

Irene Rui e Guido Zentile

NUOVO VILLAGGIO SHOPPING DELLA McARTHUR GLEN A NOVENTA DI PIAVE

L'ennesimo villaggio si schiera sul Corridoio 5. Una corrispondenza per Mall, 9 agosto 2007

Dove una decina d'anni fa c'erano prati e vigneti, oggi crescono scatole stilizzate, un serpente d'asfalto che taglia la campagna noventana e sandonatese per collegare l'A4 alla zona commerciale ed artigianale del Centro Piave (circa 420000 mq ad est di San Donà di Piave), per proseguire, incrociando la SP 52 (via argine sinistro del Piave), nel nuovo ponte sul Piave, raggiungendo così la riviera adriatica. Una strada di collegamento che compromette la struttura rurale della frazione di Santa Teresina.

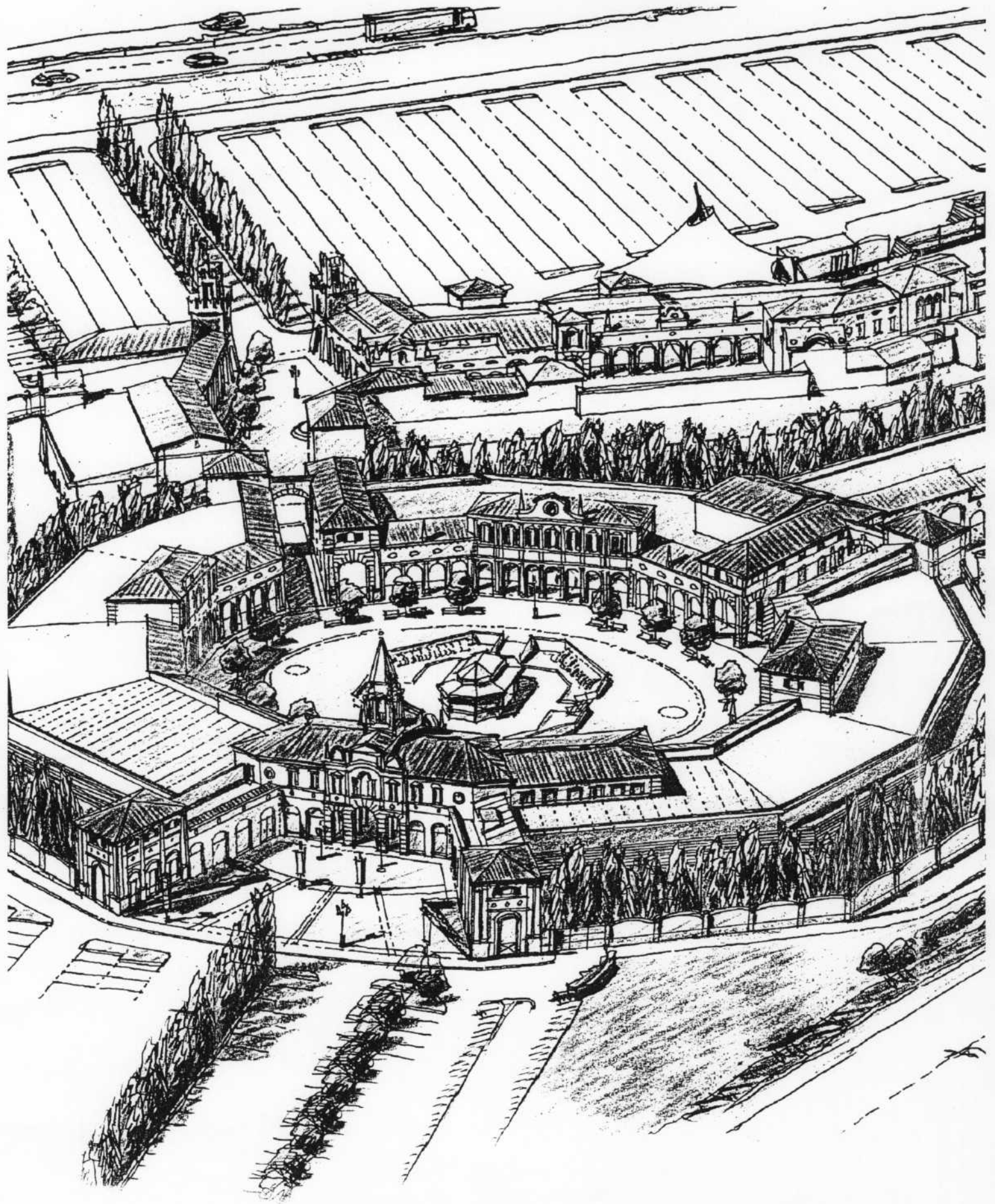
Correndo sull'A4 verso Trieste, passato il Piave, s'intravede un centro cittadino e poi capannoni, solo capannoni. Il viaggiatore non sa che dietro quei capannoni c'è solo campagna, e che quella zona un tempo era un giardino verde, poche case rurali e niente altro. Domani attraversando l'A4 avremo l'impressione di vedere due nuclei abitativi, uno classico, e un vecchio borgo palladiano, vicino al casello autostradale, che qualcuno ignaro potrebbe scambiare per il nucleo originario di Noventa di Piave. Il villaggio sorgerà ad un km dal centro cittadino, all'uscita del casello autostradale, tra l'A4 e via Calnova (parallela all'autostrada), di fronte alla nuova strada di collegamento con la SP52 verso il mare. Il viaggiatore sarà colpito dal parcheggio boschivo di 16000 mq (2000 posti), che potrebbe sembrare a "salvaguardia" del nucleo storico.

Il viaggiatore ignaro non sa che sta per entrare nel nuovo Luxury Outlet della McArthur Glen, primo in Italia nel settore del lusso, quarto della catena dopo quelli di Seravalle Scrivia, Castel Romano e Barberino del Mugello. L'outlet si presenterà al visitatore come un complesso storico ideale e forse piacevole, ma naturalmente virtuale e freddo, strutture industriali mascherate con elementi e tipologie edilizie di lusso, un meraviglioso set cinematografico. Una città palladiana con i suoi quartieri, la sua estesa piazza ellittica, molto scenografica che procede verso vie, slarghi, porticati ed altre piazze, fino a ricongiungersi; contornati da barchesse e palazzi di stile palladiano, veneziano e trevigiano, con i tipici ampi portici, affreschi sulle pareti, giardini alberati e fontane. I porticati ospiteranno (quando l'outlet sarà a regime, nel 2009), 60 negozi di Bulgari, Prada, Dolce & Gabbana e tante altre griffe più o meno note del cosiddetto mondo del lusso, che spazia dall'abbigliamento agli accessori, dalle calzature agli accessori per la casa; ci saranno 2 ristoranti di qualità, caffè, come si conviene ai centri cittadini. Il tutto su 16 ha di territorio. Caratteristica degli outlet della McArthur Glen è l'anima di un progetto

maestoso, con un'architettura scenografica che deve coinvolgere il visitatore in una visione virtuale del lusso che non potrebbe permettersi nella vita normale. I lavori inizieranno nell'autunno del 2007 e già per il 2008 si programma di aprire i primi 30 negozi, 8000 mq commerciali e termineranno nel 2009 con altri 3500 mq. L'outlet di Noventa come tutti i FOC (factory outlet center o village) rappresenta un'idea che è importata dagli USA e si rifà all'antico concetto di spaccio aziendale, o vero alla vendita diretta al pubblico da parte del produttore-stilista, di prodotti solitamente di fine serie o della precedente stagione, a prezzi scontati, si fa per dire, in strutture complesse, di grandi dimensioni, dove sono forniti servizi aggiunti: ristorazione, aree gioco, parcheggi, sportelli bancari. Rimane in ogni modo un centro commerciale, cugino di lusso del Centro Piave, a circa 5/6 km.

La sua struttura vorrebbe coniugare aspetti storico-culturali impropri nella zona, con approcci organizzativi ed effetti sociali e commerciali del tutto inediti nel Veneto Orientale. Gli outlet e i FOC sono strutture che non sono ancora presenti nel contesto del Veneto Orientale e questo della McArthur Glen è pioniere ad altri. L'architettura utilizzata, erroneamente, è lontana dal contesto storico-culturale non solo dai centri cittadini di Noventa e San Donà di Piave, risalenti a fine '800, ma anche del contesto architettonico dell'adiacente zona Opitergino-Mottense del '200/400. La progettazione dell'outlet è stata commissionata alla Hydea di Firenze e alla Pratico. L'importo dei lavori sarà di 55 milioni di Euro, ma si stima un ricavo per il primo anno di 70 milioni. Il villaggio doveva nascere a Conselve nel Padovano, ma probabilmente uno studio di settore, ha ravvisato che il mercato non era appetibile. Diversamente per Noventa, che si trova nelle direttrici marittime, a 40 km da Treviso, a 40 da Venezia, a 60 da Pordenone, 110 da Trieste, 35 km dall'aeroporto Marco Polo e sull'asse autostradale Torino-Trieste, in una zona del Veneto Orientale che non risente ancora della crisi economica e che spende volentieri per una maglietta di cotone anche 60 Euro, magari perché è Dolce & Gabana. Sono stimati, infatti, un'utenza minima di 4000 unità, con un importante flusso veicolare al giorno. I potenziali consumatori sono compresi tra un'età di 25-55 anni del Veneto e dell'Est europeo, oltre ai turisti marittimi. Secondo lo studio della McArthur Glen - sviluppato su un campione di consumatori delle province di Padova, Verona e Treviso - il 73% degli intervistati sono interessati positivamente al progetto e al prestigio delle marche a basso costo, che saranno presenti nel villaggio.

L'outlet occuperà 500 lavoratori, a fronte di una stima del Presidente della Federmoda provinciale G. Gabriel, di 2500 posti in meno, causa chiusura di punti vendita dei comprensori vicini. Il luxury outlet produrrà due tipi di occupazioni, quella diretta e indiretta dell'indotto. La prima riguarda il personale addetto all'organizzazione e alla gestione del complesso, e a ciascun punto vendita; la seconda è meno visibile e catalogabile: vetrinisti,



allestitori di stand, addetti ai servizi di pulizia, giardinaggio e vigilanza; assunti come CO.CO.CO., a progetto, collaboratori a P. IVA o tramite agenzie di somministrazione.

Il Villaggio si impossessa di 16 ha., già destinati a zona ricettiva commerciale, con un peso non indifferente dal punto di vista ambientale, sia per la struttura sia, per la viabilità e l'inquinamento da PM10, che senz'altro aumenterà vista la mole di utenza giornaliera e la presenza della nuova strada di collegamento dalla A4 al Centro Commerciale Piave (Ipercoop di San Donà) e poi alla SP52. Una strada che non si capisce bene se serva a defluire il traffico verso la costa, che ora attraversa i centri di Noventa e San Donà, o ai centri commerciali. Un territorio che a dir il vero è già compromesso, ma un conto è costruire dei semplici capannoni, un conto creare una struttura del genere, che incide parecchio su tutto il territorio circostante. Ciliegina sulla torta, il nuovo outlet usufruirà di un'ulteriore strada d'accesso alla SR53 Postumia, presso Ponte di Piave, altro mostro che taglierà in due la campagna trevigiana. Senza pensare all'impatto sulle attività produttive che potrebbe essere negativo: molti negozi potrebbero chiudere, copione già vista, per i settori meno prestigiosi, con l'apertura del Centro Commerciale Piave.

Per quanto riguarda il discorso tecnico urbanistico si deve aggiungere che un intervento delle dimensioni dell'Outlet Luxury di Noventa di Piave, non può limitarsi per quanto riguarda gli aspetti edilizi - urbanistici e della sicurezza, ad un normale procedimento amministrativo comunale con passaggi formali attraverso organismi quali la Conferenza di Servizi, la Commissione Edilizia e il Consiglio Comunale. Gestione in *house* all'interno del contenitore municipale, dove il cittadino, a parte la pubblicità della seduta del C.C., non è protagonista. Urbanistica segregata. E la V.I.A.? Per non dover ottemperare a tale procedura, procedura che dovrebbe essere un passaggio obbligatorio nel rispetto delle normative Comunitarie, si applica **rigorosamente** la recente L.R. sul commercio (15/04) che prevede la non applicabilità della V.I.A., fissando come *franchigia* base una superficie di mq. 8000 per gli spazi di vendita. Ma il rigore non va proprio interpretato così; non ci si può, infatti, limitare solo al previsto primo stralcio funzionale di mq. 8000, in quanto l'intervento prevede, in un ambito di 16 ha, una superficie complessiva di mq. 25000, procedendo per forzati stralci al fine di aggirare le superiori normative ambientali. In ogni caso il primo stralcio è accompagnato da strutture ricettive e di intrattenimento, necessarie per adescare i potenziali *FOC-user*, il quale, se visto nel suo insieme, lo rende assoggettabile alla procedura V.I.A. Inoltre la terminologia *superficie di vendita* è molto aleatoria e non permette di definire esattamente i criteri per l'individuazione della stessa. Può sfuggire al controllo, ed è facilmente estensibile.

La V.I.A., in ogni modo, viste le dimensioni complessive e le

caratteristiche dell'intervento è una procedura che presenta dei limiti. L'impatto che l'insediamento causerà nel territorio sarà di notevole peso ambientale, nonché urbanistico, tale da non essere fattibile una valutazione reattiva.

E' indispensabile una procedura proattiva, un processo sistematico che per fasi, e cumulativamente, valuti le conseguenze ambientali sulle risorse territoriali, causate dagli impatti e dalle molteplici azioni, che comporterà l'insediamento. Ciò che prevede la V.A.S. (valutazione ambientale strategica). E nella V.A.S. non ci sono limiti di superficie. Si applica nella sua totalità.

Questo è quanto andrebbe fatto per una corretta applicazione delle normative ambientali Comunitarie. Ma in Italia e in certe realtà regionali (fra cui il Veneto) la disaffezione alle normative è una prassi legittimata. Tanto è il potere economico che conta, l'ambiente può attendere.

Così come per altri casi italiani anche per l'outlet di Noventa di Piave non è stata richiesta la V.I.A. in quanto i signori della McArthur Glen edificando a stralci di 4500 mq commerciali per volta, aggirano la norma e ci costruiscono ex novo un villaggio. La L.R. sul commercio (15/04), non prevede la V.I.A. per costruzioni inferiori ai 8000 mq. Inoltre l'art. 12 della L.R., non disciplina i FOC, ma solo gli outlet, che sono espressi come spacci aziendali con caratteristica di trovarsi vicino all'azienda di produzione