, di *hub relazionali* occorre tenere a mente che non è poi così scontato essere un territorio nel quale alle persone piace andare per stare insieme, incontrarsi, vivere il tempo libero in modo conviviale.

Trastevere, al di là delle degenerazioni patologiche di cui si dirà, ha un brand che attira, che lo rende un territorio vitale, *dove le cose accadono e vale la pena di stare*. Per il bene del quartiere e anche della città di Roma è fondamentale vincere ogni deriva demonizzatrice così come ogni idea di *svuotare il quartiere la notte*, rendendolo uguale agli altri, intesi come quelli che la notte non hanno fruizione collettiva di spazi ed esercizi pubblici.

Nella vocazione storica di Trastevere c'è anche quella di *hub relazionale*, luogo quasi simbolo della Movida, dello stare insieme, con una fortissima

presenza di stranieri, e tra questi di giovani e giovanissimi, che sono un valore dal quale la città di Roma ha tutto da guadagnare.

La dinamica crescente dei residenti, comunque la si spieghi, è un segnale di vitalità, di reingresso di persone che scelgono di vivere a Trastevere, e malgrado la cattiva stampa che ormai accompagna da tempo il territorio proprio per i fatti della notte; la lettura mediatica prolungata e insistita di fatto non è riuscita a intaccare il brand di luogo dove vale la pena stare e anche vivere.

Sarebbe però molto ingenuo non rilevare la problematicità, a tratti molto alta, che la fruizione notturna del quartiere comporta; occorre però partire dalla articolazione interna che connota il territorio in questione in cui sono molti i luoghi di concentrazione di persone e unità di vendita, in particolare di alcol, così come non sono pochi i vuoti, gli isolati in cui di fatto gira poca gente e sono quasi assenti le unità di vendita.

Le zone critiche sono, come rilevato, parecchie: da Via del Moro a Via della Scala a vicolo del Cinque a Piazza della Malva a ovviamente Piazza Trilussa; sono luoghi connotati da una presenza massiccia di persone che li utilizzano come luoghi di incontro o di attraversamento, e dove comunque si genera una poderosa domanda di cibo e bevande.

Se questo è il contesto al primo sguardo, tuttavia l'analisi di campo ha permesso di evidenziare come a Trastevere la dinamica perversa della *MalaMovida* sia assolutamente evidente; infatti, dal lato dell'offerta si registra una moltiplicazione di format ibridi, anomali, cioè di unità di vendita di alcolici diversi dai pubblici esercizi, quindi attività commerciali o artigiane che però sono venditori di alcol che gli acquirenti, poi, consumano sul suolo pubblico. E non vanno dimenticati i chioschi, altra presenza tipicamente romana.

Di per se la tendenza a consumare sul suolo pubblico bevande acquistate non è demonizzabile, ma è indubbio che a Trastevere è altamente visibile come l'acquisto di alcolici avvenga senza regole e controlli in locali che non hanno spazio per il consumo all'interno e che proiettano all'esterno, sul suolo pubblico tutti gli effetti della massiccia vendita di alcolici.

Consumo in eccesso di alcolici, assunzione diffusa di sostanze stupefacenti, e di conseguenza le varie forme di inquinamento acustico (tanto rumore antropico), vandalismi piccoli e grandi, occupazione di spazi di accesso alle proprietà private e piccole forme di illegalità che generano insicurezza diffusa, sono normalità in alcuni punti di Trastevere.

L'exasperazione dei residenti appare genuina, soprattutto laddove sembra quasi di assistere ad un'alzata di mani da parte delle istituzioni rispetto alla possibilità non tanto di ripristinare un sistema di regole condivise, ma di semplicemente far cessare quel senso di sospensione della legalità in cui tutto sembra permesso e possibile.

A Trastevere, poi, risulta molto evidente la dinamica della composizione delle unità di vendita installate negli immobili su strada; infatti, si registra una massiccia espulsione dei più tradizionali negozi di vicinato da commercio diurno (forno, frutteria, lavanderia, calzolaio, ecc.), di alcune tipologie di artigiani (ad es. falegnami) e anche ovviamente di artisti (si pensi ai forni per ceramiche) che hanno lasciato il posto alle attività artigiane del tipo pizzerie a taglio, friggitorie, gelaterie ecc. nonché a piccole attività commerciali che praticano in modo massiccio la vendita di alcol.

Il quartiere, in pratica, mostra come la composizione dell'offerta complessiva composta da attività commerciali, pubblici esercizi e attività artigiane si sia progressivamente adattata alla domanda, con un ampliamento della presenza di coloro che, al di là della loro veste formale, vendono alcolici.

Non è un caso che è molto forte la presenza di giovani che siedono nelle piazze e sciamano sulle strade con alcolici in mano che consumano su suolo pubblico; è una domanda massiccia di alcolici che trova risposta nelle tipologie di unità di vendita che si sono andate installando nel quartiere.

In pratica, un contesto come Trastevere rappresenta paradigmaticamente la confusione che regna rispetto al problema della vendita di alcolici; mentre in tante denunce si demonizzano i locali nei quali si somministra (cioè, si vende per il consumo all'interno) alcolici, la parte più consistente dell'eccesso di alcolici che viene consumata arriva direttamente da unità di vendita di alcolici che con gli esercizi pubblici propriamente detti, quelli che praticano la somministrazione e quindi il consumo all'interno, non hanno nulla a che vedere.

Trastevere quindi ha visto trasformarsi la sua antica straordinaria capacità attrattiva, la sua funzione di formidabile *hub* relazionale in una patologica deriva verso uno scambio massiccio, crescente tra domanda e offerta di alcolici.

L'analisi di campo mostra che per il quartiere questo è oggi il problema chiave, la criticità che chiede di essere affrontata con capacità di discernimento tra le unità di vendita, puntando a impedire che possa essere

praticata una vendita massiccia e incontrollata in un contesto che già oggi visibilmente soffre per gli effetti dell'eccesso nel consumo di alcolici.

I problemi di insicurezza, dei comportamenti antisociali e finanche molti di quelli di microcriminalità legati al problema del numero rinviano in realtà al nucleo essenziale della *MalaMovida* che oggi attanaglia Trastevere: il connubio perverso tra domanda infinitamente elastica verso l'alto di alcolici e una tendenza da parte di *free rider* variamente denominati a inseguire, e sempre più spesso incentivare, questa domanda.

In alcune situazioni, in fondo, proprio Trastevere mostra una realtà di induzione al consumo di alcolici con politiche dei prezzi che sono assolutamente incentivanti del consumo massiccio, sicuramente non in linea con quella cautela e responsabilità che invece andrebbero sempre associate alla filiera dei prodotti alcolici.

Certo, esiste il problema poi di disintarsare Trastevere, di allentare la presa dell'eccesso di numero, perché in effetti in alcuni punti del quartiere in alcune serate la pressione antropica sembra raggiungere livelli di guardia; ma in questo momento, l'analisi di campo ha confermato l'urgenza di lavorare con incisività sulla filiera della vendita degli alcolici, sul modo in cui unità di vendita tendono a rincorrere la domanda di alcol.

Trastevere, forse più di altri contesti, ha assoluto bisogno di un massiccio e capillare intervento sia di razionalizzazione dell'offerta a partire dalle regole sulle unità di vendita (*chi deve e/o può fare cosa, come può e/o deve farlo ecc.*) sia di ripristino della vivibilità minima in alcuni punti sia, anche, di azioni integrate intense di promozione all'educazione alla buona Movida, a partire appunto da un rapporto maturo con l'alcol.

L'egemonia della cultura dell'eccesso e dello sballo è visibile, e richiede una azione congiunta degli *stakeholder* mettendo al centro proprio il ritorno su sentieri più maturi, salutari, equilibrati nel rapporto con il consumo di alcol.

Una strategia di lunga lena contro il *core* della *MalaMovida* a Trastevere è importante anche perché il quartiere è anche teatro di esperienze imprenditoriali nel settore Movida di sicuro valore; c'è infatti un insieme composito e interessante di pubblici esercizi che si sono dimostrati in grado di mettere in campo offerte positive che promuovono convivialità anche tramite un legittimo rapporto con il bere, lontano dalle derive patologiche.

Purtroppo l'esasperazione di una parte dei residenti unita anche alle reazioni estemporanee dettate da fatti di cronaca eclatanti attribuiti, a volte a torto,

alla Movida, e la copertura mediatica ormai orientata alla lettura negativa di tutto quel che afferisce alla Movida porta a fare una enorme confusione mettendo sullo stesso piano quelle unità di pura vendita di alcolici che dalla massimizzazione di questa attività traggono redditività e quelle che invece tentano con fatica di promuovere forme di somministrazione, quindi di consumo in loco, affiancando a tale attività altre forme di entertainent.

Trastevere può essere un laboratorio di innovazione nell'offerta entertainment sul territorio, per questo è profondamente errato far vincere le pulsioni rabbiose che generano confusione e puntano sulla blindatura del quartiere.

Certo nel lungo periodo può battere la *MalaMovida* solo l'evoluzione integrata di domanda e offerta che operano nella Movida; da un'offerta responsabile in cui format vincenti diventano quelli di pubblici esercizi in grado di accompagnare un consumo maturo delle persone ad una domanda non più a caccia dell'eccesso, dello sballo, dell'alcol quanto più possibile e niente altro; di fronte ad una simile evoluzione culturale dei protagonisti della Movida, allora diventa praticabile una gestione sostenibile anche di un altro fenomeno tipico di Trastevere, lo sciamare nelle strade e piazze, magari muovendo da un locale ad un altro o, spesso, dall'uscio di un locale a quello degli altri generando relazioni, incontri, scambi.

E' evidente che se le *stazioni* nel percorso di questo sciamare sono unità di pura vendita di alcolici, è quasi inevitabile che diventa una sorta di errare nella notte di gruppi di persone progressivamente più alterate per la quantità di alcol consumato, a cui spesso aggiungono sostanze stupefacenti.

Trastevere ha nella Movida una componente fondamentale del suo brand; occorre enucleare la *MalaMovida* intervenendo sui suoi fattori generativi, liberando così il potenziale virtuoso che invece il territorio e la sua comunità possono trarre dall'essere da sempre individuato addirittura a livello internazionale come uno straordinario e bellissimo hub relazionale sede appunto della Movida.

Altri luoghi della Movida

La Movida romana ha altri punti di criticità che vanno fatti evolvere positivamente come hub relazionali; si pensi al caso di *Monti*, la piazza di Madonna dei Monti e le tante strade circostanti, che già in pieno giorno sono punto d'approdo di flussi molto consistenti di romani e turisti. C'è un mix di offerta fatto di esercizi pubblici, attività commerciali e laboratori artigiani alimentari, e soprattutto si constata la presenza di unità di vendita

di alcolici che moltiplicano la loro capacità di rispondere ad una domanda che, in alcuni momenti, sembra veramente incontenibile; il consumo su suolo pubblico di alcolici è veramente consistente, ed è quindi inevitabile una sorta di progressivo innalzarsi del clima, con le tante conseguenze patologiche che sono note.

C'è da dire che nelle *mission on the field* è stata notata una certa presenza di polizia locale e forze dell'ordine, e tuttavia non si può non constatare la complessità estrema della gestione del contesto, in cui l'intasamento raggiunge livelli eccezionali.

Anche questo è un contesto che va seguito con estrema attenzione e in cui occorre praticare strategie articolate di intervento; è chiaro che si tratta di un hub relazionale che va salvaguardato, valorizzato e liberato delle pratiche degenerate che finiscono per creare solo gravi contraddizioni che già è capitato esplodessero in fatti di cronaca gravi.

C'è poi il *Pigneto*, una sorta di new entry nella mappa cittadina dei luoghi della Movida, figlio di una rigenerazione molto narrata e decantata che però sembra avere trovato colli di bottiglia non indifferenti al suo dispiegarsi.

Riguardo alla Movida occorre dire che essa risulta piuttosto concentrata in termini di spazio, e se pone problemi di intasamento in alcune sere e in alcuni periodi, tuttavia non ha certo quel grado di criticità che si registra altrove.

Il Pigneto, al di là di una certa retorica che l'ha descritto come una specie di buona prassi di rigenerazione, appare come una piccola oasi in contesti sociali in cui le problematiche sono diverse da quelle afferenti alla Movida. E' però un territorio che dalla Movida ha sicuramente tratto benefici in termini di immagine e anche di qualità della vita, soprattutto se si pensa al suo passato non recentissimo.

E' evidente però che la crescita rapida della sua capacità di attrazione richiede ora modalità più efficaci di governo dei flussi, e grande attenzione alla vendita incontrollata di alcolici; è questo il nodo chiave per un contesto dove si registra una presenza piuttosto alta di piccole attività commerciali, molto spesso, di imprenditoria etnica. Controllare rigidamente la vendita di alcolici è un obiettivo decisivo per impedire ogni ulteriore deriva patologica di un contesto difficile, ma sicuramente meno problematico che altri luoghi della Movida della città.

Ci sono poi altri luoghi, come Testaccio o come ad esempio il litorale di Ostia che durante la stagione estiva diventa punto d'approdo di flussi molto

consistenti di persone. Sono anch'esse esperienze importanti, significative, anche perché sono teatro sia di *MalaMovida*, sia di contesti comunque positivi, virtuosi di relazionalità tra giovani e anche adulti.

Il complesso dei luoghi considerati consente di parlare di una estrema articolazione dei luoghi della Movida romana, con lo specifico rappresentato sicuramente dal centro storico, che richiede un surplus di attenzione dal punto di vista delle risposte per una uscita in avanti.

14.6. L'azione dell'amministrazione comunale

Alla luce di tale quadro concreto nei diversi contesti della Movida romana, è interessante analizzare come si è andata articolando l'iniziativa dell'Amministrazione comunale, tenuto conto che anche a Roma si è registrata nel tempo una oscillazione tra pulsioni repressive e un lassismo di fatto che non è stato neutrale rispetto alla diffusione della MalaMovida.

Riguardo ai provvedimenti, con l'ordinanza anti-alcol (ordinanza n. 75) il Campidoglio a marzo 2012 ha posto delle regole più severe rispetto agli anni precedenti, prevedendo due divieti: per chi gestisce i locali, divieto di vendita e somministrazione di alcolici, per l'asporto o il consumo al di fuori del locale e nelle relative superfici attrezzate, pubbliche o private, di pertinenza del locale, dalle 23 fino alla chiusura degli esercizi; per i clienti il divieto di consumare alcolici "nelle strade pubbliche o aperte al pubblico transito", dalle 23 alle 6 del mattino.

E' stata dunque vietata da marzo 2012 a settembre 2012 la vendita di bevande alcoliche, al dettaglio o per asporto in determinati luoghi della città: centro storico, Trastevere, Testaccio, Monti, San Lorenzo-Tiburtina-piazza Bologna, Pigneto e Torpignattara, Ostiense-Circonvallazione Ostiense-Garbatella, Saxa Rubra-Prima Porta-Giustiniana, Ponte Milvio e Farnesina.

Ma l'ordinanza nel giro di poco tempo è stata sospesa dal Tar (in seguito ad un ricorso presentato da circa ottanta operatori commerciali del centro storico), perché non offriva ragioni sufficienti a giustificare l'adozione di un atto urgente (quale deve essere l'ordinanza); essa si basava su presupposti tutti riconducibili al tema "sicurezza" e faceva riferimento a un solo episodio avvenuto ai primi di marzo; il Tar ha valutato che non esisteva il giusto presupposto per l'emanazione dell'ordinanza.

Con l'ordinanza n. 193 (agosto 2012) il Comune di Roma ha vietato dal 3 agosto al 30 settembre la vendita a dettaglio o per asporto di bevande alcoliche dopo le ore 23.00 e la somministrazione e il consumo di bevande alcoliche su strade pubbliche o aperte al pubblico transito dalle ore 23.00 alle 6.00 in determinati quartieri della città (determinate vie e piazze nell'ambito del territorio dei Municipi I, II, III, VI, XI, XII, XIII, XX).

Nel motivare tale divieto l'ordinanza fa riferimento ai numerosi episodi di comportamenti antisociali (dall'ubriachezza agli schiamazzi notturni lamentati dai cittadini sino ai gravi episodi di cronaca che si sono verificati legati all'abuso di bevande alcoliche) e all'esigenza di ridurre l'incidenza dell'abuso di bevande alcoliche nei mesi estivi, quando il fenomeno della Movidà notturna si sviluppa in tutti i giorni della settimana ed è incrementato dall'afflusso turistico, soprattutto giovanile, in alcune zone della città.

Ordinanze in materia di Movidà sono state anche la n. 86, la n. 87 e la n. 88, emanate a marzo 2012 (già emanate nel 2010 e più volte prorogate). La prima, l'ordinanza n.86, valida da marzo al 30 settembre 2012, ha previsto il divieto di organizzazione e partecipazione ai cosiddetti *pub crawl*, tour serali rivolti a numerosi gruppi di giovani, soprattutto turisti, che consumano bevande alcoliche passando da un locale all'altro (birrerie, pub, winebar, ecc.).

L'ordinanza n.87 ha invece vietato il rilascio di autorizzazione di occupazione di suolo pubblico per eventi e manifestazioni a piazza Navona e Fontana di Trevi.

Mentre l'ordinanza "anti-schiamazzi" (la n. 88), ha vietato sul territorio comunale tutti i rumori molesti, riconducibili a comportamenti degenerativi e all'esercizio di attività ludiche, economico-sociali, di circoli privati, ecc.; ha vietato in pratica gli assembramenti chiassosi, i suoni anche derivanti da un utilizzo improprio dei clacson dei veicoli.

L'ordinanza ha imposto ai gestori degli esercizi pubblici di diffondere musica a porte e finestre chiuse e di assicurare la costante pulizia degli spazi pubblici concessi, durante l'attività e dopo l'orario di chiusura, pena la sanzione amministrativa di 500 euro.

I provvedimenti contro i *pub crawl* e gli schiamazzi sono stati rinnovati e sono rimasti in vigore fino al 30 settembre 2012, mentre l'ordinanza di tutela del centro storico (divieto di autorizzazioni di occupazioni del suolo pubblico) è scaduta il 31 dicembre 2012.

Altra ordinanza, emanata sempre a marzo 2012 (la n. 93), è quella che ha introdotto una serie di disposizioni volte a garantire la tutela, la valorizzazione e la fruizione pubblica del patrimonio artistico e monumentale della città; in particolare l'ordinanza ha stabilito che le piazze di particolare pregio storico, artistico, architettonico e culturale del centro storico di Roma, devono essere utilizzate solo ed esclusivamente come luogo di fruizione visiva dei monumenti e delle bellezze presenti.

E' un quadro che tende a rispondere puntualmente rispetto ad alcuni dei comportamenti che contribuiscono a generare le deviazioni patologiche della MalaMovida, e tuttavia resta intatta la percezione di una strategia non sistematica, una difficoltà nel fronteggiare l'articolazione estrema del fenomeno MalaMovida nel suo complesso che, ormai, ha dispiegato la sua presenza in tanti dei luoghi in cui si svolge la Movida romana.

E' probabilmente necessario per Roma un salto di qualità nelle pratiche condivise per riportare la Movida dentro quei canoni che, anche nella percezione dei cittadini, sono indispensabili perché essa contribuisca ancora alla qualità della vita e alla forza attrattiva della città.

14.7. Rassegna di alcune iniziative

Un riferimento significativo relativamente alla responsabilizzazione delle associazioni di categoria dei pubblici esercizi è rappresentato sicuramente dall'Accordo di collaborazione tra Roma Capitale e le suddette Associazioni, siglato il 15 ottobre del 2012 e che sanciva aspetti di metodo e di merito di sicuro rilievo per la Movida romana.

Il contenuto dei vari punti dell'Accordo fissa in particolare la necessità di attivare meccanismi di condivisione tra gli *stakeholder* che consentano di prendere in considerazione la pluralità di interessi che devono essere rispettati, dalla sicurezza dei cittadini alla tutela della sicurezza urbana non solo di presidio del territorio ma anche di buonvivere tra i fruitori delle singole aree cittadine, per contemperare gli interessi degli imprenditori e quelli dei cittadini; poi la tutela del decoro e l'individuazione precisa del riferimento normativo relativamente ad oggetto e finalità dello svolgimento della attività di somministrazione di alimenti e bevande.

Il cappello metodologico è molto importante e preciso; e vi è un esplicito riconoscimento anche della necessità di valorizzare il ruolo delle attività economiche in quanto luoghi di ritrovo ed aggregazione giovanile.

Poi c'è elenco lungo e piuttosto preciso delle cose che gestori e proprietari dei pubblici esercizi devono impegnarsi a fare che costituiscono una ossatura di riferimento importante per chi vuole cercare un modo di fare impresa in questo settore agli antipodi rispetto alle logiche dei free rider, quegli imprenditori avventurieri sicuramente corresponsabili nel contesto romano, soprattutto in alcuni luoghi da Monti a San Lorenzo, della degenerazione nella *MalaMovida*.

E' chiaro però anche dal dettato dell'Accordo che la responsabilizzazione nei vari contesti della Movida romana dei gestori non può essere limitata solo a coloro che sono coinvolti per definizione normativa o per sensibilità individuale; occorre infatti una iniziativa massiccia, continuativa, capillare di controlli a partire dal fatto che la vendita di alcolici non è solo appannaggio dei pubblici esercizi, ma è ormai transitata stabilmente dentro attività commerciali e di artigianato, oltre che in format abusivi di vendita; ci vuole quindi una discontinuità rispetto al recente passato quando troppo spesso ha prevalso una certa rassegnazione e latitanza sul piano dei controlli e delle sanzioni e in questa discontinuità deve esserci la consapevolezza che ormai la vendita di alcolici non è fatta solo dai pubblici esercizi propriamente detti, ma anche da attività commerciali e da attività artigiane che pure sulla carta dovrebbero limitarsi a vendere solo le cose che producono direttamente.

In ogni caso l'Accordo, in punto di principio, costituisce *per il suo contenuto* un riferimento importante, anche se parziale laddove non viene esplicitata e resa obbligatoria una azione conseguente anche da parte della Amministrazione comunale. Non basta sovraccaricare di compiti e impegni una componente, l'azione deve essere di tutti. Ovviamente, si tratta poi di renderlo concretamente operativo, e ciò nel caso romano richiede un dispiegamento di risorse consistenti, perché come si è visto sono ormai molte le aree in cui Movida e *MalaMovida* coesistono, con la pericolosa tendenza di quest'ultima a prevalere.

Proprio in virtù dell'accordo tra Roma Capitale e le associazioni di categoria dei pubblici esercizi, su iniziativa dell'Associazione "*Riprendiamoci la notte*" (Associazione di categoria che conta attualmente 300 pubblici esercizi consociati), è stato realizzato il progetto "*Movida sicura*" nel quartiere di Roma di Campo de' Fiori; la prima fase è durata 60 giorni dall'8 Novembre 2012 all' 8 Gennaio 2013.

Nell'ambito del progetto è stata realizzata una campagna di informazione e di sensibilizzazione mirata a diffondere nei giovani il messaggio di un sano

divertimento, basato sul “*bere responsabile*”; e della necessità di tutela delle aree pubbliche tramite principalmente la distribuzione di materiale informativo e di etilometri usa e getta; il progetto, di cui è prevista una estensione anche ad altre aree della città (Ponte Milvio, il Pigneto, San Lorenzo e Trastevere), ha coinvolto 12 ragazzi con età inferiore ai 25 anni, hostess e steward muniti di trio bike personalizzate con il logo dell’iniziativa, che per 60 giorni in maniera continuativa fino alle 4 del mattino hanno distribuito materiale informativo e hanno avvicinato ragazzi invitandoli a fare l’alcol test.

Altre cose fatte nell’ambito del progetto sono state la dotazione di un defibrillatore per un locale, poi all’interno dei 21 locali coinvolti nelle attività progettuali sono stati installati etilometri a gettoni e sono stati affissi cartelli informativi sulle norme di legge; sono stati contattati 50.000 giovani tra i 18 e i 30 anni e sono stati omaggiati 25.000 etilometri usa e getta; si sono sottoposti all’alcol test direttamente in piazza circa 20.000 giovani, di cui il 70% è risultato sotto la soglia dello 0,50 nella fascia oraria tra le 00.00 e le 03.00.

Inoltre, sono stati dati in omaggio circa 20.000 gadget, ossia t-shirt, zainetti, scaldacollo, cuffiette I-phone, tutti personalizzati con il logo del progetto “Movida sicura”; e sono state distribuite in piazza gratuitamente circa 25.000 brochure informative sui rischi dell’abuso dell’alcol, che segnalano la tendenza crescente dell’alcolismo tra i 15-25enni e che l’incidente causato dall’abuso di alcol in Italia è la prima causa di morte tra i giovani.

La campagna ha interessato anche l’aspetto del decoro urbano, sono stati coinvolti infatti anche addetti al decoro che hanno affiancato gli operatori Ama per la pulizia post-Movida.

C’è poi da segnalare il punto di vista dell’Associazione “*Riprendiamoci la notte*” che sicuramente riflette una visione di parte, e tuttavia fissa alcune delle principali problematiche della Movida romana:

- concentrazione di microlocali, i format ibridi, *take away* soprattutto, di laboratori alimentari che continuano a vendere bevande alcoliche da asporto anche dopo l’orario consentito, di associazioni culturali che in molti casi altro non sono che dei “distributori di alcol”;
- comunicazione inadeguata sul tema della Movida tra gli attori principali, ossia tra pubblici esercenti, residenti e Comune di Roma e anche mancato coinvolgimento nei processi decisionali in tema di Movida da parte del Comune (o dei Municipi) degli altri soggetti interessati;

- scollegamento tra le dinamiche della Movida e il carattere del contesto del centro storico che imporrebbe una valorizzazione del patrimonio culturale, il rispetto del decoro (considerando che l'87% dei palazzi del centro sono vincolati ai beni culturali).

Il problema chiave è andare oltre la presente situazione fatta di *regole incerte* verso un contesto di *regole certe, applicabili e applicate* con la particolare attenzione per tutto ciò che riguarda la vendita di alcolici.

D'altro canto, occorre guardare a concreti modelli applicati in altri contesti dove viene promossa una Movida diversa, di tipo anche culturale che punta a valorizzare la pluralità di motivazioni che possono spingere le persone ad uscire la sera, a recarsi nel centro storico e/o nei luoghi della Movida; così è stata attivata la possibilità di fare una Movida anche culturale che offrisse la possibilità di passeggiare per il centro, bere cocktail e godere dell'arte, visitando musei e mostre anche nelle ore notturne.

Tentativi sperimentali, sicuramente da migliorare e potenziare, e che tuttavia indicano una possibile evoluzione della Movida, che a Roma difficilmente potrà diventare altra cosa, in linea con le esigenze di una città relazionale se si pensa di passare solo tramite la strada del proibizionismo e dei divieti.

Sono poi di sicuro interesse anche alcune delle proposte messe in campo dal Comitato *Movida sicura*:

- l'istituzionalizzazione di un assessorato ad hoc, l'assessorato alla notte già esistente in alcune grandi città europee;
- la possibilità per i gestori dei locali di avere un *body detector* (tecnologia che segnala il possesso di lame, coltelli, armi);
- l'introduzione di una misura simile alla DASPO (Divieto di Accedere alle manifestazioni SPORtive) che vieta di accedere ai locali pubblici a coloro che per almeno tre volte hanno partecipato-provocado risse, violenze varie all'interno di un locale;
- l'installazione nelle discoteche, club, locali vari di sistemi di videosorveglianza come deterrente, ossia videocamere a circuito chiuso che consentono un monitoraggio video su cui hanno possibilità di intervento solo le Forze dell'Ordine, e incentivi per gli operatori che decidono di dotarsi di questi strumenti;
- l'elaborazione di un Piano regolatore generale del divertimento, che tenti di orientare con opportune direttive la distribuzione territoriale delle licenze provando a mettere in gioco zone meno intasate e a minor

impatto per i residenti e che preveda anche una pianificazione artistica degli eventi.

Emerge in pratica un'idea tutta da costruire nel contesto romano che non è da escludere: l'individuazione di nuove aree da promuovere come luoghi della Movida. In una fase di evidente crisi con relativa chiusura di attività, non solo pubblici esercizi, si va assistendo ad una sorta di svuotamento commerciale di intere aree, alle quali se ne possono aggiungere altre nuove dove gli immobili commerciali tendono a rimanere sfitti e inutilizzati.

Sarebbe opportuno aprire una riflessione anche sull'utilizzo di questo patrimonio il cui inutilizzo priva tante aree di veri e propri presidi sociali, così in città coesistono le aree alle prese con l'intasamento notturno che genera i tanti problemi della *MalaMovida* e le aree che invece vivono lo svuotamento e l'isolamento notturno, da cui altri, e spesso più gravi, problemi di insicurezza.

La breve e sintetica rassegna mostra una certa disponibilità di esperienze e propensioni su cui far leva per un salto di qualità nella gestione della Movida romana. E' certo che le autorità locali sono state troppo spesso spettatrici fin troppo distratte per un fenomeno che invece è assolutamente cruciale per il *brand* e la qualità della vita romana.

Nel nuovo contesto amministrativo delle città anche per la Movida sarà importante non cedere alle tentazioni muscolari o a quelle di penalizzare una delle componenti sovraccaricandola di obblighi; ci vuole una pratica di governo concreto che faccia rispettare a tutti, nessuno escluso, le regole.

15. CATANIA

15.1. Il valore sociale e culturale della Movida nella storia della città

Il riferimento alla città di Catania è immediato quando si parla di Movida nelle città meridionali; ed è ancora più netto il richiamo alla città quando si parla di Movida che si svolge essenzialmente nei territori del centro storico.

Nel brand di Catania, quindi, la Movida è entrata da tempo in pianta stabile, tanto da renderla una realtà riconosciuta per questo aspetto ben oltre i confini della regione siciliana.

La scelta di svolgere quindi uno dei tre casi di studio della presente ricerca sulla Movida nella città etnea è facilmente spiegabile e d'altra parte il centro storico della città riassume paradigmaticamente l'intera storia di Catania.

Esso ha subito una modificazione rilevante a partire dalla metà degli anni ottanta, quando aveva la conformazione sociale di una sorta di *terra di nessuno*, ed era contenitore di degrado, di forme diffuse di illegalità con strade di fatto vuote lasciate all'egemonia dei traffici illeciti. Il centro storico di Catania era un esempio piuttosto evidente di un contesto in pieno declino dominato dall'esodo di tante famiglie popolari ricollocate in nuovi quartieri residenziali.

E' tra la fine degli anni ottanta e l'arrivo degli anni Novanta che si entra in una fase completamente diversa della storia sociale e di costume della città. Nella memoria di molti degli intervistati anche la Movida entra a far parte della vita dei catanesi nei primi anni '90, in una fase dominata da nuovi fermenti, dove la reazione alle uccisioni dei giudici Falcone e Borsellino ha generato un più generale desiderio di riscatto, di vera e propria rinascita fatta anche della voglia di condivisione e di stare insieme.

E' come se in quella fase così particolare della vita nazionale e siciliana, Catania avesse un soprassalto di vitalità, una iniezione di energie vitali e di voglia di fare che anima trasversalmente gli ambiti della vita collettiva della comunità cittadina.

Sono gli anni del ritorno in centro di numerose sedi di facoltà universitarie, dell'insediamento di attività museali, librerie, dei primi grandi eventi, dei primi spettacoli teatrali, musicali e della nascita delle prime associazioni

culturali, ognuna con una propria programmazione di eventi; questa dinamica socioculturale si intreccia con una più generale voglia di riprendersi il centro storico, di sottrarlo di fatto a traffici illegali e alle tante forme di criminalità che hanno attanagliato la vita collettiva e proiettato in Italia e nel mondo una immagine di Catania come città di criminalità pesante.

La Movida catanese è pienamente dentro questa dinamica sociale cittadina, dentro questa spirale di riconquista del centro storico che assume la forma di una vera e propria riappropriazione di esso, cosa che ha un significato sociale enorme per la storia della città, per il suo *brand* e soprattutto per la vita dei catanesi.

La Movida in pratica è espressione di questa trasformazione straordinaria, fatta di fermenti sociali e culturali diffusi, di massa, che saldano qualità, impegno e adesione trasversale e che restituiscono la città ai suoi cittadini, a cominciare dai più giovani. La terra di nessuno si popola e la Movida è figlia di questa riconquista sociale virtuosa.

E' importante sottolineare i *natali* della Movida catanese, perché è forse l'esempio più evidente di come la Movida in generale non possa essere circoscritta a fenomeno economico, a puro business, oppure a fenomeno socialmente poco rilevante perché afferente alla dimensione della fruizione ludica del tempo libero; la Movida catanese rappresenta paradigmaticamente la dimensione sociale del fenomeno, il suo rilievo più generale per la vita delle collettività e mostra anche come essa dia un contributo fondamentale nel far evolvere i centri storici e i territori in generale, da luoghi abbandonati facile preda di illegalità a territori vissuti, perno di relazioni umane, di capacità delle persone di stare insieme.

Un ruolo specifico in ambito catanese e in questo processo di installazione della Movida nei territori del centro storico lo giocano anche le associazioni culturali che tendono ad imporsi come luoghi di ritrovo dei giovani catanesi nel centro storico nelle ore serali e notturne, mentre in precedenza i giovani avevano nelle *piazze* il proprio principale luogo di incontro, con il centro storico che comunque tendeva a svuotarsi la notte.

Infatti, nelle zone del centro storico vigeva una sorta di coprifuoco sociale, tanto che dopo una certa ora di fatto circolava pochissima gente; gli orari di chiusura delle botteghe degli artigiani costituivano una sorta di limite serale oltre il quale il cuore del centro storico, ossia Piazza del Teatro Massimo e le stradine limitrofe diventavano insicure con una concentrazione di attività illegali, a cominciare dalla prostituzione.

Come rilevato, è alla fine degli anni ottanta che il centro storico di Catania vive una trasformazione radicale, con la nascita dei primi locali di somministrazione di bevande e di piccola ristorazione che offrivano musica dal vivo, e dunque dei primi *Caffè concerto*.

Va detto che nella loro nascita un ruolo particolare lo esercita un movimento culturale diffuso, di tipo sociale, animato dal *fenomeno delle radio libere locali* che, a differenza di altri contesti non rientrano in “*network nazionali*” e decidono di specializzarsi nell’offerta di musica locale, nelle produzioni *indie* catanesi.

Non è un caso che la città viene ancora oggi riletta nell’immaginario collettivo come un contesto di musicisti rock, di amanti di questa e di altri tipi di musica.

Le varie filiere musicali locali danno vita ad un movimento sociale significativo per lo sviluppo di quella che sarà la Movidà catanese, perché i primi pub si impongono come i luoghi che offrono un palcoscenico ai gruppi musicali locali che fino a quel momento avevano suonato nelle cantine, nei garage, e che per la prima volta avevano l’opportunità di esibirsi in pubblico; il caso più noto e da considerarsi paradigmatico è quello della cantante Carmen Consoli diventata una star del firmamento nazionale che appunto si esibiva ai suoi esordi in uno dei tanti locali del centro storico catanese.

Pertanto i primi locali della Movidà catanese vanno considerati una risposta ad un diffuso bisogno di aggregazione, di cui le esibizioni musicali sono una componente non certo secondaria; peraltro, anche la musica diventa un veicolo straordinario di mobilitazione sociale e civile, che consente di generalizzare e radicare ulteriormente il movimento di riappropriazione del centro storico, e soprattutto di imposizione dell’egemonia di un sistema di valori diverso da quello che ha lungamente dominato il centro storico della città.

Ci sono locali nati in quella fase che sono rimasti nella memoria collettiva, che fanno parte della storia eroica della città e del suo centro storico, e che consentono di definire la Movidà catanese come molto di più di una fruizione puramente ludica del territorio.

Come rilevato, a giocare un ruolo furono soprattutto *pub* nei quali veniva effettuata somministrazione di cibo e alcolici, in cui era possibile ascoltare buona musica all’interno e sull’esterno senza costi aggiuntivi rispetto alle ordinazioni, oppure era possibile dedicarsi alla lettura di libri, giacché molte

delle associazioni avevano reale contenuto culturale e disponevano di sale o angoli lettura.

Va sottolineato come lo sviluppo dei primi locali nel centro storico catanese sia stato vissuto anche dai cittadini come espressione di una “*rinascita*” della città, di una rivalutazione del centro storico, e anche di una più generale strategia di promozione del turismo; un ruolo particolare, nella memoria collettiva, fu giocato anche dalla giunta in carica in quella fase, che nella memoria collettiva rimane come un periodo aureo di forte innovazione sociopolitica. Ci fu in pratica una sorta di riconquista progressiva, anno dopo anno, di zone del centro storico che tendevano a ripopolarsi, magari grazie alle case date in affitto a studenti, con un processo di riqualificazione, tanto che nel giro di poco tempo Catania si scoprì e fu scoperta come una città estremamente vitale, con una Movida tra le più intense e coinvolgenti del Paese.

Quindi non è una forzatura dire che in quella fase i residenti vivono questa dinamica di rigenerazione che riporta persone, servizi, attività commerciali, pubblici esercizi, fruizione dello spazio pubblico nel centro storico come un fenomeno positivo, espressione appunto di una riconquista, riappropriazione e riqualificazione del centro storico; questa fase, però, è stata progressivamente superata, man mano che dal rientro di persone nel centro storico si è passati alle problematiche del numero, quindi a quelle dell’intasamento e poi dell’eccesso.

C’è una sorta di convenzionale segnale di discontinuità con la fase eroica e condivisa della Movida nel centro storico rappresentato dalla protesta inscenata da alcuni residenti, con il ricorso a lenzuola appese ai balconi con su scritto “*rispetto, silenzio*”.

E’ chiaro che la dinamica di crescita dell’offerta è stata quasi vertiginosa e, ad esempio, si è passati rapidamente da tre a trenta locali; anche questo è un fenomeno che ha radici molto positive perché nella fase iniziale è stato il portato di una vitalità imprenditoriale giovanile, che nella memoria collettiva è ricordato come proprio di anni in cui dal coraggio e dalla voglia di fare di gruppi di amici sono nati nuovi esercizi pubblici, locali; questi erano quindi anche espressione di una dinamica socioculturale molto positiva, di vera e propria mobilitazione della comunità cittadina, con effetti rivitalizzanti su diversi piani.

Le intuizioni imprenditoriali furono molte, e alcune di particolare pregio, tanto che molti dei locali nati in quella fase risultano ancora in attività.

Va anche sottolineata la dimensione sociale della Movida, come ad esempio il peso rilevante che nel suo decollo hanno avuto gli studenti universitari, in particolare i fuori sede, aumentati di numero e che hanno dato uno slancio in più alla Movida catanese, ne hanno rappresentato un'energia nuova, intensa in grado di alimentare il fenomeno.

Gli studenti hanno rappresentato una formidabile massa critica indispensabile anche per costruire la sostenibilità delle tante iniziative imprenditoriali di offerta, una clientela non facoltosa, ma in gran numero e con una robusta domanda di contesti per relazionarsi. Inoltre, occorre non dimenticare anche il peso di dimensioni più strutturali, tra le quali va considerato ad esempio l'aspetto climatico, le favorevoli temperature del luogo, il breve inverno, che consentivano ai locali di rimanere aperti ben oltre il periodo estivo e fino a tarda notte.

15.2. I luoghi della Movida

Il popolo serale e/o notturno a caccia di luoghi dove divertirsi, stare insieme, incontrarsi, è costituito prevalentemente da giovani, sia studenti universitari fuori sede che ragazzi provenienti dalla città e dal suo hinterland; la zona in cui si svolge la Movida catanese è quella del cosiddetto “*quadrato d'oro*” o del “*quadrilatero*”, costituito ad ovest da via Etnea, a est da Via Ventimiglia, a sud da via Vittorio Emanuele e a nord da via di Sangiuliano, zona in cui si concentrano trattorie tipiche, le cosiddette putie, pub, wine bar, american bar, ma anche tante gelaterie, kebaberie, creperie, yogurterie, rosticcerie, ecc. (tabb. 41 e 42).

Considerando i dati relativi alla 1° circoscrizione centro, essa ha non lontano da 59 mila residenti; dati relativi a tutto il comune di Catania indicano l'esistenza di oltre 640 bar, gelaterie, pub e altri esercizi simili senza cucina e 561 ristoranti.

C'è in sostanza un concentrato molto rilevante di pubblici esercizi, laboratori artigianali alimentari di produzione propria e di attività commerciali.

Tab. 41 -Popolazione residente nei luoghi della Movida di Catania per età, 2013 (v.a. e val%)

	0-14 anni	15-19 anni	20-39 anni	40-59 anni	60 anni e più	Totale
	v.a.					
<i>Circoscrizione 1 - Centro</i>	9.190	3.156	16.336	16.324	13.570	58.576
Resto del comune	37.962	15.494	70.817	76.916	64.312	265.502
Totale comune	47.153	18.650	87.153	93.240	77.882	324.078
	val. %					
<i>Circoscrizione 1 - Centro</i>	15,7	5,4	27,9	27,9	23,2	100,0
Resto del comune	14,3	5,8	26,7	29,0	24,2	100,0
Totale comune	14,5	5,8	26,9	28,8	24,0	100,0

Fonte: elaborazione Fipe-Censis su dati Comune di Catania

Tab. 42 - Imprese attive nei servizi di ristorazione nei Comuni di Catania, 2012 (v.a. e val. %)

	Totale ristorazione	<i>di cui:</i>	
		<i>Bar, gelaterie e pub e altri esercizi simili senza cucina</i>	<i>Ristoranti</i>
		v.a.	
Comune di Catania	1.302	646	561
Sicilia	19.012	9.712	8.310
Italia	312.101	167.246	133.493
		per 100 imprese dei servizi	
Comune di Catania	6,9	3,4	3,0
Sicilia	8,9	4,5	3,9
Italia	10,2	5,5	4,4

Fonte: elaborazione Fipe-Censis su dati Infocamere_DB_Telemaco

La Movida catanese nell'arco di venti anni si è trasformata, il numero dei locali è aumentato a dismisura, ne è cambiata la tipologia in linea anche con il cambiamento della fruizione della vita notturna; sono andate diffondendosi nuove pratiche tra le quali vanno richiamate la diffusione dell'happy hour e degli *shortini* o *shottini*, o *chupiti*, minidrink alcolici di tendenza, da bere rigorosamente tutto d'un fiato.

C'è poi stato un mutamento del panorama istituzionale, in particolare dei rappresentanti politici locali con cui i gestori e gli altri *stakeholder* locali devono relazionarsi; anche le regole hanno subito cambiamenti significativi man mano che ci si è allontanati dalla fase eroica della Movida catanese.

In generale si registra un mutamento globale del contesto e, più di recente, pesa in modo significativo sulla città la crisi, che sta impattando pesantemente sulla realtà locale.

Va detto che l'offerta di pubblici esercizi, imprese artigiane alimentari e attività commerciali coinvolti con la Movida catanese ha subito negli ultimi venti anni una trasformazione che è possibile riassumere in una dinamica di progressiva uniformizzazione attraverso la centralità crescente della vendita di alcolici.

Mentre la fase iniziale, eroica della Movida catanese, quella della riconquista sociale del centro storico e della neovitalità imprenditoriale nel settore, era stata connotata da una notevole articolazione di tipologie che erano in grado di affiancare alla vendita e alla somministrazione degli alcolici e di cibo anche tante altre attività di tipo culturale, di ristorazione propriamente detta, oggi la gran parte dei locali sono andati specializzandosi nella vendita di alcol.

Così il centro storico nelle ore piccole della notte tende ad essere battuto quasi esclusivamente da giovani che consumano alcolici, spesso in eccesso.

Si è assistito ad una moltiplicazione di locali molto simili tra loro nel centro storico (in particolare tra Via Landolina, Via Pulvirenti, Via Penninello), di dimensioni molto ridotte (che in molti casi all'interno hanno solo lo spazio per il bancone da vendita), che vendono *solo ed esclusivamente* bevande alcoliche a costi molto bassi, e che hanno target molto simili tra loro, principalmente giovanissimi in cerca di sbalzo che provengono dai quartieri periferici e dalla provincia e studenti universitari più giovani.

Sono spesso attività improvvisate (dalle parole di alcuni degli intervistati si tratta in molti casi di *seconde attività*), e che di fatto operano con l'obiettivo prioritario di massimizzare le entrate, e che spesso durano anche pochi mesi

perché il locale o viene chiuso o viene venduto oppure trasformato; sono in ogni caso locali che tendono a *bypassare* regolamenti ed ordinanze, e che paiono molto lontani dal recepire l'idea di operare secondo i dettami di qualche codice etico.

Si può dunque affermare che negli ultimi anni è sorta in modo evidente anche a Catania la *MalaMovida*, fatta di soggettualità con le quali è anche difficile entrare in relazione, e che operano in modo da costituire una concorrenza *steale* nei confronti degli imprenditori più socialmente responsabili, che tendono a rispettare le regole, offrono prodotti di qualità a prezzi inevitabilmente più elevati, somministrano e vendono bevande alcoliche in maniera responsabile rispettando le norme relative al rapporto tra minori e alcolici, e che rispetto ai soli alcolici tendono ad offrire servizi e prodotti diversi e organizzano, nonostante le tante difficoltà economiche di questa fase, diverse forme di entertainment.

Sono in tutta evidenza pubblici esercizi che nel loro operare si connotano come promotori di *relazionalità e aggregazione* e che devono fronteggiare la concorrenza di tanti *free-rider*.

Va detto che nella crisi a Catania mostrano una buona capacità di tenuta alcuni locali storici che contano su clientele fedeli e di vecchia data, che hanno attuato strategie di adattamento e anche di *downsizing*, e che per ora riescono a rimanere sopra il punto di fuga.

E' nel pulviscolo dei microlocali, in particolare quelli più recenti, che la crisi sta picchiando duro e dove si registra un certo ammontare anche di licenziamenti di personale; proprio per fronteggiare questa situazione, però, tendono a ricorrere in misura ancora più intensa ad uno strumento pericoloso da un punto di vista sociale, vale a dire la riduzione dei prezzi degli alcolici, con la conseguente vendita di prodotti di qualità ridotta, che consentono comunque di ottenere margini adeguati pur nella contrazione dei prezzi.

15.3. Il centro storico e i Caffè concerto

A partire dalla ordinanza n. 160 del 2009 (una delle sei ordinanze di luglio 2009), le attività musicali realizzate dai locali, i cosiddetti *Caffè concerto*, sono state rigidamente regolamentate. Se l'ordinanza 160 vietava la diffusione della musica all'esterno e obbligava i locali a tenere le porte chiuse, pena sanzioni da 258 euro a 10 mila euro, l'ultima ordinanza, di

maggio 2012, ha stabilito che al fine di tutelare la quiete pubblica, il riposo dei residenti e il decoro delle aree del centro storico della città di Catania i suoni musicali possono essere solo strumentali e non amplificati e non possono svolgersi oltre le 00.30.

La decisione del Comune di vietare la musica con amplificatori, pena multe molto salate, ha generato vive reazioni di protesta da parte di molti gestori dei locali, che considerano questa decisione come un omicidio di fatto della Movidà, visto che ferma il cuore dell'intrattenimento serale catanese.

La ratio della ordinanza rinvia anche ad un problema dell'offerta; infatti considerando che, a differenza della fase di genesi dei *Caffè concerto*, oggi i locali che organizzano concertini sono in numero molto rilevante e prossimi l'uno all'altro tanto che lo spazio a disposizione per ciascuno in genere è molto circoscritto, è stato deciso di optare per il concerto solo in acustico (vale a dire senza il ricorso ad amplificatori e senza strumenti elettronici), sia per ridurre l'inquinamento acustico sia per evitare sovrapposizioni tra le attività dei locali limitrofi.

Va però detto che, al di là dell'ordinanza, si registrava già una crisi della sostenibilità dei *concertini*, non solo per il mutamento dei gusti, ma soprattutto perché sul piano economico l'impegno per i gestori è elevato e non necessariamente poi premiato dai risultati di partecipazione e rientro economico; dalle interviste emerge che tra le tariffe applicate dalla Siae, il costo del gruppo musicale e dell'eventuale personale aggiuntivo necessario, spesso non riescono a coprire le spese sostenute per realizzare l'evento.

L'ordinanza comunque promuove e incentiva forme di cooperazione tra i gestori, poiché prevede la possibilità per i gestori dei locali di organizzare insieme un concerto con amplificatori, ovviamente sempre nei limiti dei decibel concessi e degli orari consentiti (massimo fino alle 00.30).

Va detto che la possibilità riconosciuta dalla ordinanza sinora non ha trovato applicazione, nemmeno in uno scenario perfetto per questa tipologia di evento come Piazza del Teatro Massimo; è un segnale della prevalenza tra molti dei gestori dei piccoli e recenti locali di un forte particolarismo; come rilevato, infatti, per molti di questi locali le singole attività sono orientate alla massimizzazione del ritorno economico legato fundamentalmente alla vendita di alcolici e sono restii a realizzare iniziative diverse, fosse pure con relativa condivisione di spese con altri operatori, che abbiano un rischio di non successo.

Per l'occupazione di suolo pubblico è stata prevista l'indicazione visibile dei limiti dello spazio concesso per i dehors e la sistemazione di tavoli e sedie, nonché la riduzione dell'orario in cui è possibile occupare il suolo pubblico: prima era dalle 20.00 alle 2.00 tutti i giorni e tutti i mesi dell'anno, ora da maggio ad ottobre solo il venerdì e il sabato fino alle 2.00, mentre dalla domenica al giovedì fino alle ore 01.00.

In compenso però è stata prevista la possibilità di poter usufruire del suolo pubblico tutto l'anno, se prima era utilizzabile, con l'arredo esterno, solo nel periodo della cosiddetta "*stagione dei Caffè concerto*" compresa tra metà maggio e metà settembre, ora con arredo esterno e attrezzature di riscaldamento, come i funghi, è possibile utilizzare lo spazio esterno con i tavolini anche nei mesi invernali.

Nonostante ci sia un regolamento comunale che preveda un certo tipo di arredo con determinati colori si osservano soluzioni molto differenziate; ciò è considerata una cosa positiva da parte dei gestori, mentre i residenti ritengono che sia dannosa per il decoro pubblico.

In generale la percezione collettiva tra residenti, gestori e altri cittadini di Catania è che la Movida del centro storico nel tempo "*si sia involgarita e involuta*" principalmente a causa della moltiplicazione di piccoli locali che altro non sono che distributori di alcol e di cibo mordi e fuggi; pesano nella percezione collettiva la mancata applicazione di politiche programmatiche delle varie tipologie di offerta, in primis di quelle di vendita di alcolici; la mancanza di controlli incisivi ed efficaci sulle tante forme di concorrenza sleale (ad esempio sulle pratiche di abusivismo, sulla vendita a basso costo di alcol e cibo scadente) e, soprattutto nella percezione di alcuni dei gestori dei locali, l'applicazione di ordinanze restrittive che limitano le attività musicali dei "Caffè concerto".

Ci sono poi una serie di dinamiche più generali che hanno contribuito a questo processo di involuzione della Movida nel centro storico che comunque è emerso dalle parole dei tanti e diversi testimoni privilegiati; vanno richiamate le dinamiche immobiliari con l'aumento degli affitti dei locali, poi una certa riduzione di affluenza o comunque di domanda pagante e anche un cambiamento della tipologia di frequentatori del centro storico, visto che soprattutto nel weekend il centro storico è invaso da ragazzini che non vogliono e non possono spendere molto e che puntano esplicitamente a ubriacarsi; tutto ciò non poteva non provocare impatti negativi sul settore, che significano anche chiusure di locali e licenziamenti.

Sono numerose le proteste degli ultimi mesi, alcune eclatanti, contro le ordinanze relative alla riduzione delle ore di lavoro, del suolo pubblico, al divieto di riprodurre musica dal vivo con gli amplificatori; tutto il settore dei locali afferenti alla Movidà vive la crisi in modo intenso e lo dimostrano le contrazioni di fatturato, la riduzione dei livelli occupazionali che ha finito per colpire anche molti giovani studenti universitari che per pagarsi gli studi e/o l'affitto della camera lavoravano come baristi, camerieri, nella cucine dei locali, ecc.

E' evidente che gli effetti della crisi rendono ancora più stringente la domanda di tanti gestori di regole chiare, di legalità, di interventi contro l'abusivismo, nonché di forme di supporto per chi opera anche nelle difficoltà dell'attuale crisi senza perdere di vista la dimensione sociale della propria attività.

Nella crisi il rischio è che si crei un microclima più favorevole ai free-rider, i *monovenditori* di alcolici, coloro che si muovono al limite o al di là dei confini della legalità pur di incrementare le vendite e contrarre i costi.

15.4. I protagonisti della *MalaMovidà*

Flussi di giovani che praticano eccessi nel consumo di alcolici, *fumano cannabis*, vanno a caccia di alcol a basso costo, e praticano i tanti comportamenti antisociali che sono tipici della *MalaMovidà*; questa è oggi una parte significativa della realtà catanese della Movidà, che ha subito la degenerazione patologica che ha portato all'egemonia in alcuni orari e in alcuni contesti della *MalaMovidà*.

Le parole dei tanti intervistati nelle attività di campo confermano questo quadro del centro storico catanese, e non sono infrequenti le risse tra gruppi di giovani e giovanissimi in preda agli effetti di un'assunzione eccessiva di alcolici e di stupefacenti; si sono anche registrati gravi fatti di cronaca nera.

Va detto che nel corso della settimana i principali frequentatori dei luoghi della Movidà catanese sono studenti universitari e persone più adulte, mentre durante il weekend quando molti studenti universitari (quelli che provengono dalla provincia principalmente) tornano nelle rispettive sedi di provenienza, e la gente più adulta tende ad andare in discoteca (nei mesi estivi si sposta lungo la scogliera, tra Catania, Acitrezza e Acicastello, dove gli stabilimenti balneari organizzano feste, serate danzanti), il centro storico, e in particolare Piazza del Teatro Massimo, diventa meta di giovani e

giovanissimi (si tratta di 50.000 unità in media a sera secondo dati dell'Associazione Centro storico – *Ce.stor.*) che provengono dai quartieri periferici e dai comuni limitrofi attratti dall'offerta massiccia di alcol a basso costo, come ad esempio gli shortini a 50 e 75 centesimi.

E' così che dall'analisi di campo emerge che ad esempio il venerdì sera il *popolo della notte* catanese protagonista della *MalaMovida* da vita ad una sorta di staffetta tra i tanti format di vendita di alcolici situati nei vicoli del centro storico; è così che si assiste ad una assunzione massiccia di alcolici che diventa il perno dello stare insieme, la sua ragione primaria.

Sul piano soggettivo viene evidenziato che i protagonisti della *MalaMovida* hanno una elevata domanda di alcol che è il perno dei loro interessi nelle ore in cui si muovono per il centro storico, secondo le logiche più estreme della cultura dello sballo e della trasgressione; dalle parole di alcuni degli intervistati emerge che la *MalaMovida* è fatta soprattutto di giovani “*a cui interessa solo spaccarsi il cervello*”, proiettati allo sballo, al divertimento low cost.

E' chiaro che quando Piazza del Teatro Massimo si riempie di giovani con le propensioni indicate diventa difficile per le forze dell'ordine svolgere le attività di controllo; e diventa ancora più difficile entrare nella piazza per i residenti che vivono come un incubo questo intasamento incontrollato.

E' evidente che di fronte al dispiegarsi della *MalaMovida*, all'evidenza delle sue dinamiche e cause, incluse quelle di tipo politico, i gestori più responsabili e gli stessi residenti chiedono un potenziamento dei controlli nei locali che vendono alcol a basso costo; l'abbattimento dei prezzi con il mantenimento di un margine adeguato è ovviamente reso possibile da tante pratiche ai margini delle regole.

Quel che è rilevante è che la vendita massiccia di alcolici moltiplica le situazioni in cui erompe la reazione all'alcol dei giovani consumatori, che subiscono tutti gli effetti negativi per la salute legati ad un consumo eccessivo, peraltro di prodotti presumibilmente di non buona qualità.

I gestori di pubblici esercizi alle prese con le dinamiche peggiori della *MalaMovida* che non possono che penalizzarli hanno elaborato una pluralità di proposte volte a ridurre l'abuso di alcol tra i giovani; è questo un aspetto decisivo per fronteggiare la dinamica perversa nel cuore della città catanese.

Dalla promozione di bevande analcoliche alla fissazione di prezzi minimi delle bevande alcoliche negli orari serali e notturni, è ampio il ventaglio di proposte, che hanno come obiettivo dichiarato quello di fare in modo che i

giovanissimi e i giovani passino a forme di consumo di alcolici più mature, responsabili, che non inducano a dosi massicce con lo scopo di sballarsi.

E' chiaro che esiste un problema più generale legato alla offerta di entertainment e aggregazione per i giovani a Catania; la città infatti offre poche iniziative dedicate ad essi, così come ormai pochi sono i luoghi di aggregazione ad essi destinati; al di là dei locali del centro, di giorno ci sono nove centri commerciali installati nei pressi della città che operano come centri aggregativi.

In un tale contesto, va detto che il rapporto con l'alcol non si limita ad accompagnare le serate dei giovani, ma si è andato imponendo come il protagonista delle loro uscite e l'unico modo per divertirsi.

Occorre una seria politica giovanile che sia anche in grado di offrire un ventaglio di possibilità e spazi gratuiti ed autogestiti ai giovani per il loro tempo libero e che sia di stimolo a comportamenti non di branco ma più consapevoli e responsabili.

Ci sono però esempi concreti di possibili alternative praticabili; alcuni dei testimoni privilegiati hanno sottolineato la necessità di far ripartire una elaborazione culturale socialmente condivisa, sul modello di quella che ha cambiato il centro della città tra la fine degli anni ottanta e l'inizio degli anni novanta ed ha presieduto alla nascita della Movida.

E' chiaro che la Movida catanese ha vissuto una parabola involutiva, che ne ha espunto i tratti più virtuosi, positivi, vincenti, in grado di generare straordinario valore sociale ed economico, oltre che culturale, per ridursi a rappresentazione della *MalaMovida*, concentrato di domanda e offerta incondizionata e sregolata di alcolici.

Il rilancio della Movida catanese può rappresentare un laboratorio significativo per una nuova fase in cui la fruizione del centro storico perda la sua dimensione dissipativa, quasi distruttiva, socialmente e culturalmente.

A Catania, in modo forse più evidente che altrove, la Movida è nella percezione collettiva cosa ben diversa dalla *MalaMovida*, è un fenomeno sociale di massa, con radici importanti di cui si pensa di avere bisogno per una città vivibile.

15.5. La complessità del controllo

Dalle interviste realizzate sul campo emerge che nel centro storico di Catania ci sono problemi significativi in questa fase in termini di sicurezza e abusivismo; i problemi di ordine pubblico sono molto legati alle attività illegali di spaccio di sostanze stupefacenti e, a monte, al consumo in eccesso di alcolici che come si è visto è disponibile a prezzi molto bassi.

Le problematiche della sicurezza sono considerate rilevanti, e soprattutto viene giudicata come inadeguata la dotazione di forze di polizia e anche della polizia locale. Viene evidenziata la necessità di rendere più capillare il controllo del territorio, con una più incisiva capacità di mettere sotto osservazione i contesti del centro storico, con anche un potenziamento delle varie tipologie di forze dell'ordine.

E' tutta l'attività di controllo relativa alla vendita di alcolici, ai diversi aspetti che concernono l'attività dei punti vendita esistenti che ha bisogno di essere potenziata e resa più efficace.

Così come è forte il richiamo alla necessità di un'applicazione più rigida delle sanzioni previste per chi non rispetta le regole, incluso anche un potenziamento dei controlli sui venditori ambulanti, ad esempio i camion bar che naturalmente possono vendere alcolici fino a tarda notte; e anche l'occupazione di suolo pubblico con tavolini e sedie in prossimità dei camioncini sono considerate una forma di forzatura con conseguenze non positive per il contesto.

Va detto che i camion bar nati come ambulanti sono diventati postazioni fisse, tanto che in alcuni casi sono posizionati su blocchi di cemento.

E' un aspetto specifico, che tuttavia va affrontato all'interno di una logica di razionalizzazione dell'utilizzo dello spazio pubblico e di gestione matura e consapevole della vendita di alcolici.

Ci sono poi i problemi legati all'intasamento degli spazi pubblici come ad esempio la questione dei parcheggi a pagamento in cui tendono a operare numerosi parcheggiatori abusivi: così al costo del parcheggio si aggiunge la sovratassa legata alla presenza dei parcheggiatori abusivi; il loro numero è aumentato di molto negli ultimi anni, con un effetto negativo sulla percezione collettiva di legalità e sicurezza.

E' stato più volte proposto da parte dei pubblici esercenti la possibilità di realizzare parcheggi serali e notturni in alcune piazze, affidando la gestione a cooperative, con presidio di vigili urbani, al fine di combattere il fenomeno dell'abusivismo e incentivare così anche l'afflusso di persone; tra le proposte c'è poi anche la messa a disposizione di navette elettriche in grado di garantire la mobilità dal parcheggio ai luoghi della Movida.

Si tratta ovviamente di promuovere abitudini diverse per i catanesi fruitori della Movida, di portarli verso una organizzazione della propria partecipazione alla Movida che consenta di minimizzare almeno alcuni dei fattori critici che, al fianco di quello legato all'eccesso di alcolici, determinano la *MalaMovida*.

Esiste poi il problema della viabilità nel centro storico, con particolare riferimento alla chiusura di ulteriori strade del centro storico; è emersa infatti la richiesta di chiudere alcune strade per evitare l'intasamento da traffico.

E' evidente che nel caso di Catania è strategica l'evoluzione della Movida verso format in grado di valorizzare e premiare gli operatori più virtuosi, più attenti soprattutto nella filiera di vendita di alcolici agli impatti sociali delle loro scelte.

E ciò va inserito in un insieme molto articolato di iniziative che devono dare una sterzata a molti degli aspetti che convergono a determinare la torsione patologica della Movida catanese.

Anche nella città etnea l'egemonia della *MalaMovida* richiede molto più che ordinanze spettacolari o muscolari: ci vuole un salto di qualità collettivo.

15.6. Le problematiche dei residenti

Nel centro storico di Catania è alta la presenza tra i residenti di anziani e di famiglie con figli che hanno buona disponibilità di reddito e che hanno scelto di vivere in tale contesto.

Sono persone che hanno effettuato un vero e proprio investimento di vita scegliendo di vivere in quelle strade, e che pertanto non accettano serenamente l'attuale situazione in cui finiscono per ritrovarsi prigionieri nelle proprie abitazioni, da dove è anche difficile andare, via visto che si è

in presenza di una perdita di valore economico degli immobili destinati ad uso diverso rispetto a quello dell'intrattenimento.

Nell'area si è registrata nel tempo una vera e propria battaglia da parte dei residenti che si è andata orientando contro una parte dei gestori dei locali; i residenti hanno dato vita all'associazione *Ce.stor.*, divenuta nell'ultimo periodo molto forte e attiva.

Le richieste dell'Associazione dei residenti del centro storico di Catania sono di maggiori controlli, di procedere alla chiusura anticipata dei locali perché tutto ciò incide molto negativamente sulla qualità della vita.

Molti affittuari sono letteralmente fuggiti dal contesto lasciando i proprietari con le case sfitte e soprattutto con la convinzione che *“fino a quando non muore la Movida non riusciranno ad affittare e soprattutto a vendere gli immobili”*.

E' forte la richiesta di ricevere in ogni caso forme di supporto anche da parte dell'amministrazione nel fronteggiare alcune spese considerate ineludibili, quali l'installazione dei doppi vetri e quella dell'aria condizionata; così come la richiesta di incentivare l'insonorizzazione degli ambienti nei locali.

Rispetto al problema della viabilità è stata introdotta per una parte del centro storico la *zona a traffico limitato* (vista dai residenti come un'opportunità per limitare l'ingresso di auto nel centro storico), ma dopo quattro anni dall'approvazione del relativo regolamento la Ztl non è ancora realmente operativa.

E' alto il rischio che le non risposte all'exasperazione dei residenti generi un rifiuto quasi ideologico della stessa idea di spazio pubblico, con una cesura nella memoria collettiva di Catania che in una fase alta della sua storia recente ha vissuto un esaltante riconquista del centro storico.

15.7. Cosa servirebbe per far rinascere la Movida catanese

La Movida catanese ha bisogno di essere rigenerata e per farlo deve andare molto oltre le sue dinamiche più recenti, probabilmente riallacciandosi idealmente alla sua fase eroica. Non è solo un problema di regole e tecniche varie, ma un problema di dinamica socioculturale da riattivare.

Intanto però ci sono alcune cose che andrebbero fatte per avere un centro storico vitale, vissuto senza compromettere la funzione residenziale:

- garantire una maggiore presenza delle forze dell'ordine sul territorio;
- attuare controlli verso le unità di vendita di alcolici a basso costo, e in modo particolare verso quelle unità di vendita che non potrebbero in realtà vendere alcolici nelle modalità in cui lo fanno;
- combattere il forte abusivismo presente nel centro storico;
- lavorare sui fattori generatori di intasamento, come l'afflusso di auto;
- diversificare l'offerta di fruizione del tempo libero e dello spazio pubblico, provando ad incentivare anche attività di tipo culturale, forme di ibridazione tra le attività di vendita e somministrazione di cibo e bevande e attività più propriamente culturali. E' importante generare forme di vantaggio per esercizi pubblici che non cedono alla logica della scarnificazione della propria attività, che garantiscono servizi articolati che vanno oltre la vendita di alcolici;
- provare anche a delocalizzare almeno in parte la Movidà, provando ad accompagnare processi di installazione di locali in altri contesti cittadini, con politiche di incentivazione per eventuali investitori.

La rinascita della città passa comunque anche da una rigenerazione della Movidà che si è visto è parte integrante del brand cittadino, soprattutto nelle sue fasi alte.

Catania senza la Movidà, anche nel suo centro storico, sarebbe una città snaturata; è chiaro però che la città ha oggi bisogno di una strategia di lunga lena che la liberi dalla *MalaMovidà* che crea pulsioni proibizioniste, pericolose spinte a blindare territori la cui rinascita, si è visto, è iniziata proprio dalla crescente occupazione delle strade da parte dei cittadini e dei giovani in particolare.

ALLEGATO

NORME E REGOLE RELATIVE ALL'ALCOL

NOTE SULLE NORMATIVE RELATIVE ALL'ALCOL

Il recente decreto Balduzzi (D.L. n. 158/2012 conv. in L. n. 189/2012), con l'articolo 7 comma 3 bis, ha introdotto il divieto di vendita di bevande alcoliche ai minori di 18 anni, mentre, con il successivo comma 3 ter, ha inserito un nuovo comma all'articolo 689 del codice penale, che già disciplina il divieto di somministrazione di bevande alcoliche ai minori di 16 anni e agli infermi di mente, introducendo così il divieto di somministrare alcolici attraverso i distributori automatici che non consentano la rilevazione dei dati anagrafici dell'utilizzatore mediante sistemi di lettura ottica dei documenti o che non siano presenziati da personale incaricato di effettuare il controllo dei dati anagrafici.

Il quadro normativo risulta così composto:

- divieto di somministrazione di bevande alcoliche ai minori di anni 16 (art. 689, comma 1, c.p.);
- divieto di somministrazione di bevande alcoliche ai minori di anni 16 per mezzo di distributori automatici (art. 689, comma 2, c.p.);
- divieto di vendita di bevande alcoliche ai minori di anni 18 per mezzo di distributori automatici (art. 14 ter L. 125/2001);
- divieto di vendita di bevande alcoliche ai minori di 18 anni (art. 14 ter L. 125/2001).

In pratica, è possibile somministrare al tavolo o al banco una birra in bottiglia se il cliente ha più di 16 anni, ed è possibile vendere la medesima bottiglia per asporto se il cliente ha più di 18 anni.

Va detto che vendita e somministrazione configurano due fattispecie distinte e separate sia sotto il profilo giuridico sia sotto i profili fiscali, essendo la prima una cessione di beni e la seconda una prestazione di servizi, e pertanto devono applicarsi le rispettive norme, non potendo estendere la disciplina di una all'altra e viceversa.

LIMITI DI ORARIO ALLA VENDITA E ALLA SOMMINISTRAZIONE DEGLI ALCOLICI E DEI SUPERALCOLICI

La distinzione tra somministrazione e vendita è stata più volte presa in considerazione dal legislatore in relazione alla *vendita e somministrazione di alcolici nelle ore notturne*.

Infatti, sono previsti limiti di orari diversi a seconda della fattispecie presa in considerazione:

- **Publici esercizi:** divieto somministrazione e vendita alcolici e superalcolici dalle 3 alle 6 (art. 54 riforma Codice Strada 2010 - allegato 5).
- **Circoli privati:** divieto somministrazione e vendita alcolici e superalcolici dalle 3 alle 6 (art. 54 riforma Codice Strada 2010).
- **Distributori automatici** sia in PE sia in altri luoghi: divieto somministrazione e vendita alcolici e superalcolici dalle 24 alle 7 (art. 14 bis L. 125/2001).
- **Spazi e aree pubblici:** divieto somministrazione e vendita alcolici e superalcolici dalle 3 alle 6 (art. 54 riforma Codice Strada 2010).
- **Esercizi di vicinato:** divieto vendita alcolici e superalcolici dalle 24 alle 6.
- **Aree di servizio sulle autostrade e strade di tipo A** (superstrade): divieto somministrazione superalcolici, divieto vendita per asporto superalcolici dalle 22 alle 6, divieto di somministrazione alcolici dalle 2 alle 6 (Art. 14 L. 125/2001 - allegato 6).

In questo caso rileva anche la distinzione tra alcolici e superalcolici, contenuta nell'art. 1, comma 2, della legge n. 125/2001: "Per bevanda alcolica si intende ogni prodotto contenente alcol alimentare con gradazione superiore a 1,2 gradi di alcol e per bevanda superalcolica ogni prodotto con gradazione superiore al 21 per cento di alcol in volume".

ALCUNE REGOLE SULL'ALCOL

Lo specchietto che segue fornisce un quadro sintetico del rapporto tra la vendita di alcol e le attività commerciali ed artigianali.

Attività	Limiti
Artigiani	Vendita di alcolici solo se di propria produzione Vietata la somministrazione
Esercizi di vicinato	Non è consentito il consumo sul posto di alcolici
Distributori automatici	Possono erogare alcolici solo se attrezzati con lettore di documento di identità o se presidiati da personale

Seguono le limitazioni a vendita e somministrazione di bevande alcoliche in alcune specifiche fattispecie.

- La somministrazione di bevande aventi un contenuto alcolico superiore al 21 per cento del volume non è consentita negli esercizi operanti nell'ambito di impianti sportivi, fiere, complessi di attrazione dello spettacolo viaggiante installati con carattere temporaneo nel corso di sagre o fiere, e simili luoghi di convegno, nonché nel corso di manifestazioni sportive o musicali all'aperto. Il sindaco, con propria ordinanza, sentita la commissione competente ai sensi dell'articolo 6, può temporaneamente ed eccezionalmente estendere tale divieto alle bevande con contenuto alcolico inferiore al 21 per cento del volume (Art. 5, comma 2, Legge n. 287/1991 e leggi regionali).
- Nelle attività lavorative che comportano un elevato rischio di infortuni sul lavoro ovvero per la sicurezza, l'incolumità o la salute dei terzi, individuate con decreto del Ministro del lavoro e della previdenza sociale, di concerto con il Ministro della sanità (allegato 8), da emanare entro novanta giorni dalla data di entrata in vigore della presente legge, è fatto divieto di assunzione e di somministrazione di bevande alcoliche e superalcoliche (Art. 15, comma 1, Legge n. 125/2001).

GLI ORARI DEI NEGOZI DI VENDITA E DEGLI ARTIGIANI

Fino al 1998 i protagonisti assoluti della sera degli italiani sono rimasti i pubblici esercizi.

Infatti i negozi di vendita dovevano chiudere alle ore venti, elevabili alle 21 nel periodo estivo, al medesimo orario erano vincolati anche cooperative ed artigiani con vendita al pubblico.

Successivamente, con l'introduzione del Decreto Legislativo 114 del 1998, l'orario di apertura dei negozi fu portato dalle ore 7 alle ore 22. Ma tale orario non si applicava più agli artigiani che per la vendita al minuto da allora possono rimanere aperti 24 ore al giorno. La medesima libertà di orario viene ad interessare il commercio al dettaglio nei comuni ad economia prevalentemente turistica e nelle città d'arte.

Dal 2012 la liberalizzazione degli orari è stata universale.

Da quanto sopra emerge come già dal 1999 *nelle città d'arte ed in quelle turistiche la sera non è più riservata ai tradizionali pubblici esercizi ma è aperta a tutti gli operatori commerciali ivi compresi quelli che esercitano su aree pubbliche.*