



NONLUOGHI – Nelle oasi dell'affarone

REALITY OUTLET SHOW

UN ASPETTO URBANO-IDILLIACO
E UN FATTURATO DA CAPOGIRO.
LE CITTADELLE DELL'ACQUISTO
SCONTATO ATTIRANO FAMIGLIE
IN LIBERA USCITA E SPENDACCIONI
COMPULSIVI. FELICI DI PERdersi
IN UNA PERFETTA ILLUSIONE

TESTO – *Maurizio Ferraris*

FOTOGRAFIE – *Giorgio Barrera* per **IL**

MUSICA – *Velcra · Big Brother*

A Serravalle Scrivia in provincia di Alessandria, a soli 50 minuti da Milano e 40 da Genova, è situato il primo Designer Outlet in Italia e il più grande in Europa», si legge su una pagina internet che risale a qualche tempo fa. «Nei suoi 35mila metri quadrati di superficie saranno presenti circa **180 negozi**, un parcheggio di tremila posti auto, un campo giochi per bambini, bar e locali di ristorazione. La prima fase della realizzazione (15mila metri quadrati), sarà aperta al pubblico nel settembre del 2000. Il concetto di Outlet è un nuovo modo di concepire l'acquisto, associando il relax, la comodità, l'intrattenimento al **piacere di acquistare** prodotti griffati e scontati in un'ottica di alta qualità e massima convenienza».

Questo testo che riemerge dal web racconta un **miracolo italiano**, perché i tempi sono stati mantenuti con cronometrica precisione. Potrebbe essere un esempio per la ricostruzione in Abruzzo. E magari ci sarà qualche governante creativo che avrà pensato di usarlo, nel →

PAESE DELLA CUCCAGNA

Queste fotografie sono state scattate al Serravalle Designer Outlet (Alessandria): sembra una "vera" cittadina, ma non lo è

IL TENDENZE - E LA DOMENICA TUTTI ALL'OUTLET



frattempo, come rifugio per gli sfollati, un po' come le navi da crociera adibite in guerra a trasporto per profughi e feriti.

Ma di che cosa si tratta, davvero? Si è parlato molto, dopo il libro di **Marc Augé** del 1992 (*Nonluoghi. Introduzione a una antropologia della surmodernità*, Elèuthera, Milano, 2005), dei nonluoghi, come gli aeroporti e i centri commerciali, caratterizzati dall'essere uguali dappertutto, e alla fine è diventato un luogo comune parlare di nonluoghi.

L'idea di nonluogo è che l'aeroporto Charles De Gaulle ha pezzi interi che possono venire sostituiti con quelli dell'aeroporto John Fitzgerald Kennedy e con Malpensa. Negozi, poltrone, spazi, che sono lì ma potrebbero essere in qualunque luogo. Così per gli shopping center, uguali dalla California alla Slovacchia, dove ti accorgi di non essere in Italia solo per dei segnali minimi, ad esempio il fatto che la merce abbia marchi italiani di fantasia.

Non so se questo discorso, che cattura impressioni di **straniamento** che a volte sono molto forti, possa valere sino in fondo, perché,

PASSEGGIATE NEL RECORD

Annuncia con orgoglio il sito internet: «Con 180 negozi il Serravalle Designer Outlet è il più grande Outlet d'Europa»

ad esempio, la Stazione Centrale di Milano è tutto tranne che un nonluogo, e ognuno di noi, chiudendo gli occhi, sarebbe in grado di ricordare con sufficiente precisione le differenze tra gli aeroporti che gli è capitato di frequentare, il bianco-grigio di Parigi, l'anonimato di New York, il vuoto malinconico di Malpensa. Il caso di Serravalle, poi, è proprio il contrario: è l'esempio della **creazione di un luogo** a partire da un nonluogo.

Lo shopping center (pardon: il Designer Outlet) è costruito come una cittadina di provincia, con **decoro umbertino** e richiami allo stile ligure, che è già illusionistico di suo. Case a due piani, acciottolati, panchine, anche una fontana. Portici che accolgono le marche più in vista, gelaterie, bar, e ovviamente spazi coperti per il gioco dei bambini che dopo un po' incominciano a dare segni di insofferenza, anche perché i genitori, a loro volta, litigano sui negozi da visitare. Ma il tono prevalente, almeno all'arrivo, è il **buon umore**, e questo fa la differenza rispetto ai tradizionali luoghi di culto, in cui si sente spesso il peso dell'obbligo e il tarlo dello scetticismo, mentre in questo pellegrinaggio post-moderno quasi tutti sono contenti e convinti.

Le vie sono progettate in modo da non far capire che la città finisce subito lì, dopo poche

Intorno sta nascendo una città vera così come succedeva in Egitto, vicino alle piramidi

case. Ci si immaginano altre case e poi persino una periferia, dove forse sono in vendita merci più scandenti, o deteriorate, o addirittura illegali. Intorno alla città degli acquisti si sta costruendo, poco alla volta, un'altra città, vera, quella degli addetti, un po' come succedeva in Egitto intorno alle piramidi.

E nella città **non si vende soltanto**, sono previsti anche concerti jazz e altri eventi, per esempio delle feste aziendali, uno ci vedrebbe benissimo anche un reality, e stupisce che non lo abbiano ancora fatto.

Truman show? È la prima cosa che viene in mente. Il film di Peter Weir è del 1998, magari la



QUI TROVATE TUTTO (TRANNE LA CRISI)

**VENDITE E VISITATORI IN AUMENTO
NEI GRANDI CENTRI ITALIANI**

Lo sviluppo degli Outlet in Italia è relativamente recente rispetto a Usa e resto d'Europa. Ma la crescita è stata rapida e i dati di quest'anno confermano il trend: i quattro Designer Outlet del gruppo McArthurGlen (Barberino, Castelromano, Noventa di Piave e Serravalle) tra gennaio e maggio hanno registrato vendite per 225 milioni (+6% sullo stesso periodo del 2008) e 4,6 milioni di visitatori. Nei tre centri del gruppo Fashion District (Valmontone, Mantova, e Molfetta) il fatturato è cresciuto tra l'11 e il 20% e i visitatori hanno superato i 4,5 milioni. Al Fidenza Village (del gruppo Value Retail, che in Europa ne ha nove), nei primi cinque mesi del 2009 le vendite sono aumentate del 23% e i visitatori del 16%. - **Giulia Crivelli**

stessa persona ha sceneggiato il film e lo shopping center. Tutti sono lì, tutti ingannano e tutti sono ingannati. Perché di fronte a un normale shopping center tu non penseresti che chi sta lì ci è nato, che quella è la sua città. No, certo no, mentre **l'illusione** che dà questa strana città è proprio quella, che tutti coloro che si aggirano per le vie siano dei nativi, e tu a tua volta sei parte del gioco, reciti anche tu il ruolo del nativo e non del turista. Abiti lì, sei uscito per far compere.

Per studiare il fenomeno **ci vorrebbe un etnologo**, o forse uno scrittore, meglio ancora un corrispondente di guerra, che si mettesse al primo piano delle case, quello, per così dire, sfitto, senza beni. Il momento *clou* dev'essere quando chiudono e si fa sera. Come sarà l'Outlet by night, nelle notti in cui non si tengono feste aziendali? Uno potrebbe immaginarsi una specie di Belfagor, il fantasma del Louvre, ma qui avrebbe a disposizione **un'intera città fantasma**, e, nelle notti di luna piena, si troverebbe nello scenario più adatto per una esecuzione del coro dei morti *Dialogo di Federico Ruysch e delle sue mummie* di Giacomo Leopardi, dove a far la parte dei morti sarebbero gli oggetti in vendita, finalmente liberati dagli sguardi ansiosi dei visitatori diurni.

L'impressione che dà questo "villaggio" è che tutti coloro che si aggirano tra vie e vetrine siano nati qui

Da Milano organizzano delle corse speciali in autobus. Possiamo immaginare anche storie cariche di romanticismo americano, qualcosa come quelli che **prima di suicidarsi** vanno a giocare tutto a Las Vegas.

Qui invece ci potrebbe essere Margherita Buy (*nomina sunt omina*) che per recuperare il trauma dei giorni dell'abbandono prende un autobus, arriva all'Outlet di Serravalle e lì per giorni e giorni, irrimediabilmente e inconsolabilmente, si abbandona a uno **shopping torvo e disperato**, e finisce per incappare nell'ex first lady delle Filippine Imelda Marcos che compra scarpe a vagonate. **11**