

# RIGENERAZIONE URBANA E COMMERCIO. IL CASO DI BIRMINGHAM

## URBAN REGENERATION AND RETAIL IN BIRMINGHAM

Carlo Molteni\*

### ABSTRACT

In the last twenty years, Birmingham's city centre and its urban environment have been radically transforming. During the nineties in England, a decisive change in the central government was registered, as much in the matter of retail policies as in the one of mobility. City centre has been regenerated by promoting and valorising the retail activities. Liberal ideas that succeeded in the eighties were finished and a compact model for city took place, giving preference to the mobility and sustainability.

Birmingham experience is a reference model because the retail core has been transformed with a strong commercial mission. "Birmingham. Europe's new shopping capital", is the mission, and Selfridges's flagship department store the new city centre landmark. "Multi-block-shopping-centre-city", where no cars are allowed in traditional pedestrian public open spaces between commercial buildings, but where those primary spaces have been privatized and managed as a part of the new "shopping experience".

**Key words:** Birmingham, shopping centre-city, urban management.

### RESUMEN

En los últimos veinte años, el centro de la ciudad de Birmingham, así como su ambiente urbano se han transformado radicalmente. En los años 90 en Inglaterra se registró un cambio decisivo en el gobierno central, tanto en materia de política comercial como en la de movilidad. Se ha intentado regenerar el centro urbano promoviendo y valorizando las funciones comerciales que posee, poniendo fin al enfoque liberal que en el transcurso de los años ochenta ha alimentado la expansión de las grandes estructuras suburbanas. Se da preferencia al modelo de ciudad compacta, así como a la movilidad y sostenibilidad.

La experiencia de Birmingham representa un caso paradigmático, ya que ha tenido un proceso de profunda transformación y recualificación del centro de la ciudad, para intentar convertirse en la "nueva capital europea del comercio" y su centro comercial de Selfridges como el punto de referencia del centro de la ciudad. "Centro de la ciudad compacto y comercial", donde los coches no están permitidos en los espacios peatonales tradicionales de las calles con edificios comerciales. Estos espacios han sido "privatizados" y controlados como parte de la experiencia comercial.

**Palabras clave:** Birmingham, gestión del centro urbano.

---

\* Arquitecto, Doctor en investigación del departamento de Arquitectura y Planificación (DIAP) y miembro del Laboratorio URB&COM del Politécnico de Milán.

### Decadenza e rinascita del centro città

Negli anni '80 il centro di Birmingham si connota come fatiscante simbolo della rivoluzione industriale e della pianificazione del secondo dopoguerra, manifestando i segni decadenti di un ambiente urbano di bassa qualità.

Il Bull Ring (1963), primo *shopping mall* del Regno Unito costruito in area urbana centrale, simboleggia l'immagine negativa della città ricostruita e rinnovata a immagine del Movimento moderno. La struttura commerciale, a ridosso dell'imponente anello autostradale urbano -il cosiddetto "collare di cemento"- che cinge il centro, nega qualsiasi integrazione diretta con le principali *shopping street*, in quegli anni ancora assediate da elevati flussi di traffico. E' un monolitico blocco introversivo che si sviluppa con oltre cento punti di vendita, uffici, un parcheggio multi-piano e una stazione degli autobus. Relazionato al contesto urbano circostante, secondo la logica del periodo, attraverso una fitta rete di tunnel e percorsi pedonali; separati dal traffico motorizzato e incanalati sotto di esso.

Ma con gli anni '80 non è solo l'ambiente urbano del centro a mostrare evidenti segni di crisi. Anche il suo ruolo commerciale, infatti, entra in una fase di progressivo declino. In modo analogo a quanto si verifica in numerosi altri casi sul territorio nazionale, la crisi è legata alla massiccia diffusione di grandi superfici e strutture commerciali extraurbane, esito dell'approccio liberista di quegli anni.

Per delineare sinteticamente lo sfondo rispetto al quale leggere il processo di profonda trasformazione del centro avviato alla fine degli anni '80, è infine opportuno aggiungere come elemento di rilievo il pesante declino che investe la città industriale moderna nella ristrutturazione economica globale e nella conseguente fase di deindustrializzazione. A Birmingham, infatti, la crisi del settore manifatturiero comporta tra il 1971 e il 1984 un calo degli addetti di 200.000 unità (-30%).

Con la seconda metà degli anni '80, la transizione da una base economica industriale ad una incentrata sul settore degli affari e dei servizi, stimola all'interno dell'Amministrazione cittadina la sperimentazione di un nuovo approccio alla pianificazione. Flessibile e in grado di coinvolgere e guidare i potenziali investitori nella rinascita della città. A partire dal centro.

La rigidità dello *zoning* del *Local plan* del 1980 viene abbandonata in favore della flessibilità di una nuova *vision*, definita con la *City centre strategy* del 1987. Attraverso la "Strategia per il centro-città" - documento informale, non contemplato dalla legislazione urbanistica -, Birmingham aspira a diventare una *international city*, sostenuta in tal senso anche da cospicui finanziamenti europei, che svolgono un'importante funzione catalizzatrice.

Si vuole riportare in primo piano l'attrattività della città nei confronti del mondo finanziario ed economico, innescando un profondo processo di riqualificazione della sua area centrale. La *vision* è a tal fine fondata su un'espansione a destinazione mista del centro, per conferire ad esso una nuova immagine, nuovi ruoli e un'alta fruibilità pedonale. Con gli anni '90 e l'affermarsi

del nuovo approccio strategico, tale *vision* rappresenta il principale punto di riferimento per pensare al futuro del centro città.

Altro importante esito della “fase creativa” intrapresa dall’Amministrazione con la “Strategia per il centro-città” è la definizione, nel 1990, della *City centre design strategy*, specificatamente focalizzata sulla progettazione urbana. Con essa, infatti, si intende sperimentare un nuovo approccio alla (ri) progettazione dell’area centrale, portando in primo piano la creazione di un ambiente urbano *people-friendly*, (più) a misura d’uomo e soprattutto “amico” dei pedoni.

La nuova strategia mette a sistema gli obiettivi e le aspirazioni in quegli anni maturati per il riposizionamento dell’area urbana centrale e dell’intera città sulla scena internazionale, guidando un profondo processo di “rinascita urbana”. Solidamente fondato su una strategia economica forte e su un alto profilo degli architetti, ingegneri, urbanisti, *urban designer* ecc. chiamati a progettare nelle aree di trasformazione.

I temi e gli obiettivi delle strategie definite confluiscono nell’*Unitary development plan* (Udp) del 1993. Il nuovo piano di Birmingham è innovativo per l’enfasi posta su principi chiave, piuttosto che su politiche dettagliate, e per il suo focalizzarsi sulla flessibilità e su nuovi *mix* funzionali, piuttosto che sulla rigidità e mono-funzionalità dello *zoning*.

Seguendo la strategia del 1987, l’Udp si avvale inoltre di appositi *Quarter plan*, per definire politiche e azioni più dettagliate per ciascuno dei sette “nuovi” quartieri individuati nel centro-città: il *city-core*, dove si concentra l’offerta commerciale, e i sei quartieri a corona.

In sintesi, oltre alla demolizione del tratto sopraelevato dell’anello autostradale e al miglioramento della qualità ambientale e dell’accessibilità del centro, focalizzando più specificatamente l’attenzione sul commercio, una nuova scelta connota fortemente il Piano per il *city-core*: la costruzione, sul sito dell’ormai fatiscente Bull Ring, di un nuovo *shopping-centre* di attrazione regionale, per rilanciare l’attrattività commerciale del centro e riposizionare, con essa, quella dell’intera città.

Anche in seguito alla decisa opposizione dell’opinione pubblica al primo *masterplan* del 1986 per la trasformazione dell’area (vedi par. “Il commercio, motore di nuove mutazioni del centro”), il *City-core Quarter plan* sottolinea l’opportunità di articolare il nuovo *regional shopping-centre* in diversi blocchi edilizi, migliorando le connessioni pedonali con l’intorno.

### **1987-2007. La trasformazione**

La trasformazione del centro-città parte da ovest, dal *Convention Quarter*, dove dalla fine degli anni ‘80 ai primi anni del decennio scorso si concentrano consistenti investimenti pubblici.

La realizzazione del *Greater Convention Quarter*, con un centro congressi, una sala per concerti e una grande attrezzatura sportiva coperta - ultimate all’inizio degli anni 90 e positivamente accompagnate dalla riqualificazione dell’ambiente e dello spazio urbano circostante -, diviene il modello per attrarre gli investimenti su altre aree del centro.

Nello specifico, sulla *Broad Street Redevelopment Area*, estesa “area di ri-sviluppo” che oltre al *Greater Convention Quarter* comprende la grande area dismessa dove - nel corso di circa un decennio (1993-2003) -, cresce Brindleyplace.



Figura 1. Brindleyplace bar.

Brindleyplace è un *mixed-use development* a prevalente destinazione terziaria, da alcuni considerato un “modello per la rigenerazione urbana” (HEALEY, 1999), che insieme al *Greater Convention Quarter* contribuisce a cambiare radicalmente funzioni, immagine e ruolo di un’ampia porzione del centro. Superate le ipotesi iniziali per la trasformazione dell’area<sup>1</sup>, le localizzazioni e, soprattutto, i format commerciali e legati all’intrattenimento e allo svago, divengono nel corso degli anni parte integrante di un nuovo ambiente urbano. Positivamente relazionato con il centro; ad alta accessibilità e fruibilità pedonale; a traffico limitato e a velocità moderata; e convergente su un’attraente piazza centrale. Principale spazio pubblico (o meglio “quasi-pubblico”) attorno al quale si sviluppa la costruzione di Brindleyplace.

A partire dalla riqualificazione dei canali e dalla realizzazione della *Water’s Edge*, nella parte dell’area verso il centro; con i nuovi pubblici esercizi in

<sup>1</sup> E’ a tal proposito opportuno ricordare che il primo masterplan per la trasformazione dell’area, del 1988, si ispira agli interventi su grandi aree industriali dismesse condotti a Baltimora e Boston, ipotizzando la creazione di un grande *festival market*. Con un massiccio *shopping mall*, un complesso cinematografico multisale, un acquario, un albergo ed uffici.

affaccio sul canale e un nuovo ponte pedonale a collegare l'area con il Convention Centre e, quindi, con il centro città.



Figura 2. Brindleyplace fontana.

Differente, per molti versi, è invece l'esito di un'altra trasformazione che vede mutare nel corso degli anni '90 il grande centro di smistamento delle Poste degli anni '70 attraverso la conversione in un nuovo *mixed-use development*, *The Mailbox*.

Infatti, esso manifesta due evidenti limiti rispetto alle strategie perseguite dall'Amministrazione. Il primo, immediatamente percepibile, è legato alla mancata integrazione con il centro, oltre la barriera dell'anello viario; il secondo, invece, al carattere introverso del nuovo edificio. Al cui livello terra, che in realtà appoggia su un basamento di due livelli a parcheggio, si sviluppa una lunga galleria commerciale. Come in uno *shopping-centre*. Al termine della galleria, il nuovo complesso si apre verso il canale e il porticciolo, con la creazione di un ambiente attrattivo. Positivamente caratterizzato dai nuovi pubblici esercizi che vi si affacciano e dai connotati decisamente più urbani. Dove la valorizzazione del canale e la qualificazione dei nuovi spazi aperti, nonostante la localizzazione a priori poco fortunata del *Mailbox*, risultano efficacemente perseguiti.

Nel *City-core*, dalla seconda metà degli anni 80, la trasformazione dell'area del (vecchio) Bull Ring -progetto retail-led tra i più consistenti nelle esperienze europee degli ultimi anni che gioca un ruolo centrale nella rigenerazione e nel rilancio commerciale del centro-, passa attraverso complessi processi di partnership pubblico-privato.

Fino alla fine dello scorso decennio, la ri-configurazione dell'area è oggetto di differenti progetti, sviluppati dai vari operatori privati che nelle diverse fasi della vicenda entrano sulla scena (vedi par. "Il commercio, motore di nuove mutazioni del centro").

Come esito dell'alleanza tra gli operatori privati e della mediazione dell'Amministrazione cittadina, nonché dell'ulteriore ampliarsi dell'area di progetto, la costruzione del (nuovo) Bullring è inoltre preceduta dall'insediamento di una struttura commerciale di circa 17.000 mq sulla High Street, aperta alla fine del 2001 e caratterizzata da un'ancora alimentare della nota insegna Sainsbury's.

Se durante il decennio scorso, da un lato, la nuova grande struttura commerciale di attrazione regionale non diviene ancora realtà, dall'altro la riqualificazione del *City-core* interessa in modo particolare gli spazi pubblici, ripensati secondo la nuova filosofia perseguita dall'Amministrazione cittadina: per un centro della città più a misura di pedone.

Infine, la trasformazione del quartiere di Digbeth - zona simbolica del centro legata allo sviluppo dell'industrializzazione -, è dall'inizio del decennio in corso parte integrante della *vision* per una profonda rigenerazione a destinazione mista dell'*Eastside*, a est del *city-core*. Quella dell'*Eastside* è la più grande trasformazione di Birmingham: interessa un'area di circa 170 ettari, da convertire in una nuova parte di città focalizzata sull'educazione, la tecnologia e l'*heritage*, con la localizzazione di nuovi uffici, residenze, attività commerciali e attrezzature per la collettività, tra cui un nuovo grande parco. Ad alimentare tale *vision*, il *Quarter Plan* del 1993 prende anche il nome di *Digbeth millennium quarter plan*, enfatizzando il ruolo catalizzatore attribuito al *Millennium Point*, secondo progetto più significativo per dimensioni (dopo il *Dome* di Londra) promosso a scala nazionale in vista delle celebrazioni per il nuovo millennio.

Aperto al pubblico nel settembre 2001, esso si connota come un interessante edificio polifunzionale, seppur introverso. Principalmente orientato all'intrattenimento e allo svago, ospita infatti al suo interno un museo tecnologico fondato sul binomio cultura-tempo libero e una multisala cinematografica, insieme a un centro di ricerca della *University of Central England* e alla "Università della prima età". A completare le funzioni insediate, una modesta quota di uffici e pubblici esercizi e un limitato numero di attività commerciali.

Pur non dettagliando qui lo stato dell'arte dei numerosi progetti in corso e previsti nell'*Eastside*, (per esempio: Masshouse, City Park, Martineau Galleries, per citarne solo alcuni), è opportuno evidenziare due aspetti, che in relazione al tema di questo contributo e al *focus* proposto sul centro della città risultano particolarmente rilevanti.

Il primo: come sottolineato nei diversi documenti cui si è fatto sin qui riferimento, sia la costruzione del nuovo *regional shopping-centre* che il più generale processo di espansione del centro verso est risultano strettamente legati alla demolizione del famigerato "collare di cemento". La quale avviene solo in anni recenti, contestualmente alla trasformazione dell'ormai fatiscente Bull Ring e alla (ri) costruzione della nuova struttura commerciale di attrazione regionale - il Nuovo Bullring -, che vanta oggi circa 110.000 mq di superficie di vendita.

Il secondo: nel 1998, quasi al termine della lunga e complessa vicenda della trasformazione del Bull Ring (1986-2003), la controversa decisione

dell'Amministrazione di autorizzare la realizzazione di una seconda struttura commerciale -le Martineau Galleries, di analoghe dimensioni e ruolo attrattore, nelle immediate vicinanze del Bullring-, rischia di compromettere l'efficacia dell'intera operazione.



Figura 3. House of Frasers.

### **Il commercio, motore di nuove mutazioni del centro**

Prendiamo quindi in esame il periodo dal Secondo dopoguerra a oggi. Considerata l'entità della trasformazione, la prima mutazione del luogo storico del commercio - nel cuore della città -, dove hanno avuto storicamente sede dal XII secolo i mercati cittadini, si sviluppa su arco temporale decisamente breve. Dopo la proposta del 1958 per la creazione del primo *shopping-centre* in area centrale della Gran Bretagna, ne vengono presentate altre undici. Nel 1960 è approvato il progetto finale, l'anno successivo iniziano i lavori e a metà del 1964 viene inaugurato il Bull Ring Centre: 115.000 mq di superficie di vendita articolati in diversi grandi magazzini, supermarket e circa 100 punti di vendita.

Il nuovo centro commerciale sorge su quello che era il principale spazio pubblico del centro città, mentre i mercati vengono confinati a ridosso del nuovo anello autostradale urbano. Infrastruttura viaria e struttura distributiva segnano dunque marcatamente immagine e usi della città. Insieme allo *shopping-centre*, inoltre, viene costruito un edificio di nove piani per uffici, una grande stazione per gli autobus e una torre a pianta circolare di venticinque piani, anch'essa a uffici: la

Rotunda, edificio che simboleggia la “Nuova Birmingham”. Già negli anni '80, però, insieme al Bull Ring, essa simboleggia l'immagine decadente del centro.



Figura 4. Vista dalla via de Bradford.

In quegli anni, inoltre, se da un lato si registra il progressivo declino del ruolo commerciale del centro di Birmingham, dall'altro, sul più ampio territorio regionale delle West Midlands, lo scenario è destinato a mutare. Infatti, tra il 1981 ed il 1984 si creano le condizioni favorevoli per la localizzazione di un grande *shopping-mall* extra-urbano a Dudley, a circa trenta minuti di automobile da Birmingham. Il Merry Hill è una struttura di attrazione regionale, esito dell'approccio liberista di quegli anni, che presto diviene una concreta minaccia per il centro di Birmingham. Oggi vanta circa 115.000 mq di superficie di pavimento, oltre 200 punti di vendita, circa 10.000 posti auto e un'ottima accessibilità privata, contando su un bacino di gravitazione che copre l'intero contesto regionale.

Secondo una ricerca di inizio decennio, quando il Bull Ring è in fase di trasformazione, il Merry Hill fa di Dudley un centro di attrazione sub-regionale. Gerarchicamente inferiore a quello di attrazione regionale di Birmingham, ma al suo stesso livello - escludendo il settore alimentare - in termini di offerta commerciale complessiva: ai 121.000 mq di offerta del centro urbano di Birmingham, si contrappongono infatti i circa 115.000 mq di offerta del Merry Hill (WEST MIDLANDS LOCAL GOVERNMENT, 2001).

Tenendo sullo sfondo la vicenda del Merry Hill (“*out-of-town-shopping-centre-city*”), ricostruiamo ora attraverso le sue tappe salienti la vicenda che porta alla seconda mutazione della centralissima area del Bull Ring. Si tratta, in sintesi,



di un processo assai più lungo e complicato di quello che accompagna la costruzione della struttura degli anni '60. Un processo che dà i suoi primi concreti esiti fisici sul paesaggio urbano del centro città solo nei primi anni del presente decennio.

Nel 1986 il Bull Ring Centre, che è dalla costruzione proprietà della Laing, viene acquistato dal London and Edimburgh Trust, con l'obiettivo di dar vita a un nuovo *regional shopping-centre*.

Dopo intense negoziazioni tra il nuovo *developer* e l'Amministrazione cittadina, nel 1987 viene presentato il primo schema per ri-sviluppare l'intera area: localizzando un'imponente struttura su tre livelli, con un fronte continuo di 500 m lungo l'anello viario. Alla luce di tale proposta, sviluppata senza alcuna consultazione pubblica, si costituisce il gruppo di pressione "*Birmingham for people*" (Bfp), che contrasta in modo attivo e costruttivo la minaccia di una nuova "megastruttura" nel cuore della città.

Nel 1989 il Bfp presenta pubblicamente la proposta dei cittadini per la trasformazione dell'area: "Verso un migliore Bull Ring - Un piano della gente". Il *People's plan* persegue per la trasformazione dell'area obiettivi fondati su una re-interpretazione dell'antica piazza pubblica cittadina, attorno alla quale sviluppare isolati più tradizionali a destinazione mista, connotati da una forte vivacità commerciale dei piani terra.

Come esito concreto e positivo dell'azione intrapresa dal Bfp, amplificatasi successivamente anche nella sfera sociale e politica cittadina, l'Amministrazione richiede all'operatore privato numerose rivisitazioni del primo schema proposto e solo nel 1993 si giunge all'approvazione dello schema definitivo per la trasformazione dell'area da parte del London and Edimburgh Trust.

L'anno successivo, però, in una più generale situazione segnata dalla recessione economica e dalla crisi del mercato immobiliare, per fronteggiare la crisi finanziaria l'operatore privato si trova costretto a vendere l'area. Ad acquistarla è il Fondo pensioni svedese. Attraverso un intenso lavoro condotto insieme all'Amministrazione cittadina, per la trasformazione dell'area vengono recepiti i nuovi orientamenti strategici dell'attore pubblico per il rilancio del centro. Sempre nel 1994, in una situazione generale in cui l'andamento del mercato immobiliare è molto più favorevole rispetto agli anni precedenti, viene anche approvato il nuovo schema dell'investitore privato.

Ma la trasformazione dell'area ancora non si innesca. Nel 1995, infatti, Hammerson -*developer* che nello stesso anno ha successo in ben altri 19 significativi interventi *retail-led* in area urbana centrale-, acquista il Bull Ring dal Fondo pensioni svedese. La strategia di Hammerson ruota attorno all'insediamento di due *flagship department store* di attrazione regionale nella nuova struttura di Birmingham.

Nei tre anni successivi, il nuovo mercato coperto, la cui realizzazione rappresenta il primo *step* della trasformazione imposto dall'Amministrazione, è al centro di una non facile negoziazione con il *developer* e gli operatori del mercato, che si conclude però con la sua costruzione.

Nel 1998 la vicenda sembra subire un'altra battuta d'arresto: due operatori privati, Land Securities e Henderson, richiedono all'Amministrazione

locale l'autorizzazione urbanistica per un'altra grande struttura commerciale di attrazione regionale (le Martineau Galleries), localizzata nelle immediate vicinanze del Bull Ring. L'attore pubblico è nell'imbarazzante situazione di decidere a favore di una delle due trasformazioni, ma l'*impasse* si risolve presto con il rilascio di entrambe le autorizzazioni. Ora l'Amministrazione opera principalmente come mediatore tra i tre promotori privati sulla scena, la cui "alleanza" diviene condizione necessaria per sbloccare l'ennesima crisi della *partnership* pubblico-privato.

Nel 1999 nasce la "Birmingham Alliance": i tre operatori privati alleati divengono il nuovo unico attore promotore della trasformazione. Da un lato c'è Hammerson, come *project manager* e proprietario del Nuovo Bullring; e dall'altro Land Securities e Henderson, come proprietari delle Martineau Galleries, da realizzarsi però successivamente.

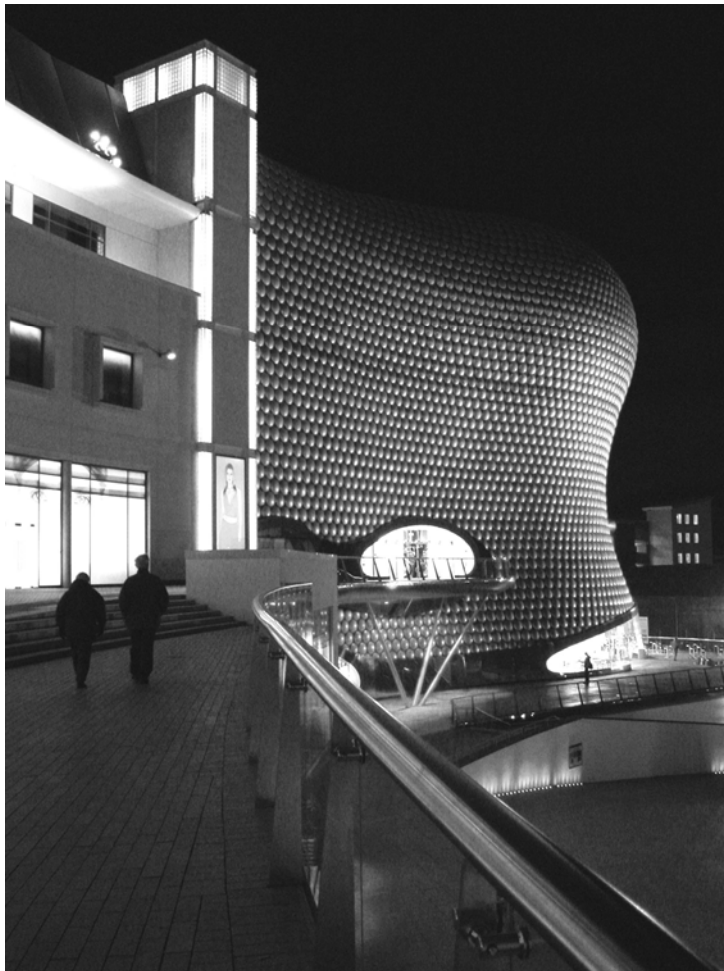


Figura 5. Selfridges.

Nel 2000, accompagnata da una massiccia campagna mediatica, viene avviata la trasformazione dell'area. La costruzione del Nuovo Bullring è intensamente associata a una nuova "immagine di città": Birmingham capitale europea dello *shopping*.

Il Nuovo Bullring apre al pubblico nel settembre 2003. A un anno dall'apertura fa già contare più di 36 milioni di visitatori, superando i 27 milioni di visitatori di Bluewater, più grande struttura commerciale extraurbana d'Europa localizzata a circa 30 km dal centro di Londra (ATBM, 2004).

Il nuovo Bullring è il simbolo di una nuova città, di un nuovo centro: "*multi-block shopping-centre city*". E' un enorme centro commerciale costituito da due imponenti blocchi edilizi articolati su tre livelli e attraversati - a quello intermedio - da uno spazio pedonale che connette l'antica chiesa di St. Martins con il punto di incontro tra New Street e la High Street, principali *shopping street* del centro pedonalizzate nei primi anni 90.



Figura 6. Vista da Selfridges e chiesa di St. Martins.

Sotto la nuova strada pedonale, i due blocchi si uniscono attraverso una lunga galleria commerciale che collega le due "ancore" del Bullring, le cui *location* si sviluppano sui suoi tre livelli. Sono i due grandi magazzini delle note insegne Debenhams, a ovest, e Selfridges, a est. Quello di Selfridges, in particolare -come esito dell'accattivante trattamento della "pelle" dell'edificio, sia in termini di forma che di materiali- diviene il nuovo *landmark* del centro di Birmingham, oltre che l'icona della nuova "capitale europea dello *shopping*".



Figura 7. Debenhams e parcheggio.

Con il prendere forma della nuova *multiblock-shopping-centre-city* è mutato, insieme all'immagine della città, il disegno della sua parte vitale, luogo storico del commercio. Ed è mutato, come positivo esito delle strategie perseguite dall'Amministrazione, anche il suo rapporto con il contesto e le infrastrutture circostanti. Ma sono mutati in modo significativo anche il ruolo attrattore, i comportamenti di acquisto e di consumo e le pratiche d'uso dello spazio aperto associati a questa parte di città.

La nuova immagine che la città promuove, con l'obiettivo di riaffermare il primato di Birmingham come polarità commerciale a livello regionale, porta infatti in primo piano il rilancio dell'area urbana centrale attraverso l'insediamento di grandi strutture commerciali. Il Bullring è il primo significativo esito di tale strategia.

Grazie alla demolizione del tratto sopraelevato dell'anello autostradale che circondava la vecchia struttura commerciale, sono risolti alcuni problemi cruciali in termini di relazioni tra il centro-città e l'Eastside. Vengono inoltre decisamente migliorate la qualità del contesto urbano e l'integrazione della nuova struttura con l'intorno, oltre alla qualità dello spazio aperto, interessato da un nuovo processo di mutazione.

Come in altre esperienze britanniche di rigenerazione urbana *retail-led in* area centrale, infatti, il ridisegno dell'intera area è stato accompagnato da una controversa metamorfosi dello spazio pubblico in spazio privato o, nel migliore dei casi, in "spazio quasi-pubblico". Ovvero lo spazio aperto della nuova "città dello *shopping*", contrapposto a quello coperto, interamente privato. In assenza,

quindi, di un vero spazio pubblico, per la seconda volta sottratto alla città (HOLYOAK, 2004).

Per sua natura, *multi-block shopping-centre city* è una città che -con un'offerta commerciale orientata all'integrazione e alla complementarietà, in termini di merchandising-mix e insegne, con il sistema commerciale del centro-città-, torna ad esercitare un forte ruolo attrattore, vantando un bacino di gravitazione di più di 7 milioni di persone a meno di un'ora di distanza e offrendo ampia disponibilità di parcheggio.

Nelle sue luci e ombre, in sintesi, la nascita di questa nuova città può considerarsi emblema della fine del ventesimo secolo, un periodo che "forse (...) sarà ricordato come il punto in cui non si è più potuto comprendere la città senza shopping" (KOOLHAAS, 2000).

**Riferimenti bibliografici**

- ATCM, "Bullring Sets Record for Visitors", 2004.  
(<http://www.atcm.org/doc.asp?doc=1215&cat=95>)
- BIRMINGHAM CITY COUNCIL, "Eastside- Design and movement framework", 2003.
- BIRMINGHAM CITY COUNCIL, "City Centre Design Strategy", 1990.
- BIRMINGHAM CITY COUNCIL, "City Centre Strategy", 1987.
- BIRMINGHAM FOR PEOPLE, "Towards a better Bull Ring - A people's plan", 1987.
- DECKKER T., *The modern city - Revisited*, London, Spon Press, 2000.
- DETR, "Planning Policy Guidance Note 13: Transport", 1993.
- DETR, "Planning Policy Guidance Note 6: Town centres and retail developments", 1996.
- HEALEY, P., "A model for urban regeneration", in: LATHAM, I., SWENARTON, M. (ed.), *Brindleyplace - a model for urban regeneration*, London, Right Angle Publishing, 1999.
- HALLET M., JAMES, P., *Bullring - the heart of Birmingham*, Stroud (Gloucestershire), Tempus Publishing Limited, 2003.
- HOLYOAK, J., "Street, subway and mall: spatial politics in the Bull Ring" in: KENNEDY, L. (ed.), *Remaking Birmingham: the visual culture of urban regeneration*, London, Spon Press, 2004.
- KOOLHAAS, R., *Mutations*, Bordeaux, Actar, 2000.
- LATHAM I., SWENARTON M., *Brindleyplace - a model for urban regeneration*, London, Right Angle Publishing, 1999.
- LYNCH, K., *L'immagine della città (a cura di Paolo Ceccarelli)*, Venezia, Marsilio Editori, 1964.
- MOLTENI, C., "Multiblock-shopping-centre-city", in: POMILIO, F., TAMINI, L. (ed.), *La città in...*, Atti del 4° Convegno Nazionale dei Dottorati di Ricerca in Pianificazione Territoriale e Urbanistica, Milano, LibreriaClup, 2005.
- MORANDI C. (a cura di), *Il commercio urbano. Esperienze di valorizzazione in Europa*, Milano, Libreria Clup, 2003.
- NASSER, N., "Processes towards urban quality. Public-private partnerships - The regeneration of Birmingham, UK", Report prepared for the Management Committee, COST Action (C9) - European Co-operation in the field of Scientific and Technical Research, Urban Civil Engineering; Birmingham, 20-22nd November 2003.

THE BIRMINGHAM ALLIANCE, "Press Information Pack - Bullring opening, 4th September 2003".

WEST MIDLANDS LOCAL GOVERNMENT, "A study into the West Midlands hierarchy of centres", 2001.