

DONATA CASTAGNOLI

PERSISTENZA E RINNOVAMENTO DEI MERCATI RIONALI IN ITALIA

Considerazioni introduttive. – La diffusione delle forme della grande distribuzione ha gradualmente eroso, nel corso degli ultimi decenni, la consistenza degli esercizi di vicinato, dispensatori di beni di prima necessità.

Iniziano tuttavia a evidenziarsi in Francia, come in Gran Bretagna, le difficoltà incontrate dalla GDO nella gestione di strutture sovradimensionate e periferiche rispetto ai movimenti quotidiani (le grandi superfici sono scarsamente accessibili se non nel tempo libero); la realizzazione di *minimarket* e *convenience stores*, destinati al reperimento di prodotti di uso quotidiano, è viceversa sempre più frequente.

La necessità di un rapporto diretto e visivo con la merce da acquistare, soprattutto se deperibile, mantiene la sua importanza e la rinnova sotto molteplici aspetti ⁽¹⁾. È recente la scelta operata dalla stessa industria e grande distribuzione, di proporre la vendita di prodotti alimentari freschi disponendoli come se si trovassero sui banchi di un mercato. Ciò viene attuato per catturare l'attenzione e la fiducia degli acquirenti, desiderosi di ridurre la distanza che l'industria ha conferito al prodotto banale.

Ci si interroga su quale utilità possa rivestire oggi uno studio dei mercati rionali, storicamente quotidiana occasione di approvvigionamento, ma anche di incontro cittadino. Da uno sguardo alla realtà italiana si evince un panorama assai vario, che contempla situazioni di grave declino accanto ad attività economicamente positive e a tutt'oggi caratterizzate da un ruolo centrale nella vita di relazione. L'apparato che oggi abbiamo in Italia non ha peso paragonabile in altre parti d'Europa: si attribuisce ciò allo sviluppo economico tardivo, responsabile dell'incompleta affermazione di forme distributive più moderne ⁽²⁾.

(1) Ciò non è in contraddizione con il successo di nicchia dell'*e-commerce* alimentare, che veicola soprattutto prodotti rari, difficilmente reperibili per altre vie.

(2) La più lenta evoluzione della grande distribuzione nel nostro paese rispetto al panorama d'oltralpe si rispecchia in un ritardo normativo, che ha a sua volta frenato il comparto per decenni, proprio in quegli anni Sessanta in cui si andava entusiasticamente affermando altrove. La persistenza mercatale nel nostro paese viene attribuita anche all'accidentata morfologia, che trae vantaggio da una capillare e duttile espressione, in grado di insinuarsi con maggiore disinvoltura nelle aree meno facilmente raggiunte dalle grandi forme distributive, bisognose di ampi spazi di vendita, di accesso,

È dunque importante effettuare qualche riflessione introduttiva all'argomento, che spazi sinteticamente dal passato all'attualità, onde valutare la pregnanza odierna del mercato quotidiano.

A partire dal XIII secolo, dal rifiorire dell'inurbamento e dei traffici commerciali, si definiscono nuovi spazi da destinare stabilmente a fiere e mercati. In molte parti d'Italia trova collocazione una «piazza delle erbe», presente a Torino dove fu sede, dal XIV al XVIII secolo, del mercato alimentare spostato poi a Porta Palazzo; a Novara (dove alla scomparsa del mercato fa seguito la ridenominazione come Piazza Battisti); a Bolzano, dove la piazza (*Obstmarkt* in tedesco) è sede di un allestimento giornaliero con dodici posteggi di generi alimentari; a Padova, dove ospita ben 102 alimentaristi. A Mantova la Piazza delle Erbe ospita oggi un saltuario solo in minima parte alimentare; a Carrara ha ospitato un rionale fino al 1962, anno di edificazione del mercato coperto; a Urbino offre ancora sette produttori agricoli, ad Ancona racchiude un mercato coperto; a Viterbo è oggi trasformata in un'area pedonale del centro storico.

Con questo breve accenno a un multiforme panorama si offre testimonianza di un'antica e rinnovata presenza; considerevole è il numero di esempi, palpabile anche ove si considerino i soli capoluoghi di provincia (3). Le trasformazioni socio-economiche urbane accompagnano poi la fortuna del nome, che in alcuni casi segue le sorti del mercato: a Terni, ad esempio, la Piazza delle Erbe ha ospitato un allestimento quotidiano fino alla realizzazione negli anni Sessanta del mercato coperto. Alla scomparsa di esso segue una ridenominazione per lo spazio adibito a mutate funzioni (Piazza delle Bambine e dei Bambini) e ciò porta rapidamente alla perdita della memoria legata all'attività commerciale.

I mercati rionali, storicamente localizzati negli ambiti cittadini, hanno avuto il potere di conferire centralità, andandosi a posizionare in corrispondenza dei luoghi di maggiore concentrazione urbana, a loro volta indirizzando i movimenti della popolazione: ospitare un mercato, periodico o stabile, ha sempre significato occupare un rango elevato nella gerarchia insediativa. Questa constatazione mantiene ancora oggi una sua validità, se ancora nel 1990 è possibile leggere: «Proprio in quanto generatore di traffico e momento di vivacizzazione del territorio, il mercato ambulante costituisce sempre una presenza centrale in un'area e richiede che le scelte relative a tale localizzazione ed alle

di sosta. L'universo dei mercati giornalieri al dettaglio può dunque rappresentare un campo d'indagine interessante: esso sta oggi conoscendo un momento di generale rinnovamento. Non mancano i problemi legati alle necessità di adeguamento a prescrizioni miranti a tutelare la sicurezza alimentare: l'emanazione dell'ordinanza 2 marzo 2000 del Ministero della Sanità, *Requisiti igienico-sanitari per il commercio dei prodotti alimentari sulle aree pubbliche*, in alcuni casi ha accelerato la cessazione di allestimenti fatiscenti o economicamente scarsamente competitivi; in altri ha potuto giustificare in questi anni ingenti opere di ammodernamento. La legislazione su cui poggia il comparto mercatale è costituita essenzialmente dalla più recente legge sull'ambulantato (legge 112 del 28 marzo 1991, *Norme in materia di commercio su aree pubbliche*) che definisce i rionali come «aree attrezzate destinate all'esercizio quotidiano del commercio» e dalla disciplina quadro sul commercio (dl 114 del 31 marzo 1998, *Riforma della disciplina relativa al settore del commercio, a norma dell'art. 4, comma 4, della legge 15 marzo 1997, n. 59*).

(3) Troviamo ancora, in molte città, la Via o la Piazza del Mercato, la Piazza dei Frutti eccetera: l'estrema specializzazione merceologica proposta dal singolo commerciante ha portato a una distinzione toponomastica estremamente dettagliata (Mazzocchi, 2001).

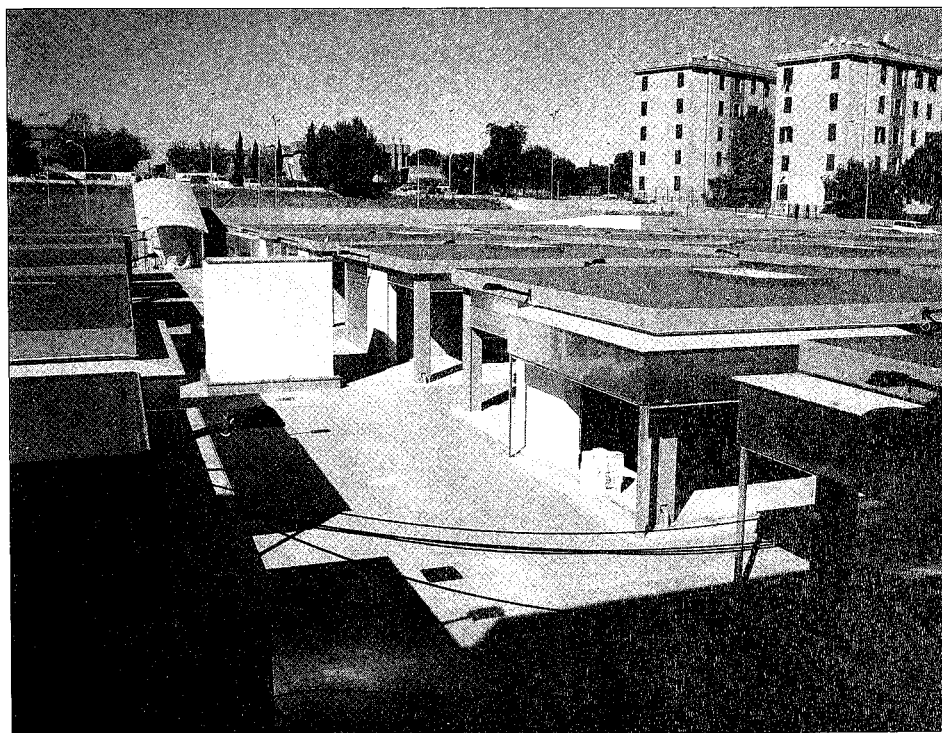


Fig. 1 – La struttura che ospiterà il mercato Platani a Roma (VII municipio), attualmente in sede impropria

Foto: Donata Castagnoli, 2005

sue eventuali modifiche si svolgano in una logica di valutazione generale di costi e benefici per l'intera economia del territorio interessato» (Placitelli, 1990, p. 168) (4).

Si cita dunque qualche esempio mirante ad evidenziare la continuità commerciale assunta nel tempo da storici allestimenti: risalgono ai primi decenni del Novecento il mercato coperto di Novara (151 posteggi), soggetto a vincolo architettonico, i due mercati di Imperia (che mantengono significativamente inalterate, con dodici posteggi ognuno, le rispettive gravitazioni di Oneglia e Porto Maurizio). A Modena il mercato di Via Albinelli (119 posteggi) è attivo dal 1931, anno in cui ha luogo lo spostamento dei ban-

(4) Gli allestimenti hanno nel tempo occupato le zone di più recente urbanizzazione e le aree periferiche già sede di mercati periodici e di fiere, segnalate dalla toponomastica (Fiera di Primerio, Mercatello sul Metauro, Mercato San Severino...), con fortune alterne. La disponibilità di spazi e il facile accesso fanno oggi la fortuna dei mercati suburbani, capaci di convogliare periodicamente una popolazione di molteplice provenienza; Perugia, ad esempio, mentre assiste all'inesorabile declino del centrale mercato coperto, rivolto a una popolazione sempre più temporanea, è invece in grado di offrire nei saltuari un servizio molteplice occupando ampi spazi tangenti all'abitato (il principale, quello di Pian di Massiano, consta di 159 posteggi di generi misti).

chi originariamente posizionati su Piazza Grande ⁽⁵⁾. Del mercato di Trieste si legge: «Se Miramare o San Giusto rappresentano per Trieste i principali monumenti storici e architettonici, ci sono alcune strutture cittadine che per la loro importanza sociale possono fungere da testimonianze viventi della vita della nostra città. Di queste il Mercato Coperto di via Carducci riflette alla perfezione l'evoluzione che il nostro capoluogo ha vissuto nell'arco del Novecento» (Del Toso, 2003) ⁽⁶⁾. A Como (108 posteggi alimentari) il mercato storico coperto svolge tuttora un'importante funzione per i residenti del centro storico, dove debole è la concorrenza effettuata da parte della grande distribuzione.

Nel dopoguerra, con la ripresa economica e l'esigenza di servire una popolazione urbana in crescita e deficitaria di beni di prima necessità, si assiste alla fioritura di un gran numero di strutture, talora realizzate edificando intorno a spazi plateatici già occupati. In tale periodo le amministrazioni locali hanno un ruolo determinante nella realizzazione di strutture espressamente destinate all'approvvigionamento alimentare. Nel 1954 vengono realizzati a Cagliari i mercati di San Benedetto (258 posteggi fissi più 50 di assegnazione giornaliera a produttori) e di Via Pola ⁽⁷⁾. L'appetibile area del mercato storico, bombardato durante la guerra, veniva dunque rilevata da due società bancarie, con l'onere di costruire i nuovi allestimenti ⁽⁸⁾. A Crotone insistono due mercati giornalieri coperti, interamente alimentari, recentemente interessati da ingenti opere di restauro: il primo, attivo fin dagli anni Cinquanta, è stato ristrutturato e messo a norma nel settembre 2004; l'altro, presente da una decina di anni come plateatico, ha ricevuto sullo stesso luogo una struttura idonea nel 2002 ⁽⁹⁾. A Catania due mercati coperti, in aggiunta

(5) A tale proposito si legge, nell'ordinanza notarile del 25 ottobre 1931: «Il Mercato al minuto della frutta e verdura e di altri generi alimentari è trasferito, con effetto dal giorno 28 ottobre corr. da Piazza Maggiore alla sua nuova sede, avente ingresso dalle vie Albinelli e Mondatora e da Piazza XX Settembre: la Piazza Maggiore, a datare dallo stesso giorno, dovrà essere resa completamente sgombra e libera da tutti i posteggianti dell'attuale mercato – per divenire invece il luogo di ritrovo e di convegno, per affari e contrattazioni degli agricoltori, commercianti, mediatori, commissionari, ecc...».

(6) Realizzato nel 1936 da Camillo Jona, previo abbattimento di un edificio e ricavando così un'area larga 22 metri, il mercato è oggi rigidamente soggetto a vincolo; anche i banchi di vendita, in ferro, non possono essere soggetti a trasformazioni o sostituzioni. L'allestimento si dispone su due piani, con 100 posteggi al piano terreno e 30 al primo piano. Contraddistingue la struttura la presenza di una torre, al cui interno una salita a spirale permette un facile trasporto delle merci al piano superiore (www.azw.at/otherprojects/triest/Trieste/mercato.html). Mentre il piano terreno è costituito da banchi di prodotti alimentari (più un bar e pochi artigiani), il piano superiore è interamente dedicato all'abbigliamento, con due esercizi di generi alimentari. L'orario di apertura è 8-18, con facoltà di chiusura anticipata per l'ortofrutta a esaurimento della merce.

(7) Quest'ultimo confluisce nel 1998 nel nuovo mercato intercircostrizionale Sant'Elia, Monte Mixi e La Palma, dotato di 60 posteggi.

(8) Sulla piazza sono ancora visibili resti dell'antico mercato attivo fin dal 1879; una descrizione di questo ci è stata tramandata nella Guida di Cagliari del 1915, redatta da Francesco Corona (Romagnino e Marceddu, 2004).

(9) Si è trattato della regolarizzazione dei chioschi posizionati all'aperto, con la costruzione intorno di un edificio coperto. Questo mercato aveva già subito due spostamenti prima di approdare alla sede definitiva: ciò è segno di una espansione del comparto, che non riusciva più a trovare collocazione ottimale negli originari spazi angusti. I due mercati si assomigliano: insistono entrambi nel centro storico e dispongono di 70 posteggi ognuno, costituiti perlopiù da chioschi. Il 30% degli operatori del mercato di Piazza Pitagora è rappresentato da produttori; quello di Via G. Manna addirittura conta il 90% di produttori, tra agricoli e ittici; la popolazione gravitante proviene dall'intero ambi-

ai tradizionali plateatici del centro storico, sono stati realizzati negli anni del dopoguerra: si tratta dei mercati San Cristoforo e Picanello, ubicati in zone la cui residenzialità si andava in quegli anni espandendo ⁽¹⁰⁾.

Soluzioni diverse vanno interpretate come espressioni di un rifiuto del processo di «ghettizzazione» messo in atto con la realizzazione di strutture al chiuso. Gli spazi spontaneamente occupati nel tempo, riconosciuti come naturali luoghi di attraversamento della popolazione – tanto a piedi quanto, oggi, con mezzi a motore – vengono allora assunti a luoghi privilegiati per le transazioni economiche e sociali ⁽¹¹⁾. È il caso di Foggia, che conta cinque mercati plateatici – di cui uno, il mercato Rosati, ha ben 400 posteggi – quasi interamente riferibili al comparto alimentare ⁽¹²⁾. In questa città sono stati recentemente riattivati due mercati plateatici (Ferrante Aporti e Ginnetto) che avevano da poco ricevuto una struttura coperta. La constatazione di un calo nell'attività di vendita, legato all'isolamento nell'area chiusa, aveva gradualmente determinato l'occupazione abusiva di spazi all'esterno di essa: il permesso di mantenere la rinnovata posizione plateatica veniva dunque finalmente concesso ⁽¹³⁾.

Conserva dunque non poca rilevanza la funzione sociale del mercato plateatico, fulcro di relazioni sociali – soprattutto dove permangano condizioni di vita tradizionali – che vanno oltre la stretta transazione commerciale (Gioacchini, 1991).

La distribuzione nelle città. – I comuni capoluogo di provincia vengono assunti qui come esemplificativi di una realtà mercatale sufficientemente articolata e gravitativa: come si evince dalla figura 2, hanno un maggior peso le grandi città, serbatoi di una utenza rilevante e distribuita su di un territorio vasto.

A livello quantitativo Roma si colloca al primo posto, con 138 mercati rionali ⁽¹⁴⁾; città con più di dieci mercati rionali sono anche Napoli (48), Torino (40 più i mercati di Porta Palazzo), Genova (34), Milano (27), Firenze (24), Bari (18) e Bologna (14).

to provinciale. È richiesta a Crotone l'istituzione di altri due mercati, in aree residenziali di più recente espansione, data la domanda di generi alimentari freschi, dall'ortofrutta al pesce, che non subisce concorrenza da parte di altre forme di vendita quali gli esercizi di vicinato o la media e la grande distribuzione.

(10) Ubicato in prossimità del duomo è il mercato del pesce (200 posteggi specializzati); in piazza Carlo Alberto è l'altro mercato storico: su 800 posteggi il 60% è alimentare. Il centro è popolato, e dunque i mercati assolvono a una richiesta attuale; significativa è la presenza di una specifica segnaletica che indica la direzione per i «mercati storici». È prevista oggi a Catania l'apertura di un nuovo mercato plateatico, in via Santa Maria della Catena.

(11) Si pensi alla «Strata a' Foglia» di Caltanissetta (Via Consultore Benintendi), dove fin dal XIX secolo è presente il mercato alimentare (70 posteggi).

(12) Gli altri quattro mercati hanno rilevanza di quartiere, con non più di 30 posteggi ognuno. Sono tutti plateatici tranne il periferico CEP, ubicato in una zona residenziale non sufficientemente servita da altre strutture commerciali.

(13) Nonostante l'insuccesso rilevato, l'autorità comunale ha recentemente inaugurato un nuovo mercato coperto (in Via Nedonati).

(14) Roma vive al momento un'intensa fase di mutamento del proprio apparato mercatale, soprattutto per la trasformazione di allestimenti plateatici, posti in sede impropria, in nuove strutture coperte (Castagnoli, 2002). Si annoverano alcuni esempi di evoluzione in strutture polivalenti, che permettono il riconoscimento alla piazza di vero centro commerciale naturale. Significativa è, ad esempio, l'edificazione di un grande allestimento in un'area caratterizzata da elevati valori di residenzialità (Largo della Primavera, VII municipio). Costituito da una cintura di piccoli esercizi privati, si dispone su due piani che racchiudono al loro interno la piazza ove trovano collocazione i chio-

Ben ventisette comuni capoluogo, di cui diciotto localizzati nell'Italia settentrionale, non hanno oggi alcun mercato a cadenza giornaliera sul proprio territorio ⁽¹⁵⁾. In tali città allestimenti a frequenza settimanale o bisettimanale soddisfano facilmente una richiesta proveniente da una popolazione residente comunque inferiore a 200.000 abitanti ⁽¹⁶⁾.

Da considerare è anche l'ampiezza degli allestimenti, significativa della centralità che l'economia mercatale occupa, non solo in termini di radicamento sociale, ma soprattutto di funzionalità commerciale: Cagliari, ad esempio, in soli cinque mercati coperti distribuisce ben 455 operatori, con l'elevata media di 91 posteggi/mercato. Trieste, Roma, Genova, Grosseto e Rieti presentano invece i valori più bassi, a fronte di una più capillare presenza di allestimenti sul territorio comunale.

Riguardo al numero di operatori, significativo nel definire il peso rivestito dal singolo mercato, si registrano cinque comuni con più di 1.000 posteggi alimentari: Napoli (2.048), Torino (1.983), Bari (1.878), Milano (1.600) e Roma (1.586) ⁽¹⁷⁾. Le stesse cinque città, in diverso ordine, spiccano per numero totale di posteggi: Napoli (5.644), Milano (5.140), Torino (4.882), Bari (4.185) e Roma (3.553).

Se si relativizza il numero di mercati e posteggi alla popolazione residente, riguardo al comparto alimentare emerge un'adeguatezza del servizio (in termini sia numerici sia di estensione) che risulta inversamente proporzionale all'entità demografica. Ai primi cinque posti, in merito alla dotazione di mercati ogni 100.000 abitanti, si ha Ascoli Piceno (15,58), Brindisi (11,29), Grosseto (9,81), Belluno (8,50) e Potenza (7,27). Il numero dei posteggi ogni 1.000 abitanti è invece massimo a Lecce (11,08), Agrigento (8,53), Cosenza (8,34), Cuneo (7,06) e Frosinone (7,02).

Tra i comuni più forti in valori assoluti, Roma occupa il 12° posto riguardo al numero dei mercati/100.000 abitanti (con 5,43), Bari il 14° (5,08), Napoli il 19° (4,96), Torino il 21° (4,64) e Milano solo il 48° (con 2,17).

Riguardo alla distribuzione dei posteggi, Bari ne ha 5,96 ogni 1.000 abitanti (occupan-

schì del mercato, il terzo di Roma per ordine di grandezza, in corso di trasferimento dalla sede impropria di Via dei Platani dove ha occupato per decenni uno spazio angusto, sacrificato dalla circolazione veicolare. Per superare ostacoli di natura finanziaria Roma è ricorsa pienamente a soluzioni in *project financing* con concessioni a lungo termine a imprese private (99 anni), in cambio della realizzazione o rivitalizzazione di spazi mercatali. Numerosi sono gli esempi in corso di realizzazione (Crati, Trionfale, Ponte Milvio...). La decisione di sopprimere alcuni mercati del centro storico, ridotti a un numero eccessivamente esiguo di banchi, si va compensando con quella di edificare nuovi spazi attrezzati in quartieri periferici risultati insufficientemente serviti; la dotazione finale dovrebbe comporsi di 150 strutture.

(15) Si tratta, considerando anche i casi di incerta riapertura, di Cuneo (che pure presenta un gran numero di posteggi isolati), Biella, Verbania, Aosta, Varese, Sondrio, Bergamo, Brescia, Pavia, Cremona, Mantova, Lecco, Lodi, Vicenza, Rovigo, Trento, Udine, Pordenone, Pistoia, Arezzo, Siena, Macerata, Isernia, Catanzaro, Agrigento, Enna e Ragusa. Alcuni di essi, come Mantova, hanno scontato negli ultimi decenni la perdita di uno storico mercato coperto.

(16) È vero tuttavia che, su venti capoluoghi di provincia provvisti di un mercato giornaliero, quattordici hanno una popolazione inferiore a 100.000 abitanti. Il mercato saltuario è definito in base alla frequenza, che non può superare i quattro giorni a settimana; a differenza del rionale fa riferimento all'autorità regionale (legge 112/91).

(17) Si attinge qui alla banca dati dell'Osservatorio Nazionale per il Commercio, che quantifica gli iscritti al Registro delle Imprese, e non distingue i posteggi isolati da quelli inseriti in aree mercatali. Questo dato viene comunque utilizzato nella necessità di un confronto nazionale, dato che la quantificazione dei posteggi realmente utilizzati risulta carente da parte di molti comuni.

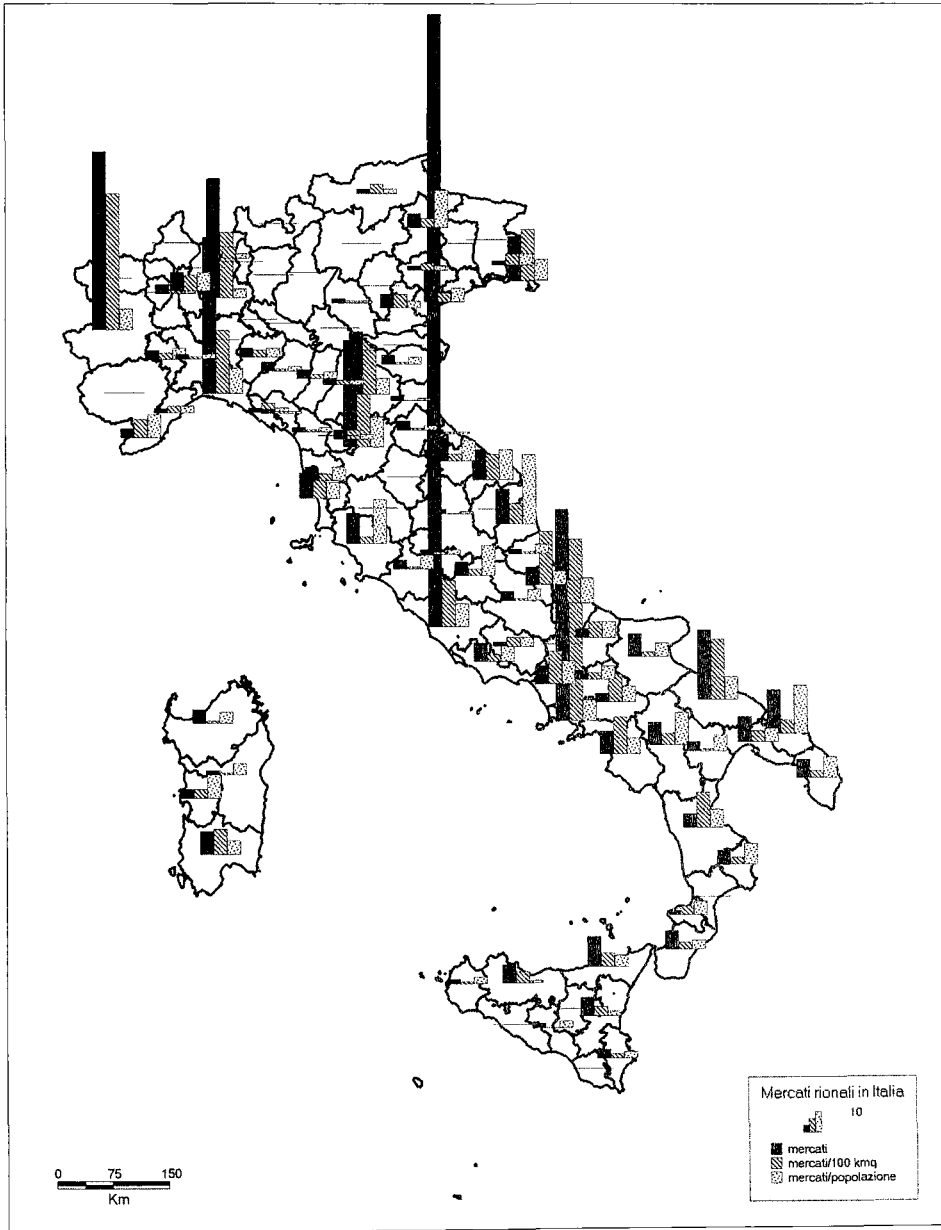


Fig. 2 – Numero di mercati rionali nei comuni capoluogo di provincia

Fonte: dati comunali, 2005

do l'8° posto nella scala nazionale), Torino 2,30 (47° posto), Napoli 2,03 (60°), Milano 1,28 (79°); Roma, addirittura, con 0,62 posteggi ogni 1.000 abitanti si colloca al 98° posto precedendo in Italia i soli comuni di Pordenone, Bologna, Gorizia, Prato e Trieste. Quest'ultima città rivela una soddisfacente distribuzione mercatale rispetto alla popolazione (4,77 allestimenti ogni 100.000 abitanti, 17° posto) ma una forte sottodotazione di posteggi (con 0,26 posteggi ogni 1.000 abitanti Trieste è all'ultimo posto in Italia).

Una popolazione che è massima in Italia a Roma (2.540.829 residenti nel 2001), e a seguire a Milano (1.247.052), Napoli (1.008.419), Torino (861.644), Palermo (682.901), Genova (604.732), Bologna (373.018), Firenze (352.940) e Bari (315.068) spiega l'entità mercatale complessivamente registrata e al contempo esalta l'insufficienza del servizio rilevata a Palermo, Bologna e Firenze (in termini tanto assoluti quanto relativi, riguardo al numero sia di mercati sia di posteggi).

Completa il quadro l'individuazione della densità mercatale sul territorio comunale: ogni 10 km² di estensione vi sono 4,09 mercati rionali a Napoli; 3,07 a Torino; 2,34 a Firenze; 1,48 a Milano; 1,43 a Genova; 1,37 a Bari; 1,18 a Pescara e a Trieste; 1,07 a Roma. Per il resto dei comuni capoluogo si ha meno di 1 mercato giornaliero/10 km².

Riguardo a Torino, Milano, Genova, Bologna, Firenze, Roma, Napoli e Bari si ritiene opportuno individuare anche la distribuzione mercatale interna onde valutare, accanto a un'ipotetica concentrazione del servizio nei luoghi storici, un rinnovamento dell'offerta nelle aree di più recente urbanizzazione.

A Torino il maggior numero di mercati è presente nella circoscrizione settentrionale Barca, dove sette allestimenti quotidiani risultano adeguati non tanto all'estensione territoriale, quanto all'entità della popolazione residente; con sei mercati seguono il centro e Le Vallette. Se si relativizza il dato all'estensione circoscrizionale, il centro storico presenta la maggiore densità, pari a 0,85 mercati/km²; la migliore copertura che si riscontra nella parte occidentale del comune rispetto a quella orientale si spiega con una maggiore rarefazione dell'abitato a est, dove la morfologia è più accidentata ⁽¹⁸⁾.

Milano offre una distribuzione più uniforme; tuttavia il centro storico è totalmente privo di rionali. La zona 8, con sei strutture, ha il valore assoluto più elevato; rispetto a superficie e popolazione, tuttavia, la dotazione non può dirsi interamente sufficiente (0,23 mercati/km² e 3,43 ogni 100.000 residenti). Tutti i mercati sono coperti, e nascono tra gli anni Trenta e Cinquanta, come servizio alla popolazione esistente e assecondando l'espansione dell'abitato residenziale. Ciò spiega l'assoluta mancanza rilevata in centro storico, che presentava allora una situazione urbanistica già stabilizzata ⁽¹⁹⁾.

(18) Ai quaranta mercati scoperti di Torino, per i quali sono in corso ingenti opere di trasformazione per la definitiva collocazione in sede propria (attraverso interventi molteplici quali i progetti regionali di qualificazione e di rivitalizzazione urbana che si aggiungono al piano di assetto mercati comunale), vanno aggiunti i quattro mercati coperti di Porta Palazzo, storico allestimento che data dalla metà del Settecento, quando vi furono spostati, si ricorda, i banchi di Piazza delle Erbe, interessata da opere di riqualificazione.

(19) Nel regolamento per i mercati rionali coperti del comune di Milano (approvato il 30 giugno 1932) si legge: «recentemente l'Amministrazione comunale ha provveduto - con atti separati - alla costruzione e al funzionamento di dieci Mercati rionali coperti per la vendita al minuto - ed a modici prezzi - di generi alimentari di largo consumo, con l'intento di favorire le classi meno agiate della popolazione». Da un analogo provvedimento, datato 30 settembre 1949, si ricava una chiara attenzione dell'amministrazione: «in considerazione anche dell'aumentato numero dei mercati comunali coperti di vendita al minuto, che sono oggi venticinque, mentre altri sono in costruzione ed altri lo saranno negli anni successivi, allo scopo di dotare ogni zona della Città che ne abbisogna di stabilimenti del genere».

La prevista realizzazione di nuove strutture si interrompe invece in quegli anni, perpetuando una sottodotazione che viene compensata solo dalla vitalità di 105 saltuari, più duttili nell'inseguire i mutamenti della domanda.

Genova presenta in media allestimenti di piccole dimensioni (appena 22,38 posteggi a mercato), distribuiti tuttavia con sufficiente capillarità sul territorio comunale. Valori comparabili sono infatti presenti nelle circoscrizioni 2 Centro Ovest, 1 Centro Est, 3 Bassa Valbisagno e 8 Medio Levante per quanto riguarda sia il dato assoluto sia l'adeguatezza del servizio rispetto a superficie e popolazione. Le circoscrizioni più periferiche presentano comunque un buon numero di mercati rispetto alla popolazione complessiva, pur distribuendosi essa su di una superficie molto maggiore ⁽²⁰⁾. Riguardo alla messa a norma si rileva per Genova una situazione di ritardo, fatta eccezione per la sola realizzazione di un struttura coperta in Piazza Romagnosi (45 posteggi) in sostituzione del plateatico.

Anche Bologna privilegia una ubicazione centrale. Meglio servito è il quartiere Santo Stefano, con due rionali plateatici e uno coperto. Il quartiere Porto ha il miglior rapporto mercati/km² (0,53) e mercati/100.000 abitanti (6,30). Abbastanza servita è anche la più rada popolazione dei quartieri Santo Stefano (6,03) e Saragozza (5,55). Il quartiere periferico Borgo Panigale non ha mercati rionali e nei limitrofi Navile e San Donato ve ne è solo uno ciascuno (1,56/100.000 abitanti nel primo e 3,23 nel secondo).

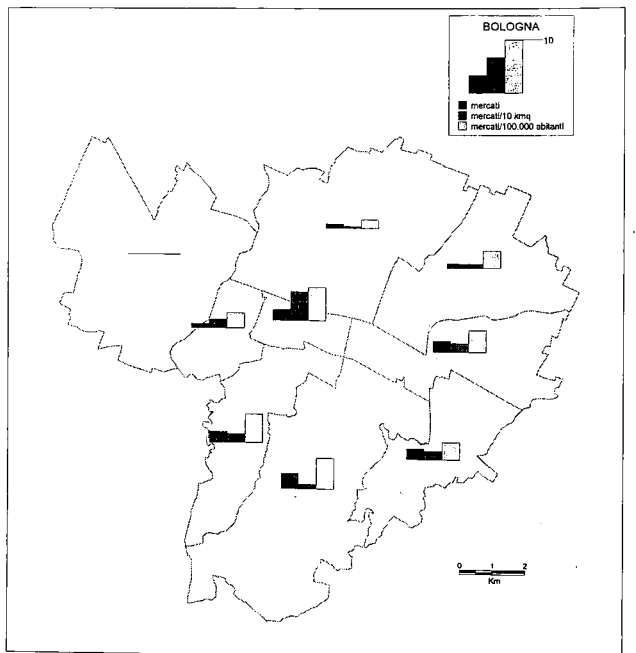
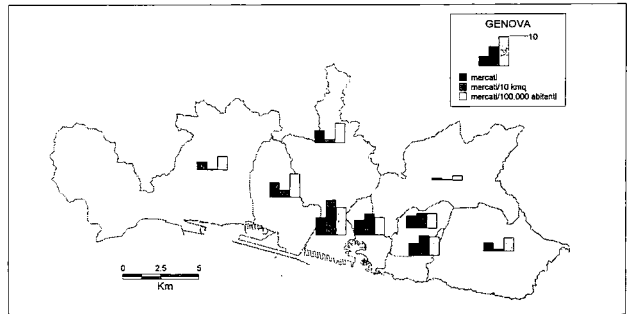
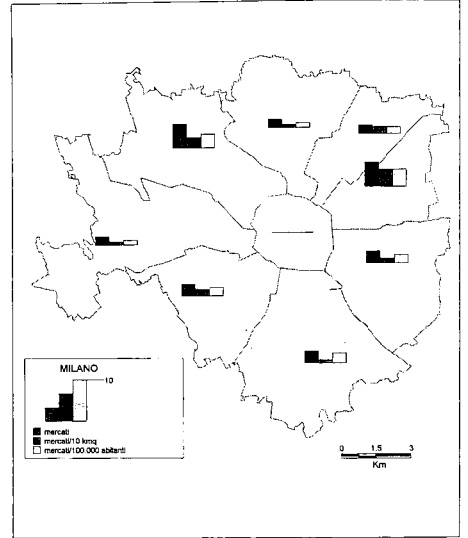
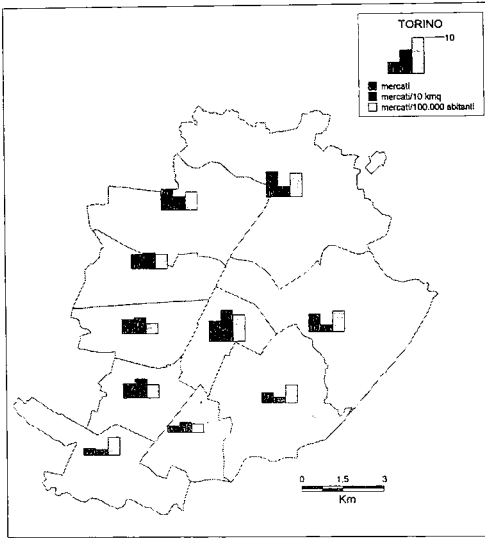
Firenze ha otto mercati nel centro storico (quartiere 1); di questi, due sono coperti ⁽²¹⁾. La densità è pari a 0,70 mercati/km² e a 11,78 ogni 100.000 residenti. Nel quartiere 2 Campo di Marte, i sei mercati presenti danno in media una copertura di 0,25 mercati/km² e 6,76/100.000 abitanti. Anche a Rifredi (quartiere 5) i cinque mercati presenti (incluso l'allestimento sperimentale Cadorna) offrono un rapporto pari a 4,83/100.000 abitanti.

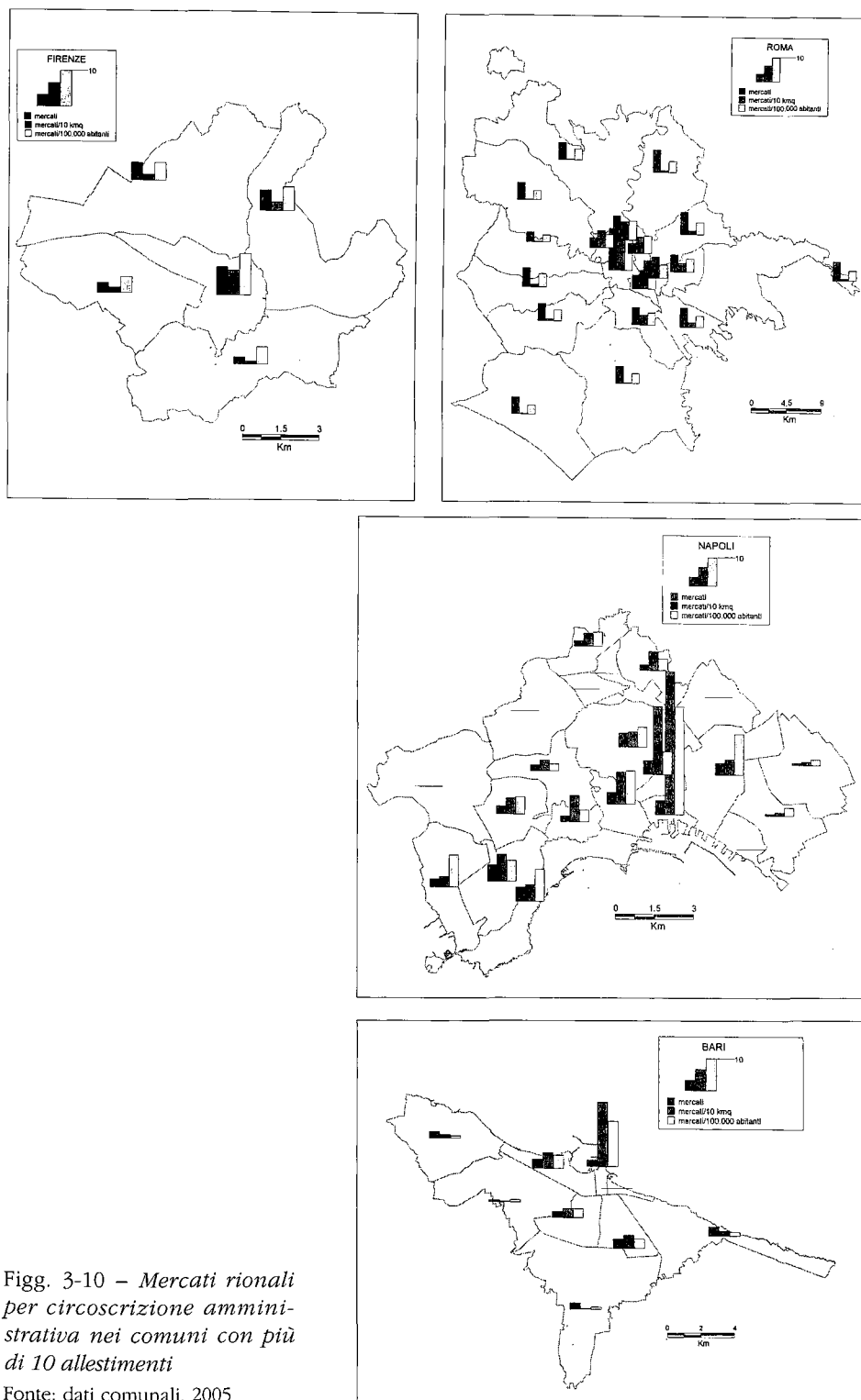
A Roma l'elevata concentrazione che si ha nel I municipio (1,18 mercati/km² e 13,92/100.000 abitanti) non ha termini di confronto. Seguono, con valori comunque elevati, il II (0,73 mercati/km² e 8,07 su 100.000 abitanti) e il III (0,67 e 7,12), ubicati a ridosso del centro. I municipi più periferici, discontinuamente popolati, rivelano una carenza rispetto alle grandi estensioni territoriali occupate, ma una copertura più adeguata rispetto alla popolazione se si pensa che, a eccezione del XIII (3,55), del XVIII (2,96) e del XXIX municipio (3,91), si ha sempre un valore superiore a 4 mercati/100.000 abitanti.

Napoli offre valori soddisfacenti nel nucleo storico e lungo l'intera fascia litoranea, soprattutto nei confronti della popolazione raggiunta dal servizio: elevato il valore della circoscrizione 7 Mercato Pendino (5 mercati su 1 km² di superficie!) ma anche quello della 5 (Chiaia Posillipo-San Ferdinando), della 2 (Fuorigrotta), della 8 (Avvocata-

(20) La circoscrizione 7 Ponente, pur contando solo 3 mercati su di una superficie di 75,99 km², consente un rapporto di 4,65 mercati ogni 100.000 abitanti. Anche la circoscrizione 9 Levante, pur avendo una bassa dotazione rispetto alla superficie, ha comunque 4,50 mercati/100.000 abitanti. Ugualmente adeguati all'entità della popolazione sono i dati delle circoscrizioni 5 e 6, con 6,54 mercati/100.000 abitanti l'una e 8,00 l'altra. La circoscrizione 4 Valbisagno è l'unica a presentare invece una forte carenza, con un solo mercato a servire una superficie di 42,11 km²: (0,02 mercati/km²) e una popolazione di 59.422 abitanti (solo 1,68 mercati ogni 100.000 abitanti).

(21) Si tratta dei mercati di San Lorenzo e Sant'Ambrogio. Il primo, alimentare, dispone di 201 posteggi di cui occupati sono solo 129 (comprensivi di un produttore e di un posteggio non alimentare); il secondo comprende 20 posteggi alimentari, più tre non occupati.





Figg. 3-10 – Mercati rionali per circoscrizione amministrativa nei comuni con più di 10 allestimenti

Fonte: dati comunali, 2005

Montecalvario), della 6 (San Lorenzo-Vicaria), della 9 (Stella-San Carlo Arena) e della 17 (Poggioreale). Totalmente privi di rionali sono invece la 2 (Piscinola-Marianella), la 14 (Chiaiano), la 4 (Pianura) e la 16 (San Pietro a Paterno). Il servizio dunque può dirsi storicamente molto concentrato e carente nell'abitato più esterno.

Bari presenta un elevato valore medio di posteggi, vantando mediamente mercati di grandi dimensioni, contenenti fino a 250 operatori! Anche per Bari si ha una consistenza soddisfacente nelle circoscrizioni centrali, a eccezione della 7 che ne è priva. Nelle aree più esterne il valore assoluto non è sufficiente a coprire estensioni maggiori, su cui insiste una popolazione di tipo residenziale. Si tratta, nella totalità, di mercati che nascono contestualmente all'espandersi della città, e che ricevono nel corso degli anni Novanta una struttura chiusa, in linea con quanto previsto dalla normativa sul commercio (ma accusando in tal modo una riduzione di clientela) ⁽²²⁾.

Un breve confronto con i saltuari. – A differenza di quanto riscontrato per i rionali, una corposa bibliografia geografica è disponibile per i mercati saltuari e a questa si rimanda ⁽²³⁾. L'approccio di studio è forzatamente differente, data la grande duttilità degli allestimenti periodici. Si desidera qui solo riflettere su come l'evoluzione del mercato saltuario si discosti notevolmente da quella del rionale: sempre più orientato verso merceologie non alimentari, esso si rivolge a un'ampia e diversificata clientela più propriamente occasionale e indifferenziata. Il raggio di penetrazione è notevolmente esteso: il saltuario mantiene una buona concorrenzialità rispetto ad altre forme distributive grazie alla turnazione della richiesta, che è in grado di sostenere la notevole varietà dei prodotti non essenziali proposti.

Attualmente, in alcune città il periodico interviene a supplire i vuoti lasciati dall'allestimento quotidiano, nei casi in cui questo sia stato reputato non più indispensabile o economicamente insostenibile ⁽²⁴⁾. La presenza del saltuario è ben tollerata, perché i disagi che esso arreca alla circolazione sono contenuti nel tempo.

Per i saltuari si ha una sequenza simile a quella riscontrata per i rionali, a favore delle grandi città: relativamente alla totalità dei posteggi emergono Napoli (con 1.782), Milano (1.579), Cagliari (1.574), Roma (1.527) e Bari (1.237). Ai primi posti per numero di posteggi alimentari sono Napoli (339, cioè il 19,02% della dotazione totale), Milano (273, il 17,29%), Torino (267, il 23,56%), Bari (237, il 19,16%) e Roma (234, il 15,32%).

(22) Il solo mercato di Piazza del Ferrarese data dai primi del Novecento, come struttura chiusa adibita alla vendita del pesce, al minuto e all'ingrosso. Alla fine degli anni Novanta esso si trasforma in mercato alimentare misto, dovendo accogliere all'interno anche i posteggi di altri generi alimentari che nel tempo avevano creato un prolungamento esterno del mercato mentre la piazza, pedonalizzata, è oggi adibita ad attività culturali.

(23) I testi riportati in bibliografia hanno costituito un utile riferimento per l'impostazione del presente testo; a proposito delle fonti utilizzate va detto comunque che esse forzatamente differiscono da quelle disponibili per il presente lavoro, venendo a mancare per i rionali l'opportunità del ricorso ai dati delle Camere di Commercio provinciali.

(24) Nel saltuario si assiste a un processo di sostituzione etnica che è pressoché sconosciuto nel rionale, con la sola eccezione evidente riscontrata per Bolzano. La recentissima pubblicazione del *Libro Bianco sul commercio ambulante e su aree pubbliche* (FIVA Confcommercio, 2006) mette in luce a questo proposito tendenze diverse per il futuro, soprattutto in relazione ai forti aumenti della componente ambulante nell'universo mercatale. Il testo conferma anche un ruolo crescente nella presenza dei produttori.

Benché si sia potuto constatare a partire dagli anni Settanta una perdita di importanza relativa del comparto alimentare anche nei rionali – in linea con quanto parallelamente avveniva anche nel ventaglio dell'offerta degli esercizi di vicinato – è soprattutto nei salturni che tali merceologie svolgono un ruolo tutto sommato modesto; ciò è tanto più vero per le città caratterizzate da una adeguata presenza di allestimenti quotidiani.

Nelle aree montane permane l'unicità del mercato saltuario, destinato a offrire una gamma di merci altrimenti di più difficile reperimento ⁽²⁵⁾.

Riqualficazione urbana e mercati. – Nuovi elementi emergono oggi, in una fase evolutiva post-industriale, in cui l'approvvigionamento banale si interseca al tempo libero, facendo emergere tutta la contraddittorietà di un'epoca in cui convive la necessità del superfluo con una progressiva recessione dei consumi. La sensibilità del mercato a rinnovarsi costantemente nel tempo ne conferma la funzione di specchio della società, tra richiesta di nuovi allestimenti in aree di più giovane urbanizzazione, crisi economica, nuove o rinnovate esigenze di socializzazione ⁽²⁶⁾.

Può destare meraviglia il rapporto inverso che si viene a determinare oggi tra riqualficazione urbana e persistenza dei mercati. La stessa Unione Europea, che supporta le amministrazioni nell'incoraggiare la permanenza di botteghe artigianali nei centri storici (in un'ottica di recupero di tratti tradizionali e di vitalità commerciale locale) non sembra accorgersi, o piuttosto pare apertamente ostacolare, la libera persistenza dei mercati.

In pochi casi, come a Torino, i mercati sono rientrati in opere di riqualficazione urbana di ampio respiro. Il mercato costituisce sempre più spesso un fattore di ingombro, un intralcio alla libera circolazione e al passaggio di mezzi di soccorso, un impedimento nei confronti dello svolgersi in sicurezza delle relazioni sociali, un problema di tipo igienico-sanitario. Ciò emerge oggi, quando viene meno l'importanza di un rapporto strettamente locale tra residenzialità e mercato per l'ingerenza di fattori diversi, in primo luogo il dilatarsi degli spostamenti quotidiani ⁽²⁷⁾.

(25) «Per un giorno il contadino vendeva parte dei propri prodotti, e ne acquistava altri, e in quel giorno aveva "tutto" a disposizione. La funzione sociale del mercato, d'incontro, scambio di idee, di esperienze oltre che di merci era senza dubbio molto forte, se non prevalente: molti incontri si facevano solo al mercato, il giorno del mercato era anche il giorno degli affari, degli scambi, dei contratti. [...] il sistema dei mercati, nonostante gli spostamenti sul territorio siano diventati molto più facili, e ormai pochi contadini e artigiani vendono direttamente nei mercati i propri prodotti (anche se la legge prevede un certo numero di posteggi da riservare ai "produttori"), è ancora ben viva, segno evidente del fatto che le sue funzioni, lungi dall'essere esaurite, sono ancora attuali» (Amigoni e Bertossi, 1990, p. 147).

(26) Il recupero dell'area degli ex Mercati Generali a Roma ha assecondato la richiesta di nuovi spazi di incontro non produttivi: la zona destinata all'accoglienza assume l'evocativo nome di Piazza delle Erbe!

(27) Grosseto è buon esempio di ciò: nelle frazioni si hanno piccolissimi allestimenti, a cadenza settimanale, istituiti con la volontà di regolamentare l'attività degli itineranti, ai quali non era più permesso operare nell'intero territorio comunale. La giunta comunale ha infatti proceduto, con la delibera 77 del 14.VI.2000, a vietare lo stazionamento degli ambulanti per motivazioni legate alla tutela ambientale (riferibile tanto agli edifici del centro storico quanto agli arenili extraurbani), per l'eccessivo ingombro degli automezzi utilizzati. Si è potuto riscontrare, tuttavia, come tali allestimenti non abbiano riscosso il favore della potenziale clientela che, nelle ore diurne dei giorni feriali, gravita su Grosseto e ha modo qui di effettuare i propri acquisti. Anche il tentativo di inserire in una piazza un posteggio ortofrutticolo isolato in un'area debolmente servita da strutture commerciali non ha riscosso il successo sperato, nonostante che la richiesta derivasse dai residenti stessi.

L'evoluzione subita nel tempo da tali allestimenti non ha assecondato il dinamismo urbano: il mercato si è ampliato con l'utilizzo di automezzi, si è gonfiato di postazioni non regolamentate, insiste in zone sempre più rivendicate da altri usi ⁽²⁸⁾.

Qualche esempio: riguardo a Lecco si può ricordare l'allontanamento dal centro storico di un mercato millenario, che aveva già scontato nell'ultimo decennio una limitazione di frequenza da giornaliero a bisettimanale: da un lato le richieste di riqualificazione urbanistica, dall'altro l'ingrandirsi del mercato stesso, con automezzi sovradimensionati rispetto alla sensibilità del luogo, avevano suscitato un forte contrasto nell'espressione delle funzioni economica e sociale ⁽²⁹⁾.

Piazza delle Erbe a Verona è stata recentemente oggetto di messa a norma; ciò ha permesso una migliore definizione della sua odierna vocazione turistica. Il cambiamento più evidente ha riguardato le strutture di vendita del mercato; rendendole mobili si è guadagnato spazio per una fruizione non commerciale della piazza nel tempo festivo: con il regolamento del mercato il comune ha disciplinato l'area «con l'intento di salvaguardare le caratteristiche e il valore storico, artistico e architettonico della Piazza», decretando per il mercato un tempo distinto da quello dedicato alla socializzazione nel tempo libero ⁽³⁰⁾. Non si ha più quindi a Verona un servizio destinato all'approvvigionamento per i residenti del centro storico (che hanno da tempo altre strutture commerciali cui riferirsi), mentre i saltuari assolvono a questo ruolo nelle altre parti della città.

È importante annoverare concreti esempi di riqualificazione mercatale, messa in atto dalle amministrazioni come precipuo esempio di rivitalizzazione urbana. Tra i migliori risultati in termini di riqualificazione vi è Treviso, dove scendendo fisicamente e merceologicamente lo storico mercato di Isola Pescheria si sono ottenuti molteplici vantaggi: un minore ingombro (a garantire una viabilità in sicurezza), un migliore risalto delle merci esposte (su banchi conformi ai dettami di protezione urbanistica), con un occhio alla valorizzazione turistica dei prodotti locali. I soli sette posteggi ittici tornano su Isola Pescheria, con una copertura tesa a valorizzare il mercato stesso. L'ortofrutta (10 posteggi) resta collocata sulla vicina Piazza San Parisio, già sede provvisoria, con l'integrazione di automezzi destinati alla vendita di prodotti caseari. Con il piano delle aree mercatali si è contestualmente proceduto a Treviso all'allontanamento di posteggi isolati dalle più sensibili aree del centro storico interessate da riqualificazioni, onde scongiurare l'intralcio alla viabilità.

A Ravenna un mercato coperto è ubicato in centro storico (con 30 posteggi alimentari e 4 non alimentari): è in corso la valutazione di un progetto per la riqualificazione del

(28) I piani comunali del commercio incoraggiano la modernizzazione del mercato (intesa come ampliamento e meccanizzazione dei posteggi) in funzione di una sua maggiore concorrenza con altre forme distributive tendenzialmente in espansione, come indicato dalla riforma del 1998.

(29) Affacciato sul lago, accoglieva storicamente anche merci di provenienza extralocale. Fino ai primi anni Novanta, il mercato manteneva una propria quotidianità con dieci posteggi. Oggi l'allestimento, alimentare per un terzo, si dispone su 98 posteggi al mercoledì e 120 al sabato, con orario prolungato fino alle ore 19.

(30) Vengono definite le caratteristiche dei posteggi, gli orari di apertura e di sgombero, le tipologie merceologiche ammesse. La priorità viene data all'ortofrutta cui vengono riservati, su un totale di trentaquattro, almeno dodici posteggi (in realtà solo quattro sono utilizzati). Tipologie non alimentari vengono parimenti concesse («*Souvenir* della regione Veneto, libri, carte topografiche, guide turistiche, articoli di cesteria; prodotti alimentari non deperibili, preconfezionati all'origine, prodotti nell'ambito della Provincia di Verona e aventi caratteristiche di tipicità come vino, olio, riso, pandoro e mandorlato»).

mercato, in modo da renderlo nuovamente competitivo nel panorama distributivo locale. Tale struttura svolge nel centro storico un ruolo basilare, non essendovi presente un adeguato servizio per l'approvvigionamento alimentare.

Soppressioni; trasferimenti. – Il mercato è, come si percepisce, struttura estremamente sensibile: è sufficiente talora uno spostamento di poche decine di metri per demotivare una clientela radicata nei suoi comportamenti, e spingerla indirettamente verso nuove abitudini. In alcuni casi emerge un desiderio di occupare spazi più adeguatamente attrezzati o dotati di una migliore accessibilità. In altri, soppressioni o spostamenti scaturiscono dalla richiesta di liberare aree per le quali risulta mutata nel tempo la vocazione d'uso.

Ad Aosta il mercato coperto, dotato di ventitré posteggi e attualmente in corso di ristrutturazione, non ha la certezza di una riapertura a lavori ultimati, data l'appetibilità della collocazione centrale dello stabile, di proprietà comunale (31). A Vercelli viene chiuso il mercato coperto quando si rendono improcrastinabili i lavori di ristrutturazione (32). Ad Alessandria non c'è più alcun mercato in centro storico dopo l'estromissione – avvenuta a fine anni Novanta a seguito di lavori di riqualificazione architettonica – dell'ormai trisettimanale mercato di Corso Monferrato (33). A Biella, l'acquisizione a verde pubblico dell'area tradizionalmente sede del mercato (nel rione Chiavazza) ha rapidamente causato la cessazione dello stesso, malgrado fosse stato previsto un semplice spostamento a breve raggio (in luogo più appartato) (34). A Varese, nei primi anni Novanta viene addirittura demolito il mercato coperto (l'unico rionale della città) per far spazio a un teatro, edificato nella centrale Piazza Repubblica. A Campobasso il mercato di Via Monforte, disposto su tre piani con 47 posteggi, fino alla metà degli anni Novanta presentava un numero di operatori doppio. Sconta nel corso dell'ultimo decennio il dimezzamento della popolazione residente nel centro storico, e dunque il declino di una fiorente struttura che aveva oltretutto già acquisito la messa a norma. Anche a Nuoro viene chiuso il mercato nel 2004 per ristrutturazioni, e la sua sorte è incerta.

Il mercato segue comunque, in qualche misura, l'evoluzione cittadina, rinnovandosi nelle aree periferiche di più recente edificazione: la fuoriuscita dalle aree più centrali, oggetto di diverse scelte riqualificative, è in alcuni casi compensata dall'istituzione di nuovi allestimenti in aree più esterne.

A Lecce, gli eccessivi costi di ristrutturazione per il fatiscente edificio del centro storico, sede di mercato, hanno portato nel 1998 a una riallocazione di questo (e dei suoi 100 posteggianti) in un'area residenziale della città, caratterizzata da incremento demografico. Lo spostamento ha comunque determinato dieci rinunce. A Matera esigenze di riqualificazione a verde, unitamente a un desiderio di migliore gestione del mercato, determinano lo spostamento di poche centinaia di metri dello storico allestimento: a differenza del

(31) Il mercato giornaliero alimentare si arricchisce bisettimanalmente di 15 posteggi esterni di produzione vivaistica e di 20 agricoltori. Attivo già negli anni Settanta, è oggi sempre più disertato dai residenti, attratti da altre forme distributive e dalla concorrenza dei saluvari.

(32) Il piano regionale di riqualificazione urbana interviene (questa volta negativamente) anche su Vercelli, causando il ridimensionamento del mercato bisettimanale costretto a cedere spazio in Piazza Cavour all'introduzione di elementi di arredo urbano.

(33) Il mercato si dota di soli quattro operatori. Vi è sempre un rionale, alimentare (13 operatori), in Piazza Marconi.

(34) Rimane un solo operatore di prodotti ittici.

passato, nella nuova allocazione è data la possibilità di realizzare spaziosi chioschi in muratura. A Messina, a ridosso del centro storico era collocato, fino al 1995, il mercato giornaliero alimentare di San Paolino, spostato poi per esigenze igieniche in un'area periferica di più ampie dimensioni, quella di Zaera, dove operano oggi 100 posteggianti ⁽³⁵⁾.

Trasformazioni in centro commerciale. – Significativa è la scelta, attuata da un non secondario numero di amministrazioni, di alterare la natura mercatale per un rinnovamento della sua competitività.

Si cita il caso di Rovigo, dove una struttura comunale adibita a negozi mutua da un preesistente mercato coperto, che non lascia a Rovigo altri mercati rionali.

A Pavia, emblematico è l'esempio del sottomercato coperto, realizzato tra 1959 e 1961 per liberare la soprastante Piazza Grande, principale luogo di socializzazione della città, ma anche per offrire al mercato una struttura più confortevole, al riparo dagli eventi meteorici (figg. 11-13). Inserito dunque in uno spazio artificiale, dotato di climatizzazione, assume subito l'aspetto del centro commerciale. Il comparto alimentare conserva una presenza pari a un terzo del totale; i prezzi si mantengono competitivi grazie alla componente istituzionale ⁽³⁶⁾. L'offerta merceologica (e soprattutto quella di servizi) del sottomercato va oggi ampliandosi, grazie alle attente scelte attuate dall'amministrazione. All'interno di esso trova spazio anche un *minimarket*, suscettibile di futuri ampliamenti. La clientela è consistente, grazie ai bassi costi di gestione, altrimenti improponibili in un'area così centrale della città e inoltre diversificata per tipologia e orari di flusso per la presenza nella zona, oltre che di una buona residenzialità, anche di uffici e di molteplici attività commerciali. La formula del centro commerciale è sicuramente vincente per Pavia, dove a una forte richiesta locale l'amministrazione risponde con prezzi competitivi rispetto alla stessa grande distribuzione; quest'ultima, oltre a dover affrontare costi di gestione molto maggiori, sconta una necessaria perifericità, colmabile solo con il mezzo motorizzato.

A Rimini il mercato alimentare coperto di San Francesco, ubicato in centro storico e messo a norma nel 2000, mantiene la sua vocazione; particolarità di questo mercato è quella di contenere al suo interno un *minimarket* e di osservare l'apertura di esercizio propria delle aree private ⁽³⁷⁾.

In alcuni casi il mercato come tale permane, relegato tuttavia in spazi residuali; è il caso di Carrara, dove il centrale mercato coperto (realizzato nel 1962) interrompe l'attività nel 1997, quando la necessità di ingenti ristrutturazioni rende ineluttabile la cessione per 99 anni a una gestione privata. La struttura si trasforma quindi in centro commerciale, con parcheggi, supermercato e altri esercizi (fig. 14). Ai venti operatori mercatali viene destinata un'area separata, in cui vengono ancora sistemati gli spettacolari banchi realizzati in marmo statuario. Gli esercenti rischiano tuttavia lo sfratto, data l'invidiabile collocazione, appetibile per l'inserimento di attività di tipo finanziario.

(35) Anche il mercato di Sant'Orsola, dotato di 78 posteggi, proviene dallo spostamento, avvenuto nel 1990, da un'area angusta impropria, maggiormente centrale.

(36) Vi è particolare attenzione al mantenimento di condizioni di accesso gradevoli: il comparto pescheria, ad esempio, è dotato di cappe aspiranti; non si è proceduto all'assegnazione di un posto vacante ad una tintoria, per l'eccessivo rumore che sarebbe stato emesso.

(37) Dei 143 posteggi in concessione la suddivisione è equa tra comparti alimentare (ortofrutta in particolare) e ittico (59 a 43); spicca inoltre il gran numero di produttori: 24 quelli agricoli, 17 gli ittici.

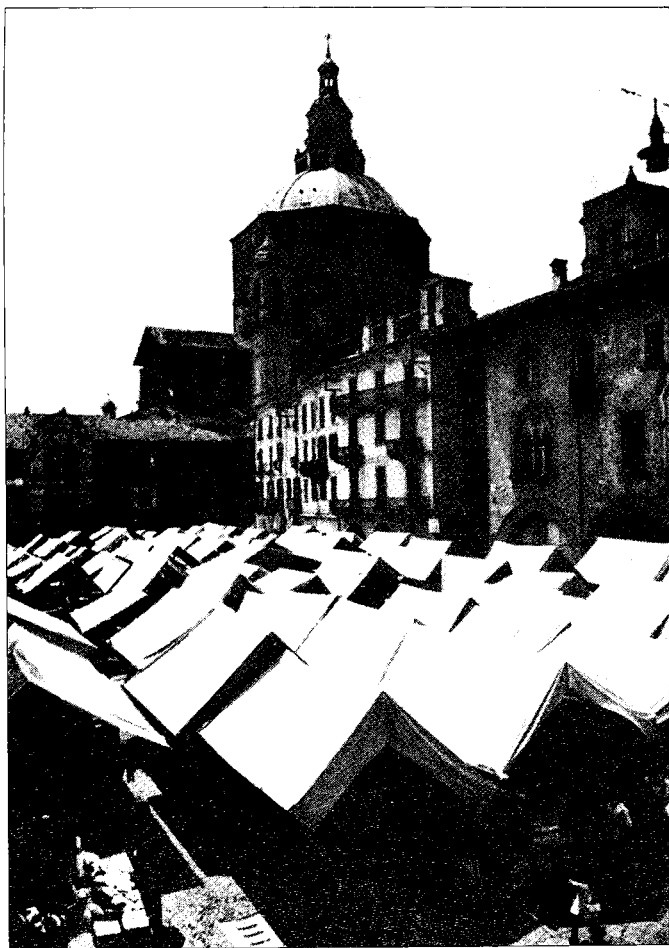
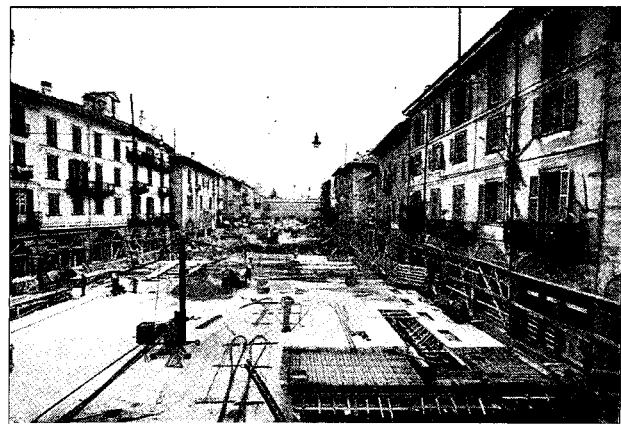


Fig. 11-13 – La realizzazione del sottomercato coperto di Pavia ha comportato la cessazione del mercato di superficie ed un periodo di lavori ingenti. Il risultato è visibile nell'attuale aspetto di centro commerciale sotterraneo

Foto: Archivio del Centro Commerciale Piazza della Vittoria Soc. Coop. a.r.l., Pavia



Prolungamenti dell'orario; nuovi mercati; mercati di produttori. – In molte città, il mercato costituito da posteggi autonomi osserva da tempo un orario prolungato: ne sono esempi Milano, Parma, Bologna, Ancona, Napoli, Catania...

A Taranto un mercato ittico scoperto, di recente istituzione, osserva un orario di apertura comprensivo dei festivi allo scopo di garantire il rispetto della tradizione, legata al commercio e al consumo dei prodotti ittici. Lecce si avvale della facoltà, data alle città d'arte, di prolungare l'orario fino alle ore 21 e di esercitare l'attività anche nei giorni festivi. Recenti richieste di prolungamento orario sono state avanzate, da Torino a Matera, con l'obiettivo di allargare tipologicamente l'utenza, e così colmare il divario con il servizio offerto dal commercio in sede privata. In alcune città, come Roma, si è invece ampiamente rifiutata questa possibilità, verificatane l'antieconomicità.

Si enumerano quindi esempi di nuove istituzioni, legate a richieste scaturite in aree urbane scarsamente servite. Ad Avellino il piano del commercio prevede l'istituzione di nuovi rionali nel centro, in aggiunta ai due esistenti, con un numero comparabile di posteggi (30) a servire i rioni di San Tommaso e Ferrovia (38). A Campobasso, di cui si è ricordato il declino dello storico mercato, si registra nelle zone periferiche una crescita insediativa che porta, nel 2002, all'istituzione di un nuovo mercato in un'area di nuovo popolamento, su cui insistono circa 7.000 residenti. Il nuovo mercato ha però avuto un solo anno di vita, non riuscendo a radicarsi nelle abitudini quotidiane; l'area verrà probabilmente destinata alla realizzazione di un centro sociale. A Reggio Calabria viene edificato nel gennaio 2005 un nuovo coperto periferico, che si affianca all'offerta del centrale mercato coperto, realizzato nei primi anni del dopoguerra (39). La richiesta per la realizzazione di un mercato data dagli anni Ottanta, quando il quartiere Gebbione era in piena espansione residenziale, e mancava di adeguate strutture commerciali; i lunghi tempi occorsi per l'edificazione del mercato hanno nel frattempo permesso la più celere realizzazione di un ipermercato, che probabilmente insidierà l'esistenza della nuova struttura. A Trapani, dal 2003 è allo studio un progetto indirizzato ad attivare nuovi rionali in aggiunta allo storico allestimento ubicato sotto i portici di Piazza Mercato del Pesce, dove oltre ai prodotti ittici sono presenti gli ortofrutticoli e gli alimentari, per un totale di diciotto posteggi (40). Ad Agrigento, città priva di rionali, è in corso l'istituzione di quattro saltuari in aree periferiche; a Siracusa, infine, è da tempo richiesta l'istituzione di mercati.

Le nuove richieste sono, come si è visto, localizzate soprattutto nell'Italia meridionale e in Sicilia.

(38) Questa scelta si lega alla crescente richiesta di alimentari freschi nelle aree residenziali interne, penalizzate dalla scomparsa dell'ambulantato, estromesso per motivi di circolazione veicolare e costretto a operare in periferia.

(39) Il mercato del centro storico, interamente alimentare, dispone di quaranta posteggi: viene realizzato nei primi anni del dopoguerra nell'area occupata – nei primi del Novecento – da un mercato all'aperto.

(40) In particolare è prevista la realizzazione di un allestimento giornaliero per un numero di 18-20 posteggi. Tale esigenza si lega alla volontà di combattere l'abusivismo, riscontrato nell'operato dell'ambulantato tradizionale, che si esprime in uno stazionamento nel medesimo luogo più del tempo oggi concesso per legge. La definizione di un'area propria su cui effettuare attività commerciale in sede fissa è dunque preoccupazione prioritaria dell'amministrazione, come forma occupazionale compensativa.

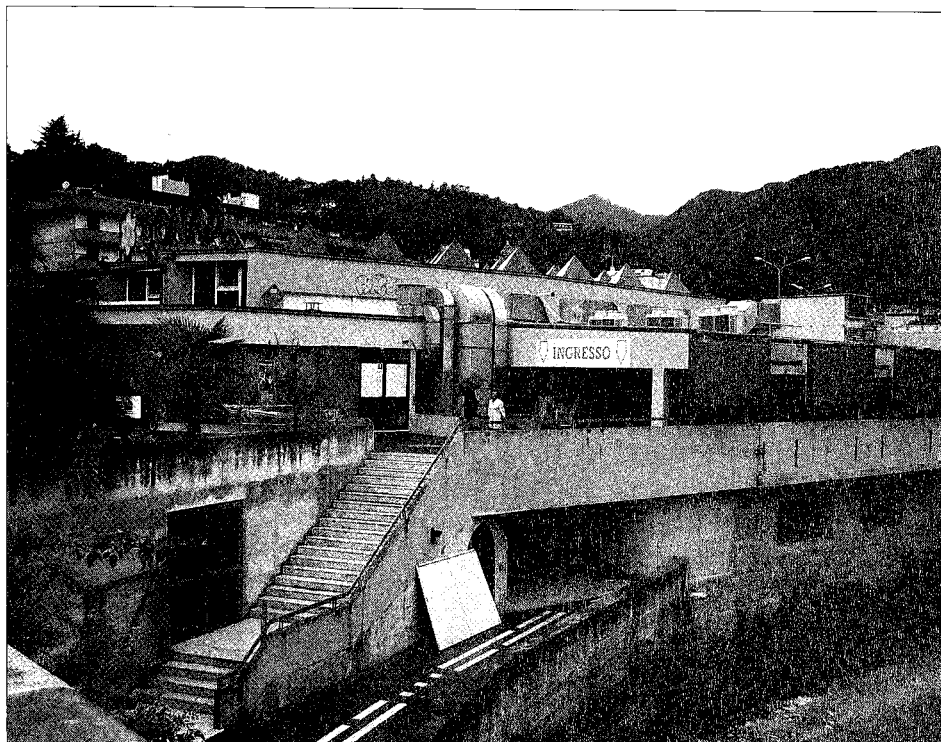


Fig. 14 – La struttura del mercato coperto di Carrara, vista dall'ingresso del supermercato
Foto: Donata Castagnoli, 2005

Possono essere considerati oggi come casi particolari i mercati di produttori. Si cerca infatti di agevolare nei rionali la ricomparsa della vendita diretta in quanto, eliminando l'intermediazione, è possibile proporre prezzi maggiormente competitivi ⁽⁴¹⁾.

A Firenze il mercato Cadorna, di otto posteggi (tutti produttori), è in realtà in declino (solo tre posteggi risultano periodicamente occupati); ciò dipende tuttavia non tanto dal settore merceologico, quanto dall'ubicazione eccentrica dell'allestimento ⁽⁴²⁾. I produttori trovano invece più facile collocazione nelle aree urbane più centrali, con un'offerta maggiormente legata al tempo libero (soprattutto nell'Italia settentrionale). A Rieti, dieci posteggi sono a disposizione dei produttori agricoli su piazza Matteocci; essi, con orario mattutino, sono presenti nel periodo estivo (maggio-ottobre) e offrono i generi ortofrutticoli della Sabina. A Chieti due mercati «agricoli» all'aperto sono dedicati all'attività dei produttori: si tratta degli allestimenti di Piazza Malta (79 posteggi), attivo già nel dopo-

(41) Si segnala la recente emanazione, da parte della Regione Lazio, della legge regionale 35 del 28 ottobre 2002, *Riconoscimento ed incentivazione dei mercati delle qualità*, con cui si offre localmente un diverso indirizzo rispetto a quanto prospettato dalla tendenziale concentrazione del comparto, valorizzando i prodotti locali che più facilmente possono trovare collocazione nei mercati rionali.

(42) Si ricorda che a Firenze la delibera 217 del 24.X.1946 prevedeva l'istituzione di ben undici mercati di produttori!

guerra, e di Vico Monaco La Valletta (23 posteggi in un'area pedonale del centro storico), presente fin dagli anni Settanta ⁽⁴³⁾.

A Lecce sono stati istituiti ventisei «mercattini delle erbe» rionali, ben distribuiti sull'abitato, con un numero massimo di cinque posteggi ognuno, riservati soprattutto ai produttori ortofrutticoli ⁽⁴⁴⁾. I nuovi allestimenti vanno a collocarsi agilmente nelle aree di più recente insediamento: le aree meno servite da altre forme commerciali hanno ricevuto maggiore attenzione. Tuttavia, essi mantengono a tutt'oggi uno *status* di sperimentazione, mentre sembra verificarsi una certa disaffezione da parte degli operatori.

In alcune città la percentuale di produttori è significativa già all'interno del rionale (ad Asti si cita il plateatico di Piazza Catena, Piazza Mazzini a Belluno, e inoltre Rimini, Chieti, Lecce, Crotone, Cagliari...) ⁽⁴⁵⁾.

Conclusioni. – Si è voluto qui delineare un iniziale contributo su una tematica davvero ampia e variegata, nonché affascinante, cui inoltre è difficile dare una univoca interpretazione. Spazi di approfondimento scaturiscono da una molteplicità di considerazioni che dai dati riportati possono essere tratte. Per quanto riguarda, ad esempio, l'ipotesi di correlazione tra vocazione agricola locale e offerta mercatale, supponendo limitata l'area di reperimento dei prodotti commercializzati, si constata come nel rapporto SAU/superficie provinciale (considerando l'areale provinciale come adeguato spazio per il reperimento alimentare) e presenza di allestimenti alimentari emergano solo tre province pugliesi: Foggia (dove la SAU è pari al 70% della superficie totale), Bari (67%) e Brindisi (64), e un'unica realtà dell'Italia settentrionale, Rovigo (64) ⁽⁴⁶⁾. Pur essendo Rovigo priva oggi di allestimenti quotidiani, pare a questo proposito significativo rimarcare l'interesse recentemente sollevato dai produttori agricoli ad acquisire maggiori spazi di vendita all'interno dei saltuari. Per quanto riguarda Foggia, Bari e Brindisi è invece ben documentata la presenza mercatale come forma privilegiata di distribuzione di prodotti locali.

Gli esempi scelti per delineare una sintesi sui fenomeni in atto sono frutto di una inchiesta diretta presso i 106 uffici comunali. Ne è effettivamente emersa una realtà mul-

(43) Il gran numero di produttori si spiega con un *Hinterland* agricolo di ampie dimensioni dove elevata è la specializzazione produttiva. Si segnala anche la presenza di un bisettimanale «agricolo», che ha luogo in un'area propria. Presente dagli anni Ottanta è stato ristrutturato di recente; dispone di 95 posteggi, quasi interamente di produttori ortofrutticoli (uno caseario) e un commerciante.

(44) Una delibera del Consiglio Comunale (170 del 22.XII.1999) individuava le aree mercatali da realizzare nei quartieri Leuca (in numero di 4), Rudiae (6), Centro (4), Stadio (2), Santa Rosa (2), Ferrovia (1), Mazzini (2), Litorale (4). La scelta è effettuata per regolamentare l'abusivismo, temuto come forma sleale di concorrenza nei confronti degli esercizi fissi e motivo di intralcio alla circolazione soprattutto nel centro storico, dove ad automezzi di dimensioni sempre più ingombranti si agguingono ampliamenti mobili delle strutture di vendita.

(45) In alcune città, come Cuneo e Bologna, ai produttori è dedicato spazio significativo nei saltuari.

(46) Valori elevati di SAU/superficie provinciale, rilevati anche per Cremona, Lodi, Mantova (con più del 70%), Bologna e Ferrara (più del 60%), non permettono viceversa di attribuire una particolare relazione con la vocazione mercatale attuale che può definirsi carente, forse con la sola eccezione di Bologna. La comparsa precoce di cooperative di consumo e *minimarkets*, già negli anni Settanta, ha determinato la mancanza di necessità di nuovi spazi mercatali a Reggio Emilia e in altre città dell'Italia settentrionale, in un periodo in cui ancora importanza avevano gli orti domestici, in grado di assicurare un approvvigionamento di generi freschi.

tiforme, con una differenziazione geografica a favore del Centro-Sud: nonostante i valori relativi al numero di mercati nelle tre ripartizioni Nord, Centro, Sud e isole riflettano una situazione nel complesso comparabile (173, 214, 294), si deve considerare il differente ammontare di città capoluogo. Il numero medio di mercati/città è quindi di 3,7 al Nord, 9,7 al Centro (ma 3,6 escludendo Roma) e 4,6 tra Sud e isole (scomponibile tra il 6,0 del Sud e il 2,5 delle isole).

In molte aree dell'Italia meridionale il mercato svolge un ruolo compensativo di altri-menti carenti alternative occupazionali. Qui il numero medio di componenti familiari è al momento ancora più elevato e può confermare al mercato un ruolo di servizio alle famiglie (la famiglia media supera i 3 membri a Foggia, Crotone e Vibo Valentia; i valori più bassi sono rilevati a Trieste e Bologna con 2). Come spazi di relazione emergono nelle regioni meridionali i plateatici (47).

Si è potuto constatare come le aree coincidenti con i centri storici, tradizionali luoghi di mercato, mantengano quasi ovunque tale funzione socio-economica, in alcuni casi sotto forma residuale (Perugia, Campobasso...) in altri con forti spinte al rinnovamento – come si è visto per Pavia – in altri semplicemente perpetuando quella funzione di fulcro delle relazioni sociali che si è andata arricchendo di nuove popolazioni gravitanti e, in conseguenza di ciò, di nuovi servizi all'utenza (48).

In definitiva, le pubbliche amministrazioni, se non nei casi di rispetto di beni architettonici vincolati (Trieste, Novara...), non appaiono mostrare oggi un'adeguata sensibilità riguardo alla necessità di azioni di tutela del bene culturale rappresentato dal mercato, coperto o plateatico che sia.

Sono in corso a tutt'oggi numerose azioni di risanamento dei mercati, attuate con il ricorso a finanziamenti pubblici e privati; esse sono caratterizzate per lo più dalla realizzazione di parcheggi e da una differenziazione e un potenziamento dell'offerta commerciale. Ciò in alcuni casi rappresenta un adeguamento al mutare delle esigenze socio-economiche, ma non sempre risulta favorevole al mercato, come si è visto per Carrara.

Il mercato all'aperto appare come il più indifeso per l'incalzare già da tempo di funzioni antagoniste, stretto nella morsa del traffico veicolare o estromesso da quelle scelte di riqualificazione urbanistica che vedono nello spazio pedonalizzato una rinnovata occasione sociale, ma dove il mercato – salvo intelligenti eccezioni – non trova facile collocazione.

La necessità di un rigido adempimento alle disposizioni comunitarie in materia di sicurezza igienica, infine, può minare addirittura l'esistenza di storici mercati o snaturarne irrimediabilmente le caratteristiche costitutive.

(47) Complessivamente più recente è la realizzazione di mercati coperti nell'Italia meridionale, dettata più che altro dall'obbligo di adempimenti normativi e non strettamente necessaria dal punto di vista climatico.

(48) Dalla presenza di uffici nei centri storici scaturisce una potenziale clientela diurna, che richiede esercizi di somministrazione (bar, pizzerie al taglio) e nuovi servizi immateriali (quali *solarium* e centri estetici).

RIFERIMENTI BIBLIOGRAFICI

- AGUIARI R., *Le strutture commerciali come componenti dell'arredo urbano: i centri commerciali, le associazioni di via, l'ambulantato*, in BACCARANI (1993), pp. 368-407.
- ALLIX A., *The Geography of Fair. Illustrated by Old-World examples*, in «The Geographical Review», New York, 1922, pp. 532-569.
- AMIGONI F. e P. BERTOSI, *Il sistema dei mercati ambulanti nella Provincia di Bologna: analisi e prospettive*, in RAIMONDI e AMIGONI (1990), pp. 147-163.
- ANDERSON S. (a cura di), *Strade*, Bari, Dedalo, 1982.
- ANVA, *Libro Bianco sul piccolo commercio*, Roma, Stab. Tip. GATE, 1964.
- ANVA, *Una nuova immagine per una antica professione: sondaggio sugli ambulanti in Toscana*, in *Atti del II Convegno regionale (Firenze, 19 febbraio 1989)*, Firenze, 1989.
- ANVA-CONFESERCENTI, *I mercati fra tradizione e rinnovamento*, Roma, 1984.
- ANVA-CONFESERCENTI, *Commercio su aree pubbliche. Raccolta completa della normativa statale e regionale*, Roma, Edizioni Commercio, 2001.
- ANVAD CONFESERCENTI, *Il commercio ambulante in Italia: una positiva realtà, problemi e prospettive*, in *Atti del XIII Congresso Nazionale ANVAD (Firenze, 9-10 marzo 1975)*, Roma, 1975.
- AUGENTI S., *Il futuro della grande distribuzione organizzata*, in «Impresa & Stato», Milano, 1997, 42, pp. 14-15.
- BASSI M.P. (a cura di), *I mercati e le fiere della Provincia di Milano tra XVIII e XX secolo*, Milano, Provincia di Milano, 1990.
- BACCARANI C. (a cura di), *Imprese commerciali e sistema distributivo, Una visione economico-manageriale*, Torino, Giappichelli, 1993.
- BERNARDI R., *Nuove tendenze di sviluppo del commercio al dettaglio italiano (sue influenze sulla organizzazione socioeconomica delle famiglie e sulla struttura urbanistica delle città)*, in *Atti del XXVIII Congresso Geografico Italiano (Roma, 18-22 giugno 2000)*, Roma, Edigeo, III, pp. 2493-2504.
- BERRY B.J.L., *Geography of Market Centers and Retails Distribution*, Englewood Cliffs, Prentice-Hall, 1967.
- BIANCA M., *I mercati nella storia di Firenze: dal forum romano al centro alimentare polivalente*, Firenze, Loggia de' Lanzi, 1995.
- BIANCO G., *I mercati ortofrutticoli nella realtà piemontese*, Torino, ESAP, 1980.
- BIONDI G. e altri, *Fiere e mercati della Campania*, in «Pubblicazioni dell'Istituto di Geografia Economica», Napoli, 1974, XI.
- BITETTO D. e C. MONDOLFI, *Il nuovo mercato ortofrutticolo di Bologna come lo vedono gli operatori bolognesi*, Bologna, Arti Grafiche Tamari, 1966.
- BONASERA F., *Note geografiche sulle «Fiere» e i «Mercati» in Sicilia*, in «Annali della Facoltà di Economia e Commercio», Palermo, 1969, I, pp. 267-279.
- BONASERA F., *Carta delle manifestazioni periodiche commerciali nelle Marche centrali: contributo alla metodologia per lo studio geo-economico delle «fiere» e «mercati»*, Ferrara, Fra.Bo., 1981, pp. 10.

- BONETTI E., *La localizzazione delle attività al dettaglio*, Milano, Giuffrè, 1967.
- BRANCATO ALBANESE M., *Fiere, mercati periodici e commercio ambulante in Calabria: aspetti geografici*, Messina, Peloritana ed., 1979.
- BULLADO E., *Trent'anni di politica commerciale in Italia: dalla pianificazione commerciale alla pianificazione urbanistica*, in «RGI», 2002, pp. 441-477.
- CALABI D., *Il mercato e la città: piazze, strade, architetture d'Europa in età moderna*, Venezia, Marsilio, 1993.
- CALABI D., *Fabbriche, piazze, mercati: la città italiana nel Rinascimento*, Roma, Officina, 1997.
- CAMMELLI A. e F. CASADEI, *Il commercio ambulante: tendenze e caratteristiche dell'ultimo trentennio*, in RAIMONDI e AMIGONI (1990), pp. 133-145.
- CAPASSO A. (a cura di), *Commercio e città, lo spazio commerciale e lo scenario urbano, cultura e progetto*, Napoli, CUEN, 1993.
- CAPASSO A. e D. MARINO (a cura di), *Chioschi e città*, Napoli, CCIAA, 2001.
- CARDOSI G., *La nuova disciplina del commercio su aree pubbliche: commento alla legge 28.3.1991, n. 112*, Rimini, 1992.
- CASTAGNOLI D., *Il commercio elettronico come opportunità per le produzioni alimentari locali*, in «Quaderni del Dipartimento Uomo e Territorio. Sezione di Geografia», Perugia, 2001, 1, pp. 53-78.
- CASTAGNOLI D., *Una fase di rinnovamento per i mercati rionali di Roma tra riqualificazione ambientale e ricerca di una rinnovata immagine sociale*, in «Quaderni del Dipartimento Uomo e Territorio. Sezione di Geografia», Perugia, 2002, 2, pp. 95-113.
- CECCACCI G., *Ambulanti riqualificati come commercianti su aree pubbliche*, Milano, FAG, 1993.
- CNR-ICITE, COMUNE DI ROMA e MINISTERO DEI LAVORI PUBBLICI, *L'edilizia annoverata in Italia*, Roma, Fratelli Palombi Editori, I parte 1991, II parte 1994.
- Commercianti tra paura e voglia di novità*, in «L'Unione Sarda», Cagliari, 31.X.2004, p. 19.
- COMUNE DI CAGLIARI-ASSESSORATO ALLE ATTIVITÀ PRODUTTIVE, *I flussi della clientela nei mercati al dettaglio e rilevazione della qualità percepita dall'utente*, 2002, cicl.
- COMUNE DI CAGLIARI-DIVISIONE MERCATI, *Carta dei mercati*, cicl.
- COMUNE DI TREVISO, *Piano delle aree mercatali (D.C.C. n. 47321/60 del 15/7/2002)*, accessibile in rete (www.comune.treviso.it).
- CORONA F., *Guida di Cagliari*, Cagliari, Società Tipografica Sarda, 1915.
- COZZI G., *Cambiamento delle aspettative del consumatore*, in «Economia e Diritto del Terziario», Milano, 1994, 1, pp. 81-106.
- CRISTALDI F. (a cura di), *Le mille popolazioni metropolitane. Un'analisi geografica dell'area romana*, Roma, Centro Interdipartimentale di Studi e Ricerche sulla Popolazione e sulla Società di Roma, 2003.
- DAI PRÁ E., *Internet e alimentazione tradizionale*, in PALAGIANO C. e G. DE SANTIS (a cura di), «*Geografia dell'alimentazione. Atti dell'Ottavo Seminario Internazionale di Geografia Medica (Roma, 16-18 dicembre 2004)*», Perugia, RUX, 2005, pp. 831-842.

- DE SANTIS G.M.P., *Fiere e mercati periodici nella provincia di Perugia: un consuntivo geografico*, in «Annali della Facoltà di Lettere e Filosofia», Perugia, 1975, pp. 393-407.
- DE SANTIS G.M.P., *Fiere e mercati periodici nella provincia di Terni*, in «Geografia», Roma, 1982, pp. 34-40.
- DEL TOSO F., *Così il Mercato coperto ha vinto la sfida col tempo*, in «Tuttocittà», Trieste, 25 luglio 2003, p. 2.
- DEMATTEIS G., *Il fenomeno urbano in Italia: interpretazioni, prospettive, politiche*, Milano, F. Angeli, 1992.
- DI MACCO S., *L'architettura dei mercati. Tecniche dell'edilizia annonaria*, Roma, Kappa, 1993.
- DI MACCO S., *I luoghi dei mercati quotidiani*, Napoli, Sistemi Editoriali, 2002.
- DI MACCO S., *La pianificazione del commercio sulle aree pubbliche*, Roma, Kappa, 2003.
- FABBRI G. (a cura di), *Breve viaggio intorno ai mercati ed alle fiere forlivesi di ieri e di oggi*, Comune di Forlì-Settore Mercati, Forlì, 2002, pp. 66.
- FABRIS G., *Il nuovo consumatore verso il post moderno*, Milano, F. Angeli, 2002.
- FASOLI G., *Il mercato nella vita contadina*, in *Espressioni sociali e luoghi d'incontro*, Milano, Silvana, 1978, pp. 75-79.
- FAVILLI L., *La riforma della disciplina del commercio ambulante*, in RAIMONDI e AMIGONI (1990), pp. 175-183.
- FAVILLI L., *Commercio ambulante: la nuova disciplina sulle aree pubbliche*, Bologna, Perseo Libri, 1997.
- FERRO G., *Osservazioni geografiche sui mercati periodici e sulle fiere della provincia di Cuneo*, in «RGI», 1963, pp. 133-148.
- FERRO G., L. LAGO e A. VALLEGA, *Studi geografici sui mercati e sulle fiere*, in «Laboratorio di Geografia. Facoltà di Magistero. Università di Trieste», Trieste, 1964, 3.
- FIVA CONFCOMMERCIO, *Libro Bianco sul commercio ambulante e su aree pubbliche*, Roma, 2006.
- FORMICA C., *Osservazioni geografiche sulle fiere e sui mercati periodici della Sicilia orientale*, in «RGI», 1970, pp. 153-170.
- FUMO M. (a cura di), *Dal mercato ambulante all'outlet, luoghi e architetture per il commercio*, Bologna, Editrice Compositori s.r.l., 2004.
- GAETANI D'ARAGONA G., *Il mercato dell'ortofrutta di Napoli: strutture e problemi*, Portici, Arti Grafiche Della Torre, 1958.
- GILI G., G. PESCI e I. ROSSI, *Marketing urbano: valorizzazione del commercio nei centri storici*, Milano, Etas Libri, 1994.
- GIOACCHINI F., *Il commercio su aree pubbliche: commento e testo della legge 112/91 sulla trasformazione del commercio ambulante*, Milano, Pirola editore, 1991.
- GRISENTI L., *Alto Adige: fiere e mercati*, Bolzano, Provincia Autonoma di Bolzano, Amministrazione Provinciale al Commercio, 1989.
- GUATRI L. (a cura di), *Trattato di economia delle aziende industriali*, Milano, Egea, 1988.
- Il nuovo mercato di San Silverio. Una ipotesi pilota per la ristrutturazione e la riorganizzazione dei mercati a Roma*, Roma, Edizioni Librerie Dedalo, 1997.

- ISMEZ, *Il commercio ambulante in Campania e sue forme organizzative, mercati e fiere*, Salerno, 1986.
- LANDINI P., *Caratteri geografici del terziario commerciale in Italia*, in «BSGI», 1981, pp. 11-46.
- LANZANI A., *Commercio, metamorfosi urbane e possibili strategie di governo*, in «RGI», 2002, pp. 479-522.
- LEARDI E., *Fiere e mercati delle Langhe*, in «Pubblicazioni dell'Istituto di Scienze Geografiche della Facoltà di Magistero dell'Università di Genova», Genova, 1976, 27.
- MARTINOTTI G., *Metropoli. La nuova morfologia sociale della città*, Bologna, Il Mulino, 1993.
- MATTANA U., *Fiere e mercati periodici: considerazioni metodologiche per uno studio geografico*, in «Materiali dell'Istituto di Geografia dell'Università di Padova», Padova, 1983, 3.
- MATTANA U., *I mercati periodici del Veneto e del Trentino-Alto Adige nel 1985. Prime considerazioni sui risultati di una inchiesta*, in «Quaderni del Dipartimento di Geografia», Padova, 1986, 7.
- MATTANA U. e M. BENVENUTI, *Fiere e mercati della provincia di Treviso*, in «Quaderni dell'Istituto di Geografia. Università di Padova», Padova, 1982, 1.
- MATTANA U. e G. BERGAMO, *Commercio periodico e territorio*, Padova, Dipartimento di Geografia dell'Università di Padova, 1989.
- MAZZOCCHI A., *I pellegrini del commercio. Il commercio ambulante: economia, cultura e società*, s.l., Il Margine, 2001.
- MELE R., *Una forma distributiva dimenticata: il commercio ambulante*, in «Commercio», Milano, 1987, 27, pp. 131-153.
- Mercati coperti a Torino*, Torino, CELID, 2000.
- Mercati rionali romani: innovazione, razionalizzazione e qualità dei servizi*, in *Opportunità d'impresa nella distribuzione agroalimentare*, in «BIC Notes», Roma, 2004, 5, pp. 6-87.
- MICALE F., *Fiere e mercati periodici in provincia di Enna e Caltanissetta*, in «Tecnica Agricola», Catania, 1972, pp. 5-23.
- MICALE F., *Dalla fiera al mercato: il commercio periodico nell'analisi dell'evoluzione territoriale*, Palermo, Istituto di Scienze Geografiche dell'Università di Palermo, 1986, pp. 53-101.
- MODIGLIANI M., *Mercati botteghe e spazi del commercio a Roma tra medioevo ed età moderna*, Roma, Officina, 1998.
- MORANDI C., *Il commercio urbano. Esperienze di valorizzazione in Europa*, Milano, CLUP, 2003.
- NICE B., *Per uno studio geografico dei mercati periodici della Toscana*, in «RGI», 1955, pp. 307-317.
- Opportunità d'impresa nella distribuzione agroalimentare*, in «BIC Notes», Roma, 2004, 5, pp. 98.
- PADOA A., *Legge sulle fiere e i mercati (17 maggio 1866 n. 2933)* in *Raccolta delle leggi speciali e convenzioni internazionali del Regno d'Italia*, IV Serie, III, Torino, Unione Tipografica Editrice, 1881, pp. 79-95.

- PELLEGRINI L., *Il commercio in Italia*, Bologna, Il Mulino, 2001.
- PINNA BERCHET F., *Fiere italiane antiche e moderne*, Padova, CEDAM, 1936.
- PLACITELLI G., *L'ambulantato: normativa e aspetti qualitativi*, in «Largo Consumo», Milano, 1983, 10, pp. 97-107.
- PLACITELLI G., *Rete commerciale e commercio ambulante*, in RAIMONDI e AMIGONI (1990), pp. 165-173.
- PYLE J., *Farmers Markets in the United States: Functional Anachronism*, in «The Geographical Review», New York, 1971, pp. 167-197.
- RAIMONDI S. e AMIGONI F. (a cura di), *La Piazzola, 1390-1990: il mercato, la città*, Casalecchio di Reno, Grafis, 1990.
- RICCI M., *Si spostano nella periferia i mercati delle grandi città*, in «Urbanistica Informazioni», Torino, 1992, 121, pp. 7-9.
- RIGGIO A. e M.I. CUPELLARO, *Abitudini alimentari nel Lazio. Saggio di geografia dell'alimentazione*, Roma, Università degli Studi di Roma «La Sapienza» - DPTU, Roma, 1987.
- ROMAGNINO A. e A. MARCEDDU, *I mercati di Cagliari*, Sassari, Carlo Delfino editore, 2004.
- ROSSI I., *Il commercio e l'artigianato dentro la città*, Milano, Etas, 1998.
- San Benedetto, ecco il nuovo mercato*, in «L'Unione Sarda», Cagliari, 31 ottobre 2004, p. 19.
- SIMONETTI P., *Nuovo mercato di piazza Ghiaia a Parma*, in «Casabella», Milano, 1998, suppl. al n. 660, pp. 128-131.
- SPRANZI E., *L'efficienza della distribuzione commerciale*, Milano, ETAS Kompass, 1969.

MANTENAINCE AND RENEWAL OF DAILY MARKETS IN ITALY. – The study analyses the role of urban food markets in historical centres renewal. The social function of market places is nowadays still alive; nevertheless it is possible to recognize different kinds of evolution of this economical and cultural aspect of urban life. In southern Italy the phenomenon is present with many examples, as it represents an occupational solution, more than in northern Italy. The study also shows the distribution inside towns: in most cases city centres have a maximum concentration of markets, but many urban plans has, in the recent decades, increased the number in the external residential areas.

Università di Perugia, Dipartimento Uomo e Territorio

donata@unipg.it