

I mercati alimentari a Perugia e in altre città dell'Umbria

Summary: FOOD MARKETS IN PERUGIA AND IN OTHER UMBRIAN TOWNS

In Umbria region daily urban markets aren't a peculiar way of food trade.

As in many Italian towns, in Perugia and in Terni, the two administrative centres, public buildings are used for food (especially fruit and vegetables) daily trade but nowadays they are no more so important as they were in the past.

The recent growing up of big shopping centres is not the only problem, as in Umbria food earning has a variety of aspects and is still linked to direct selling and self farming.

Keywords: Daily Markets, Food Transactions, Urban Trade Functions.

Introduzione

In molte parti d'Italia si sta procedendo ormai da qualche anno ad una generale rivisitazione del concetto di mercato, come già avvenuto da tempo in molti Paesi dell'Europa occidentale (Paesi Bassi, Germania, Regno Unito). Una realtà dicotomica è constatata nel veder persistere in Italia e rinnovarsi la dotazione di storici allestimenti quotidiani, coperti o su strada, e altrove viceversa il venir meno di questa importante funzione urbana.

Le ragioni della eventuale dismissione vanno ricercate soprattutto nei mutamenti progressivamente avvenuti in alcuni centri storici, sempre meno vocati alla residenzialità e specializzati nel turismo e in attività del terziario avanzato.

Il mercato giornaliero è invece un servizio alla popolazione. Sopravvive bene nell'Italia meridionale, per motivi economici ma anche socio-culturali, con una ingente dotazione soprattutto di allestimenti all'aperto che rinnovano nel tempo l'importante compito di redistribuire la produzione agricola dell'*hinterland* urbano.

A livello nazionale, il mercato alimentare quotidiano è ben presente ancora nei grandi centri, giustificato dal persistere di una forte domanda (Castagnoli, 2006).

In Umbria risulta maggiormente diffuso il mercato settimanale, abitualmente solo in parte legato all'approvvigionamento alimentare. È possibile notare come tuttora tale forma di allestimento possa comunque porsi come sostitutivo del mercato giornaliero, e dunque assolvere alle funzioni banali laddove un'esiguità dell'utenza non giustifica una più ampia cadenza. Sia per Perugia che

per Terni va ricordata la presenza di un centrale mercato coperto, per entrambe oggi del tutto sovradimensionato a causa dei movimenti centrifughi della popolazione¹.

Vale dunque la pena, in questa preliminare ricognizione, inquadrare i casi più significativi osservati comprendendo nell'analisi, per i motivi suaccennati, tanto i giornalieri che i periodici.

1. I mercati di Perugia

La fig. 1 documenta i primi anni di attività del mercato coperto, realizzato in mattoni di produzione locale nel 1932 sotto l'amministrazione di Giovanni Buitoni; essa esprime la vivacità di un imponente struttura in grado di soddisfare tutte le esigenze attribuibili alla presenza mercatale. Non sono a tutt'oggi presenti nella città altri allestimenti alimentari a cadenza quotidiana.

La realizzazione del mercato coperto sostituiva il precedente allestimento storicamente ubicato sull'antistante Piazza del Sopramuro.

Disposto inizialmente su tre piani più una terrazza, esso riservava il piano inferiore alla vendita all'ingrosso; al di sopra di questo erano adibiti due piani per il comparto alimentare, di cui il primo interamente dedicato ai generi ortofrutticoli, con 27 commercianti e una ventina di produttori e il secondo ad alimentaristi e ai prodotti ittici (28 posteggi). Oggi la presenza degli operatori è ridotta a 9 (di cui 6 produttori agricoli) al primo piano e 5 al secondo.

All'ultimo piano, la terrazza viene dedicata dal 1961 alle merci non alimentari, mantenendo poi





Fig. 1. Una cartolina ritrae i primi anni di attività della struttura e documenta la passata frequentazione del mercato coperto di Perugia.



Fig. 2. Anteriormente all'edificazione del mercato coperto, l'allestimento giornaliero di Perugia era ubicato nella contigua Piazza del Sopramuro, detta anche Piazza delle Erbe (oggi Piazza Matteotti).

Fonte: R.A. Gallenga Stuart, Perugia, Bergamo, Istituto Italiano di Arti grafiche, 1907.



Fig. 3. Un produttore agricolo nel mercato coperto di Perugia (2008)

Foto: Donata Castagnoli.

la scelta di integrare e separare tale offerta da quella alimentare (quest'ultimo mercato, dotato di 18 posteggi, estende l'apertura alle ore pomeridiane)².

Nel 1968, con lo spostamento del mercato all'ingrosso nella più periferica via Settevalli, si procede alla realizzazione di un parcheggio nel piano inferiore³.

Nonostante il mercato si caratterizzasse, ancora un decennio più tardi, come luogo di approvvigionamento alimentare per i residenti del centro e aree contermini, si iniziò già in tali anni a considerare l'opportunità di un ampliamento merceologico, se non addirittura di un suo totale snaturamento⁴.

Lo stile architettonico del mercato coperto perugino risente, o meglio ancora ben valorizza, la verticalità della città, tant'è che oggi tale spazio viene fortemente conteso tra diverse e nuove funzioni urbane, desiderose di fondere attività altrimenti forzatamente frazionate su livelli altimetrici diversi che possono così invece aspirare ad una perfetta saldatura all'acropoli.

Il progressivo spostamento centrifugo della popolazione di Perugia ha portato all'espressione di un rafforzamento residenziale policentrico, guidato da una morfologia collinare che più che incoraggiare una crescita urbana a macchia d'olio permetteva l'individuazione di aree di espansione preferenziale in località meno rilevate e di più facile accessibilità, già sede di nuclei insediativi (fig.4).

La presentazione, avvenuta nei primi anni 2000, di progetti di riqualificazione del mercato predispone oggi concretamente ad un rivoluzionamento della struttura esistente sia dal punto di vista architettonico che funzionale, con l'intenzione di dedicare più spazio ad espressioni della grande distribuzione nonché a servizi ricreativi (ristorazione, animazione) e turistici⁵.

Come per altre città italiane si dovrebbe tenere conto oggi, nel computo dei potenziali avventori del mercato, del lievitare di nuove popolazioni urbane, dai turisti alla popolazione studentesca ad altre categorie di *city users*, episodici utilizzatori del centro storico per motivi di lavoro e non, quali la frequentazione di uffici amministrativi, giudiziari e altri servizi specializzati aventi come bacino d'utenza l'intero ambito provinciale. Ma anche a Perugia tali componenti non sono risultate più di tanto significative nel sostenere la funzionalità mercatale.

Da un confronto con i mercati periodici, tutti all'aperto e a cadenza settimanale o bisettimanale, si evince il loro progredire contestualmente ai riscontrati movimenti centrifughi della popolazione. Negli anni '80 tali allestimenti sono oggetto di una prima ricognizione ufficiale; di fatto, i luoghi sede di mercato assumono proprio in quel decen-

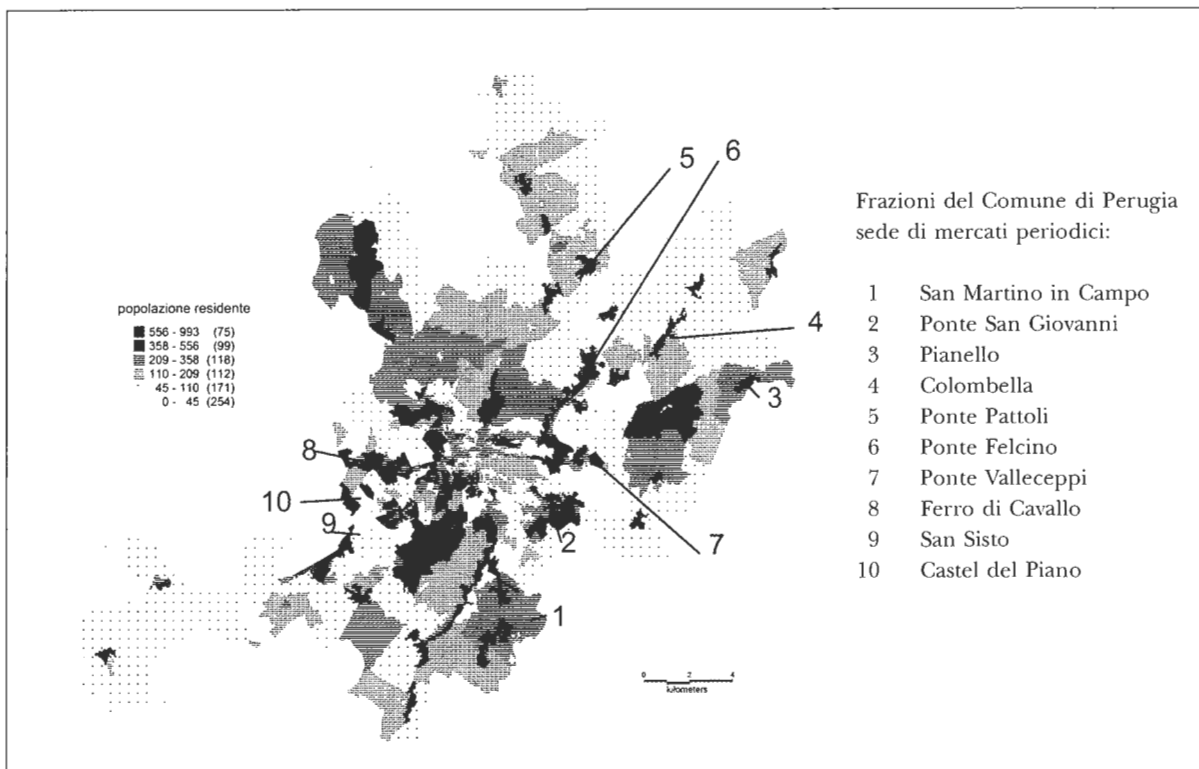


Fig. 4. Popolazione residente nel 2007 nel Comune di Perugia per sezione di censimento.
Fonte: elaborazione su dati Comune di Perugia.

Tab. 1 Mercati periodici del Comune di Perugia.

MERCATI	Posteggi	Alimentari	Di cui		
			Produttori agricoli	Non alimentari	Non occupati
1 Castel del Piano	12	3	1	3	5
2 Colombella*	13	2	1	0	10
3 Ferro di Cavallo	13	1	2	2	8
4 Pian di Massiano	163	22	6	131	4
5 Pianello*	10	2	1	0	7
6 Piazza Danti	2	0	0	2	0
7 Piazza Fortebraccio**	5	1	0	4	0
8 Piazzale del Bove 1	48	2	6	24	16
8 Piazzale del Bove 2	48	1	4	4	39
9 Ponte Felcino	40	6	2	22	10
10 Ponte Pattoli	10	2	1	2	5
11 Ponte San Giovanni	81	10	9	51	11
12 Ponte Valleceppi	26	3	3	10	10
13 San Martino in Campo	5	1	0	0	4
14 San Sisto	24	5	1	13	5
15 Sant'Ercolano	18	0	0	15	3
16 Sant'Erminio	8	1	0	1	6
TOTALE	537	62	37	284	154

* Quindicinale ** Bisettimanale

Fonte: Delibera Cons. Comunale di Perugia n. 94/08.





Fig. 5. Il mercato bisettimanale di Piazza Fortebraccio. L'unico posteggio alimentare è oggetto di una frequentazione particolarmente assidua soprattutto da parte di anziani residenti e studenti (italiani e stranieri).

Foto: Donata Castagnoli.

nio un rafforzamento insediativo tale da giustificare una compiuta presenza⁶.

Riguardo i periodici, può dunque interessare una puntualizzazione atta a meglio comprendere il progressivo mutare dell'attitudine locale verso questa forma di distribuzione, intermittente ma meglio calzante al tessuto insediativo rispetto a un sempre meno accessibile mercato centrale.

Dall'osservazione della tab. 1 è possibile anzitutto constatare l'esiguità dei mercati più centrali⁷.

Riguardo gli allestimenti di maggiori dimensioni, va evidenziata l'ottima accessibilità dei mercati di Pian di Massiano e Piazzale del Bove, ubicati in aree tangenti rispetto all'abitato più denso e quindi caratterizzati da una utenza di molteplice provenienza, non direttamente connessa a moti



Fig. 6. Un'immagine del mercato settimanale di Pian di Massiano, recentemente riqualificato. Sullo sfondo la stazione terminale del Minimetro, che ospita ad integrazione anche nuovi esercizi commerciali in sede fissa (2008).

Foto: Donata Castagnoli.

vi di prossimità insediativa⁸. È proprio la diretta concorrenza esercitata dal primo nella mattina del sabato a motivare la forte differenza tra posteggi disponibili e occupati nel secondo allestimento di Piazzale del Bove⁹.

Il mercato di Ponte San Giovanni rispecchia l'intensa vivacità insediativa del centro; lo stesso rapporto tra popolazione e offerta mercatale può constatarsi per Ponte Felcino, Ponte Valleceppi e San Sisto¹⁰.

2. I mercati di Terni, Foligno e Orvieto

Rispettivamente seconda e terza città dell'Umbria per consistenza demografica, Terni e Foligno richiedono attenzione nella disamina della dotazione mercatale. Orvieto, pur contando una popolazione numericamente inferiore, mostra comunque una forte dinamicità riguardo al commercio su aree pubbliche tale da renderne opportuna una considerazione all'interno del sintetico quadro qui offerto.

Il mercato coperto di Terni sorge nei primi anni '60 per l'avvenuto spostamento dalla storica ubicazione all'aperto in Piazza dell'Erba; quest'ultima cambia poi progressivamente denominazione fino a far perdere ogni traccia della passata collocazione mercatale¹¹. La nuova destinazione (denominata ancora oggi anche Piazza del Mercato Nuovo) è motivata dall'offrire spazio sufficiente all'edificazione della struttura.

Inizialmente dotata di 150 posteggi, essa mantiene oggi un terzo della dotazione commerciale iniziale, rinunciando all'utilizzo del piano superiore (già riservato alla vendita di carne e prodotti ittici). Sono oggi autorizzati 19 alimentaristi, 9 commercianti non alimentari e 25 produttori, questi ultimi non sempre presenti.

La crescente concorrenza effettuata da parte soprattutto della media distribuzione, sempre più presente nel centro cittadino, predispone oggi infatti gli avventori, anche qui sempre meno in qualità di residenti, verso tali forme commerciali. Permane un più stretto rapporto tra il mercato e la popolazione anziana, principale testimone di un legame abitativo. Il recente piano di riqualificazione del centro urbano (Delibera Cons. Comunale di Terni n. 102/04) è addirittura portato ad ascrivere (con il supporto di interviste campionarie) il mercato tra i fattori di degrado in quanto luogo percepito come scarsamente illuminato e poco sicuro.

La centralità di Piazza del Mercato è quindi divenuta nel corso degli ultimi decenni un vero e

proprio svantaggio, legandosi sempre meno a dinamiche residenziali ma piuttosto ad una frequentazione assidua ma di passaggio, intermittente e tipologicamente multiforme, disincentivata da un carico veicolare eccessivo unito ad una penuria di aree di sosta.

L'autorità comunale ha quindi ceduto nel 2008 a un privato, titolare di diversi esercizi della media distribuzione locale, l'importante struttura del mercato coperto. Si dovrà dunque procedere ad opere di ristrutturazione comportanti l'abbattimento e la ricostruzione dell'edificio mantenendone la cubatura e realizzando altresì due piani sotterranei da adibire a parcheggi (pubblici e privati) per un totale di 350 posti auto. Contestualmente alla realizzazione di spazi commerciali diversificati dovrà essere mantenuta la presenza del mercato.

Critiche a questo progetto sono state avanzate da chi constata la proliferazione della media e grande distribuzione anche nei luoghi più centrali di Terni e paventa una eutrofizzazione di tale offerta anche in relazione ad una controtendenza percepibile dall'attuale fase di recessione economica. Per la rivitalizzazione del centro sarebbe stata da taluni auspicata invece una destinazione di tipo culturale (teatro, centro per manifestazioni)¹². A Terni sono poi presenti altri quattro piccoli mercati giornalieri, ubicati in zone di maggiore incidenza abitativa, attivi dagli anni '80 quando esse venivano definendosi come periferia residenziale urbana¹³.

Più di questi è però molto frequentato soprattutto il mercato settimanale San Martino, ubicato in prossimità dell'omonimo mercato all'ingrosso; su 147 posteggi, tuttavia, solo 28 (di cui 4 produttori) riguardano il settore alimentare.



Fig. 7. Piazza del Mercato a Terni, con la struttura al centro (2009).

Foto: Donata Castagnoli.

L'esempio di Foligno, nonostante si riferisca ad un piccolo allestimento, è significativo di una volontà di inserimento del mercato quotidiano nelle opere di riqualificazione del centro cittadino. Ubicato tuttora nella sua sede storica in Piazza del Grano, esso si compone di tre alimentari e sei produttori agricoli locali.

Nel 2008, per adempiere a necessità di adeguamento normativo, sono state introdotte coperture atte a regolamentare l'ubicazione stessa dei posteggi e a rendere contestualmente più discreta la presenza dei nuovi allacci elettrici e idrici, richiesti dalla normativa vigente. È stata inoltre portata a termine una nuova pavimentazione, regolamentando altresì la viabilità veicolare della piazza, in modo da non impedire l'attività del mercato pur riservando una area alla sosta.

Per queste coperture, reputate permettere una migliore fruizione del mercato (si è contestualmente proceduto all'ampliamento dello spazio pertinente a ciascun posteggio) si individua un utilizzo prolungabile anche oltre le ore di mercato da parte degli esercizi addetti alla somministrazione e in occasionali manifestazioni.

Ciò rientra in un più ampio progetto di riqualificazione del centro storico, in cui viene inquadrato l'utilizzo di Piazza del Grano (Delibere Cons. Comunale di Foligno n. 2/03 e n. 27/09)¹⁴.

Pur essendo demograficamente inferiore alle altre città considerate, vale la pena di dedicare qualche parola a Orvieto, tradizionale sede di un mercato bisettimanale nella centrale Piazza del Popolo. L'allestimento si compone di 75 posteggi di cui 18 alimentari e 17 produttori locali ed è molto frequentato, soprattutto di sabato quando



Fig. 8. L'interno del mercato coperto di Terni nel 1990.

Fonte: Di Macco S. La pianificazione del commercio sulle aree pubbliche, Roma, Kappa, 2003.





Fig. 9. Piazza del Grano a Foligno con il mercato giornaliero.

Foto: Donata Castagnoli.

vi converge anche la popolazione proveniente dalle frazioni periferiche.

Nonostante il centro storico abbia subito negli ultimi decenni un progressivo esodo insediativo, il mercato è considerato tra gli strumenti prioritari del mantenimento di una vitalità socio-culturale locale. Nel corso degli anni '80, contestualmente ai movimenti centrifughi di popolazione in direzione delle aree suburbane, venivano istituiti altri due mercati settimanali: a Orvieto Scalo (19 posteggi di cui sei alimentari, tra commercianti e produttori) e a Ciconia (26 di cui 10). Nel marzo 2009, per soddisfare le richieste provenienti dalla stessa popolazione, un nuovo mercato è stato istituito nella zona suburbana di Sferracavallo.

Si vuole così sottolineare come, pur non giustificando la presenza di mercati giornalieri, Orvieto mostra a tutt'oggi di voler conservare l'espressione commerciale del mercato, in maniera significativa anche per l'approvvigionamento alimentare, soddisfacendo invece le esigenze connesse alla grande distribuzione con la gravitazione sulla vicina Viterbo. In più, l'amministrazione recentemente istituisce nuovi mercati periferici a riprova del voler proporre tale modalità di vendita anche alle aree di nuova residenzialità. La richiesta di realizzare un nuovo mercato giornaliero nel centro storico, avanzata a partire dagli anni '90, viene invece oggi definitivamente accantonata per la sua antieconomicità (il progetto prevedeva la realizzazione di una struttura in parte coperta).

3. Riflessioni finali

A completamento di questo sintetico quadro, si vuole ancora citare il grande mercato settimanale che si dispiega nelle piazze centrali (a partire da

Piazza del Mercato) di Bastia, piccolo comune ad elevata densità urbana (con 160 posteggi di cui 36 alimentari); nel centro di Gubbio insiste sia un mercato giornaliero di sette posteggi (di cui cinque alimentari) che un allestimento settimanale di 125 posteggi (con 14 alimentari e quattro produttori); a Città di Castello è presente un bi-settimanale nel centro storico con 64 posteggi (22 alimentari) oltre a un piccolo mercato settimanale di quartiere.

A Spoleto, nonostante siano attivi tre mercati settimanali (di cui due nel centro), la componente alimentare è minima; il più consistente di essi, il mercato del venerdì (51 posteggi di cui 7 alimentari), deriva dal trasferimento dalla storica, più angusta sede di Piazza del Mercato. Un quarto mercato, di recente istituzione (2004) è viceversa già prossimo alla soppressione.

I mercati giornalieri vivono oggi in Italia situazioni diverse: fortune alterne, stabilità, inerzia. Riguardo l'Umbria, può essere utile puntualizzare il comportamento osservato rispetto a quello evidenziabile in altri ambiti.

In qualche misura si riscontra una fase di declino, riguardante in particolare le strutture coperte dei centri storici di Perugia e Terni, oggi sovradimensionate rispetto all'utenza. Nuovi mercati periodici sono comunque stati realizzati in aree suburbane in crescita e ciò a testimonianza del riproporsi della necessità di assolvere ad un bisogno di approvvigionamento - alimentare e non - altrimenti non sempre soddisfatto.

Si può riflettere su come la componente alimentare non si presenti irrisoria nei saltuari, a riprova di una loro funzione nell'approvvigionamento banale di centri la cui esiguità demografica non giustificerebbe una cadenza più prolungata. Essi si mantengono nel tempo a dispetto delle opportunità crescenti nell'offerta commerciale; al mercato settimanale (più che al giornaliero) si attribuisce una funzione nei riguardi della concentrazione dell'offerta.

Riguardo la provenienza dei prodotti ricorre la singolare caratteristica di un approvvigionamento preferenziale a lungo raggio, in grado di competere in termini di convenienza con altre espressioni commerciali¹⁵. Verso gli stessi mercati all'ingrosso converge una produzione in prevalenza extraregionale.

Si ha l'impressione che l'interesse a commercializzare prodotti ortofrutticoli ascrivibili ad un *hinterland* periurbano sia in Umbria decisamente limitato¹⁶. Data l'inequivocabile impronta agricola della regione questo limitato rapporto commer-

ziale intrattenuto con lo spazio agricolo circostante può apparire singolare¹⁷.

Una certa articolazione del comparto mercatale può dirsi mantenuta nel tempo, sebbene esso si presenti strutturato soprattutto in mercati periodici, legati a merci in prevalenza non alimentari; anche nel recente piano del commercio del Comune di Perugia si fa riferimento a “una certa non tanto debolezza ... quanto non primarietà di ruolo del commercio su aree pubbliche nel panorama della distribuzione locale” (Delibera Cons. Comunale di Perugia n. 94/08, pp. 69-70).

La relativa tenuta del comparto è d'altronde in qualche misura imputabile proprio al riscontro di un approvvigionamento a lungo raggio, già tradizionalmente preferito e praticato in Umbria; esso giustifica nei mercati periodici la convenienza da parte degli operatori ad effettuare lunghi spostamenti, offrendo una produzione abbondante e dal prezzo competitivo, per lo più proveniente dall'Italia centro-meridionale, dunque individuabile come merce di scambio e non come porzione del territorio.

Riferimenti normativi

- Decreto Legislativo n. 114/98
“Riforma della disciplina relativa al settore del commercio, a norma dell'art. 4, comma 4, della legge 15 marzo 1997, n. 59”
- Legge Regione Umbria n. 24/99
“Disposizioni in materia di commercio in attuazione del decreto legislativo 31 marzo 1998, n. 114”
- Legge Regione Umbria n. 6/00
“Disposizioni in materia di commercio su aree pubbliche in attuazione del decreto legislativo 31/3/1998, n.114”
- Delibera Consiglio Comunale di Foligno n. 3/03
“Criteri per la regolamentazione del commercio su aree pubbliche in attuazione dell'art. 13 della legge regionale Umbria 20 gennaio 2000 n. 6”
- Delibera Consiglio Comunale di Terni n. 102/04
“Progetto di rivitalizzazione e promozione del centro urbano”
- Delibera Consiglio Comunale di Terni n. 103/04
“Disciplina per l'esercizio del commercio sulle aree pubbliche”
- Delibera Consiglio Comunale di Perugia n. 94/08
“Regolamento contenente disposizioni in materia di commercio su aree pubbliche ai sensi del D. Lgs. 31-3-1998 e della legge regionale umbra 20.01.2000 n. 6”
- Delibera Consiglio Comunale di Foligno n. 27/09
“Regolamento per l'utilizzo di Piazza del Grano”

Bibliografia

Castagnoli D. (2006), “Persistenza e rinnovamento dei mercati ri-nali in Italia”, Boll. Soc. Geogr. Ital., XII, XI, pp. 395-420.

- Id. (2008), *I produttori agricoli in vendita diretta: vecchi e nuovi spazi all'interno delle città*, in Cirelli C., (a cura di), Città e Commercio. Atti del Convegno “Gli spazi del commercio nei processi di trasformazione urbana”, Catania, 25 e 26 ottobre 2007, Pàtron, Bologna, pp. 273-283.
- Catanelli L. (1987), *Usi e costumi nel territorio perugino agli inizi del '900*, Ed. Dell'Arquata, Foligno.
- Comune di Perugia-Settore Sviluppo Economico (2000), *Piano economico e commerciale del Centro storico*, parte I e II.
- De Santis G. (1975-1976), *Fiere e mercati periodici nella provincia di Perugia. Un consuntivo geografico*, Annali Facoltà di Lettere e Filosofia della Università degli Studi di Perugia, XIII, pp. 391-407.
- Id. (1982), “*Fiere e mercati periodici nella provincia di Terni*”, geografia, pp. 34-40.
- Desplanques H. (2006), *Campagne Umbre. Contributo allo studio dei paesaggi rurali dell'Italia centrale* (a cura di Albergo Melelli), Quattroemme, Perugia.
- Di Macco S. (2003), *La pianificazione del commercio sulle aree pubbliche*, Kappa, Roma.
- Di Nucci L. (1992), *Fascismo e spazio urbano. Le città storiche dell'Umbria*, Il Mulino, Bologna.
- Massarelli R. (2007), “*L'invenzione del centro storico*”, Micropolis, XII, 3, p. 10.
- Mazzilli W. (2005), *Le Vie e le Piazze di Terni*, Arti Grafiche Celori, Terni.
- Melelli A. (1979), “*Perugia: profilo di geografia urbana*”, Quad. Ist. Policattedra di Geografia, Università di Perugia, pp. 73-140.
- Id. (1997), *Per una lettura storico-geografica dei paesaggi agrari dell'Italia centrale, con particolare riguardo all'Umbria*, in Andreotti G. (a cura di), Prospettive di geografia culturale, La Grafica, Trento, pp. 231-262.
- Rombai L. (2002), *Geografia storica dell'Italia. Ambienti, territori, paesaggi*, Le Monnier, Firenze.
- Sabelli Fioretti A.L. (2009), “*Uniti per rilanciare la città. Tra gli obiettivi la riqualificazione del Mercato coperto*”, Corriere dell'Umbria, 23/03/09, p. 9.

Note

¹ Per molte città italiane un vantaggio non indifferente è il poter vantare condizioni climatiche predisponenti il persistere dei mercati su strada o piazza; in tali casi gli acquisti, occasionali e non, vengono facilmente guidati dalla immediata visibilità e attrattiva della merce esposta per cui si tende spesso, da parte degli operatori, a rifiutare l'ubicazione appartata. Nell'Italia settentrionale, ma anche nelle aree interne peninsulari, il mercato coperto può rappresentare invece un punto di arrivo, tenendo anche conto del fatto che la socializzazione vi viene guidata da una preferenza accordabile a luoghi chiusi.

² La componente non alimentare è l'ultima a spostarsi dalla Piazza del Sopramuro, inizialmente con la costruzione di box.

³ La nuova collocazione, con 6 commercianti e una trentina di produttori, rimarrà in attività fino al 2007 per poi chiudere definitivamente. I grossisti operano da allora isolatamente, avendo collocato i propri magazzini in zone diverse della periferia urbana (S. Sisto, Ponte San Giovanni).

⁴ Cfr. Melelli, 1979, pp. 111-112, dove viene espresso un giudizio positivo riguardo l'ipotesi di un rinnovamento commerciale per il mercato.

⁵ Un netto riferimento all'attività turistica compare anche nel Piano regionale del commercio su aree pubbliche,



quasi a considerarla tra i destinatari dell'offerta mercatale (Legge Regione Umbria n. 6/00).

⁶ Il Comune di Perugia mostra, a partire dagli anni '50, un movimento demografico decisamente positivo, connesso in misura consistente ad un inurbamento di provenienza regionale. Nel corso degli anni '70 si va delineando per le aree suburbane un consolidamento insediativo, dovuto sia a movimenti dagli altri comuni della provincia che alla fuoriuscita dal centro storico e aree contermini (Melelli, 1979, p. 76).

⁷ Alcuni di essi si legano decisamente ad un'offerta non alimentare: nella centrale Piazza Danti sono presenti due soli posteggi di ceramiche. Anche il mercato di Sant'Ercolano (che in realtà ha una cadenza giornaliera) è interamente non alimentare: già oggetto di trasferimento, è oggi destinato alla definitiva soppressione.

⁸ La frequentazione è decisamente incoraggiata dalle facili opportunità di sosta veicolare. Il mercato di Pian di Massiano, istituito nel 1984 con una dotazione iniziale di 90 posteggi (oggi 163), è per Perugia l'allestimento più importante, a riprova dell'odierno concentrarsi di un'attitudine agli acquisti, alimentari e non, nel giorno preferitivo. Riguardo Piazzale del Bove, il mercato vi è presente dagli anni '90 a seguito dello spostamento dal più centrale Piazzale Europa, dove doveva essere realizzato l'attuale parcheggio multipiano.

⁹ Il mercato mostra invece tutta la sua vitalità nella mattina del martedì; per risolvere il problema suaccennato, il recente Piano del commercio comunale prospetta (oltre a un prolungamento orario fino alle ore 15, funzionale alla frequentazione dai vicini uffici) una anticipazione del secondo allestimento dal sabato al venerdì (Delibera Cons. Comunale di Perugia n. 94/08).

¹⁰ Riguardo quest'ultimo, il già citato Piano del commercio prospetta un prolungamento al lunedì del tradizionale mercato del giovedì, e un potenziamento in esso dell'offerta alimentare. Non vengono qui considerati altri mercati che, sia pure oggi coinvolti nelle relazioni urbane, sono tuttavia ubicati esternamente ai limiti comunali.

¹¹ La piazza, non lontana dall'attuale allestimento, viene più volte rinominata nel tempo; in una pianta del 1637 compare come Piazza del Mercato (Mazzilli, 2005, p. 136, 213). Oggi, ancora nota come Piazza Solferino, è Piazza dei Bambini e delle Bambine.

¹² È di immediato richiamo l'esempio di Varese, dove alla fine degli anni '80 veniva demolito il centrale mercato coperto per far posto ad un teatro.

¹³ Di questi, tre hanno una componente alimentare, rispettivamente il mercato Montegrappa (6 posteggi), Censure e Campitelli, entrambe con 10. L'incidenza della componente alimentare è però andata oggi notevolmente scemando.

¹⁴ È interessante notare la priorità assegnata dalla delibera del 2009 ai produttori locali (provenienti cioè dal territorio comunale o, secondariamente, da quello regionale).

¹⁵ Ciò richiama alla mente la situazione del Veneto, dove una presenza di produttori alloctoni considerata ipertrofica ha recentemente suscitato un'emanazione normativa atta a contrastarne la presenza nei mercati (cfr. Delibera Giunta Regionale Veneto n. 2113/05).

¹⁶ Espressioni come: "la produzione è commercializzata il meno possibile" (Desplanques, 2006, p. 656) o anche "L'Umbria è area approvvigionatrice di prodotti ortofruttili quasi soltanto durante la stagione estiva" (Melelli, 1979, p. 135) devono far pensare ad una sorta di ritrosia soprattutto nei confronti di una distribuzione organizzata della produzione locale. D'estate questa è evidentemente abbondante al punto da non potersi esaurire nell'autoconsumo e giunge così fino ai mercati; assume di fatto un ruolo più interessante la vendita diretta, legata a rapporti individuali, il cui successo sta nella maggiore possibilità di accordare ad essi tutta la necessaria fiducia.

¹⁷ Anche l'Emilia Romagna si configura come regione agricola ma povera di mercati giornalieri. Per entrambe si può ipotizzare il riscontro del persistere o del tardo ridursi di una tendenza all'autoconsumo contestualmente all'affermarsi di forme di distribuzione alimentare avanzate, atte in parte a scavalcare la fase evolutiva del mercato. Ciò ha probabilmente a che fare con la storica formazione, nell'Italia centro-settentrionale, di sistemi urbani reticolari portati a favorire gli scambi commerciali più che a radicare l'esistenza di singoli *hinterland* vocati all'approvvigionamento locale (Rombai, 2002, pp. 192, 223). Inoltre, la produzione agroalimentare dell'Italia meridionale è sicuramente più abbondante, per motivi climatici ed economici, e ha costituito in questo una base commerciale incentrata sull'esportazione (Id., p. 215). Ciò può dunque condurre alla definizione di un sistema commerciale geograficamente esteso che può aver coperto segmenti di offerta mancanti per cause in parte morfo-climatiche, in parte socio-culturali quali la limitata presenza corporativa che nel caso dell'Umbria potrebbe rappresentare l'unica soluzione per una necessaria concentrazione della produzione commerciabile, sia a livello di dettaglio che di ingrosso.