

“Licenza di viaggiare”? Immaginari urbani e modelli di città

Summary: “LICENCE TO TRAVEL?” URBAN IMAGINARY AND CITY MODELS

The article discusses the spread of an urban discourse built on the reproduction of a few keywords (competitiveness, sustainability, creativity, smartness) and the consequences of such a diffusion on the urban transformations and, in particular, on urban public spaces. The contemporary urban imaginery appears gradually narrowed in an urban tale acting not only on what one can imagine, but also on the physical transformation of the spaces. Current mainstream global urbanism leads urban transformation processes producing and reproducing a few images and a few models of intervention. The center of Marseille, affected by a number of changes, is a good example of an urban transformation flattened on a stereotyped urban imaginery, where new spaces of consumption respond to the logic of international competition and the attractiveness of companies, investors and tourists.

Keywords: urban imaginery, policy-mobility, spaces of consumption, Marseille.

1. Introduzione

Da sempre, nei diversi periodi e nelle diverse epoche storiche, alcune città acquisiscono uno “status paradigmatico” tanto da divenire delle icone di un’era, dei luoghi (immaginari e simbolici) in cui tutti vorremmo abitare, lavorare, consumare: «the place where it all comes together» (Thrift, 1997, p. 142). Le città hanno tradizionalmente forgiato e dato forma, fisica e simbolica, all’immaginario collettivo. Il mutamento delle strutture economiche, politiche e culturali configura anche un mutamento dell’immaginario urbano che catalizza le trasformazioni e le metabolizza, propone una nuova visione della città, ingloba le diverse immagini e conserva una parte di quelle precedenti.

L’articolo intende discutere il progressivo appiattimento dell’immaginario collettivo della e sulla città in un discorso sull’urbano costruito su “verità” indiscusse e indiscutibili e “etichette” senza spessore e senza profondità; le conseguenze di questo appiattimento sulle forme, fisiche e simboliche, dello spazio pubblico; il ruolo che in tale processo svolge il commercio e, in particolare, la costruzione di spazi del consumo connessi a nuovi modelli di uso del tempo libero, del turismo e della cultura. Come scrive Zukin (1998), a partire dalla fine degli anni Novanta, il consumo è progressivamente divenuto mezzo e motore di processi di trasformazione urbana che si attuano attraverso un mix funzionale e formale i cui caratteri principali appaiono rivolti alla “visual at-

tractions that make people to spend money. They include an array of consumption spaces from restaurants and tourist zones to museums of art and other cultural fields, gambling casinos, sports stadia and specialised stores” (p. 832).

L’articolo è organizzato in 3 passaggi principali. Dopo l’introduzione, il primo passaggio discute l’appiattimento dell’immaginario urbano per effetto della cosiddetta *policy mobility* e del ruolo che in essa hanno alcuni “miti” delle attuali politiche pubbliche (trasferibilità, buone pratiche, *evidence-based policies*). Il secondo passaggio, facendo riferimento ai processi di trasformazione del centro di Marsiglia, si concentra sulle conseguenze che la “mobilità delle politiche” ha sulla costruzione e trasformazione degli spazi pubblici e sul ruolo che svolge il commercio nel permettere/favorire/imporre una omologazione di forme e processi di trasformazione. Il terzo passaggio, infine, conclude interrogandosi sul rapporto tra immaginario urbano, omologazione degli spazi pubblici e modelli di consumo.

2. In viaggio

Policy mobility e *policy transfer* sono i termini con i quali gli studiosi di politiche pubbliche indicano il processo attraverso il quale la conoscenza sulle politiche, sui meccanismi istituzionali e amministrativi, sulle idee si muove da un sistema politico ad un altro, contribuendo alla costruzione di politiche,



meccanismi amministrativi e istituzionali e, soprattutto, di idee e immaginari che tendono sempre più ad assomigliarsi (Dolowitz e Marsh, 2000). Benché questo processo non sia una novità, poiché i *policy makers* sono sempre stati impegnati nell'imparare e trasferire idee da altri luoghi (Clarke, 2011), esso si è diffuso e si è velocizzato in anni recenti, anche modificando il tipo di politiche in movimento, i meccanismi attraverso cui si attuano la mobilità e il trasferimento, il quadro tecnocratico-manageriale delle politiche pubbliche in cui tali meccanismi si inscrivono. Secondo Gonzalez (2011), la diffusione e la progressiva velocizzazione della *policy mobility* sono influenzate dalla compressione spazio-temporale descritta anni fa da David Harvey come uno dei tratti distintivi della globalizzazione e dello sviluppo delle tecnologie di comunicazione, dall'ascesa delle imprese transnazionali e, soprattutto, dal ruolo di organizzazioni e istituzioni sovra-nazionali nel favorire lo scambio e il trasferimento di modalità di azione e di intervento. I programmi Interreg e la rete Eurocities dell'Unione Europea, le iniziative sulle politiche urbane dell'OECD, dell'UN Habitat e della Banca Mondiale sono infatti spesso rivolti alla promozione e alla diffusione delle cosiddette *good practices* favorendo così la mobilità e il trasferimento di modalità di azione. L'assunzione alla base delle "buone" o addirittura "migliori" pratiche, divenuta tanto diffusa da essere ormai senso comune, è che la loro disseminazione porti, in maniera un po' magica, ad una maggiore efficacia delle politiche (Bulkeley, 2006). La relazione fra diffusione delle "buone pratiche" e efficacia delle politiche è però soprattutto un auspicio, che per altro tralascia l'inevitabile redistribuzione di vantaggi e svantaggi che ogni processo di trasformazione porta inevitabilmente con sé. Il "mito" delle buone pratiche configura quindi anche un sistema di normalizzazione e di standardizzazione delle pratiche stesse (Devisme et al., 2007). Tale sistema è favorito, dal punto di vista culturale, dall'adozione del cosiddetto *evidence-based policy making*, secondo il quale, molto ragionevolmente, le politiche pubbliche devono essere definite all'interno di un quadro conoscitivo chiaro e coerente (cfr., per quanto riguarda le politiche urbane, Davoudi, 2006). Se ciò è chiaramente preferibile, tuttavia, dietro l'idea dell'*evidence-based policy making* si cela una concezione "razionale" e ancora fedele a presupposti positivisti di conoscenza e di azione sulla città (il mito della neutralità della conoscenza; della superiorità dei metodi quantitativi perché "oggettivi", o almeno pensati come tali; il rapporto diretto fra conoscenza e azione per cui prima si conosce, bene, e poi si agisce, bene; cfr., per una critica, Gleeson, 2013 e per un più gene-

rale ripensamento del rapporto fra conoscenza e azione, Governa, 2014). L'adozione di forme di conoscenza razionali e positiviste propone una soluzione "provata e testata" a problemi urbani definiti in termini generali secondo le parole d'ordine della competitività, della sostenibilità, della rigenerazione, della creatività e porta all'affermarsi di modelli di città *ready-made*, che vanno bene per tutti e per ogni problema. Modelli urbani "testati e provati", da imitare perché funzionano in assoluto e, quindi, in un luogo astratto.

I modelli urbani di questo "mainstream global urbanism" (Sheppard et al., 2013) non sono neutri, ma sono inseriti in relazioni di potere e portano l'impronta degli interessi coinvolti al loro interno (Peck, 2011). La mobilità delle politiche e il trasferimento delle "buone pratiche" sarebbero cioè parte della diffusione di logiche di stampo neoliberista nelle politiche urbane e nei processi di trasformazione della città (Brenner et al., 2012). Benché il neoliberalismo urbano non sia un monolite immutabile, tuttavia, come mettono in evidenza Peck e Tickell (2002), i modelli di intervento neoliberisti si basano su un repertorio di politiche urbane estremamente ristretto che può essere riassunto nella "pressione" sulle città a competere. La competizione è cioè assunta come una necessità, un imperativo "naturale" e, come tale, indiscusso e indiscutibile (Swyngedouw, 2010). Il governo urbano si risolve in un'attività puramente tecnica (o tecnocratica) (Davidson e Iveson, 2014) che si esercita nella costruzione del consenso intorno alle scelte tecniche da attuare per raggiungere obiettivi predefiniti, escludendo la dimensione politica della scelta e del conflitto. La ripetizione di alcune parole d'ordine – creatività, sostenibilità, *smartness* – si affianca al ruolo imprenditoriale svolto dalle autorità locali, all'affermarsi di meccanismi di *governance* semi-autoritari (al di là della retorica della partecipazione e dell'inclusione, che tende invero a mascherare tali processi) per attuare velocemente grandi trasformazioni urbane, alla semi-privatizzazione delle istituzioni pubbliche che le rende sempre più simili al, o per lo meno in grado di interagire secondo regole privatistiche con il, settore privato, alla mercificazione dell'architettura e degli spazi urbani (Jessop, 2002). Non si tratta solo di uno stile di governo basato sulle leggi dell'economia, ma, seguendo Foucault (2005), di un "regime di verità", "una vera e propria maniera di essere e di pensare", un "metodo di pensiero" che trasforma i soggetti di diritto in soggetti economici. E, nello specifico delle politiche urbane, trasforma gli abitanti in consumatori, rendendo il consumo – di merci, spazi e "esperienze urbane" –

parte integrante delle pratiche sociali dell'abitare contemporaneo.

3. Forme, spazi, funzioni: a Marsiglia come altrove

Negli ultimi 20 anni, la “ricetta” *made in Marseille* per far fronte al declino economico, alla diminuzione della popolazione e all'aumento della disoccupazione derivati dalla crisi del porto e dalla deindustrializzazione degli anni Ottanta (Peraldi et al., 2015) è la messa in atto della consueta strategia competitiva che usa la trasformazione urbana come strumento per definire strategie di sviluppo economico; la cultura e la creatività come *atout* strategiche nella competizione fra città; l'architettura come simbolo di una nuova città internazionale. Tale “ricetta” è promossa e attuata dal programma *Euroméditerranée*, che prende avvio nel 1995 per poi essere recentemente “integrato” dall'insieme degli interventi connessi a *Marseille-Provence Capitale Europea della Cultura 2013* (Langevin e Juan, 2007; Bertocello et al., 2009; Grésillon, 2011; Peraldi et al., 2015).

Euroméditerranée è una delle più importanti ed estese trasformazioni urbane d'Europa e si pone l'obiettivo di ridefinire l'identità della città e rilanciare il ruolo di Marsiglia sulla scena internazionale attraverso l'attrazione di nuove attività economiche, servizi finanziari, turismo marittimo e attività crocieristica, servizi culturali e telecomunicazioni. Gli interventi interessano il quartiere de la Joliette, la stazione ferroviaria Saint-Charles e la Porte d'Aix, l'area industriale della Manifattura Tabacchi nel quartiere della Belle de Mai, l'area litorale del Fort Saint Jean. Un'area centrale, dunque, abitata per la maggior parte da popolazione di origine straniera con redditi modesti, caratterizzata da un tessuto urbano eterogeneo in cui si alternano *friches* industriali e magazzini portuali, immobili residenziali di ispirazione hausmaniana e edifici che presentano la caratteristica tipologia delle *trois fenêtres* marsigliesi.

Fra gli interventi compresi in *Euroméditerranée* si inserisce la trasformazione della Rue de la République, una via di matrice hausmaniana realizzata nella seconda metà dell'Ottocento per collegare il *vieux port* al nuovo porto industriale de la Joliette (Jasmin e Jasmin, 1994). Sia nella costruzione originaria sia nella trasformazione degli anni 2000, la Rue de la République articola e ridefinisce la relazione fra la città e il porto, agendo su un tessuto urbano “fragile” (la città medievale, prima; un'area “popolare”, abitata da popolazione di origine straniera e a basso reddito, adesso) (Fournier

e Mazzella, 2004). L'obiettivo della riqualificazione di Rue de la République si iscrive in quello più generale di *Euroméditerranée*: rendere la città attrattiva per investitori e turisti. E si traduce, nel concreto, nella “sostituzione” della popolazione e delle attività commerciali con lo spostamento dei piccoli proprietari, di una parte consistente di habitat sociale e del piccolo commercio di prossimità.

La valorizzazione immobiliare è la vera posta in gioco del processo di riqualificazione della Rue de la République (Fournier e Mazzella, 2004). Gli edifici ottocenteschi, destinati originariamente alla borghesia imprenditoriale, sono occupati fin dalla loro costruzione da una popolazione a redditi più modesti. I bassi valori immobiliari dell'area sono controbilanciati da un elevato potenziale di sviluppo, che attrae investitori di livello globale. Nel 2004, “Marseille République”, di proprietà del fondo pensione nord-americano Lone Star, entra nel progetto di riqualificazione acquistando circa 300 negozi e 1.450 abitazioni. Nel 2007, “Marseille République” diviene di proprietà di Atemi, una società collegata alla Lehman Brothers (il cui fallimento nel 2008 ha determinato il blocco dell'operazione immobiliare fino al 2010)¹. Nonostante la “forza” degli attori in campo, l'operazione ha dato origine a risultati modesti: i valori immobiliari non hanno avuto un vero incremento; la gentrificazione dell'area, ampiamente ricercata e programmata, non si è realizzata; la progressiva sostituzione dei commerci non ha prodotto lo (sperato o temuto) rilancio della via (CVPT, 2015). Benché il sito di promozione turistica di Marsiglia sottolinei come le numerose *boutiques de marque* facciano della Rue de la République una delle maggiori attrazioni commerciali della città, una “vetrina internazionale” in grado di aumentare l'attrattività turistica del quartiere e favorire la rigenerazione del centro, molti negozi sono ancora chiusi (55%) e i nuovi esercizi commerciali sono per la maggior parte negozi in *franchising* delle grandi catene internazionali (H&M, Mango, Sephora ecc.)².

Le stesse caratteristiche merceologiche connotano anche il commercio insediato nelle *Terrasses du Port*, il nuovo centro commerciale *au bord de la mer* inaugurato il 23 maggio del 2014 che comprende 160 negozi (Monoprix, Décathlon, Zara...), per una superficie complessiva di 61.000 m². Localizzato al fondo di Rue de la République, nel nuovo quartiere degli affari di la Joliette, il progetto è parte del nuovo *waterfront* di Marsiglia, uno degli interventi più ambiziosi di *Euroméditerranée* che, per circa 3 km, dal Fort Saint Jean a Arenc, ha costruito un nuovo spazio del consumo in cui architetture simbolo della nuova Marsiglia (come



il MuCEM - *Musée des Civilisations de l'Europe et de la Méditerranée*) ospitano attività culturali, ludiche e terziarie.

A Marsiglia, come altrove, le trasformazioni urbane si pongono l'ormai consueto obiettivo della competizione internazionale e si attuano seguendo modelli urbani predefiniti: riuso del *waterfront*, riqualificazione del centro storico a fini turistici, localizzazione di funzioni culturali, commerciali e di intrattenimento in spazi pedonalizzati. La trasformazione della città appare sempre più "segnata" da un consumo "globale", com'è globale l'idea di città che tale trasformazione veicola. Insieme al "viaggio" di procedure e modalità di azione, viaggiano dunque, nelle pratiche, modelli di città, i quali, attraverso la loro diffusione e la loro ripetizione, diventano parte della narrazione dominante su cosa funziona o cosa no, contribuiscono alla formazione di un immaginario collettivo appiattito su poche idee, poche forme, poche funzioni, mettendo contemporaneamente sullo sfondo altre idee, altre forme, altri spazi, altri problemi, altri soggetti.

4. Immagini e immaginari urbani

«Cities are not simply material or live spaces - they are also spaces of imagination and spaces of representation. How cities are envisioned has effects» (Bridge e Watson, 2000, p. 7). Il modo in cui la città è immaginata, descritta, rappresentata non è neutro, ma apre e chiude possibilità per gli interventi e le azioni: può fare apparire quello che ancora non c'è, può nascondere possibili tracce di una città diversa, può raccontare una realtà autonoma, totalmente sganciata dalla città cui si riferisce. Il "mondo" delle immagini urbane proietta e costruisce narrazioni sulla e della città, sovrapponendo e alternando visioni legate alla speranza di un futuro migliore e visioni legate alla paura di un futuro distopico. Contemporaneamente, attraverso le immagini, la città "sogna" se stessa, così come si esprimono e si solidificano relazioni di potere (Amin e Thrift, 2005).

Produzione di immagini e produzione di città non sono processi disgiunti. Entrambi concorrono alla formazione e creazione di un fenomeno socio-spaziale, ridefinendo la città e la sua auto-rappresentazione come parte di quel «misconoscimento strutturato» che costituisce (e costruisce) la città come ideologia (Wachsmuth, 2014). Il rapporto tra immagini e forme sociali e materiali che la città assume non è diretto né semplice. È in questo rapporto che "agisce" l'immaginario collettivo, cioè «quell'insieme di rappresentazioni di immagini e

d'idee, attraverso le quali una società urbana – o parte di essa, o i suoi ideologi e i suoi artisti, che non di rado sono la stessa cosa – costruisce per se stessa e per gli altri un autoperpersonaggio, un autoritratto (...) questo personaggio ha due facce: una materiale, reale, rappresentata dalla struttura e dall'aspetto della città stessa; l'altra mentale, incarnata nelle rappresentazioni artistiche, letterarie e teoriche della città. L'immaginario urbano consiste insomma nel dialogo fra queste due realtà, fra la città e la sua immagine» (Le Goff, 1982, p. 7).

In ogni città convivono tante immagini, mostruose, fantastiche, verosimili; alcune più recenti, altre meno. Le diverse immagini di una città sono portatrici di diverse istanze, diverse esigenze, diversi interessi. Le immagini, i ricordi, i sogni, i fantasmi, le credenze e i miti si accumulano continuamente, in un processo che elide alcune immagini e ne porta in evidenza altre. L'interazione fra le diverse immagini di una città è un gioco di potere, in cui le forze in campo mettono in gioco le proprie risorse (conoscitive, economiche, culturali ecc...) per rendere la propria immagine visibile (ad esempio nel dibattito pubblico) (Governa e Lancione, 2010).

L'insieme stratificato di immagini non sempre converge verso rappresentazioni unificanti. Quando ciò avviene l'immaginario collettivo sulla città si solidifica in un discorso che è, prima di tutto, sociale e politico poiché delimita il campo del possibile e orienta l'azione individuale e collettiva. L'attuale discorso sulla città, come scrive Bianchetti (2011), «ha espunto i contrasti, rifiuta la dimensione antagonista come dimensione costitutiva. Le trasformazioni che stanno cambiando fortemente il carattere delle città europee sono intese come qualcosa di progressivo, di buono per tutti. La contrapposizione è vista come fenomeno arcaico che riguarda minoranze particolarmente disagiate o connotate» (p. 9). Le città da ammirare e desiderare sono così stabilite dalle classifiche delle città «vincenti»: dalla Barcellona rigenerata degli anni '90 alla Bilbao del Guggenheim alla Singapore degli anni 2000, esempio di politiche urbane "che funzionano" in cui la violazione delle libertà di base – di parola e espressione – e dei diritti umani e civili non è un problema perché, semplicemente, non c'è: non è descritta, non è rappresentata. Parole chiave e retoriche, parte di una conoscenza urbana normale e normalizzante (Brenner e Schmidt, 2015), guidano i processi di trasformazione urbana, sia aprendo e chiudendo possibilità su ciò che è possibile immaginare e desiderare, sia agendo nel concreto della trasformazione fisica degli spazi.

Modelli di città competitive, creative, smart definiscono prefigurazioni di un futuro non solo desi-

derabile e possibile, ma addirittura inevitabile, giustificando automaticamente la rappresentazione e, allo stesso tempo, proponendo un insieme ristretto di forme fisiche e sociali, di problemi da affrontare e di possibili soluzioni, operando una sorta di restringimento del significato e del senso del fare città e di appiattimento delle forme con cui, materialmente, si fa città. Le trasformazioni rivolte a riqualificare e rendere competitiva la città accolgono paesaggi omologati, i cui spazi tendono ad assomigliarsi almeno per la diffusione di pratiche del consumo legate ai temi dell'ordine, della pulizia e della sicurezza. Più che le pratiche spaziali dell'urbanità, sono i comportamenti e i modelli del consumo a "fare città", replicando criteri di commerciabilità e turisticizzazione degli spazi. Marchi, insegne, strade dello shopping e della moda, spazi di vendita, loisir e cultura affermano e rendono comune l'esperienza urbana. Il processo di estetizzazione degli spazi pubblici, realizzato sia attraverso le diverse forme di richiamo all'acquisto o alla semplice fruizione (vetrine, insegne, manifesti pubblicitari) sia con l'architettura, modifica le gerarchie e ridefinisce i rapporti tra le diverse parti della città, attribuisce nuovi significati ai luoghi e usa lo spazio come simbolo per attirare investitori, capitali, turisti. Spazi strutturati nel gestire e manipolare i percorsi (d'acquisto) degli abitanti-consumatori invadono e pervadono ogni aspetto dell'abitare. Una logica globale della trasformazione urbana che pervade i discorsi e le pratiche e che poi selettivamente si ancora, mediandosi e ibridandosi, nei diversi contesti politici e spaziali.

Bibliografia

- Amin A., Thrift N., *Città. Ripensare la dimensione urbana*, Bologna, Il Mulino, 2005.
- Bertoncello B., Rodrigues Malta R., Dubois J., *Opération Euro-méditerranée: une affaire d'Etat*, Rapport de Recherche, Programme POPSU, PUCA, 2009.
- Bianchetti C., *Il '900 è davvero finito*, Roma, Donzelli, 2011.
- Brenner N., Schmidt C., "Towards a new epistemology of the urban?", in *City*, 19, 2-3, 2015, pp. 151-182.
- Brenner N., Marcuse P., Mayer M. (eds), *Cities for people not for profit*, London and NY, Routledge, 2012.
- Bridge G., Watson S., "City Imagineries", in Bridge G., Watson S. (eds), *A Companion to the City*, Oxford, Blackwell, 2000, pp. 7-17.
- Bulkeley H., "Urban sustainability: Learning from best practice?", in *Environment & Planning A*, 38 (6), 2006, pp. 1029-1044.
- CVPT - Un Centre Ville Pour Tous, *Onze ans après... et toujours inachevée*, Marseille, 2015.
- Clarke N., "Urban policy mobility, anti-politics, and histories of the transnational municipal movement", in *Progress in Human Geography*, 35, 4, 2011, pp. 1-19.
- Davidson M., Iveson K., "Recovering the politics of the city: From the post-political city to a method of equality for criti-

- cal urban geography", in *Progress in Human Geography*, 39 5, 2015, pp. 543-559.
- Davoudi S., "Evidence-Based Planning: Rhetoric and Reality", in *disP*, 165 (2), 2006, pp. 14-24.
- Devisme L., Dumont M., Roy E., "Le jeu des "bonnes pratiques" dans les opérations urbaines entre norme et fabrique locale", in *Espaces et sociétés*, 131, 4, 2007, pp. 15-31.
- Dolowitz D. P., Marsh D., "Learning from Abroad: The Role of Policy Transfer in Contemporary Policy-Making", in *Governance: An International Journal of Policy and Administration*, 13, 2000, pp. 5-24.
- Foucault M., *Nascita della biopolitica. Corso al Collège de France (1978-1979)*, Milano, Feltrinelli, 2005.
- Fournier P., Mazzella S. (eds), *Marseille, entre ville et ports. Les destins de la Rue de la République*, Paris, La Découverte, 2004.
- Gleeson B., "What role for social science in the 'urban age'", in *International Journal of urban and regional research*, 37, 5, 2013, pp. 1839-1851.
- Gonzalez S., "Bilbao and Barcelona 'in motion'. How urban regeneration 'models' travel and mutate in the global flows of policy tourism", in *Urban Studies*, 48, 7, 2011, pp. 1397-1418.
- Governa F., *Fra geografia e politiche*, Roma, Donzelli, 2014.
- Governa F., Lancione M., "La città del sociale: dalle immagini come retoriche alle non rappresentazioni come immagini", in Santangelo M., Vanolo A. (eds), *Di capitale importanza*, Roma, Carocci, 2010, pp. 119-138.
- Grésillon B., *Un enjeu "capitale": Marseille-Provence 2013*, Paris, La Tour-d'Aigues - Éditions de l'Aube, 2011.
- Jasmin C., Jasmin D., "Marseille: la Rue Impériale", in *Revue de l'Art*, 106, 1994, pp. 11-22.
- Jessop B., "Liberalism, neoliberalism and urban governance", in *Antipode*, 34, 3, 2002, pp. 452-472.
- Langevin Ph., Juan J.-C. (eds), *Marseille. Une métropole entre Europe et Méditerranée*, Paris, La Documentation Française, 2007.
- Le Goff J., "L'immaginario urbano nell'Italia medievale (sec. V-XV)", in *Storia d'Italia. Annali n° 5. Il paesaggio*, Torino, Einaudi, 1982.
- Peck J., "Geographies of policy: from transfer-diffusion to mobility-mutation", in *Progress in Human Geography*, 35, 6, 2011, pp. 773-797.
- Peck J., Tickell A., "Neoliberalizing space", in Brenner N., Theodore N. (eds), *Spaces of Neoliberalism*, Oxford, Blackwell, 2002, pp. 33-57.
- Peraldi M., Duport C., Samson M., *Sociologie de Marseille*, Paris, La Découverte, 2015.
- Sheppard E., Leitner H., Maringanti A., "Provincializing Global Urbanism: A Manifesto", in *Urban Geography*, 34, 7, 2013, pp. 893-900.
- Swyngedouw E., "The Antinomies of the Postpolitical City", in *International Journal of Urban and Regional Research*, 33, 3, 2009, pp. 601-620.
- Thrift N., "Cities without modernity, cities with magic", in *Scottish Geographical Magazine*, 113, 1997, pp. 138-149.
- Wachsmuth D., "City as ideology: reconciling the explosion of the city form with the tenacity of the city concept", in *Environment & Planning D: Society and Space*, 32, 1, 2014, pp. 75-90.
- Zukin S., "Urban lifestyles: diversity and standardisation in spaces of consumption", in *Urban Studies*, 35, 5/6, 1998, pp. 825-839.

Note

- ¹ Cfr. la documentazione presente sul sito dell'associazione *Un centre ville pour tous* (<http://www.centrevillepourtous.asso.fr>).
- ² [Http://www.tourisme-marseille.com](http://www.tourisme-marseille.com).

