Comune di Milano

PROGETTO NAVIGLI

DIBATTITO PUBBLICO

giugno - settembre 2018

QUADERNO DEGLI ATTORI

Presentato da

Touring Club Italiano

25-07-2018

progettonavigli.comune.milano.it

La riapertura dei navigli a Milano: il punto di vista del Touring

Milano è l'unica metropoli europea che, pur essendo collocata in un'area strategica come la Pianura Padana e disponendo di una rete di vie d'acqua molto importante, ha rinunciato consapevolmente a essere una "città d'acqua" con tutte le conseguenze strutturali e simboliche che ciò ha comportato.

La svolta infatti è tutto sommato recente: i lavori di chiusura dei navigli iniziarono nel 1929 a partire dalla Cerchia per concludersi negli anni 60 con l'interramento del Martesana lungo via Melchiorre Gioia.

Le motivazioni furono molteplici: principalmente l'igiene urbana – i navigli venivano utilizzati come fognature a cielo aperto – e di "slancio verso la modernità" – leggasi motorizzazione di massa – che vedeva nelle vie d'acqua un ostacolo alla circolazione in città. A ben vedere, tutte ragioni pratiche e superabili – come dimostra l'esperienza di tante città europee – che hanno, però, cancellato una traccia fondamentale e peculiare di Milano e della sua identità.

Il recente progetto di riapertura dei navigli, su cui si è aperto un apposito *débat public* in queste settimane, se ha il grande vantaggio di ristabilire una connessione storica, urbanistica e identitaria tra la metropoli di oggi e quella del passato, non è – per fortuna, e la documentazione di progetto lo mette bene in evidenza – un mero "restauro". Rappresenta invece una sorta di "ritorno al futuro", ovvero un modo per contribuire a realizzare una nuova Milano a misura d'uomo e di bicicletta, in cui alla mobilità privata su gomma possa affiancarsi, e magari via via sostituirsi, una mobilità dolce che porti con sé un'infrastrutturazione urbana fatta di isole pedonali, piste ciclabili per una città più "pulita" e vivibile.

I navigli, poi, sono uno strumento attraverso il quale Milano potrà acquisire una nuova immagine in quanto verrebbe rafforzata la sua centralità (anche se solo simbolica, visto che la riapertura dei canali non sarà, almeno in questa prima fase progettuale, completa) nell'area metropolitana e padana, arricchendo potenzialmente le sue relazioni con tutti quei territori che vivono ancora le vie d'acqua come parte integrante del proprio paesaggio urbano o rurale. In secondo luogo, testimonierebbe la saldatura tra passato e futuro, recuperando alcuni suoi caratteri identitari e storici e, infine, si concilierebbe

bene l'idea di una "città verticale" – a misura di ascensore che ha caratterizzato lo sviluppo urbano degli anni recenti – con quella orizzontale, a misura d'uomo.

Se, dunque, non abbiamo dubbi sulla possibilità che questo ambizioso progetto possa contribuire a dare un volto diverso e più sostenibile alla città – in termini di: mobilità, nuova socialità con la riappropriazione degli spazi pubblici da parte dei cittadini, energie rinnovabili per il riscaldamento/raffrescamento, raccolta di acque pulite per l'irrigazione dei terreni agricoli a sud di Milano ecc. – crediamo che il ruolo del nuovo "paesaggio milanese" come attrattiva turistica per i visitatori stranieri e italiani potrà essere sfruttato appieno solo portando a compimento la riapertura completa dei navigli.

Certamente, infatti, la riattivazione a tratti dei canali contribuirà a incrementare un più generale senso di vivibilità e di accoglienza, rafforzerà l'immagine di una città sempre in divenire, come ormai ci ha abituato negli ultimi anni con i nuovi quartieri verticali e con Expo, ma il concetto di "acqua" che emerge dalla prima fase di progetto senza la navigazione – ovvero il nucleo forte e peculiare di un'esperienza turistica – non potrà costituire da subito un elemento centrale dell'offerta cittadina, a differenza di quanto avviene ora in altre destinazioni europee in cui le vie d'acqua rappresentano invece un fattore cruciale della geografia urbana. Questo però non significa che il cambiamento cui Milano andrà incontro non sia in assoluto interessante per il turista: lo potrà diventare, per esempio, nella misura in cui la promozione nazionale e internazionale della città deciderà di fare uno storytelling efficace di questa trasformazione, una sorta di marketing dei "lavori in corso", rendendo attrattiva Milano nella fase di transizione, magari raccontando con orgoglio il progetto e i suoi obiettivi: dalla "ricucitura" con l'identità passata alla tensione verso una città contemporanea e sostenibile che riesce a reinventarsi partendo dalle sue radici.

Franco Iseppi

Presidente Touring Club Italiano