

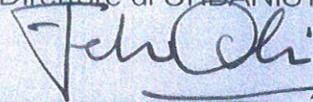
# PREMIO **URBANISTICA** 2016

categoria EQUILIBRIO DEGLI INTERESSI

Premio conferito al **Progetto per i mercati rionali di Genova**  
promosso dalla Camera di Commercio di Genova in  
collaborazione con il Comune di Genova  
e redatto da Pierandrea Ferrando

Milano, 8 novembre 2016

*Federico Oliva*  
Direttore di URBANISTICA



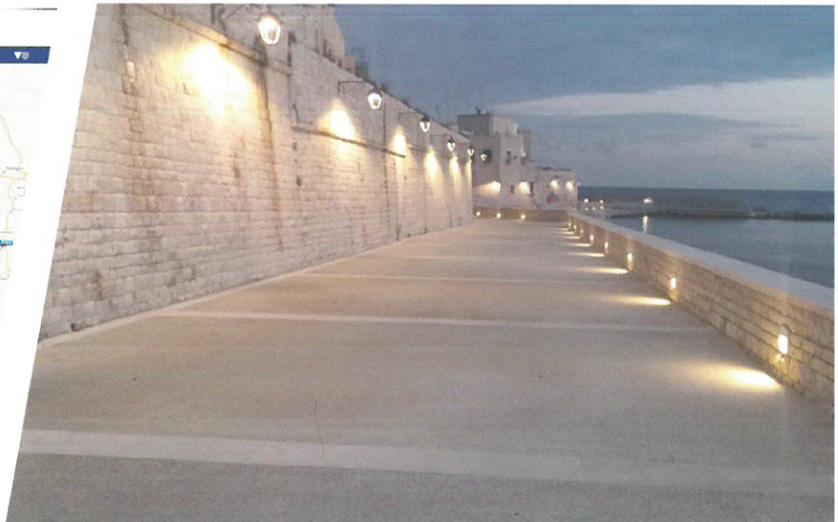
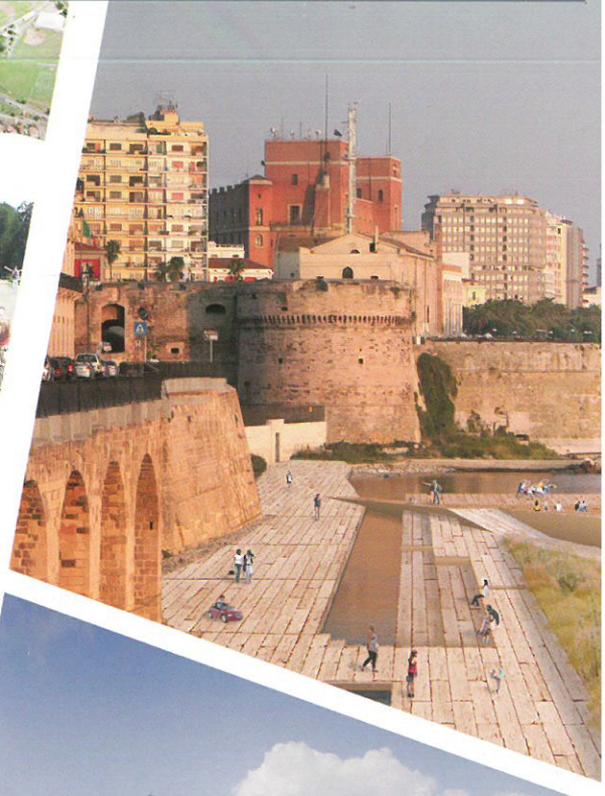
urbanpromo |

INU  
Istituto Nazionale  
di Urbanistica

URBIT  
Urbanistica Italiana

PREMIO  
2016

# URBANISTICA



MAURIZIO CAVIGLIA

## I MERCATI RIONALI DI GENOVA: TRADIZIONE E INNOVAZIONE

I mercati rionali sono, sul territorio, una presenza quotidiana e familiare: in ogni quartiere di Genova, città policentrica, si può trovare un mercato rionale dove ci si può immergere nei colori e nei profumi della frutta, della verdura, del pescato, del pane e della focaccia.

I mercati coperti rionali sono una forma distributiva storicamente presente ed importante nel panorama economico genovese e oggi, con la crisi, assumono sempre maggiore importanza per coloro che orientano i consumi su una spesa "quotidiana" più contenuta e con meno sprechi.

Studi sviluppati a livello nazionale rilevano infatti che sempre più famiglie, si rivolgono abitualmente ai mercati rionali che garantiscono un buon rapporto qualità/prezzo, rappresentano un canale importante per la valorizzazione delle produzioni locali, garantiscono un fondamentale servizio e presidio di quartiere soprattutto nella nostra città, dove l'età media dei residenti è piuttosto elevata, rappresentano un valido strumento a difesa dell'ambiente, hanno un profondo significato sociale, in quanto luoghi di incontro, integrazione e socializzazione e infine sono un legame con le tradizioni e la storia delle delegazioni cittadine, ancora particolarmente sentite. Tutti i mercati "storici" genovesi sono stati costruiti o istituiti tra la fine del 1800 e gli anni quaranta del 1900, e rappresentano il concetto ante litteram dei moderni centri commerciali.

Il più noto è il grande Mercato Orientale di via XX Settembre, con i suoi molteplici banchi colmi di frutta anche esotica (ma il nome è determinato dalla posizione), il pesce freschissimo, le spezie, ecc. ecc. Il mercato Orientale nasce all'interno del chiostro annesso al Convento di Nostra Signora della Consolazione, sorto nel 1699; il progetto del convento non venne mai portato a termine e, da sempre, gli spazi del chiostro furono in parte dedicati ad ospitare botteghe e venditori. Alla fine dell'Ottocento, il Comune di Genova decise di trasformarlo stabilmente in mercato coperto, tanto più che la via XX Settembre diventava la principale arteria della città. Il mercato viene inaugurato nel maggio del 1899 con una grande esposizione floreale.

Questo mercato, come anche gli altri con le loro architetture liberty in ferro, costituiscono un'attrazione turistica così come avviene in altre città europee come Londra, Madrid e Valencia per non citarne che alcune.

Purtroppo però, a causa dei cambiamenti degli stili di vita, delle trasformazioni sociali di questi ultimi decenni, del difficile momento di crisi nonché della scarsità di risorse pubbliche per la manutenzione strutturale e di adeguamento commerciale, i Mercati cittadini, e alcuni in particolare, da tempo stanno subendo un periodo di notevole criticità e hanno perso l'appeal di un tempo.

E' per questo che da alcuni anni il Comune di Genova, stimolato da un'azione puntuale e costante delle Associazioni di Categoria, ha avviato un'analisi sulla gestione delle strutture dei mercati rendendosi conto di non essere in grado, sia per mancanza di risorse, ma anche per vincoli normativi, di garantire i livelli minimi di ordinaria manutenzione.

In seguito a questa riflessione si è giunti così a proporre agli operatori dei Mercati, sempre affiancati e supportati dalle loro Associazioni di Categoria, un'innovativa formula con vari stadi di autogestione privata della "cosa" pubblica. Vista la L.R. 1/2007 e il DL n° 163/2006, il Comune di Genova nel 2009 ha approvato quindi una delibera di Consiglio Comunale, passata senza voti contrari, che prevede diversi livelli di Autogestione dei Mercati Rionali:

1. Gestione mista (mercato Orientale, Scio

e Certosa), con concessione di pubblico servizio a un Consorzio costituito (50% + 1 delle imprese) che provvede alla manutenzione. Il Comune conserva la titolarità della gestione e riscossione dei canoni e versa al Consorzio una quota (20% nel 2009 e 50% dal 2014) per la manutenzione (autorizzata) da rendicontare.

2. Autogestione e migioria con scomputo dei canoni: il Consorzio (90% delle imprese) è concessionario di pubblico servizio (l'area resta proprietà comunale) sostituendo il Comune nei rapporti con gli operatori e incassa i canoni autonomamente deliberati.

3. Autogestione con costituzione di diritto di superficie sino a 50 anni a un Consorzio (con almeno il 90% degli operatori); agli operatori non aderenti il Comune propone il trasferimento in altro mercato; ove rifiutato revoca la concessione con indennizzo a carico del Consorzio (sino a 18 mesi del canone).

La gestione ha natura privatistica mantenendo la destinazione d'uso e le attività sono esercizi di vicinato; al Consorzio fanno carico tutte le spese di migioria.

Quest'ultima è la formula più avanzata che quest'anno ha trovato realizzazione nel Mercato della Foce. Riprova della bontà del percorso, quello che lo scorso anno era un progetto sulla carta, oggi è un progetto realizzato, il Consorzio degli operatori della Foce ha acquistato il diritto superficario dal Comune, sta edificando (vedi foto), con una tecnica modulare anch'essa molto innovativa, il nuovo mercato che verrà inaugurato, salvo imprevisti, i primi giorni del mese di dicembre prossimo.

Innovazione nell'innovazione, questa nuova struttura avrà al suo interno, oltre ai tradizionali banchi con la tipica formula di vendita del mercato e la valorizzazione dei prodotti locali, uno spazio a libero servizio. Una sorta di grocery store, minimarket o express market come meglio si vuole chiamarlo, di circa 250 mq dove il cliente avrà a disposizione un normale carrello da supermercato e troverà tutte le referenze che completano la spesa quotidiana: detersivi, prodotti per la casa e la persona, acque minerali e bibite gasate, ecc. Tutta la spesa al Mercato che sarà anche, nelle intenzioni dei promotori di questa iniziativa, centro di aggregazione sociale mediante la programmazione periodica di eventi destinati alla diffusione della cultura agro-alimentare del territorio e dell'educazione alimentare.

Promotori

Camera di Commercio di Genova  
Via Garibaldi 4, 16124 Genova  
camera.genova@ge.camcom.it

Comune di Genova

Palazzo Tursi - Via Garibaldi 9, 16124 Genova

Progettista

Pierandrea Ferrando  
Galleria Giuseppe Mazzini 3, 16121 Genova



Scio e Certosa) The Municipality gives to the Business Association (Consorzio) 50% of fees collected for the (authorized) maintenance of the market.

2. Self Management and improvement with discounted fees. The Business Association (Consorzio) substitutes the Municipality in the relationship with local market merchants and is liable to collect the fees and provide ordinary and extraordinary maintenance.

3. Self Management with leasehold estate for 50 years. The management is completely private keeping the intended use and activities. The Business Association bears all the maintenance expenses.

This last solution was adopted, this year in Foce local market, and it is the more advanced one. What was a project on paper, as of last year, is now realized. The Business Association of Foce merchants bought the leasehold estate from the Municipality and it is now building a new structure with an innovative modular technique, which will be, barring unforeseen circumstances, inaugurated in the first days of December 2016.

This innovative structure, apart from the classical local market stands with products from local producers, will host a grocery store of 250 square meter, where the client will be able to carry a standard supermarket trolley and will find all the household and healthcare products.

Periodic Events will be organized for the diffusion of the Italian gastronomic culture and food education.

MAURIZIO CAVIGLIA

## LOCAL MARKETS IN GENOVA: TRADITION AND INNOVATION

Local markets are a place for everyday life and families.

Local markets are spread all over Genova's neighbourhoods, in every market we can smell the scent of the fruit, vegetables, daily fish, bread and "Focaccia".

Research shows that an increasing number of households purchase food in local markets for several reasons such as: the price/quality ratio, valorisation of local producers, and the fact that local markets represents a service and a protection for the neighbourhoods of our city where the average age of residents is very high. Local markets are also protecting the environment, playing an important social role as places of aggregation and integration, and last but not least, they are the link between tradition and towns delegation which still plays a crucial role in the city.

The Municipality of Genova, fuelled by the action of trade associations, have carried out an analysis on the management of local markets showing that, due to lacking funds and to existing regulations, the Municipality itself is not able to ensure the minimum maintenance levels that local markets require.

Following these studies, we decided to propose several public private partnership initiatives:

1. Mixed management (Mercato Orientale,

15 MERCATO DELLA FOCE. PROSPETTO IN VIA DELLA LIBERTÀ / FOCE'S MARKET. FRONT IN VIA DELLA LIBERTÀ

16 MERCATO DELLA FOCE. FASE DI MONTAGGIO PANNELLI DI COPERTURA / FOCE'S MARKET. ASSEMBLY COVERING'S PANELS

PAGINE SEGUENTI / NEXT PAGES

17 APP VISIONI URBANE / URBAN VISIONS APP

18 MAPPA PUC 2 - MAPPA PUC 3 / PUC 2 MAP - PUC 3 MAP