

Troppi vuoti e case sfitte

«Serve l'housing sociale»

Ecco il progetto di Beat Area per riempire gli appartamenti e rigenerare la città
La start up è tra i quattro finalisti del concorso nazionale di Make a Change

di Igor Cipollina

La febbre del mattone si è ritirata come una marea, lasciandosi dietro una larga teoria di case sfitte e abbandonate. C'era una volta l'investimento sicuro. L'ascensore sociale si è rotto e sta precipitando oltre il fondo del barile. C'era una volta il lavoro sicuro. L'impiego per la vita. Morale, le città sono sempre più cariate dai vuoti urbani e la forbice sociale si è divaricata fino al punto di rottura. O sei talmente ricco da non avere pensieri o sei così povero da poter accedere all'edilizia residenziale pubblica. Il guaio è se stai nel mucchio di chi ha un lavoro precario e un orizzonte incerto. E sono tanti, tantissimi. La maggioranza. Insomma, le vecchie mappe non servono più a orientarsi nella complessità dell'oggi. Anche la bussola del welfare locale si è smagnetizzata.

A proporre una chiave di lettura innovativa è la start up mantovana Beat Area, che cammina sulle gambe di sette professionisti (età media 39

anni). Un manager della cooperazione, un architetto, un commercialista, un avvocato, un esperto in comunicazione integrata e un conoscitore di Ict (Information and communications technology). Talmente robuste, le gambe del team, da averlo portato tra i quattro finalisti del concorso nazionale "Il più bel lavoro del mondo", organizzato dall'associazione Make a Change in partnership con Reale Mutua

assicurazioni. In palio ci sono l'accesso a un finanziamento a fondo perduto e i servizi d'incubazione compatta di Make a Change. Perché la start up diventa un'impresa sociale "adulta". Dei 181 progetti candidati, ne sono rimasti in gara quattro e quello di Beat Area ha ottenuto il punteggio più alto.

E se pure il 6 maggio, a Torino, la giuria premiasse qualcun altro, la start up continuerebbe comunque la sua avven-

tura imprenditoriale. «Il concorso ci ha offerto l'opportunità di testare la bontà della nostra intuizione» spiega Paolo Galeotti, referente del progetto.

Tutto ruota attorno alla centralità della casa, sia nella trama di vita dei singoli sia nel tessuto della comunità. Ma secondo un'ottica laterale rispetto al paradigma del caro, vecchio mattone. La casa non è più considerata un investimento, ma un servizio in risposta a un bisogno sociale. La forbice di cui sopra, che spinge fuori dal mercato giovani e meno giovani, mortificando la

spinta all'autonomia.

L'obiettivo è favorire un'offerta abitativa intermedia attraverso la destinazione ad housing sociale sia di appartamenti ed edifici di proprietà pubblica sia del patrimonio privato sfitto e condannato al deprezzamento (nella sola città di Mantova si contano cinquemila alloggi vuoti). Semplificando, Beat Area vuole incrociare domanda e offerta in modo innovativo: altri strumenti giuridici e comunicativi, nuo-

va gestione tecnica, lettura più puntuale dei bisogni, domotica. Non si tratta d'intermediazione immobiliare, ma di una visione ampia che, colmando i vuoti, favorisca la rigenerazione urbana. E acceleri il battito della città. The beat, appunto.

In ordine alfabetico, i sette

del team sono: Paola Alberti, Riccardo Forcellini, Paolo Galeotti, Matteo Mantovani, Elena Morini, Claudia Pedercini, Davide Sangiorgi.

Tutti impegnati a costruire un'idea altra di città. Senza bisogno di aggiungere nuovi mattoni.





Da sinistra Sangiorgi, Galeotti, Forcellini, Pedercini e Alberti *(foto Saccani)*