

L'architettura dell'e-commerce e i suoi antenati

I Grandi Magazzini haussmanniani

Daniela De Dominicis

È nei primi anni Ottanta che prende avvio la vendita delle merci attraverso la rete. Inizialmente circoscritta alle attività aziendali, si diffonde ben presto capillarmente rivolgendosi ai singoli consumatori grazie alla diffusione del web e alla sicurezza dei protocolli. Nel '94 nascono i noti portali di Amazon e E-Bay e nell'arco di alcuni decenni, grazie ad una tecnologia rinnovata e alle insospettite potenzialità del sistema emerse durante il periodo pandemico, si determina l'esplosione dell'acquisto on line con un andamento di crescita costante che non ha subito flessioni neanche ad emergenza sanitaria rientrata. Questa pratica oggi è talmente diffusa che nel mondo occidentale è difficile trovare qualcuno che, in prima o per interposta persona, non abbia mai ordinato un prodotto attraverso la rete. Amazon – la più grande società di commercio elettronico – offre il servizio di consegna a domicilio di qualsiasi merce in un arco temporale standard di due, tre giorni al massimo avvalendosi di un milione e mezzo di dipendenti (dati Amazon 2022) distribuiti tra quartier generali, hub tecnologici, uffici, negozi, centro-dati e centinaia di punti logistici di raccolta e smistamento dislocati in tutto il mondo.



A sinistra. GBPA Architects (Antonio Gioli e Federica De Leva), quartier generale Amazon, Milano, Porta Nuova, 2017 (foto concessa dall'ufficio stampa di GBPA Architects). A destra. GBPA Architects (Antonio Gioli e Federica De Leva), quartier generale Amazon, Milano, Porta Nuova, 2017, particolare dell'ingresso (foto concessa dall'ufficio stampa di GBPA Architects).

Attualmente la sede centrale a Seattle si articola in 40 edifici ma qualche anno fa, dopo un esame biennale per vagliare con attenzione i 238 Comuni che si erano candidati, i dirigenti della società hanno deciso di aprire ad Arlington in Virginia un secondo quartier generale (HQ2): lavori per 2,5 mld di dollari, un'offerta di 25mila nuovi posti di lavoro nel prossimo decennio con l'inaugurazione prevista per il 2025. Lo studio di architettura di riferimento per entrambe le sedi è lo storico *NBBJ* fondato nel '43 a Seattle (1), studio che fa dell'energia rinnovabile e dell'integrazione con la natura il proprio punto di forza. A Seattle la sezione più famosa dell'intero campus è senza dubbio quella costituita dalle *Spheres*: tre grandi ambienti vetrati a cupola (h.27 m), che ospitano 40mila piante provenienti dalle foreste pluviali di 30 paesi. Si tratta di un open space, inaugurato nel 2018, dotato di postazioni di lavoro, aree per riunioni, ma anche negozi, cucine, salotti ... il tutto a stretto contatto con una "foresta" onnipresente.

Ad Arlington, i 22 edifici previsti nel nuovo campus, trovano il punto focale nel grattacielo *The Helix*, il cono rovesciato a doppia elica che ospita alberi e piante autoctone a creare percorsi pedonali nel verde con la possibilità di salire fino in cima, a 100 m di altezza (2). Il sentiero è scandito anche qui da alternativi ambienti di lavoro secondo quel concetto di benessere che deriverebbe dalla prossimità con

la natura e dal relax che è alla base dell'architettura biofilica.

Anche in Italia (3) Amazon ha inaugurato dal 2017 un quartier generale nell'avveniristica area di Porta Nuova a Milano dove *GBPA Architects* (Antonio Gioli e Federica De Leva) ha rivisitato il vecchio edificio della Tecnimont, costruito negli anni 70 in alluminio anodizzato e cristallo. Mantenendone i volumi, gli architetti ne hanno rimodulato l'esterno ora completamente vetrato anche nei pannelli frangisole a creare una totale continuità visiva con l'esterno. Un'aggettante pensilina in vetro introduce in un'ampia corte interna su cui affacciano i diversi plessi. Particolare attenzione è stata data alla distribuzione funzionale delle aree, agli arredi – curati dallo spagnolo Bernabé Rodríguez – e ai colori utilizzati avendo come obiettivo il confort di chi ci lavora con l'idea che dipendenti rilassati e a proprio agio danno potenzialmente risultati migliori. Tutto ciò ovviamente è destinato ai creativi e ai manager aziendali, le cose cambiano radicalmente quando ci si sposta nelle sedi di stoccaggio e smistamento delle merci. La loro ubicazione per ragioni logistiche è scelta in funzione della vicinanza a strutture aeroportuali o autostradali; la forma è quella di un semplice contenitore, in genere un parallelepipedo di pannelli prefabbricati, di una grandezza media di 75mila mq, i cosiddetti *Big Box*, che talvolta costituiscono motivo di aggregazione di altre realtà produttive (p.e. società 3PL e 4PL che curano la logistica per conto terzi, punti di ristoro, etc). Qui le condizioni di lavoro non sono ugualmente confortevoli, i dipendenti possono arrivare a percorrere anche 16 km al giorno per il reperimento e la spedizione dei prodotti richiesti, aiutati da programmi informatici che si avvalgono anche del supporto dei robot. Ha fatto scalpore il complesso *BHX4* a Coventry, inaugurato nel 2017 con 3500 impiegati nell'ex stabilimento Jaguar, per le forti contestazioni dei dipendenti rilanciate dai media contro le dure condizioni di lavoro e la palese violazione dei diritti sindacali. In Italia dove sono presenti circa 60 magazzini per lo stoccaggio, aprirà a breve il grande centro di Roncade (TV) con un progetto del 2020 e un investimento di 40 milioni di euro. Come sempre in questi casi le polemiche sono state molteplici e solo nel dicembre 2023 il comune ne ha approvato a maggioranza la costruzione. Si tratta di una struttura che insiste su 230mila mq, 60mila dei quali coperti. Amazon si farà carico di realizzare anche una bretella autostradale per bypassare la diramazione Treviso-mare e collegare direttamente il casello di Meolo con il polo industriale di Roncade. Il magazzino, lungo 300 metri (4), sarà schermato alla vista da una paratia arborea di piante autoctone curata dallo studio veneziano Cecchetto & Associati (ben lontani dunque dalle forme iconiche degli Headquarters ma insediamenti che si preferisce nascondere dietro gli alberi). Sono previste inoltre opere di compensazione ambientale, il tutto per rendere più tollerabile il disagio prodotto dai 300 camion giornalieri che garantiranno il rifornimento delle merci. Anche l'argomentazione forte basata sulla prospettiva di impiego per circa 2000 persone a regime, viene contestata da alcuni per la bassa qualità del lavoro che non può essere sostenuto a lungo per le sue faticose condizioni organizzate in tre turni giornalieri per un'operatività h24.



A sinistra. NBBJ, *The Helix*, Arlington, Virginia, HQ2 di Amazon.
A destra. Poster, *Les Grands Magasins Crespins & Dufayel*, 1895-1900, litografia.

L'acquisto on line, praticato da decine di milioni di persone, ha inciso profondamente sullo stile di vita dei consumatori. La ricchezza delle offerte e i prezzi convenienti della grande distribuzione, la possibilità di avere la merce recapitata senza uscire di casa, ha messo in crisi i punti vendita di prossimità con tutte le relazioni sociali che questi favorivano. Secondo i dati di *InfoCamere* in Italia negli ultimi dieci anni hanno chiuso tra il 20 e il 40% delle piccole attività a fronte di una consistente impennata della grande distribuzione (5) e di un incremento del 195% registrato dall'e-commerce. Tutto ciò può sembrare una novità assoluta ma ha in realtà un precedente storico di pari incisività economica e sociale, quella dei Grandi Magazzini che prendono vita a Parigi nella seconda metà

dell'Ottocento. Il *Musée des Arts Décoratifs* ha dedicato a questa straordinaria scommessa economica un interessante approfondimento espositivo (6) nell'estate 2024.

Siamo nell'ambito del Secondo Impero (1852-1870) durante il quale la città viene completamente stravolta dai lavori diretti dal barone Haussmann per far posto a 165 km di boulevard e avenue rettilinee, con interi quartieri che vengono abbattuti e più di 27mila costruzioni che scompaiono (7) nell'arco di quindici anni. Le foto di Charles Marville documentano la Parigi che scompare mentre le facciate in procinto di essere demolite vengono documentate dal catasto con disegni tecnici dettagliati: le uniche documentazioni di una città non più esistente.



A sinistra. Modelli di abiti prêt-à-porter in mostra al Musée des Arts Décoratifs, Parigi.
A destra. Giochi di fine Ottocento, in mostra al Musée des Arts Décoratifs, Parigi

È in questo complessivo stravolgimento che un manipolo di imprenditori investe ingenti capitali – quelli resi disponibili dalle Società di Credito promosse dal regime imperiale – in costruzioni fuori scala che insistono su più isolati per dar vita ad imprese commerciali gigantesche mai viste prima. La produzione industriale, già avviata durante la Monarchia di luglio (1830-48), in particolare la meccanizzazione del tessile, consente la disponibilità di grandi quantità di stoffe in tempi velocissimi. Il primo Grande Magazzino (8) è *Le Bon Marché* fondato da Aristide Boucicaut che apre i battenti nel 1852 al 24 di rue de Sèvres, sulla riva sinistra (9). L'edificio è firmato dagli architetti Alexandre Laplanche e Louis-Charles Boileau nonché, in successione, dagli ingegneri Armand Moisant e Gustave Eiffel. È a questi ultimi che si deve l'impiego dei materiali innovativi del ferro e del vetro, con una vasta area centrale circondata da scenografiche scale intrecciate di accesso ai piani superiori e la grande vetrata per l'illuminazione zenitale: Emile Zola lo descrive come “la cattedrale del commercio moderno, solida e leggera” (10). Nel giro di pochi anni segue l'apertura de *Les Grands Magasins du Louvre* (1855) – ospitato nel grande immobile di rue de Rivoli oggi in corso di ristrutturazione con il progetto di Jean Nouvel per conto della Fondazione Cartier (11) – del *Bazar de l'Hôtel de Ville* (1856), *Au Printemps* (1855), de *La Belle Jardinière* (1867) e *À La Samaritaine* (1870) cui si aggiungono più tardi *Les Galeries Lafayette* (1893).

I metodi commerciali innovativi introdotti dai Grandi Magazzini parigini possono oggi sembrare di assoluta normalità ma è lì che sono stati sperimentati per la prima volta. Per esempio l'idea di riunire in un'unica struttura tutto ciò di cui si ha bisogno (vestiti, scarpe, profumi, arredi,...), consentire l'accesso libero senza dover necessariamente comprare, dare la possibilità di toccare la merce presentata su invitanti espositori (12), dichiararne il prezzo su un cartellino in bella mostra, accettare la restituzione, anche dopo cinque anni, di ciò che non è in linea con le proprie aspettative, lanciare periodicamente i saldi, promuovere eventi come la fiera del bianco (13) ... Il piacere di muoversi in ambienti così alla moda, illuminati a giorno con le lampade a gas, fa sì che le donne parigine – di tutte le classi sociali che si trovavano a convivere per la prima volta negli stessi ambienti – vi trascorrono una media di due ore al giorno in una sorta di *promenade* ludica. Nell'arco di pochi anni *Bon Marché* passa da un giro di affari di 7 a 21 milioni. Si innesca la frenesia dell'acquisto compulsivo (14) invogliato da manifesti pubblicitari, dépliant e dall'invenzione delle vetrine; per sostenerlo si intraprendono sempre nuove strategie di marketing. Si sviluppa per esempio il concetto di moda da cui deriva la necessità di sostituire ciò che viene dichiarato superato e la rotazione dei vestiti in funzione delle stagioni: mentre fino ad allora un abito era “per la vita” ora è d'obbligo sostituirlo

periodicamente. L'invenzione della macchina da cucire nel 1830 rende inoltre possibile il *prêt-à-porter* ispirato ai modelli dell'alta sartoria accessibili così anche alla classe borghese. Alcuni prodotti vengono addirittura venduti sotto costo per attrarre un pubblico che poi finirà per comprare anche tanto altro. La necessità di attingere ad un più ampio giro d'affari fa sì persino i bambini vengano coinvolti negli acquisti: interi piani sono loro dedicati con abiti e giocattoli. Per attirarli, gli espedienti messi in campo sono diversi: il regalo dei palloncini colorati o delle figurine in serie per completare le quali è necessario rinnovare periodicamente la visita ai Grandi Magazzini (15). Ma il più grande bacino di clienti viene però raggiunto con la vendita a distanza: ogni anno 6 milioni di cataloghi rendono accessibile a chiunque le migliaia di oggetti prodotti, le ordinazioni vengono poi recapitate a domicilio da 650 vetture a cavallo. Tutti questi elementi si riferiscono alle innovazioni introdotte da Aristide Boucicaut ma si trovano replicate, con varianti, in tutte le imprese successive. A far funzionare ognuno di questi complessi meccanismi vi sono fino a 4mila impiegati, metà delle quali donne, organizzati in una rigida struttura gerarchica. Queste ultime sperimentano per la prima volta la possibilità di un guadagno individuale che le rende indipendenti sottraendole ai ruoli fino ad allora consueti di lavandaie, domestiche o prostitute. Un lavoro duro fatto di 13 ore in piedi ma che dà diritto anche all'alloggio (ospitati nel sottotetto) e al vitto (nella mensa interrata che garantiva, con 3-4 turni di accesso, cibo a 4mila impiegati al giorno).

Emile Zola, nel romanzo *Au bonheur des dames* (1883), restituisce questa realtà in ogni dettaglio umano e sociale. La sua attenzione non è però solo rivolta ai fasti della nuova economia ma anche ai disastri sociali che il suo sviluppo ha determinato. I piccoli negozianti sono stati infatti spazzati via in pochi anni, impossibilitati a competere, tormentati dalla polvere e dal rumore delle grandi trasformazioni in corso. I funerali degli anziani Baudu, con i suoi tessuti per uomo, e di Bourras, artigiano di ombrelli, di cui parla lo scrittore francese sono il funerale di un'economia ormai superata, di un mondo sacrificato sull'altare di un progresso che, per alcuni, ha dato invece profitti giganteschi. Le corrispondenze tra le innovazioni dell'e-commerce e quelle dei Grandi Magazzini francesi sono sorprendenti da tanti punti di vista, purtroppo anche per le "vittime" per le quali le Nazioni europee prevedono attualmente forme di tutela sociale che la Francia dell'Ottocento ancora ignorava. Permane tuttavia l'enorme sperequazione economica di una ricchezza gigantesca concentrata in poche mani: Jeff Bezos, il fondatore di Amazon, è il terzo uomo più ricco del mondo (dati Forbes 2024).

Ottobre 2024

- 1) Lo studio di architettura e ingegneria *NBBJ* prende il nome dall'acronimo degli architetti promotori Floyd Naramore, William J. Bain, Clifton Brady e Perry Johanson. Ha sedi e cantieri anche in Europa e in Asia.
- 2) La società ha dovuto attendere un permesso speciale da parte della municipalità di Arlington dove vige il divieto di costruire grattacieli.
- 3) Amazon è presente in Italia dal 2010 con un investimento complessivo di 16,9 miliardi di euro e registra attualmente 18 mila dipendenti (dati Amazon 2023).
- 4) Le misure del magazzino Amazon di Roncade sono m 300x190x20. Le misure del magazzino Amazon di Roncade sono m 300x190x20.
- 5) Secondo i dati dell'InfoCamere riportati dal *Sole 24 Ore* (30 novembre 2023; 20 marzo 2024; 20 maggio 2024) negli ultimi dieci anni gli Ipermercati hanno registrato un incremento del 48%, i Discount del 71%, i Grandi Magazzini del 111%.
- 6) *La naissance des Grands Magasins. Mode, design, jouets, publicité, 1852-1925*, Parigi, Musée des Arts Décoratifs, 10 aprile-13 ottobre 2024.
- 7) Il barone Haussmann nelle sue *Mémoires* riferisce di 27.478 demolizioni. Cfr. E. Londei, *La Parigi di Haussmann*, Kappa Edizioni, 1982, p.206.
- 8) In realtà già negli anni venti dell'Ottocento avevano preso vita delle forme di concentrazione dei prodotti (la *Belle Jardinière* aveva iniziato una piccola attività già nel 1824) ma nulla a che vedere con la rivoluzione commerciale dei Grandi Magazzini del secondo Impero.
- 9) Sono necessari più di trent'anni (1888) perché *Le Bon Marché* raggiunga l'estensione attuale ed occupi l'intero isolato. I lavori di armonizzazione dei diversi plessi si concludono nel 1905. Attualmente è proprietà del marchio *LVMH*.
- 10) Emile Zola, *Au bonheur des dames*, (1883), Ed Fasquelle, 1980, cap.IX, p. 275; l'architettura del Grande Magazzino viene inoltre descritta alle pp. 292 e 293.
- 11) *Le Grands Magasins du Louvre*, già *Grand Hôtel du Louvre* (1855), prende questa denominazione dal 1863. Alla fine del 2025 sarà la nuova sede della Fondazione Cartier che ha incaricato l'architetto Jean Nouvel della sua ristrutturazione. 6mila mq destinati alle esposizioni, con piattaforme mobili per un'altezza di 11 metri. La Fondazione dal 1994 ha sede in Boulevard de Raspail.
- 12) Camille Napolitano, *La science de l'étalage dans les Grands Magasins*, cat. mostra *La naissance...*, cit, pp. 44-49.
- 13) Durante l'estate 2024 *Le Bon Marché* ha ospitato una personale di Daniel Buren che con la sua cascata di tele trasparenti dalle diverse tonalità nelle grandi corti del Magazzino ha voluto probabilmente rievocare i suggestivi allestimenti di Boucicaut.
- 14) Nel romanzo di Zola la sindrome dell'acquisto irrefrenabile viene ben indagata. Madame Marty e de Boves si lanciano nelle compere dopo aver dichiarato di non aver bisogno di nulla. Emile Zola, *Op cit.*, pagg. 282-283. Si registra inoltre per la prima volta la sindrome della cleptomania.
- 15) Anne Monier Vanryb, *Au bonheur des enfants*, cat. mostra *La naissance...*, cit, pp. 136-139.



Creative Commons Attribuzione - Non commerciale - Non opere derivate 4.0 Internazionale