



Cristiana Bartolomei

Ingegnere Civile-Edile. Phd in Disegno e Rilievo del Patrimonio Edilizio. Master in "Architettura dello Spettacolo" e Specializzazione in "Restauro dei Monumenti" con il massimo dei voti. È ricercatore nel settore Icar 17 nel Dipartimento di Architettura dell'Università di Bologna è considerata una tra le maggior esperte dell'architettura dei fari italiani.

Sistema Informativo Multimediale delle attività commerciali a Bologna. *Multimedia Informative System of the commercial activities in Bologna*

L'articolo propone un adeguato percorso metodologico operativo per il monitoraggio e il censimento del patrimonio commerciale ed artigianale del centro storico di Bologna, al fine di poterne favorire un'adeguata valorizzazione, attraverso la creazione di un sistema informativo multimediale.

The article proposes an adequate methodological approach for operational monitoring and catalog the trade and crafts in the historic center of Bologna, in order to be able to allow proper development, through the creation of a Multimedia Information System.

Parole chiave: Archivio informativo; Commercio; Disegno, Bologna

Keywords: *Multimedia Information; Trade; Design; Bologna*

Le città storiche hanno da sempre offerto al commercio i luoghi più sicuri prima e i più accessibili poi, creando una varietà infinita di spazi destinati allo scambio delle merci. La forma *urbis* ha raggiunto un elevato grado di armonia attraverso l'apertura di piazze, la costruzione di mercati (fig. 1) ed halles all'interno dei grandi isolati, la realizzazione di intere strade destinate al traffico commerciale, riservando al commercio angoli preziosi lungo i percorsi più importanti.

Tutto ciò è sempre avvenuto con la piena consapevolezza che il commercio era necessario alla vita e allo sviluppo della città e che il tessuto urbano, composto da piazze, isolati e strade, costituiva una importante condizione per l'incremento dei traffici commerciali stessi.

Tale prodotto di secoli di stratificazioni e costumi popolari costituisce oggi un patrimonio di importanza incomparabile, spesso sottoutilizzato. Attualmente, in seguito all'imposizione di nuovi modelli urbanistici, l'assetto economico del centro storico risulta esposto con un elevato grado di vulnerabilità anche per la scarsità di informazione. Infatti la grande distribuzione, ospitata in strutture a grande scala, sta modificando le abitudini commerciali dei cittadini; tali nuovi spazi di vendita, collocati in aree a bassa densità abitativa, ma in prossimità di reti viarie di grande scorrimento, pongono l'alternativa alla cultura urbana del piccolo e medio commercio. Così facendo si rischia di impoverire ulteriormente quel valore storico ambientale, basato sulla pluralità dell'offerta e sulla libera concorrenza, conquistato durante secoli di civiltà urbana.

È importante perciò mettere in evidenza i caratteri che contribuiscono a creare tale insostituibile patrimonio, considerando fattori di sostenibilità economica, sociologici, estetici e culturali. Si devono approfondire i legami, innegabili, che sussistono tra un mercato e l'isolato che lo ospita, tra una serie di negozi e il fronte porticato nel quale essi sono inseriti, tra una bottega e l'affaccio della sua vetrina su una piazza. Si devono soprattutto diffondere l'informazione sulla varietà e sulla ricchezza del tessuto commerciale e artigianale esistente.

La città storica è per sua natura fortemente

stratificata e gerarchizzata e ciò influenza il diverso sfruttamento dei siti urbani che non possono essere omologati e standardizzati, ma che devono essere valorizzati ognuno secondo le sue potenzialità. Questo fatto ha generato nel tempo una diversificazione ed una varietà di offerte, di prodotti e categorie merceologiche, ma anche una presenza di attività commerciali fra loro molto differenziate.

Da questo è nato lo scopo di questa ricerca che mira a proporre una metodologia di censimento, classificazione e catalogazione degli esercizi commerciali ed artigianali al fine di diffondere una puntuale ed adeguata conoscenza di tutti i singoli esercizi presenti nel centro storico, attraverso l'utilizzo di un sistema G.I.S.

Il tessuto commerciale è parte integrante del centro storico perché gli è riconosciuto un ruolo fondamentale nella caratterizzazione della sua identità storica e culturale. Lo studio del Centro Storico di Bologna, sotto l'aspetto commerciale e artigianale, ha quindi lo scopo di verificare le problematiche che impediscono il mantenimento di tali attività o la loro progressiva perdita.

Si registra oggi una crescente consapevolezza sulla opportunità di preservare e valorizzare, nelle città, gli elementi fondanti dell'identità. Tra i fattori identitari di un centro storico difendere e promuovere viene oggi considerato, con crescente attenzione, il ruolo che svolgono le attività e le botteghe artigiane e commerciali storiche e di tradizione con particolare riguardo ai seguenti elementi:

1. Risorsa economica strategica per la commercializzazione delle produzioni tipiche e di qualità e per l'attrazione dei flussi turistici;
2. Identità come qualità della scena urbana e della vita quotidiana nelle città d'arte e nei centri storici;
3. Patrimonio culturale da conoscere, tutelare e valorizzare.

Tale studio parte dalla convinzione, quindi, che la salvaguardia dei beni commerciali ed artigianali dei centri storici non può prescindere da una approfondita e adeguata conoscenza dei beni stessi. In quest'ottica gran parte dell'operazione dipende dall'organizzazione, e



1) Dipinto che raffigura il mercato di Porta Ravegnana

quindi acquisizione e disponibilità d'uso, delle informazioni e dei dati che riguardano ogni singolo bene. Tale ricerca ha dato vita, quindi, ad un programma di archiviazione basato su schede di catalogo che contengano un numero adeguato di dati e che permettano di creare in tempi stretti un data base esteso da ampliare e completare successivamente. Si sono volute ricercare le metodologie e i criteri per poterne progettare un archivio informativo, simile ad un G.I.S., che potesse essere utile per la conoscenza del settore del commercio storico, per fornire a tutti i soggetti interessati i dati e le elaborazioni per una migliore conoscenza del settore commerciale storico bolognese stesso e per la diffusione delle informazioni sulla realtà commerciale presso le istituzioni e le categorie economiche (fig. 2) Un archivio informativo sostanzialmente permette di organizzare le informazioni di natura geometrica (posizione cartografica, dimensione e posizione geografica), di natura topologica (relazione reciproche tra gli oggetti), di natura informativa (dati associati ad ogni elemento). Si serve di un motore capace di integrare il software raster e/o cad con quello per la gestione dei dati geografici legandolo ad un software per la gestione di database relazionali.

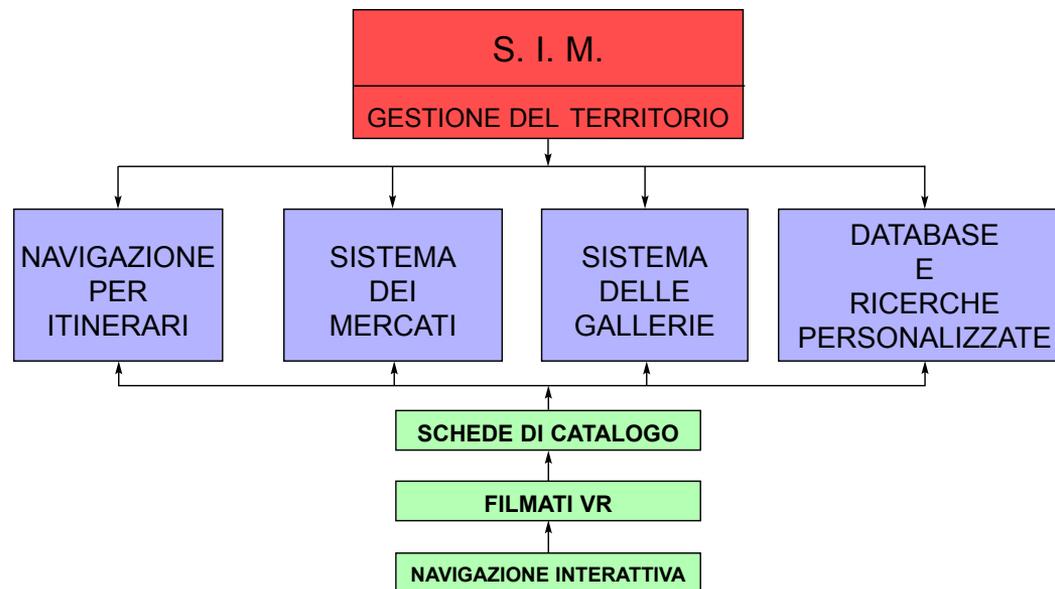
Si è creato, così, l'Archivio Informativo del patrimonio commerciale e artigianale del centro storico di Bologna realizzando un sistema in grado di:

- collocare con precisione nello spazio il patrimonio commerciale - artigianale, creando un collegamento georeferenziato tra il centro storico e il suo uso (fig. 3);
- individuare le fonti documentarie di riferimento (bibliografiche-archivistiche, cartografiche e fotografiche che evidenzino il valore storico-artistico del contesto urbano);
- creare archivi di riferimento, come ad esempio quello delle ditte, delle categorie merceologiche, della rarità delle merci ecc..., che siano facilmente consultabili attraverso reti informatiche (fig. 4, fig. 5).

Tale inventario è stato quindi finalizzato alla costituzione di un sistema informativo territoriale che descrivesse il patrimonio commerciale e

INFORMAZIONE E MONITORAGGIO SULLE ATTIVITA' COMMERCIALI E ARTIGIANALI NEI CENTRI STORICI, CON PARTICOLARE RIGUARDO ALLA REALIZZAZIONE DI UN SISTEMA INFORMATICO MULTIMEDIALE RIGUARDANTE LE ATTIVITA' COMMERCIALI ED ARTIGIANALI DEL CENTRO STORICO DI BOLOGNA

SISTEMA INFORMATIVO MULTIMEDIALE



2) Schema logico del funzionamento dell'Archivio Informativo Multimediale

artigianale in relazione alla componente fisica che lo ospita. A tal proposito il sistema è stato georeferenziato ad una base cartografica ed articolato tramite schede ipertestuali (testi, immagini e riprese filmate) che descrivono i singoli settori di studio. Il database realizzato, che consente di interrogare l'archivio, fornisce informazioni secondo criteri di lettura definibili a piacere; è inoltre possibile conoscere le potenzialità delle singole attività produttive in merito alla loro consistenza edilizia e al sito nel

quale esse sono inserite. Il sistema informativo multimediale, che contiene tutte le informazioni relative alle attività commerciali e artigianali, è collegabile ad una base cartografica digitale con la quale sarà poi possibile elaborare una serie di carte tematiche diversificate a seconda degli obiettivi di indagine e dell'utenza interessata.

CRITICITÀ

La parte commerciale delle città rappresenta la memoria, il cuore dell'anima cittadina, il



3) Visualizzazione della scheda dei nodi nei modelli fotografici panoramici



4) Visualizzazione della scheda delle attività commerciali

profondo legame con la sua storia e le sue tradizioni, conseguentemente è il luogo nel quale i cittadini riconoscono la propria città diventando punto di riferimento che definisce quel senso dell'appartenenza che lega una comunità al proprio luogo di vita. Snaturare questo patrimonio porta inevitabilmente alla perdita d'identità, per cui si è reso necessario creare l'archivio informativo. La necessità è scaturita dal fatto che si sono notati problemi in diversi ambiti e solo con un'attenta classificazione delle criticità era possibile concepire uno strumento in grado di orientare gli amministratori per un corretto programma di riqualificazione e mantenimento. Sui fronti commerciali (fig. 8), i problemi riscontrati sono stati:

- assenza di attenzione per l'estetica, valore a cui

si dava maggiore attenzione nel passato.

- facciate prive di unità compositiva per la presenza di illuminazione esterne, di tendaggi di diverso tipo, di antifurti, condizionatori, etc., collocati in modo casuale sulla facciata.

Nei sottoportici:

- Presenza di incongruità che hanno stravolto l'originaria natura del costruito per ospitare finti porticati, spazi per bancomat, vetrine, aggiunte di superficie. Tutto ciò porta all'impovertimento dell'immagine del centro storico.

Sulle vetrine:

- Eliminazione dei serramenti originali e realizzazione di serramenti in materiale non storico che nascondono spesso lo spessore delle cornici di pietra dell'architettura originaria, con un guadagno della metratura commerciale

minimo contro un peggioramento sul piano estetico.

Sui tendaggi:

- notevole varietà tipologica di tende, nella maggior parte molto diverse dai modelli tradizionali, semplici ed essenziali, che invece manterrebbero una corretta relazione con l'architettura.
- I tendaggi del centro storico appaiono poco pregevoli, poco uniformati e coordinati tra loro, spesso non necessari.

Sulle insegne:

- insegne sporgenti e insegne a bandiera, volte ad attirare l'attenzione che deturpano l'armonia dell'immagine.

Una volta individuate le criticità si è provveduto



5) Visualizzazione della scheda del modello fotografico panoramico interno al negozio

alla realizzazione al trattamento automatizzato dei dati ricercati che forniscono l'ideale corredo delle schede di catalogo; infatti appare fondamentale per la formazione di archivi organizzati su base informatica lo studio della informatizzazione dei dati, che non sono soltanto di natura alfanumerica ma derivano anche da altre categorie di informazione, quali disegni, fotografie (fig. 11), fonti normative, modelli fotografici digitali ed altro.

In un programma che mira alla riqualificazione ovviamente tutto il sistema artigianale e commerciale va considerato nella sua interezza e unicità. Infatti ogni singola attività non ha nessun significato se non come parte di un insieme.

A tale scopo si è definito il campo di studio relativo all'intero sistema commerciale e artigianale al

quale riferire il piano di riqualificazione.

MAPPATURA DELLE ATTIVITÀ COMMERCIALI E ARTIGIANALI.

Una volta analizzate le criticità ci si è resi conto dell'importanza della costruzione dell'Archivio Informativo Multimediale, perchè avrebbe condotto a una conoscenza del patrimonio commerciale e artigianale, delle sue qualità architettonico-ambientali, a diversi livelli di approfondimento. Il criterio di scelta dei negozi inseriti nell'archivio non ha considerato tutti i negozi del centro storico ma si è basato su un campione di attività che sono risultate interessanti per le loro caratteristiche tipologiche, merceologiche, per epoca storica.

Il programma di costruzione di tale archivio

si è basato quindi sulla creazione di schede di catalogazione che forniscono dati per la realizzazione di un database esteso e aperto, quindi con la possibilità di essere anche ampliato successivamente. In tale operazione, a corredo delle schede, è presente una ricca documentazione grafica (disegni, fotografie, animazioni ecc...) anch'essa informatizzata.

L'archivio informativo è stato strutturato in sezioni di studio: il Commercio, l'Archivio Multimediale e il Database.

La sezione riguardante il commercio consente di conoscere i veri caratteri delle attività commerciali del centro storico di Bologna. Essa si suddivide in tre sottosezioni, i Negozi, le Strade e gli Itinerari, nelle quali è possibile "navigare" sfruttando i modelli fotografici digitali realizzati, utilizzando il software

Partendo da una base cartografica e individuato il settore di interesse si può circoscrivere l'area di indagine e al suo interno successivamente esplorare le strade commerciali e i negozi censiti. L'esplorazione avviene sulla base di modelli fotografici digitali appositamente costruiti e permette l'associazione tra mappa, il modello e le informazioni che sono contenute nel Database. Oltre la visita puntuale di strade e negozi la navigazione dà la possibilità di percorrere alcuni itinerari predefiniti che si basano sempre sui suddetti modelli anche se in questo caso sono collegati fra loro; è possibile, ad esempio, passare da un nodo all'altro sfruttando i collegamenti impostati in precedenza.

Le seconda sezione contiene l'Archivio multimediale dove è possibile consultare per ogni attività censita i documenti fotografici relativi all'arredo, alla vetrina, alla merceologia, i documenti video che mettono in risalto le peculiarità delle attività oggetto di studio e i modelli virtuali che servono per visualizzare l'interno del negozio.

La terza sezione è relativa al Database. Il Database, implementato utilizzando la versione 7 di FileMaker Pro, è strutturato in un modulo che, per ogni attività commerciale e artigianale censita, contiene dati sulla denominazione e sulla localizzazione dell'attività, dati sulle



6) Maschera d'ingresso per interrogare il database



7) Visualizzazione della scheda di database delle attività commerciali

caratteristiche merceologiche, dati relativi alla tipologia e all'impianto, dati specifici riguardanti la vetrina e dati specifici sui materiali. La raccolta di schede si compone quindi di una casistica di arredi e di architetture per il commercio non trascurando le interazioni tra le attività, la loro localizzazione e la forma *urbis* (fig. 6, fig 7, fig. 10).

Dal punto di vista tecnologico il software impiegato associa alle potenzialità tipiche dei GIS i vantaggi della gestione di dati eterogenei (testuali, numerici, immagini, disegni, animazioni VR – realtà virtuale, ecc...) e della possibilità di effettuare ricerche molto sofisticate.

Il software adottato gestisce un database che contiene una serie piuttosto articolata di informazioni relative alle evidenze commerciali (caratteristiche tipologiche, cronologiche, funzionali, merceologiche, nome ditta, indirizzo, tipo di attività, anno di inizio attività, addetti,

ecc.), tale database che interagisce con una base cartografica, sarà accompagnato da immagini del luogo, da disegni tecnici dei siti indagati e da modelli tridimensionali e animazioni dell'oggetto in questione.

La banca dati offre un'interfaccia amichevole e contiene informazioni organizzate in sottosistemi distinti:

- Sistema alfanumerico (schede e testi di varia natura riguardanti argomenti diversi);
- Sistema cartografico (disegni vettoriali e raster a varie scale);
- Sistema iconografico (immagini, video e modelli).

Un'archivio costruito su tali basi e organizzato in maniera flessibile consente infatti l'integrazione anche con banche dati già esistenti diventando un supporto che funge da assistente e gestione di informazioni. In tale sistema potranno trovare spazio anche esperienze di studio condotte su

livelli propositivi differenti e per questo potrà costituire una base alimentabile in progressione. La documentazione della complessità delle attività artigianali e commerciali del Centro Storico ha suggerito l'utilizzo di una particolare procedura di documentazione, come base di appoggio per l'intero modello: i modelli fotografici digitali.

La costruzione di tali modelli si basa su una sequenza di immagini fotografiche in modo che l'informazione da indagare rimane globalmente disponibile attraverso la caratteristica di uso interattivo che consentono. La modellazione fotografica digitale è basata su delle riprese fotografiche statiche, effettuate in sequenza fino a coprire un angolo giro, a partire da opportuni punti di stazione. I singoli fotogrammi relativi all'intero punto di presa vengono poi elaborati tramite un software che consente di costruire un modello spaziale panoramico.

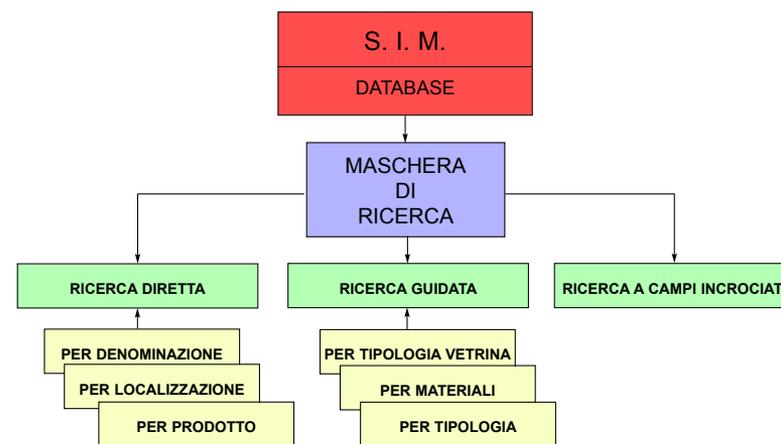
Tale modello è esplorabile liberamente in



8) Disegno di una vetrina di un'attività commerciale rilevata

INFORMAZIONE E MONITORAGGIO SULLE ATTIVITA' COMMERCIALI E ARTIGIANALI NEI CENTRI STORICI,
CON PARTICOLARE RIGUARDO ALLA REALIZZAZIONE DI UN SISTEMA INFORMATICO MULTIMEDIALE RIGUARDANTE
LE ATTIVITA' COMMERCIALI ED ARTIGIANALI DEL CENTRO STORICO DI BOLOGNA

SISTEMA INFORMATICO MULTIMEDIALE



10) Schema logico per il funzionamento della ricerca all'interno del modello



9) Modello fotografico panoramico steso



11) "L'Aguzzeria del Cavallo"; attività commerciale rilevata



12) Tecnologia QTVR

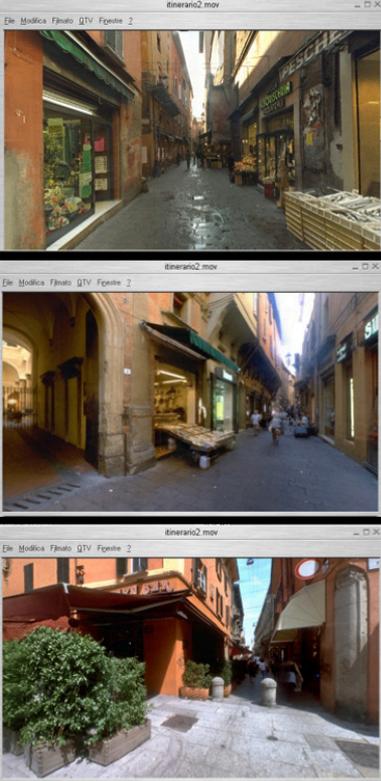
**RILEVAMENTO FOTOGRAFICO
DIGITALE INTERATTIVO**
strumento di monitoraggio della città

Gli Itinerari



Itinerario 1 Via D'Azeglio Via IV Novembre Piazza Maggiore Via Clavature	Itinerario 2 Via Drapperie Via Pescherie Vecchie Piazza Maggiore Via Ugo Bassi Via Rizzoli	Rilievo Digitale Via Clavature
---	--	--

Il Commercio Escl



13)

ogni direzione (senza limiti di sequenza legati alla successione delle riprese fotografiche) e si possono effettuare viste di dettaglio nella successione desiderata. All'interno di ogni modello possono essere individuate delle aree sensibili (hotspot), che sono poi "interrogabili" con un semplice puntamento del mouse purché siano stati preventivamente progettati gli opportuni collegamenti. Ad esse infatti si possono collegare a fotografie di dettaglio maggiore rispetto a quella del modello stesso o

schede tecniche di descrizione realizzate a fini di classificazione dei vari aspetti di indagine e altri modelli fotografici basati su differenti punti di stazione. In questo modo infatti sono stati realizzati alcuni itinerari virtuali che percorrono le vie di maggiore peculiarità commerciale del centro storico. Tramite tali itinerari (basati su differenti nodi di ripresa fotografica) è possibile documentare gli spazi urbani secondo diversi scorci oppure passare da riprese esterne a riprese interne dello stesso manufatto (fig. 13).

L'utilizzo di tali modelli ha consentito di realizzare alcuni itinerari di studio lungo alcune vie commerciali del centro storico; in tale modo si ha una esperienza diretta passeggiando nelle strade ed entrando all'interno dei negozi per i quali preventivamente era stato realizzato il modello fotografico.

L'esplorazione di tale modelli, singolarmente ed in successione, è consentita in maniera interattiva con l'ausilio di una apposita "barra di comando". La visione panoramica permette libertà di scelta all'utente che effettua la navigazione e che decide la sequenza di visualizzazione accedendo alle informazioni contenute all'interno del modello. Inoltre l'ambiente fotografico permette di apprezzare con chiarezza il singolo dettaglio che può essere descritto con schede specialistiche già predisposte e collegate al modello. La costruzione del modello avviene tramite il montaggio delle singole immagini, in numero da 12 a 18 anche in funzione del tipo di obiettivo fotografico utilizzato (fig. 9, fig. 12).

Il software trova i punti di unione delle foto e corregge la curvatura dell'orizzonte calcolando le modifiche di prospettiva in base all'obiettivo usato. Il software agisce in più fasi, ottimizzando la sequenza degli scatti, correggendo le aberrazioni dell'obiettivo, ricercando il miglior allineamento e infine fondendo (stitching) le foto in un'unica immagine che si presenta come una lunga striscia che comprende tutto il giro di orizzonte che una persona, sul luogo dello scatto, avrebbe osservato compiendo una rivoluzione completa su se stesso.

La costruzione di un archivio di modelli fotografici delle attività artigianali e commerciali costituisce un valido supporto per l'informazione e il monitoraggio dei singoli negozi censiti.

Un archivio strutturato su una raccolta di tali modelli, oltre a fornire una documentazione valida e suggestiva in quanto è fedele alla realtà, rappresenta anche un efficace mezzo per proseguire con ricerche sempre più sofisticate, infatti esso può diventare "contenitore" delle varie informazioni specialistiche raccolte nel database.

Il prossimo passo della ricerca sarà quello di

dotare gli utenti di un dispositivo palmare, per guidarli alla scoperta dei percorsi commerciali e delle relative attività merceologiche presenti. Dunque, palmari al posto delle mappe cartacee, con funzioni divulgative e di informazione in corrispondenza delle attività commerciali di maggiore interesse. I palmari potranno interagire col sistema informativo, in cui saranno organizzati e aggiornati tutti i contenuti.

Nelle vicinanze della attività commerciale presente nel archivio il software preinstallato sul dispositivo palmare avvierà una presentazione multimediale (testuale, video e audio) della "bottega storica", dell'attività commerciale fornendo informazioni in tempo reale all'utente. Sui palmari potranno essere preinstallate tutte le informazioni riguardanti il percorso commerciale, per guidare l'utente in un itinerario personalizzato a seconda dell'interesse. L'utente potrà quindi effettuare il suo percorso seguendo un itinerario suggerito o muovendosi in autonomia.

I palmari potranno fornire in tempo reale: mappe interattive; cartografia georeferenziata; dati e informazioni (testi, immagini, suoni, filmati) sui luoghi commerciali che si stanno o si intendono visitare.

Il S.I.M. quindi una volta completato associerà alle potenzialità tipiche dei G.I.S i vantaggi di gestione portatile di dati eterogenei (testuali, numerici, immagini, disegni vettoriali e raster, ecc...), inoltre ulteriori sbocchi della ricerca è la costruzione di un G.I.S formato da due moduli integrati: quello territoriale e quello insediativo, che potrebbe permettere di inquadrare la riqualificazione commerciale in un processo circolare: crescita economica, interventi strategici di recupero, programmazione a lungo termine. Infatti la crescita economica stimola e funge da volano alla riqualificazione che incide ovviamente sul mercato immobiliare. Il GIS si conferma, rispetto agli strumenti tradizionali, maggiormente efficiente rispetto alla gestione delle informazioni e utile strumento come motore di valutazione negli interventi di riqualificazione urbana in un contesto di crescita di economie del territorio.

BIBLIOGRAFIA

Brini Giuseppe (1978), *Artigiani a Bologna*, CNA, Bologna

McAnally Patrick (1975), *Economia della distribuzione commerciale*, Il Mulino, Bologna

Fanti Mario (1980), *I Macellai Bolognesi*, Poligrafici Luigi Parma, Bologna

Coppe Renato (1988), *Guida culturale industriale commerciale artigianale e turistica di Bologna e provincia*, Aniballi edizioni, Bologna

Molinari Pradelli, Alessandro (1994), *Bologna in vetrina-dall'unità d'Italia alla Belle Epoque*, L'inchiostroblu, Bologna

Roversi Giancarlo (1994), *I Caffè storici in Emilia Romagna e Montefeltro*, Grafis, Bologna

E.R. Iscom (1994), *Marketing urbano. Valorizzazione del commercio nei centri storici*, Etas, Milano

Bromley R.D.F., Thomas C.J. (1995), "Small town shopping decline: dependence and inconvenience

for the disadvantaged", *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, vol. 5, n. 4, pp. 433-456.

Castaldo Sandro. (a cura di) (2001), *Retailing & innovazione. L'evoluzione del marketing nella distribuzione*, EGEA, Milano

Zanderighi Luca (2001), "Town Center Management: uno strumento innovativo per la valorizzazione del centro storico e del commercio urbano", *Industria & Distribuzione*, n.2.

Indicod (2003), *Valorizzare il centro urbano. Tra indirizzi strategici e modelli gestionali*, atti del Convegno tenutosi a Milano, 11 giugno.

Capasso Aldo "(2004), *Commercio su aree pubbliche: mercati scoperti, in Fumo Marina*. (a cura di), *Dal mercato ambulante all'outlet - luoghi e architetture per il commercio*, Compositori, Bologna

Capasso Aldo (2004), *Commercio e città. Mercato protetto e qualità urbana*, in: Bucci Alessandro

,Diolaiti Donatella. (a cura di), *Città Commercio Architettura*, Alinea, Firenze,

Zanderighi Luca (2004), *Commercio urbano e nuovi strumenti di governance. Linee guida per lo sviluppo del Town Centre Management in Italia*, Il sole 24 ore, Milano

Restuccia Franca, Galizia Mariateresa, Santagati Cetina (2011) *Knowledge and/is safeguard: Via Umberto and the Rinazzo quarter in Catania*. In: C. Gambardella (editor) *Le vie dei Mercanti, S.A.V.E. Heritage. Safeguard of Architectural, Visual, Environmental Heritage*. Collana Fabbrica della Conoscenza vol 10, La Scuola di Pitagora editrice