



Università
degli Studi
di Palermo



**DOTTORATO DI RICERCA
IN ARCHITETTURA,
ARTI E PIANIFICAZIONE**
DIPARTIMENTO
DI ARCHITETTURA DI PALERMO



Design per il mercato della prossimità.

Analisi e pratiche per attivare e
radicare relazioni, identità e cura
tra i mercati storici mediterranei.

Dottoranda: Carmen Trischitta

Tutor: Prof.ssa Carmelina Anna Catania,
Università degli Studi di Palermo

Co-Tutor: Giuseppe Cuffari,
ARPA Sicilia



Università
degli Studi
di Palermo



DOTTORATO DI RICERCA
IN ARCHITETTURA,
ARTI E PIANIFICAZIONE
DIPARTIMENTO
DI ARCHITETTURA DI PALERMO

Design per il mercato della prossimità.

Analisi e pratiche per attivare e radicare relazioni, identità e cura
tra i mercati storici mediterranei.

Dottoranda: Carmen Trischitta

Tutor: Prof.ssa Carmelina Anna Catania,

Università degli studi di Palermo

Co-Tutor: Giuseppe Cuffari, ARPA Sicilia

in copertina

Prossimità, illustrazione di Carmen Trischitta

Università degli Studi di Palermo

Dipartimento di Architettura

Viale delle Scienze, 90128 Palermo

Novembre 2025



**Università
degli Studi
di Palermo**



**DOTTORATO DI RICERCA
IN ARCHITETTURA,
ARTI E PIANIFICAZIONE**
DIPARTIMENTO
DI ARCHITETTURA DI PALERMO

Dottorato in Architettura, Arti E Pianificazione
Dipartimento di Architettura
Settore Scientifico Disciplinare CEAR-08/D

Design per il mercato della prossimità.

Analisi e pratiche per attivare e radicare relazioni, identità e cura
tra i mercati storici mediterranei.

Dottoranda
Carmen Trischitta

Tutor
Prof.ssa Carmelina Anna Catania

Co-Tutor
Giuseppe Cuffari
ARPA SICILIA

Coordinatore

Indice

Overview della ricerca: domande di ricerca, obiettivi,	18
output, metodologia, fasi e struttura della tesi	25
Glossario della ricerca	26
References overview della ricerca	28

PARTE I

Capitolo 1 | Contesto 32

1.1 Contesto socio-economico	34
1.2 Contesto normativo	37
Politiche alimentari	42
1.3 Contesto storico-mediterraneo	45
Il mediterraneo oggi	48
1.4 Oltre l'universalismo dello sviluppo: pensare meridiano	51
References Capitolo 1	54

Capitolo 2 | Collocazione nello scenario disciplinare 58

2.1 Riflessioni sul design contemporaneo	60
2.2 Design per l'innovazione sociale	66
Definire l'innovazione sociale	67
Il ruolo del design nei processi di innovazione sociale	70
Radicamento e relazione: la Prossimità e la Cura come fondamenti della pratica progettuale	73
Il concetto di cura	73
Il principio di prossimità: scala, relazione e radicamento	75
2.3 Design e cibo	80
Food design	83
Sitopia: la relazione con il cibo come matrice progettuale	87
2.4 Dal quadro teorico al campo di indagine	90
References Capitolo 2	92

3.1	Premesse metodologiche	100
3.2	Mercati alimentari tra storia, culture e trasformazioni	102
	Dall'agorà al super-market	105
3.3	Il mercato nella città mediterranea	108
	Il mercato alimentare coperto	109
	Il mercato "informale"	111
	Il mercato alimentare "storico"	114
	Il mercato alimentare storico in Sicilia	115
	<i>Rito, oralità e permanenza nei mercati storici siciliani</i>	117
	Riflessioni a margine sul mercato storico	119
3.4	I mercati alimentari tra prossimità, identità e spinte turistiche	120
	La dimensione prossimale del mercato:	
	prossimità fisica, relazionale, sociale ed economica	120
	La dimensione identitaria del mercato:	
	patrimoni simbolici, appartenenze collettive e narrazioni territoriali	123
	<i>Mercato come identità</i>	123
	<i>Mercati come foodscape: paesaggi sensoriali e culturali del cibo</i>	125
	La dimensione turistica del mercato:	
	touristification e mercificazione dell'autenticità	127
3.5	Riflessioni a margine	131
	References Capitolo 3	132

PARTE II

4.1	Premesse metodologiche	144
4.2	Mercato Zaera, Messina	149
4.3	Mercato della Vucciria, Palermo	159
4.4	Mercato del Capo Palermo	169
4.5	Pescheria, Catania	177
4.6	Barcellona: il sistema dei Mercati Municipali	187
	Evoluzione storica del modello barcellonese	188
	Quadro istituzionale e politiche alimentari	192
	La Boqueria	197
	Sant'Antoni	205
	Santa Caterina	211
	Barcellona, riflessioni a margine	216
4.7	Il sistema Souk el Tayeb, Beirut	219

Souk el Tayeb: un mercato e un ecosistema civile di prossimità	221
Configurazione polinodale: farmers' market, cucine comunitarie, guesthouse rurali	223
Cibo come risposta alle crisi	226
Intervista a Kamal Mouzawak: il progetto come celebrazione della vita	228
Souk el Tayeb: Riflessioni a margine	231
4.8 I Mercati della terra	233
I mercati de pagès di Barcellona	235
I Marchés Paysans dell'ADEAR13	238
I Mercati della Terra di Slow Food	242
Slow Food: Mercat de la Terra di Barcellona	245
4.9 Una lettura comparata dei casi studio analizzati	246
References capitolo 4	250

Capitolo 5 | Il caso studio Ballarò 253

5.1 L'Albergheria	254
Inquadramento storico e urbanistico	254
Narrazioni storiche e condizioni sociali del quartiere	258
Configurazione contemporanea, problemi e reti civiche	260
Comunità e cibo: il caso studio Moltivolti	268
Street art e identità territoriale nel quartiere	272
5.2 Ballarò	277
Il Mercato Coperto di Piazza del Carmine	284
Tipologie di alimenti a Ballarò: una lettura sitopica	286
5.3 Interviste agli attori del territorio	294
Intervista con l'Associazione Mercato Storico Ballarò	295
Intervista con Claudio Arestivo- Per Esempio Onlus	302
5.4 Ballarò, una lettura a margine	304
References Capitolo 5	310

PARTE III

Capitolo 6 | OUT 1 312

6.1 Costruzione e impostazione del framework diagnostico (OUT1)	314
⁶ La formalizzazione del modello teorico	317

Parametri di Valutazione degli indicatori	320
Metodologia di Rilevazione e Computazione degli Indicatori interni	321
6.2 Il set di indicatori interni	321
6.3 Il set di indicatori esterni: La collaborazione con ARPA Sicilia per l'analisi del Metabolismo Urbano	327
6.4 Dalla formalizzazione teorica all'applicazione operativa: risultati e interpretazione dei dati nel caso studio di Ballarò	329
Verifica sul campo del modello analitico: risultati e interpretazione dei dati nel caso studio di Ballarò	331
L'Integrazione degli Indicatori Esterni e la Valutazione del Metabolismo Urbano con ARPA Sicilia	333
Indicatore I: Perdite idriche totali in distribuzione	334
Indicatore II: Popolazione coinvolta in riduzioni e sospensioni dell'erogazione idrica	335
Indicatore III: Lunghezza e densità delle piste ciclabili	336
Indicatore IV: Indice del potenziale inquinante delle autovetture	337
Indicatore V: RDComunale-Palermo	338
Indicatore VI: Superamenti dei limiti acustici	341
Indicatori VII e VIII: Verde urbano: densità e disponibilità	342
Indicatore IX: Qualità dell'aria ambiente urbano	344
Indicatore X: Impianti fotovoltaici o ILLUMINAZIONE LED	346
6.5 Riflessioni a margine	348
Capitolo 7 OUT 2	350
7.1 Una proposta di Linee Guida per il mercato storico di Ballarò	352
Ambiti delle linee guida: cibo, relazioni, materia	353
7.2 Metodologia e struttura delle linee guida	356
Responsabilità e gestione delle linee guida	359
7.3 Le linee guida: Sitopia, Spazio Plurale, Sistema Mercato	360
Capitolo 8 OUT 3	366
8.1 Costruzione di un Manifesto Plurale.	
Un esperimento di progettazione dialogica per il Mercato Meridiano	368
8.2 Metodologia	369
Strumenti, somministrazione e diffusione	371
Trascrizione degli Stimoli	373
Risultati	375
8.3 Manifesto Plurale del Mercato Meridiano	384
Conclusioni	386

*A Nonna Adele,
per aver creduto in me
fino all'ultimo suo respiro.*

Introduzione

Nel cuore delle città mediterranee, i mercati pubblici alimentari rappresentano luoghi dove economie di prossimità, scambi e pratiche quotidiane di convivenza si sedimentano e rinnovano continuamente. La loro varietà storica e geografica ne impedisce una definizione univoca o una classificazione sistematica, poiché questi assumono forme che spaziano dai mercati coperti e regolamentati a quelli gestiti privatamente, fino ai mercati di strada e agli spazi informali non istituzionalizzati, costituendo nodi in cui flussi materiali e immateriali, persone, merci e affetti si intrecciano in configurazioni contingenti e relazionali (Seale, 2016). Il mercato, quale intreccio di pratiche materiali e simboliche, sembra incarnare quell'*arte del fare* descritta da Michel de Certeau (1984), la *practice of everyday life* dove una trama di azioni ordinarie reinventa costantemente lo spazio, trasformandolo in esperienza vissuta, condivisa e luogo di interazione sociale; gesti specifici come il movimento tra i banchi, la contrattazione, la vendita e la circolazione dei corpi e delle merci trasformano lo spazio in un luogo di interazione sociale e simbolica, attraverso micro-tattiche e forme clandestine di una creatività diffusa che sfugge a una regolazione totale. Questo intreccio si fonde con un denso tessuto umano, una coreografia sociale riconoscibile di presenze quotidiane come venditori e clienti abituali, a cui si sono affiancate progressivamente nuove comunità che nei mercati trovano spazio di insediamento, lavoro e riconoscimento reciproco, alimentando una vitale dialettica intergenerazionale. Proprio questa densità dimostra come, sebbene la possibilità di commerciare costituisca la condizione fondamentale per l'esistenza dei mercati (Agnew, 1986), la loro rilevanza ecceda il semplice scambio. Il mercato alimentare va quindi inteso come un'esperienza incarnata che esprime specificità culturali (Slater e Tonkiss, 2001), ma anche come un fatto sociale totale (Sorgi, 2008) in cui le relazioni di scambio si intrecciano con codici taciti di fiducia, riconoscimento e appartenenza.

Questa stessa trama relazionale, sorretta da fiducia e riconoscimento, regola l'accesso al cibo e le relazioni di prossimità. I mercati diventano così spazi liminali, soglie porose dove pubblico e privato, formale e informale si fondono, generando micro-geografie urbane in cui la diversità trova spazio e la permanenza diviene resistenza. Proprio questa loro capacità di mediazione li rende elementi di continuità, ca-

pacì di garantire stabilità in contesti urbani segnati da trasformazioni cicliche. Nei quartieri popolari, tale funzione assume infatti un rilievo ancora più marcato, sostenendo economie inclusive e plasmando sistemi sociali capaci di generare coesione e resilienza comunitaria, garantendo al contempo approvvigionamento a costi contenuti e spazi di socialità (Watson & Studdert, 2006; Watson, 2009).

Tuttavia, la pressione dei flussi turistici, le politiche urbane orientate alla rigenerazione e le nuove economie dell'esperienza hanno progressivamente riconfigurato la natura di molti mercati, trasformandoli da luoghi radicati nelle economie di prossimità a piattaforme di intrattenimento e consumo estetizzato. In questo processo, l'approvvigionamento alimentare cede il passo alla spettacolarizzazione del cibo e l'identità locale viene tradotta in merce simbolica narrata come segno di autenticità, al punto che molti mercati vengono presentati come *must visit places* e icone di un turismo sensoriale. Questo loro inserimento li colloca al centro dei *foodscapes* urbani, paesaggi dove le dimensioni sociali del cibo concorrono a definire immaginari collettivi e strategie di marketing territoriale (Adema, 2007; Fusté-Forné, 2023). La stessa enfasi sull'autenticità alimenta, però, dinamiche ambivalenti: le strategie di valorizzazione gastronomica, come nel caso del Borough Market di Londra, si accompagnano spesso a processi di mercificazione e gentrificazione (Coles & Crang, 2011; González & Waley, 2013). Emerge così una tensione profonda, laddove la dimensione comunitaria che aveva garantito continuità e inclusione nei quartieri popolari si trova a convivere con processi di gentrificazione commerciale, attraverso i quali il capitale immobiliare e le politiche urbane tendono a valorizzare i mercati come attrattori turistici più che come spazi di vita quotidiana. È questa sovrapposizione tra strategie di valorizzazione e pratiche di resistenza socioeconomica a generare la tensione costitutiva che rende i mercati veri e propri "spazi contesi" (González, 2018). Tale complessità li colloca al centro di un campo di ricerca transdisciplinare che guarda alla città come sistema ecologico complesso, segnato da disuguaglianze persistenti e processi di marginalizzazione (Harvey, 2012; Capra & Luisi, 2014).

In questo lavoro l'attenzione si concentra in modo specifico sui mercati alimentari del Mediterraneo, che vengono assunti come spazi piuttosto che come luoghi, poiché l'interesse non è rivolto alle tipologie architettoniche o alla classificazione amministrativa, ma alla loro natura di configurazioni socio-spaziali continuamente generate dall'intreccio tra pratiche quotidiane, relazioni economiche, memorie collettive e dinamiche culturali. L'indagine considera perciò indistintamente mercati coperti, contesti informali ed esperienze di recente istituzione, sviluppandosi attraverso un sistema di casi studio che

parte dal nucleo dei mercati siciliani (Ballarò, Capo e Vucciria a Palermo; Zaera a Messina; la Pescheria a Catania). L'analisi si estende poi al contesto di Barcellona (Boqueria, Sant'Antoni, Santa Caterina), al sistema Souk el Tayeb in Libano e ai modelli dei mercati contadini in Francia e Spagna, e della rete di Slow Food. La comparazione tra questi mercati rivela così configurazioni differenti di prossimità, modelli di governance molteplici e traiettorie di trasformazione, restituendo la varietà con cui le città mediterranee reinterpretano i propri assetti sociali e commerciali.

Questa impostazione analitica permette di cogliere i mercati come tessuti dinamici in trasformazione, nei quali si condensano processi che incidono sulla produzione dello spazio e sulle ecologie sociali e alimentari mediterranee. Il cibo (Steel, 2021), al centro di tali dinamiche, è assunto nella sua dimensione simbolica e culturale oltre che materiale, quale vettore di prossimità e catalizzatore di processi collettivi. Se da un lato, subendo processi di estetizzazione, questo viene sempre più trattato come risorsa economica svuotata di valenza sociale, dall'altro, proprio nei mercati alimentari, recupera la sua potente funzione di medium, attraverso cui emergono soggetti e pratiche ai margini dei sistemi istituzionali. È precisamente questo intreccio tra dinamiche sociali e sistemi alimentari a rendere i mercati un contesto interessante per il design, che in questa tesi è dichiaratamente orientato all'innovazione sociale (Manzini, 2015). Tale postura trova riferimento nelle riflessioni sulla prossimità (Manzini, 2021), la quale supera la sola accezione spaziale per includere la condizione esperienziale, relazionale e simbolica, diventando un principio etico per abitare i territori secondo logiche di coesistenza plurale (Escobar, 2018), apprendimento reciproco e cura (Haraway, 1988; de la Bellacasa, 2017). L'intero processo di ricerca diventa così un'infrastruttura di ascolto e co-produzione per il riconoscimento delle intelligenze locali, capace di sostenere processi diffusi di innovazione. Il pensiero meridiano (Cassano, 2021) fornisce infine una chiave di lettura generativa, orientata a valorizzare la densità simbolica e la lentezza processuale di questi contesti, introducendo un'epistemologia della permanenza, porosità e coesistenza. Questa permette di articolare il progetto non come l'imposizione di modelli esterni di modernità, ma come una pratica orientata all'attivazione delle ecologie locali, dove l'autonomia "meridiana" riflette la capacità auto-generativa di dare forma a iniziative profondamente radicate, sostenute dalle economie morali e da quell'ordito di infrastrutture informali emblematiche della vita meridiana.

RQ
In che modo una lettura progettuale dei mercati alimentari urbani, fondata sulla prossimità, sull'interdipendenza e sulla cura, può contribuire a ridefinire il ruolo di questi spazi nel contesto delle crisi sistemiche contemporanee?

rq1
Quali condizioni, pratiche quotidiane e forme di intelligenza locale permettono ai mercati di operare come spazi di innovazione sociale e resilienza territoriale, specialmente quando osservati in tensione con le logiche di gentrificazione e turistificazione?

rq2
Quali strumenti e approcci progettuali possono accompagnare e valorizzare le trasformazioni in atto nei mercati urbani, evitando logiche prescrittive ed estrattive, e promuovendo processi abilitanti e coevolutivi?

RQ

**Design per il
mercato
della prossimità**

GAP

Carenze epistemologiche e operative, dal punto di vista del design, negli studi sui mercati urbani mediterranei.

OUT

OUT1.
Framework teorico-analitico + indicatori

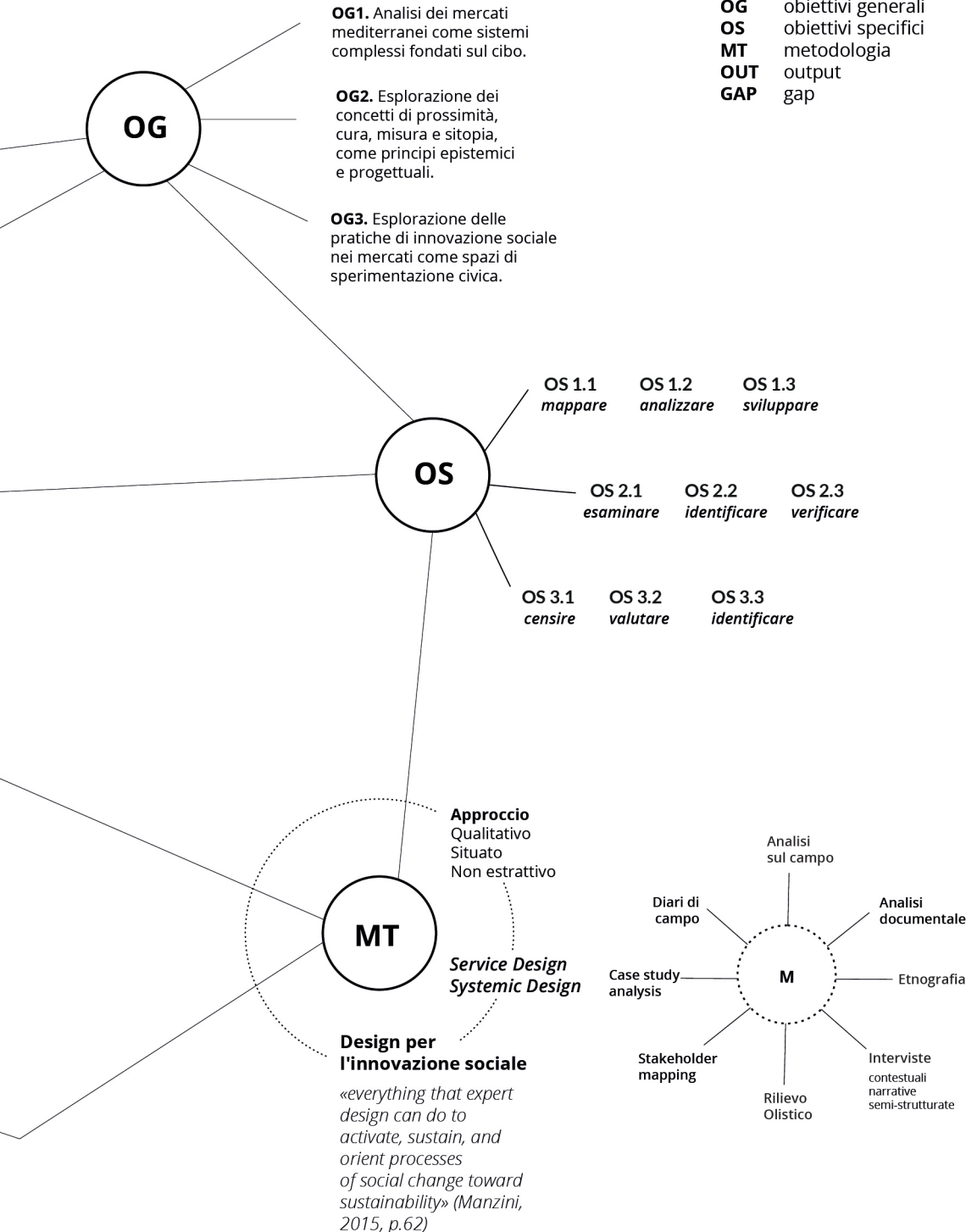
OUT2.
Linee guida per il mercato storico di Ballarò, Palermo

OUT3.
Manifesto del mercato storico meridiano

Figura 1
Overview e Schema della ricerca.
Fonte: elaborazione dell'autore

legenda

RQ	research question
OG	obiettivi generali
OS	obiettivi specifici
MT	metodologia
OUT	output
GAP	gap



Domande di ricerca

L'impianto della ricerca prende forma da una domanda centrale che orienta l'intero percorso teorico ed empirico, e scaturisce dalla tensione fra il quadro concettuale e l'osservazione preliminare e situata dei contesti. Questa domanda nasce dall'urgenza di interpretare i mercati alimentari urbani come spazi collettivi che mediano processi complessi. Seguendo questa prospettiva, l'indagine si articola poi in due sottodomande che ne specificano gli assi di approfondimento.

RQ

In che modo una lettura progettuale dei mercati alimentari urbani, fondata sulla prossimità, sull'interdipendenza e sulla cura, può contribuire a ridefinire il ruolo di questi spazi nel contesto delle crisi sistemiche contemporanee?

La domanda di ricerca esplora la dimensione più ampia e teorica, interrogandosi su come una lettura progettuale dei mercati urbani, fondata su prossimità, interdipendenza e cura, possa contribuire a ridefinire il ruolo di questi spazi di fronte alle crisi ecologiche, economiche e sociali. In questa ottica, il mercato è indagato quale spazio capace di generare resilienza e di connettere i sistemi locali con le sfide globali, portando alla luce la capacità del design di adottare una postura critica verso le logiche dominanti e di aprire scenari alternativi.

rq1

Quali condizioni, pratiche quotidiane e forme di intelligenza locale permettono ai mercati di operare come spazi di innovazione sociale e resilienza territoriale, specialmente quando osservati in tensione con le logiche di gentrificazione e turistificazione?

Questa prima sottodomanda focalizza l'analisi sulla dimensione strutturale e relazionale dei mercati, indagando i fattori che permettono

loro di svolgere una funzione collettiva e generativa. L'analisi considera le pratiche che emergono dal basso, le reti di prossimità e le forme di cooperazione quotidiana che consentono al mercato di operare quale luogo di sperimentazione, dove il concetto di prossimità supera la semplice contiguità spaziale per divenire una condizione simbolica e sociale che alimenta coesione, appartenenza e riconoscimento reciproco.

rq2

Quali strumenti e approcci progettuali possono accompagnare e valorizzare le trasformazioni in atto nei mercati urbani, evitando logiche prescrittive ed estrattive, e promuovendo processi abilitanti e coevolutivi?

La seconda sottodomanda apre il piano operativo della ricerca, ponendo al centro la questione degli strumenti progettuali. L'obiettivo è comprendere come il design possa operare quale strumento abilitante, sostenendo processi collaborativi e generativi attraverso l'amplificazione delle capacità già presenti nei contesti e valorizzando le risorse locali. Il mercato diventa terreno privilegiato per osservare il progetto come pratica critica e trasformativa, capace di mediare tra istanze eterogenee, attivare immaginari condivisi e contribuire alla costruzione di città dense, diversificate e orientate alla cura.

Obiettivi della ricerca

Gli obiettivi della ricerca sono coerenti con l'Agenda 2030 delle Nazioni Unite per lo Sviluppo Sostenibile, in particolare con gli obiettivi **8 (Lavoro dignitoso e crescita economica)**, **11 (Città e comunità sostenibili)** e **12 (Consumo e produzione responsabili)**, che richiedono di promuovere spazi urbani inclusivi, accessibili e rigenerativi, capaci di sostenere economie locali e reti sociali resilienti.

Obiettivi generali (OG)

OG1

Analizzare i mercati mediterranei per comprenderne le funzioni sociali, economiche e culturali, collocandoli nelle tensioni contemporanee quali sistemi urbani complessi dove il cibo opera come principio ordinatore. L'obiettivo è offrire contributi teorici e strumenti operativi utili a orientare politiche pubbliche e pratiche progettuali.

OG2

Esplorare i concetti di prossimità, cura, misura e sitopia quali principi epistemici e progettuali. L'indagine esplora questi concetti attraverso la duplice dimensione della prossimità: sia come condizione operativa, dove la misura delle configurazioni spaziali abilita la collaborazione; sia come condizione relazionale, dove le pratiche di cura e il principio della sitopia (il nesso cibo-luogo) alimentano la riproduzione sociale e le ecologie condivise.

OG3

Esplorare le pratiche di innovazione sociale che emergono nei mercati, intese quali prototipi di modi di vita collaborativi ed espressioni di progettazione diffusa, analizzando i mercati come spazi di sperimentazione civica che generano forme di apprendimento collettivo, capaci di dialogare con politiche urbane orientate a una governance collaborativa e inclusiva.

Obiettivi specifici (OS)

OS 1.1

Mappare e selezionare un campione rappresentativo di casi studio di mercati mediterranei, differenziati per scala, governance e contesto urbano.

OS 1.2

Analizzare le specifiche funzioni sociali, economiche e culturali dei casi studio, indagando le tensioni contemporanee che le attraversano.

OS 1.3

Sviluppare un framework operativo e linee guida per attori pubblici e privati, utili a supportare la progettazione e la gestione dei mercati come infrastrutture resilienti.

Derivanti da OG1

OS 2.1

Esaminare le configurazioni spaziali, logistiche e temporali che definiscono la dimensione operativa della prossimità, abilitando o ostacolando nuove forme di collaborazione.

OS 2.2

Identificare e analizzare le pratiche relazionali che costituiscono la dimensione comunitaria del mercato e favoriscono la riproduzione sociale all'interno del mercato.

OS 2.3

Verificare come e se il cibo (principio di sitopia) agisca da fulcro centrale all'interno del mercato.

Derivanti da OG2

OS 3.1

Censire e descrivere le pratiche emergenti di innovazione sociale nei casi studio.

OS 3.2

Valutare come queste pratiche configurino forme di apprendimento collettivo e di progettazione diffusa tra gli attori (operatori, cittadini, istituzioni).

OS 3.3

Identificare le condizioni normative, economiche, sociali che permettono a queste sperimentazioni civiche di dialogare efficacemente con la governance urbana e di consolidarsi.

Derivanti da OG3

Output

Gli output della ricerca sono i contributi teorici, metodologici e operativi generati dall'indagine, offerti al dibattito scientifico e progettuale sui mercati storici mediterranei.

OUT1. Framework teorico-analitico

Un framework analitico design-driven per la valutazione dei mercati storici come sistemi relazionali complessi, articolato attraverso un set di indicatori multidimensionali. È uno strumento teorico-operativo replicabile per osservare criticamente le trasformazioni, orientare politiche pubbliche e supportare strategie di design volte a preservare l'identità culturale, rafforzare le funzioni di prossimità e costruire scenari di rigenerazione.

OUT2. Linee guida per il mercato storico di Ballarò

Una proposta di linee guida operative rivolte a decision maker e stakeholder per orientare scelte strategiche di valorizzazione e innovazione del mercato. Le linee guida raccolgono e sistematizzano le evidenze emerse dalla ricerca, traducendo criticità e potenzialità in criteri e raccomandazioni per affrontare i processi di trasformazione, rafforzare le funzioni di prossimità e ridefinire il rapporto tra cibo, spazio e innovazione sociale.

OUT3. Manifesto per il mercato storico meridiano

Un Manifesto per il mercato storico meridiano, sviluppato attraverso un processo di co-design aperto. È un documento dichiarativo, essenziale e situato, finalizzato a raccogliere e rielaborare in chiave progettuale i valori, le istanze e le prospettive emerse lungo il percorso di ricerca.

Impianto metodologico (IM)

La presente ricerca si fonda su un impianto epistemologico dichiaratamente relazionale, situato e aperto, che assume il design come pratica trasformativa inscritta in ecologie socio-materiali complesse, costituite da interazioni dinamiche tra soggetti umani, agenti non umani, artefatti, ambienti e saperi incorporati (Latour, 2005; Haraway, 1988; Puig de la Bellacasa, 2017). L'assunto teorico di partenza si fonda su una concezione meridiana del sapere e del progetto (Cassano, 2021). Tale postura rifiuta l'idea di una conoscenza universale, neutrale e disincarnata, proponendo al contrario una visione del sapere progettuale come costruzione collettiva, posizionata e contestuale, che si genera nell'agire condiviso e nella co-implicazione con i mondi di cui è parte (Escobar, 2018; Manzini, 2015). Il design non è inteso come disciplina orientata alla produzione di oggetti o soluzioni definitive, ma come infrastruttura cognitiva e relazionale, capace di attivare processi di trasformazione situata. La progettazione assume quindi una funzione pre-politica e ontologica: non intervenire sulla realtà, ma partecipa alla sua configurazione, contribuendo a definire forme di convivenza, sistemi di valore e regimi di interazione tra viventi e ambienti (Latour, 2005). All'interno di tale impianto, l'elaborazione teorica di Ezio Manzini rappresenta un riferimento fondativo. La sua concezione del design come pratica sociale abilitante, profondamente radicata nella quotidianità e capace di sostenere processi di innovazione diffusa e co-produzione del senso, ha contribuito in modo determinante alla formulazione di un paradigma progettuale orientato alla costruzione di ecologie relazionali e di forme di autonomia interdipendente (Manzini, 2015; 2021). La prossimità, in quanto condizione operativa e ontologica dell'agire progettuale, diventa in questa lettura un principio strutturante dell'interazione tra soggetti, ambienti e sistemi locali.

Metodologia (M)

L'impianto metodologico è costruito in stretta continuità con l'orientamento epistemologico relazionale e situato che ne informa l'intero sviluppo teorico. La ricerca adotta un metodo che osserva da vicino persone, spazi e pratiche quotidiane, con l'obiettivo di comprendere come si generano relazioni e significati all'interno del contesto studiato. È un approccio qualitativo e aperto all'esplorazione, che unisce riflessione teorica e azione sul campo per costruire conoscenza a partire dall'esperienza diretta. Le pratiche di osservazione, mappatura e restituzione sono state condotte in modo iterativo, transcalare e intersezionale, contribuendo a costruire un'intelligenza progettuale radicata nei territori. Questo modo di lavorare ha permesso di sviluppare una comprensione profonda e concreta del contesto, utile per orientare il progetto verso forme di cambiamento condiviso con le comunità locali. Per tali ragioni, la ricerca si è sviluppata attraverso un approccio in cui design e antropologia hanno operato come pratiche convergenti di esplorazione, apprendimento e trasformazione. Si assume quindi l'etnografia come pratica riflessiva e generativa, capace di tradurre il tempo dell'osservazione nel ritmo del progetto e di fare della relazione con i contesti un luogo di apprendimento condiviso, ispirandosi alla visione di Ingold (2019) del *vivere con*.

Strumenti come la visual ethnography, i diari di campo, le interviste aperte e l'ascolto attivo sono stati adottati come pratiche di prossimità che consentono di abitare i processi sociali e di restituirli in forma progettuale. Queste tecniche, derivate dal patrimonio delle scienze umane, vengono reinterpretate secondo il linguaggio e gli obiettivi propri della disciplina progettuale, fino a costituire un vero e proprio strumento di mediazione tra ricerca e azione. A tal proposito si richiama la prospettiva proposta da Sadini (2019) sul designer-etnografo, che apprende il linguaggio di un luogo nella sua dimensione spaziale, simbolica e relazionale, riconoscendo nei gesti, nei ritmi e nei significati condivisi la materia prima del progetto. L'ascolto e l'osservazione diventano così momenti di raccolta e di traduzione, in cui l'esperienza vissuta si trasforma in narrazione progettuale e prende forma attraverso prodotti, servizi o strategie capaci di restituire al territorio la conoscenza emersa dal suo stesso tessuto sociale. Questa postura, che rielabora la tradizione etnografica in chiave operativa, si intreccia con i principi del Service Design, inteso come approccio capace di configurare strategicamente le interazioni tra utenti, artefatti e contesti al fine di generare valore e governare la complessità dei sistemi di servizio (Moritz, 2005; Kimbell, 2011; Penin, 2018). A questo im-

pianto si salda la visione del Design Sistemico, inteso come approccio culturale che riconosce nelle relazioni tra le parti di un sistema gli elementi generativi del sistema stesso, e che orienta la progettazione verso la costruzione di sistemi aperti, ispirati alle dinamiche dei sistemi naturali, capaci di valorizzare scambi e cicli di rigenerazione. Queste premesse hanno consentito di elaborare una metodologia transdisciplinare che media tra comprensione e trasformazione, riflessività e azione, orientando il progetto verso forme di innovazione sociale e sostenibilità (Meroni & Sangiorgi, 2011; Manzini, 2015; Frosini & Meloni, 2021), trovando nel campo dei mercati storici mediterranei un terreno di sperimentazione per processi di rigenerazione fondati sulla prossimità, sul dialogo e sulla cura delle relazioni.

M1 – Analisi on desk

La fase iniziale ha previsto una revisione approfondita della letteratura scientifica e delle fonti istituzionali, finalizzata a costruire il quadro teorico-metodologico di riferimento, a mappare gli esiti delle ricerche affini e a consolidare lo stato dell'arte sui mercati alimentari mediterranei. L'analisi on desk ha permesso quindi di posizionare la ricerca entro un dibattito teorico e politico in evoluzione, individuando traiettorie interpretative e spazi di indagine coerenti con le finalità progettuali.

M2 – Analisi on field

La fase sul campo si è articolata attraverso un'estesa attività di osservazione partecipante ed etnografia visiva, condotta in una pluralità di mercati urbani mediterranei, sia in Sicilia che in contesti internazionali. L'indagine ha incluso un periodo di visiting presso la facoltà ELISAVA di Barcellona (marzo–giugno 2024) sotto la guida del Prof. re Massimo Menichinelli, durante il quale è stato possibile approfondire il funzionamento del sistema dei mercati municipali catalani, attraverso sopralluoghi, interazioni informali e raccolta etnografica in diversi mercati della città. Parallelamente, l'esplorazione dei mercati siciliani, con particolare attenzione a Palermo, Messina e Catania, ha permesso di costruire una conoscenza situata delle dinamiche quotidiane, delle tensioni sociali e delle forme di prossimità che caratterizzano questi contesti. L'osservazione ha privilegiato una postura immersiva, iterativa e dialogica, basata su una frequentazione prolungata e sensibile degli spazi mercatali e delle loro soglie. Le interazioni con venditori, abitanti, attivisti e visitatori sono avvenute prevalentemente in modo informale, in spazi liminali e non strutturati, favorendo forme di scambio conoscitivo fondate sulla reciprocità, l'ascolto e la cura delle relazioni. L'eterogeneità dei contesti osservati ha contribuito ad ampliare lo spettro interpretativo, permettendo di cogliere

specificità territoriali e costanti trans-locali nelle forme di prossimità, governance e resistenza sociale.

M3 – Raccolta e analisi dei dati

L'analisi qualitativa è stata arricchita dalla realizzazione di interviste strutturate e semi-strutturate con rappresentanti associativi e attori chiave dei contesti analizzati, integrate con l'analisi di dataset, documenti ufficiali e report settoriali. L'intero processo ha incluso un'intensa attività di mappatura olistica nel caso studio principale (Ballarò, Palermo), volta a restituire la complessità del mercato e del suo contesto, nella loro interdipendenza spaziale, sociale e culturale. Tale mappatura ha combinato fonti eterogenee, generando un quadro multilivello capace di evidenziare punti di forza, criticità e potenzialità trasformative. Questo processo, integrato come componente riflessiva e sistemica dell'indagine, ha consentito di restituire i flussi materiali e le trame relazionali che strutturano la vita di mercati, rendendo visibili connessioni sommerse, interdipendenze quotidiane e infrastrutture informali che ne sostengono la continuità ecologica e sociale.

M4 – Progettazione e scrittura

L'ultima fase ha riguardato la sistematizzazione dei materiali raccolti e la loro rielaborazione in forma progettuale e argomentativa. Gli output della ricerca sono stati costruiti attraverso l'integrazione coerente tra cornici teoriche, risultati empirici e restituzioni analitiche, con l'obiettivo di generare strumenti interpretativi e operativi capaci di orientare futuri scenari di intervento nei mercati alimentari mediterranei. La scrittura ha assunto così una funzione di mediazione critica tra conoscenza situata e riflessione teorica, valorizzando il potenziale trasformativo del design come pratica abilitante, relazionale e generativa.

Fasi della ricerca e struttura della tesi

Il percorso di ricerca si articola in tre fasi interconnesse (teorica, empirica, progettuale) che corrispondono alle tre parti della tesi. L'articolazione non segue una scansione lineare ma un processo circolare: l'elaborazione teorica, l'indagine empirica e la prospettiva progettuale si alimentano reciprocamente. La teoria orienta l'indagine, l'indagine genera nuove chiavi di lettura e la progettazione traduce le evidenze in strumenti operativi, in un processo riflessivo e generativo.

Parte I – Quadro teorico ed epistemologico

La prima fase sviluppa il quadro concettuale ed epistemologico della ricerca. Definisce i riferimenti teorici per leggere i mercati come sistemi complessi di prossimità, cura e trasformazione, intrecciando il contributo del design con prospettive filosofiche e sociali. La letteratura scientifica sui mercati urbani è un riferimento centrale; la sua ampiezza transdisciplinare ne rivela la natura plurale e conferma la necessità di un approccio integrato che tenga insieme dimensioni materiali e simboliche, pratiche quotidiane e politiche pubbliche.

Parte II – Indagine empirica e casi studio

La seconda fase è l'esplorazione empirica, fondata su un corpus comparativo di mercati mediterranei selezionati per criteri geografici e morfologici. L'osservazione etnografica, la mappatura sistemica e l'analisi documentale consentono di restituire configurazioni socio-spaziali eterogenee e di individuare traiettorie differenziate di governance, prossimità e innovazione sociale. La comparazione tra i casi studiati permette di evidenziare specificità locali e convergenze, creando le condizioni per una lettura critica dei mercati mediterranei.

Parte III – Restituzione progettuale

La terza fase traduce la ricerca in un quadro operativo e sviluppa i tre output principali. Elabora il Framework teorico-analitico (OUT1), articolato su indicatori multidimensionali. Applica quindi il modello al caso Ballarò per definire le Linee guida operative (OUT2) e culmina nella redazione del Manifesto per il mercato storico meridiano (OUT3).

Glossario della ricerca

Beni comuni: Si definiscono come un insieme di beni necessariamente condivisi dai membri di una comunità, i quali permettono il dispiegarsi della vita sociale e la soluzione di problemi collettivi. L'esistenza di un bene comune presuppone una doppia relazione: il bene alimenta la comunità e la comunità, a sua volta, lo governa "in comune" e se ne prende cura, comprendendo risorse fisiche naturali (aria, acqua), beni sociali materiali (strade, piazze) e beni sociali immateriali (fiducia reciproca, competenze diffuse).

Cura: Pratica cognitiva, politica, etica e materiale fondata su co-implicazione e responsabilità reciproca tra soggetti ed elementi ambientali. Supera la visione assistenziale, configurandosi come "pensare-con" (Stengers, 2005) e processo relazionale di mantenimento e riparazione del mondo (Tronto, 1993). È un atto epistemico legato a una temporalità non lineare di manutenzione e durata. Nel design, informa una postura progettuale responsabile.

Design per l'Innovazione Sociale: L'applicazione sistematica dei metodi del design per facilitare e ottimizzare i processi di innovazione sociale. Attraverso metodologie partecipative, mira a generare un cambiamento sociale significativo e duraturo, migliorando la qualità della vita collettiva e aumentando l'autonomia della società (Manzini, 2015).

Design Sistemico: Approccio culturale e progettuale che riconosce nelle relazioni tra le parti di un sistema gli elementi generativi del sistema stesso. Orienta la progettazione verso la costruzione di sistemi aperti, ispirati alle dinamiche dei sistemi naturali, valorizzando scambi, retroazioni e cicli di rigenerazione, in linea con la teoria generale dei sistemi.

Economia Circolare: Un modello operativo che traduce la svolta sistemica, proponendo strategie per preservare il valore delle risorse attraverso la riduzione, il riuso, il riciclo e il recupero. L'obiettivo è dissociare la creazione di benessere dal consumo di

risorse, ricomponendo qualità ambientale, prosperità economica ed equità sociale (Stahel, 2019; Geissdoerfer et al., 2017; Schroeder et al., 2018).

Etnografia Visiva: Metodo di ricerca qualitativa impiegato nella tesi che integra l'osservazione diretta e partecipante con l'uso sistematico di strumenti visivi (come la fotografia o il video) per documentare, analizzare e restituire le pratiche quotidiane, le interazioni sociali e le configurazioni materiali di un contesto. È adottata come pratica di prossimità e strumento generativo, capace di catturare la dimensione spaziale, simbolica e relazionale dei luoghi (come i mercati), trasformando l'esperienza di campo in dati analitici.

Fatto Sociale Totale: Espressione di Marcel Mauss (1965), utilizzata da Sorgi (2008) per descrivere i mercati storici siciliani. Definisce il mercato come un nodo di interrelazioni dove lo scambio attiva simultaneamente registri economici, sociali, culturali, rituali, simbolici, ludici e religiosi, generando coesione e continuità comunitaria.

Food Design: Campo di ricerca e pratica che assume il cibo come materia progettuale. Evoluto da un focus sull'industrializzazione ed estetica del prodotto a un ambito interdisciplinare che integra food sciences, studies e services. Si orienta verso sostenibilità, circolarità, filiere corte e innovazione sociale, agendo come strumento per co-progettare culture alimentari e rigenerare legami tra produzione, consumo e società.

Identità: L'identità definisce l'insieme dei caratteri specifici e delle qualità peculiari, siano essi psicologici, fisici, sociali o culturali, che consentono il riconoscimento di un individuo o di un gruppo, assicurandone la distinzione da altri. L'identità si costruisce anche in relazione a un luogo o territorio, emergendo dalle storie personali e collettive degli abitanti e dalle interazioni che vi si svolgono. Intesa come processo dinamico di negoziazione simbolica, è fondamentale per la coesione sociale ma vulnerabile alla mercificazione.

Innovazione Sociale: Un processo di trasformazione collettiva attraverso cui le comunità generano risposte condivise a bisogni emergenti, tramite pratiche collaborative, partecipative e trasformative orientate a giustizia sociale, inclusione e sostenibilità,

fondandosi sulla creazione di valore sociale collettivo (Phills et al., 2008), empowerment, cooperazione e redistribuzione (Castro-Spila & Unceta, 2016) e attivando relazioni generative che rafforzano coesione, creatività e sostenibilità (Moulaert et al., 2013; Murray et al., 2010), risultando un processo più che un esito tecnico.

Metabolismo Urbano: Concetto che definisce la città come un sistema-di-sistemi e un intreccio complesso di politiche, pratiche sociali ed economie territoriali, in cui fluiscono elementi materiali e simbolici.

Pensiero Meridiano: Una prospettiva epistemologica elaborata da Franco Cassano (1996/2021) che utilizza il Mediterraneo come chiave interpretativa per decostruire la rappresentazione dominante del Sud quale periferia arretrata e subalterna. Propone un ribaltamento di prospettiva che pensa il Mediterraneo come centro e interfaccia, capace di mettere in relazione differenze senza omologarle, valorizzando al contempo epistemologie alternative radicate nella lentezza, nella prossimità e nella consapevolezza del limite.

Prossimità: Costrutto multidimensionale che include dimensioni relazionali, cognitive, sociali, istituzionali oltre a quella geografica (Boschma, 2005). Facilita apprendimento collettivo e fiducia. Nella tesi è principio epistemico e progettuale, articolato in prossimità funzionale (accesso a servizi, "città dei 15 minuti" - Moreno, 2020) e prossimità relazionale (capacità di favorire incontri, collaborazione, cura - Manzini, 2021).

Sense Making: Descrive l'attività del design come una produzione di senso, attraverso la quale il progetto collabora attivamente e proattivamente alla costruzione sociale del significato, della qualità e dei valori. Questa dimensione colloca il design nel mondo sociale, quello dei significati e delle conversazioni che li generano (Manzini, 2015).

Service Design: Approccio progettuale focalizzato sulla configurazione strategica delle interazioni tra utenti, artefatti e contesti per generare valore e governare la complessità dei sistemi di servizio. Nella prospettiva manziniana adottata in questa tesi, il servizio è inteso primariamente come interazione tra persone, cose e luoghi finalizzata a creare valore, e il design del servizio come la pratica che ne accresce

probabilità, interesse ed efficacia (Manzini, 2015).

Servizio: Un servizio rappresenta l'insieme delle dinamiche di interazione tra individui, oggetti e spazi, finalizzate alla generazione di valore aggiunto.

Sistema: Entità complessa composta da elementi interconnessi le cui proprietà emergenti derivano dalle relazioni e interdipendenze tra le parti, piuttosto che dalle parti isolate. Caratterizzato da apertura, processi di retroazione (feedback) e adattamento, richiede una prospettiva olistica per la comprensione.

Sitopia: Concetto introdotto da Carolyn Steel (2020), derivato dai termini greci *sitos* (cibo) e *topos* (luogo), che definisce il mondo come intrinsecamente plasmato dal cibo nelle sue strutture materiali, sociali e simboliche. A differenza dell'utopia (non-luogo ideale), la sitopia è una condizione immanente e reale ("foodplace"). Steel usa il termine per criticare il sistema agroindustriale attuale ("cattiva sitopia"), proponendo come alternativa una "buona sitopia" fondata sul valore reale del cibo, la riconnessione culturale ed ecologica, e il riequilibrio città-campagna.

Turistificazione: Processo di trasformazione urbana in funzione del consumo turistico, che riconfigura spazi, pratiche ed economie locali. Determina mercificazione culturale, gentrificazione (residenziale/commerciale) e potenziale displacement. Si distingue dall'overtourism (inteso come fenomeno di sovraffollamento). Nei mercati, è legata alla spettacolarizzazione del cibo e alla messa in scena dell'autenticità (staged authenticity), generando tensioni tra valorizzazione e giustizia spaziale.

References overview della ricerca

- Adema, P.** (2007). Foodscape: An emulsion of food and landscape. *Gastronomica: The Journal of Food and Culture*, 7(1), 3.
- Agnew, J. A.** (2014). Place and politics: The geographical mediation of state and society. Routledge.
- Capra, F., & Luisi, P. L.** (2014). The systems view of life: A unifying vision. Cambridge University Press.
- Cassano, F.** (2021). Il pensiero meridiano. Gius. Laterza & Figli. (Opera originale pubblicata nel 1996).
- Coles, B., & Crang, P.** (2013). Placing alternative consumption: Commodity fetishism in Borough Fine Foods Market, London. In T. Lewis & E. Potter (Eds.), *Ethical consumption: A critical introduction* (pp. 87-102). Routledge.
- de Certeau, M., & Rendall, S.** (Trans.). (1984). The practice of everyday life. University of California Press.
- Escobar, A.** (2018). Designs for the pluriverse: Radical interdependence, autonomy, and the making of worlds. Duke University Press.
- Fusté-Forné, F.** (2023). Marketing places through food markets' supply. *Food and Humanity*, 1, 22-27.
- González, S.** (Ed.). (2017). Contested markets, contested cities: Gentrification and urban justice in retail spaces. Routledge.
- González, S., & Waley, P.** (2013). Traditional retail markets: The new gentrification frontier?. *Antipode*, 45(4), 965-983.
- Haraway, D.** (2013). Situated knowledges: The science question in feminism and the privilege of partial perspective. In M. Wyer, M. Barbercheck, D. Cookmeyer, H. Ozturk, & M. Wayne (Eds.), *Women, science, and technology: A reader in feminist science studies* (pp. 455-472). Routledge.
- Harvey, D.** (2012). Rebel cities: From the right to the city to the urban revolution. Verso Books.
- Kimbrell, L.** (2011). Rethinking design thinking: Part I. *Design and Culture*, 3(3), 285-306.
- Manzini, E.** (2015). Design, when everybody designs: An introduction to design for social innovation. MIT Press.
- Manzini, E.** (2021). Abitare la prossimità: Idee per la città dei 15 minuti. EGEA.
- Meloni, P., & Frosini, V.** (2019). Metodi confusi: l'etnografia per gli antropologi e per i designer. In P. Meloni & M. A. Aime (Eds.), *I metodi puri impazziscono. Strumenti dell'antropologia e pratiche dell'etnografia al lavoro* (pp. 67-98). Licosia.
- Meroni, A., & Sangiorgi, D.** (2011). A new discipline. In A. Meroni & D. Sangiorgi (Eds.), *Design for services* (pp. 9-33). Gower Publishing Limited.
- Moritz, S.** (2009). Service design: Practical access to an evolving field. Köln International School of Design.
- Parente, M., & Sadini, C.** (2018). D4T. Design per i territori. Approcci Metodi Esperienze. LISt Lab.
- Penin, L.** (2018). An introduction to service design: Designing the invisible. Bloomsbury Publishing.
- Puig de la Bellacasa, M.** (2017). Matters of care: Speculative ethics in more than human worlds. University of Minnesota Press.
- Seale, K.** (2016). Markets, places, cities. Routledge.
- Slater, D., & Tonkiss, F.** (2013). Market society: Markets and modern social theory. Polity Press.
- Steel, C.** (2021). Sitopia: Come il cibo può salvare il mondo (S. Moretti, Trans.). Piano B.
- Watson, S., & Studdert, D.** (2006). Markets as sites for social interaction: Spaces of diversity. Policy Press.

Watson, S. (2009). The magic of the marketplace: Sociality in a neglected public space. *Urban Studies*, 46(8), 1577–1595.

PARTE I

Capitolo 1 | Contesto

Per indagare la relazione tra progettualità, innovazione sociale e sostenibilità, il primo capitolo ricostruisce il contesto teorico e storico dell'indagine, muovendo dalla crisi del paradigma lineare-industriale emersa dagli anni Settanta. Si delinea così la genealogia della sostenibilità come critica alla modernità espansiva, segnando una transizione verso concezioni circolari ed ecologiche dello sviluppo, con un focus specifico sul metabolismo urbano quale intreccio complesso di politiche, pratiche sociali ed economie territoriali. Su tale fondamento sistemico, il secondo movimento rilegge lo spazio mediterraneo come contesto epistemico dotato di storicità e capacità generativa. Seguendo l'intuizione di Fernand Braudel, il Mediterraneo viene qui interpretato quale spazio relazionale stratificato, segnato da interdipendenze secolari e temporalità plurali che sfidano l'idea di sviluppo come sequenza lineare. In questo scenario si innesta la riflessione di Franco Cassano, il cui pensiero meridiano fornisce una prospettiva critica per decostruire le narrazioni gerarchiche della modernità eurocentrica e valorizzare forme di conoscenza radicate nella lentezza e nella prossimità ai luoghi. Il capitolo disegna così una doppia cornice, sistemica ed epistemica, che prepara il terreno concettuale per l'analisi empirica fondando l'approccio sull'interconnessione tra progettazione sistemica e contesto locale.

1.1 Contesto socio-economico

Oggi le sfide poste dallo sviluppo sostenibile rappresentano questioni complesse e interdipendenti, che richiedono approcci integrati e transdisciplinari capaci di considerare simultaneamente dimensioni sociali, economiche, ambientali e culturali. L'egemonia del pensiero occidentale ha vincolato la piena consapevolezza dell'appartenenza a un sistema complesso (Capra, 1984), imponendo per decenni una visione lineare e insostenibile. L'economia lineare, sintetizzata dalla sequenza "take, make, dispose", ha rappresentato l'architettura economica dominante, generando conseguenze da una crescita esponenziale condotta entro logiche cumulative e illimitate, orientate solo al consumo di risorse. Tuttavia, già a partire dagli anni Settanta emergono segnali critici rispetto a tale paradigma: nel 1972 *The Ecologist*, con i contributi di Goldsmith e Allen, denunciava gli effetti regressivi di un consumismo ridotto a mera logica quantitativa e di una prospettiva rigidamente lineare dell'economia. Nello stesso anno il Club di Roma, su impulso di Aurelio Peccei, commissionò al MIT il rapporto *The Limits to Growth* (Meadows et al., 1972), che analizzava l'impatto della crescita demografica ed economica sugli ecosistemi. Lo studio mostrava l'incompatibilità tra il modello industriale post-bellico, fondato sullo sviluppo indefinito, e la finitezza del pianeta. Utilizzando modelli di simulazione, i ricercatori dimostrarono come le dinamiche esponenziali di consumo e popolazione avrebbero condotto al collasso sistemico. Evidenziando i vincoli ecologici e la limitatezza delle risorse quali fattori determinanti, introdussero la nozione di "crescita zero" quale configurazione economica stabile, in equilibrio con le capacità rigenerative terrestri (Meadows et al., 1972). Un ulteriore rapporto presentato al Club di Roma nel 1977 da Ervin László sottolineava il ruolo centrale dell'essere umano nella ricerca di soluzioni alle crisi planetarie, richiamando con urgenza a un cambiamento radicale di mentalità e di sistema di valori capace di porre l'uomo nelle condizioni di assumersi responsabilità verso le generazioni future (László, 1977). La crisi di pensiero in corso evidenzia la necessità di una cornice concettuale capace di oltrepassare visioni riduzionistiche, riconoscendo vita, coscienza ed evoluzione come dimensioni

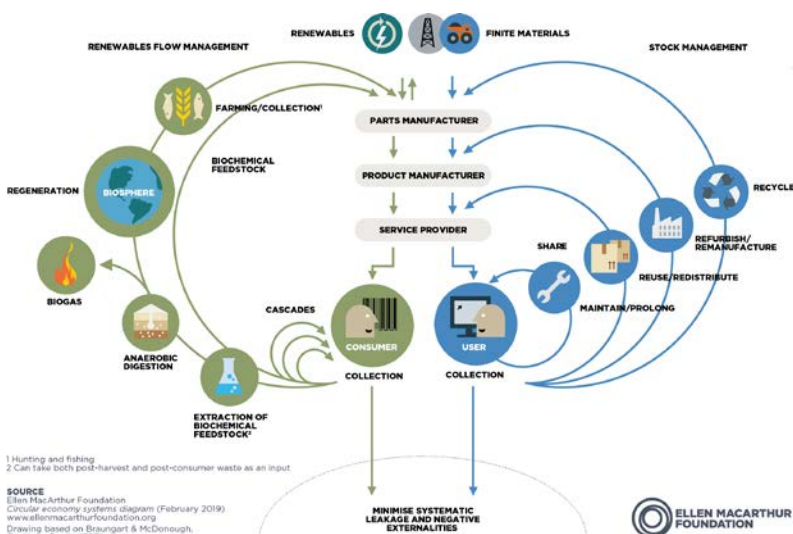
inscindibili di un medesimo disegno sistemico. In questa direzione, la crescente consapevolezza ecologica ha alimentato l'affermazione di una prospettiva olistica e non lineare, in grado di leggere i sistemi naturali e sociali come trame di relazioni e processi interdipendenti. Tale mutamento epistemologico ha progressivamente eroso la centralità dei modelli lineari e cumulativi che avevano orientato lo sviluppo industriale del Novecento, aprendo lo spazio a paradigmi adattivi e sistemici, maggiormente sensibili agli effetti di lungo periodo e alle dinamiche a cascata che scaturiscono dalle scelte collettive.

Questo cambiamento di prospettiva interpreta la vita collettiva come rete di interconnessioni (biologiche, sociali, culturali), la “rete della vita” (Capra, 1996), un sistema ecologico dove la sopravvivenza dipende dall'interdipendenza e dalla competenza ecologica. L'assunto aristotelico della comprensione del tutto, anziché delle singole parti, trova fondamento teorico nella teoria dei sistemi (Bertalanffy, 1968; László, 1996; Meadows, 2008), impianto interdisciplinare che legge natura, società ed economia come totalità interconnesse. Questa svolta epistemologica (Bertalanffy, 1968) interpreta i sistemi come entità aperte, regolate da retroazione e adattamento, e sposta l'attenzione dalle parti all'insieme. Le proprietà emergenti dipendono infatti dall'interrelazione (Capra, 1984) e le relazioni stesse, coerentemente con l'etimologia del termine (Liddell & Scott, 1940), sono i principi generativi (Checkland, 1997). Questa prospettiva teorica, quindi, delinea una concezione della sostenibilità fondata sull'interdipendenza e sulla circolarità delle connessioni biologiche, sociali e culturali, la quale richiede un'etica della responsabilità (Capra, 1988). Il contributo di McDonough e Braungart (2002) assume un valore emblematico nel tradurre la svolta sistemica in termini progettuali. Con la loro proposta di passare dal paradigma lineare del «dalla culla alla tomba» a quello «dalla culla alla culla», gli autori hanno mostrato come l'imitazione dei processi naturali possa guidare un'economia capace di generare abbondanza e rigenerazione piuttosto che scarti. La natura, interpretata come modello di circolarità, restituisce l'immagine di sistemi in cui ogni residuo diviene nutrimento per altri cicli vitali, e in cui la nozione di crescita non è intesa come espansione quantitativa illimitata, bensì come capacità di produrre fertilità e rinnovamento (McDonough & Braungart, 2002). Questa impostazione trova una traduzione operativa nell'economia circolare, che propone strategie volte a preservare il valore delle risorse attraverso riduzione, riuso, riciclo e recupero, articolando tali pratiche in una prospettiva multilivello che dal micro delle imprese e dei prodotti si estende al meso dei parchi eco-industriali fino al macro delle città e delle regioni (Ghisellini et al., 2016; Kirchherr et al., 2017). L'obiettivo diviene dissociare la creazione di benessere dal consumo di risorse, ricomponendo qualità

Figura 2
Diagramma
dell'economia
circolare.
 Fonte: Ellen
 MacArthur
 Foundation

ambientale, prosperità economica ed equità sociale (Stahel, 2019; Geissdoerfer et al., 2017; Schroeder et al., 2018). L'attuazione del modello circolare oltrepassa la sfera tecnico-economica, poiché esige la trasformazione delle pratiche di consumo, dei modelli di lavoro e di nuove forme di cooperazione, e le sue implicazioni sociali, spesso trascurate nel dibattito (Merli et al., 2018; Murray et al., 2017; Sauvé et al., 2016), appaiono decisive per orientare la transizione verso scenari inclusivi. Assunta la svolta sistemica, il contesto sociale diviene l'esito di pratiche interpretative e relazionali negoziate, dove la sostenibilità supera i parametri ambientali per emergere come processo socio-politico orientato alla coesione e all'equità. Questa visione si fonda sull'interpretazione dei viventi come sistemi aperti e relazionali (Bateson, 1977) e sulla prospettiva autopoietica che definisce la vita come processo auto-generativo e circolare (Maturana e Varela, 1980). Estesa alla dimensione sociale, tale prospettiva sistemica affida alla responsabilità condivisa e alla cooperazione tra istituzioni, progettisti e comunità il fondamento per un'innovazione che integra dimensioni ecologiche e sociali, orientando i processi verso la valorizzazione dei beni comuni (Manzini & Vezzoli, 2003) e del territorio (Magnaghi, 2020).

Muovendo da queste premesse, la città appare il terreno in cui le transizioni sistemiche e circolari trovano le condizioni per prendere forma, manifestandosi come 'sistema-di-sistemi' e metabolismo di flussi materiali e simbolici. La sua densità di competenze e risorse (Ellen MacArthur Foundation, 2017; 2019) abilita reti collaborative e processi di innovazione, e proprio le città, che entro il 2050 concentreranno il 68% della popolazione e il 75% del consumo di risorse, costituiranno il nodo strategico per la riconfigurazione della domanda e l'attivazione di economie circolari (Ellen MacArthur Foundation, 2019).



1.2 Contesto normativo

A livello internazionale, il quadro per lo sviluppo sostenibile si consolida attraverso un percorso istituzionale che, dagli anni Settanta, trasforma la relazione tra società, economia ed ecosistemi in un paradigma di governance globale. La Conferenza delle Nazioni Unite sull'Ambiente Umano (UNCHE, 1972) rappresenta il primo riconoscimento formale dell'interdipendenza tra benessere umano e salvaguardia delle risorse, affermando la cooperazione internazionale come condizione per il miglioramento della vita. La Dichiarazione di Stoccolma, oltre a promuovere l'istituzione dell'UNEP e del sistema Earthwatch, anticipa l'idea di una governance multilivello fondata su monitoraggio scientifico e responsabilità condivise. L'impatto della Conferenza fu amplificato dal già menzionato rapporto *The Limits to Growth* (Meadows et al., 1972), che evidenziò la finitezza delle risorse planetarie. Questa duplice svolta avvia un processo che, da allora, ha progressivamente intrecciato dimensione ecologica, equità sociale e sviluppo economico in un unico quadro interpretativo. Il passaggio successivo è rappresentato dal Rapporto Brundtland (Our Common Future), pubblicato nel 1987 dalla World Commission on Environment and Development (WCED, 1987), che introduce la definizione oggi canonica di sviluppo sostenibile come "la capacità di soddisfare i bisogni del presente senza compromettere le possibilità delle generazioni future di soddisfare i propri". Il documento sottolinea l'inscindibilità tra ambiente e sviluppo, denunciando l'intreccio perverso tra povertà, disuguaglianza e degrado ecologico, e affermando che la sostenibilità richiede tanto una trasformazione dei modelli di produzione e consumo dei Paesi industrializzati quanto un rafforzamento delle capacità istituzionali e delle opportunità economiche nei Paesi in via di sviluppo. In questo senso, il Rapporto Brundtland rappresenta il momento di istituzionalizzazione concettuale della sostenibilità, ponendola come criterio politico e giuridico di ordine superiore e aprendo la strada alla sua integrazione sistematica nelle politiche nazionali e sovranazionali. Tale concetto si impone come quadro di riferimento centrale nei dibattiti successivi sull'interazione tra dinamiche economiche e sistemi ecologici, divenendo al contempo uno dei nuclei problematici intorno ai quali si è strutturata la riflessione

sulla sostenibilità. Questa traiettoria trova un consolidamento decisivo con la Conferenza delle Nazioni Unite su Ambiente e Sviluppo tenutasi a Rio de Janeiro nel 1992 (UNCED, 1992), che adotta la Dichiarazione di Rio sull'Ambiente e lo Sviluppo e l'Agenda 21, sancendo la trasformazione della sostenibilità in paradigma operativo. La Dichiarazione di Rio articola 27 principi che hanno segnato in profondità la successiva evoluzione normativa: il riconoscimento degli esseri umani come centro delle preoccupazioni per lo sviluppo sostenibile; l'affermazione del diritto allo sviluppo equamente bilanciato con i bisogni ambientali e delle generazioni future; l'integrazione della tutela ambientale nelle politiche di sviluppo; la lotta alla povertà come requisito imprescindibile della sostenibilità; il principio delle responsabilità comuni ma differenziate, che attribuisce ai Paesi sviluppati un ruolo particolare in ragione delle pressioni esercitate dai loro modelli di produzione e consumo; il principio di precauzione e quello del "chi inquina paga", che diventano riferimenti cardine per le politiche ambientali nazionali e comunitarie. Accanto alla Dichiarazione, la Conferenza adotta strumenti programmatici e convenzioni di lungo respiro, tra cui la Convenzione quadro sui cambiamenti climatici (UNFCCC), la Convenzione sulla biodiversità e la Dichiarazione di principi sulle foreste, avviando un sistema di governance multilaterale volto a tradurre i principi in azioni concrete. Negli anni successivi, il percorso si arricchisce di ulteriori momenti di verifica e rilancio. La conferenza Rio+5, organizzata a New York nel 1997, evidenzia i ritardi nell'attuazione degli impegni di Rio. La Conferenza di Johannesburg del 2002 segna un ulteriore passaggio critico nel processo di istituzionalizzazione della sostenibilità. Il cosiddetto *World Summit on Sustainable Development* fu pensato come momento di verifica a dieci anni dal Vertice della Terra di Rio, ma si trasformò ben presto in un'arena di confronto tra l'urgenza di affrontare la crisi ecologica e le rivendicazioni di giustizia del Sud globale. Come ricorda il *Johannesburg Memorandum*, coordinato da Wolfgang Sachs per la Fondazione Heinrich Böll, l'incontro venne vissuto dai Paesi ospitanti e da molte economie in via di sviluppo come un vertice sullo sviluppo prima ancora che sull'ambiente, in risposta alla marginalizzazione delle istanze di equità e redistribuzione nelle politiche internazionali (Sachs, 2002). Proprio questo slittamento rese evidente la tensione tra due agende che a Rio si era tentato di integrare: la protezione della biosfera e il diritto a una vita dignitosa per le popolazioni escluse dal benessere globale. Il *Johannesburg Memorandum* sottolineava come non vi potesse essere eliminazione della povertà senza ecologia, e al contempo come la protezione degli ecosistemi dipendesse dal riconoscimento dei diritti di sussistenza delle comunità locali (Heinrich Böll Foundation, 2002). L'agenda proposta insisteva sulla necessità di collegare equità ed ecologia attraverso cinque direttrici: la ridefinizione dei diritti di accesso

alle risorse naturali; la ristrutturazione dei prezzi per riflettere i costi ambientali reali, eliminando i sussidi perversi; la regolazione del commercio globale in funzione della sostenibilità e della giustizia, subordinando le regole del WTO ai trattati ambientali; il rafforzamento istituzionale, con la proposta di un'Organizzazione Mondiale dell'Ambiente e di un'Agenzia internazionale per le energie rinnovabili; infine, la riduzione dell'impronta ecologica delle classi consumatrici globali, responsabili di uno sfruttamento sproporzionato delle risorse rispetto alla maggioranza dell'umanità (Sachs, 2002)¹. Johannesburg rappresentò quindi il momento in cui si impose la consapevolezza che la crisi ambientale e quella sociale fossero inseparabili. La denuncia del Memorandum era chiara: circa il 20% della popolazione mondiale consumava oltre il 70% delle risorse disponibili, mentre miliardi di persone restavano intrappolate in condizioni di privazione (UNDP, 1998; cit. in Sachs, 2002). Di qui l'invito ad abbandonare l'imitazione del modello di sviluppo del Nord, giudicato storicamente obsoleto, e a immaginare alternative capaci di scollegare benessere e giustizia dall'espansione illimitata dei consumi. L'idea di "equità in uno spazio ambientale finito" si afferma così come chiave interpretativa del Summit, proponendo di conciliare redistribuzione e limiti biofisici del pianeta.

Sul piano europeo, l'ambiente è entrato formalmente nell'agenda comunitaria con l'Atto Unico europeo (AUE) del 1987 e successivamente con il Trattato di Maastricht del 1993, che ha elevato lo sviluppo sostenibile a obiettivo strategico dell'Unione. Con il Trattato di Amsterdam del 1999 e quello di Lisbona del 2007 si è rafforzata l'integrazione della tutela ambientale in tutte le politiche settoriali, mentre i Programmi di Azione per l'Ambiente (dal primo del 1973 fino all'ottavo, in vigore fino al 2030) hanno orientato le priorità strategiche e legislative in coerenza con gli impegni multilaterali.

Nel 2012, la conferenza Rio+20 riafferma il legame indissolubile tra le tre dimensioni della sostenibilità, ambientale, sociale ed economica, e individua nell'economia verde e nel rafforzamento istituzionale i pilastri per una nuova fase di governance globale. Il documento finale, *The Future We Want*, consolida la centralità della sostenibilità nelle politiche mondiali e apre la strada all'elaborazione dell'Agenda 2030

¹ Il rapporto coordinato da Wolfgang Sachs e colleghi mostrò come i termini crescita e sviluppo, che da Rio in poi erano stati utilizzati nei negoziati come sinonimi di progresso, fossero in realtà segnati da un'ambivalenza profonda. Da un lato associati all'incremento del prodotto interno lordo e alla crescita economica quantitativa, dall'altro evocati come promessa di equità sociale e di ampliamento dei diritti, finirono per configurarsi come contenitori retorici capaci di giustificare tanto l'espansione urbanistica e industriale quanto le rivendicazioni di giustizia ambientale. Questa polisemia, apparentemente inclusiva, rischiava di svuotare il concetto di sviluppo, trasformandolo in un dispositivo innocuo e adattabile a ogni agenda politica, proprio mentre si tentava di radicare la sostenibilità come paradigma operativo (Sachs, 2002).

e dei Sustainable Development Goals (SDGs), adottati dall'Assemblea Generale delle Nazioni Unite nel 2015. L'Agenda 2030 per lo Sviluppo Sostenibile (UN, 2015) articola un programma d'azione universale, valido per tutti i Paesi, fondato su 17 Obiettivi e 169 target che integrano le dimensioni sociale, economica e ambientale. Il documento definisce cinque pilastri strategici, Persone, Pianeta, Prosperità, Pace e Partnership, e si fonda sull'impegno a "non lasciare indietro nessuno", ribadendo la centralità della dignità umana e la necessità di affrontare simultaneamente povertà, disuguaglianze, degrado ambientale e cambiamento climatico. L'Agenda 2030 rappresenta dunque un quadro integrato e interconnesso, in cui ciascun obiettivo è concepito come parte di un sistema, orientato a garantire resilienza, equità e prosperità condivisa su scala planetaria (UN, 2017; UN, 2019). La New Urban Agenda, adottata a Quito nel 2016, traduce i principi dell'Agenda 2030 in chiave urbana, utilizzando il Goal 11 (UN-Habitat, 2016) e la stessa urbanizzazione come leve per gli Obiettivi di sviluppo sostenibile. Il documento invita a politiche nazionali coerenti, pianificazione integrata e cooperazione multilivello, condizioni necessarie per governare le trasformazioni della città, intesa come sistema complesso di dimensioni sociali, economiche, ambientali e spaziali interconnesse. La New Urban Agenda attribuisce rilevanza agli spazi pubblici di qualità per la coesione sociale e la salute, al rafforzamento dei sistemi alimentari urbani e periurbani, per la sicurezza alimentare e la resilienza, e al sostegno delle economie locali, inclusa quella informale, come motori di inclusione. La città viene quindi istituzionalizzata come spazio politico e operativo in cui le strategie globali trovano attuazione, legando la dimensione normativa multilaterale a pratiche territoriali situate. Con l'adozione del Patto di Amsterdam (2016) viene istituita l'Agenda Urbana per l'UE, che segna l'ingresso della dimensione urbana in un quadro politico comunitario strutturato. Si tratta di un accordo tra Stati membri, non di un patto diretto con le città, e in questo senso il suo obiettivo non è quello di riconoscere formalmente le città come nuovi attori istituzionali, ma piuttosto di sperimentare forme di cooperazione capaci di valorizzarne il ruolo. L'Agenda Urbana definisce 12 priorità tematiche, dall'inclusione dei migranti alla qualità dell'aria, dalla transizione energetica all'economia circolare, intese come campi in cui testare la capacità delle città di assumere leadership politica attraverso partenariati multilivello, sviluppando proposte concrete da integrare nei processi europei di regolamentazione, finanziamento e conoscenza. L'Agenda Urbana per l'UE rappresenta pertanto la traduzione istituzionale, a scala comunitaria, dei principi affermati a Quito con la NUA, radicandoli nel contesto europeo attraverso meccanismi di cooperazione verticale e orizzontale che hanno anticipato successivi sviluppi strategici, dal Green Deal alla New Leipzig Charter. Un aggiornamento significa-

tivo di questo quadro è stato fornito dal World Cities Report 2020 (UN-Habitat, 2020), che ha analizzato lo stato di avanzamento della New Urban Agenda alla luce delle sfide emerse nella prima parte del decennio, confermando che le aree urbane sono spazi cruciali per la riuscita della “*Decade of Action*” delle Nazioni Unite, rafforzando la necessità di politiche urbane integrate e inclusive come condizione per il successo degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile.

L'Unione Europea ha progressivamente assunto un ruolo di avanguardia nell'implementazione delle strategie globali per la sostenibilità, traducendo le cornici normative internazionali in un quadro politico vincolante e coerente. Il Green Deal europeo (EC, 2019) rappresenta la piattaforma più organica di questa traiettoria, concepita come strategia di crescita sostenibile e come strumento per allineare l'azione comunitaria agli impegni dell'Agenda 2030 e dell'Accordo di Parigi. Con il Regolamento europeo sul clima del 2021, l'Unione ha trasformato tale visione in un obbligo giuridico, sancendo la neutralità climatica entro il 2050 e fissando al contempo l'obiettivo intermedio di una riduzione delle emissioni di almeno il 55% entro il 2030 rispetto ai livelli del 1990. La portata del Green Deal risiede nella sua natura sistemica, che integra energia, mobilità, economia circolare, uso del suolo e sistemi alimentari, delineando una transizione strutturale capace di incidere sulle logiche produttive, sui modelli di consumo e sugli assetti territoriali europei. Un passaggio decisivo nel consolidamento delle politiche europee è rappresentato dalla Conferenza URP2020 di Lipsia, che ha posto al centro della discussione il ruolo strategico dei partenariati urbano-rurali nell'affrontare le sfide di sostenibilità e coesione territoriale dell'Unione Europea. L'incontro ha evidenziato la necessità di elaborare approcci capaci di rispondere alla profonda eterogeneità dei contesti territoriali, segnati da processi di urbanizzazione accelerata, da condizioni di stabilità consolidata o da dinamiche di declino, e quindi bisognosi di strategie adattive e integrate. In parallelo, l'adozione della Nuova Carta di Lipsia (UE, 2020) ha definito un quadro aggiornato per le politiche urbane europee, assumendo coesione, resilienza e sostenibilità come principi cardine per la costruzione della città contemporanea. Tale documento, ispirato anche dall'esperienza di rigenerazione della stessa Lipsia dopo la deindustrializzazione e la transizione politica, ha valorizzato il potenziale dei partenariati multilivello e della co-creazione tra attori istituzionali, economici e civici come dispositivi fondamentali per affrontare le trasformazioni urbane e territoriali in un'Europa segnata da cambiamento e complessità. Il New Circular Economy Action Plan (EC, 2020), asse portante del Green Deal, definisce una strategia normativa per dissociare la crescita economica dal consumo di risorse, puntando alla neutralità climatica entro il 2050. Tale percorso si fon-

da sulla promozione di beni durevoli, riparabili e riciclabili, superando l'obsolescenza programmata e intervenendo su filiere strategiche come elettronica, plastica, tessile, edilizia e sistemi alimentari, con obiettivi vincolanti di riuso e riduzione degli sprechi. Al centro della strategia vi è la costruzione di un mercato europeo dei materiali secondari, supportato dall'armonizzazione delle raccolte differenziate e dalla responsabilità estesa del produttore. L'economia circolare, riconosciuta come prerequisito della neutralità climatica, si avvale di strumenti digitali, come i passaporti dei prodotti, e del monitoraggio statistico (European Semester), valorizzando anche la dimensione territoriale e sociale nel sostegno a città e regioni e proiettando l'UE come attore globale della transizione. La transizione verso modelli di utilizzo circolare e non lineare delle risorse costituisce quindi uno degli obiettivi strategici prioritari della politica europea, formalizzato nell'ambito del programma Horizon 2020 e consolidato con l'introduzione, nel 2018, di un pacchetto normativo finalizzato ad accrescere le pratiche di riciclo e riuso e a ridurre gli sprechi, con effetti positivi sulla salute pubblica, sugli ecosistemi e sull'economia (Commissione Europea, 2018). In Italia, tali principi sono stati integrati nell'ordinamento attraverso la legge di stabilità del 2016, che ha riconosciuto la green economy e lo sviluppo sostenibile come elementi strutturali delle politiche nazionali, ulteriormente rafforzati dagli incentivi fiscali introdotti con la legge di bilancio 2018.

Politiche alimentari

Nel corso degli ultimi anni il cibo è tornato al centro del dibattito politico e scientifico come una delle chiavi più potenti per comprendere e trasformare le società contemporanee. Parlare di sistemi alimentari significa guardare a un insieme di processi interconnessi che vanno dalla produzione agricola alle forme di distribuzione, dalle pratiche quotidiane di consumo fino alla gestione dei rifiuti e degli scarti (FAO et al., 2022). Le più recenti analisi dimostrano che i sistemi alimentari sono responsabili di circa un terzo delle emissioni antropogeniche globali di gas serra, collocandoli al centro delle politiche climatiche (Crippa et al., 2021). Gli studi più avanzati sottolineano che la sostenibilità alimentare deve essere letta come intreccio di dimensioni sociali, ecologiche ed economiche, poiché i sistemi alimentari si trovano oggi a mediare tra narrative di giustizia e pratiche di mercato globalizzate (Béné et al., 2019). Le organizzazioni internazionali hanno evidenziato la necessità di rafforzare le politiche nutrizionali nell'ambito della Decade of Action on Nutrition 2016–2025, affermando che i

sistemi alimentari devono essere ripensati come infrastrutture globali in grado di garantire diete salubri, accessibili ed eque, in coerenza con gli obiettivi di sostenibilità e con la tutela delle generazioni future (FAO & WHO, 2018). In questo intreccio si riflettono la salute delle persone, la qualità degli ecosistemi, la coesione delle comunità locali e la resilienza delle economie territoriali. È in questa prospettiva che le politiche globali hanno iniziato a riconoscere l'agroalimentare come asse principale della sostenibilità, capace di incidere contemporaneamente sulla sicurezza alimentare, sulla salute pubblica, sulla giustizia sociale e sulla transizione ecologica. Le agende internazionali hanno reso esplicita questa visione (FAO, 2017). La New Urban Agenda (UN-Habitat, 2016) ha posto il cibo al cuore delle strategie urbane, assumendolo come leva per ripensare città e territori. In questa stessa direzione si colloca il Milan Urban Food Policy Pact (2015), sottoscritto da oltre cento città in occasione di Expo 2015, che ha riconosciuto il ruolo strategico delle municipalità nello sviluppo di sistemi alimentari sostenibili, resilienti, inclusivi e culturalmente appropriati, promuovendo un approccio basato sui diritti e aprendo la strada a reti di governance multilivello orientate alla sicurezza alimentare, alla lotta agli sprechi e al sostegno alle economie locali. L'Agenda 2030 ha conferito una valenza trasversale alle politiche alimentari, intrecciandole con gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile e in particolare con l'SDG 2 "Zero Hunger" e i suoi sotto-obiettivi. L'attenzione crescente al ruolo dei sistemi alimentari mostra come questi siano un campo di forze in cui si incontrano pratiche quotidiane e scelte istituzionali, relazioni locali e dinamiche globali, bisogni immediati e trasformazioni di lungo periodo. Parlare di politiche alimentari, allora, significa parlare di come le società scelgono di nutrirsi e, allo stesso tempo, di come scelgono di abitare il mondo (UNEP, 2016). Il FAO Framework for the Urban Food Agenda (FAO, 2019) è la strategia istituzionale pensata per rispondere alle richieste emergenti degli Stati in materia di sicurezza alimentare e nutrizione, proponendo un approccio multi-attore, multi-livello e multi-settoriale capace di affrontare le sfide che attraversano il continuum rurale-urbano, definendo principi guida che assicurano la piena integrazione degli obiettivi dell'Agenda 2030 e proponendo risultati attesi derivanti da un processo consultivo inclusivo. Il Food Systems Summit del 2021 ha riaffermato l'urgenza di ripensare i modelli di produzione, distribuzione e consumo del cibo secondo principi di giustizia sociale, sostenibilità ambientale e resilienza sistemica, riconoscendo un ruolo crescente alle economie locali, ai saperi indigeni e alle reti civiche come fattori abilitanti della sicurezza alimentare e della coesione territoriale (EC, 2021; UN, 2023). La Farm to Fork Strategy (EC, 2020) prefigura un sistema alimentare resiliente e radicato nei territori, capace di ricostruire connessioni tra cittadini e spazi di vita attraverso filiere corte e produzione loca-

le, insistendo sulla rigenerazione dei sistemi agroalimentari secondo logiche circolari, collaborative e comunitarie. L'evoluzione delle politiche alimentari europee degli ultimi dieci anni trova la sua espressione più avanzata nel quadro strategico Food 2030, che si è imposto come principale infrastruttura di ricerca e innovazione per la transizione verso sistemi alimentari sostenibili, resilienti, inclusivi e sani. Nato nel 2016 in seguito all'Expo di Milano e consolidato attraverso conferenze e processi di co-creazione che hanno coinvolto istituzioni, comunità scientifica e società civile, Food 2030 ha proposto una visione sistemica fondata sull'idea che i sistemi alimentari costituiscano al tempo stesso fattori di crisi, quali cambiamenti climatici, perdita di biodiversità, degrado del suolo, malattie croniche legate alla dieta e leve trasformatrici per la sostenibilità, la competitività e la sicurezza europea (EC, 2024). Il programma europeo sui sistemi alimentari si struttura intorno a quattro priorità strategiche, accesso a diete sane, sostenibilità ecologica e climatica, circolarità delle risorse, innovazione e empowerment comunitario, che hanno trovato attuazione in 11 Pathways for Action. Questi percorsi hanno generato nuove forme di governance multilivello e politiche urbane del cibo, sostenute sperimentazioni su risorse acquatiche e proteine alternative, promosso strategie di riduzione dello spreco e di efficienza delle filiere, aperto ambiti di ricerca sul microbioma e sulla nutrizione sostenibile, e introdotto innovazioni digitali e biotecnologiche per la sicurezza, la tracciabilità e la cooperazione internazionale (EC, 2023). Tuttavia, i successivi approfondimenti (EC, 2025) valutando i dieci anni di Food 2030, ne segnalano limiti strutturali, come la scarsa attenzione a clima e circolarità, dati già emersi da una precedente analisi OECD (OECD, 2021), la frammentazione dei progetti e un incompleto trasferimento delle innovazioni, oltre alla mancata revisione delle asimmetrie di potere. Per colmare queste criticità, gli esperti raccomandano una teoria del cambiamento più chiara, un approccio sistemico esplicito e un rafforzamento del coordinamento. Si suggerisce inoltre di affrontare le barriere strutturali e di adottare un monitoraggio integrato per misurare l'impatto complessivo del programma. L'evoluzione delle politiche alimentari, dal riconoscimento della loro centralità climatica e urbana fino ai programmi di ricerca europei, delinea quindi un quadro in cui la transizione sistemica è un obiettivo dichiarato, la cui attuazione concreta, tuttavia, sconta ancora limiti strutturali e richiede, come indicato dalle analisi più recenti, un approccio più incisivo nell'affrontare le asimmetrie di potere e la frammentazione degli interventi.

1.3 Contesto storico-mediterraneo

Nel 1934 Georges Simenon attraversa il Mediterraneo a bordo della sua imbarcazione, annotando con precisione di sguardo la vita che animava il mare. La sua narrazione, maturata in un contatto diretto con i luoghi, vede il mare non come spazio di separazione, ma come un “quartiere esteso” in cui la continuità degli scambi quotidiani produce prossimità e familiarità. Le navi che, incontrandosi, “si salutano come vecchie conoscenze” (Simenon, 1934/2019) diventano metafora di una rete di relazioni che trascende la geografia fisica e che rende il mare strada, quotidianità, familiarità. Questa immagine letteraria coglie l'essenza di una lunga durata di interdipendenze, laddove il mare funge da matrice di scambi materiali e simbolici. La visione di Simenon, apparentemente leggera e descrittiva, si lega in realtà a un'interpretazione antropologica e storica profonda, perché rende evidente come lo spazio mediterraneo sia stato per secoli luogo di prossimità e riconoscimento reciproco. L'esperienza di viaggio di Simenon diventa così più che un diario: è una testimonianza incarnata di quella visione del Sud come spazio che rifiuta la verticalità delle gerarchie e valorizza la dimensione orizzontale dello scambio e della relazione. Simenon si colloca in una genealogia narrativa che comprende autori come Paul Morand, Albert Londres e Joseph Kessel, che negli stessi anni hanno raccontato il Mediterraneo come spazio pulsante, cosmopolita e interconnesso, anticipando letture storiche più sistematiche. Il suo sguardo mostra come le rotte marine non siano semplicemente linee di commercio ma veri e propri tessuti di relazioni, capaci di costruire comunità mobili e interculturali. La ripetizione di incontri, gesti, scambi verbali o gestuali tra marinai e porti diversi sedimenta nel tempo un ethos mediterraneo fondato su riconoscimento e prossimità. Questa intuizione narrativa trova un'eco potente nella riflessione storica di Fernand Braudel, che vedeva il Mediterraneo come “un mare di montagne” e, soprattutto, come spazio di lunga durata, in cui gli uomini si muovono con continuità costruendo reti policentriche (Braudel, 1997/2002). L'idea braudeliana di “unità del Mediterraneo” non risiede nell'omogeneità, ma nella coesistenza di differenze in uno spazio relativamente contenuto, dove i giorni di navigazione permettono di trasformare distanze in prossimità. In questo senso, la frase di Simenon sulle navi che si salutano può essere letta come traduzione

letteraria di ciò che Braudel concettualizza storicamente: un mare che funziona come soglia, non come confine, come luogo di relazioni dense più che di separazioni. L'analisi braudeliana sottolinea inoltre la natura stratificata delle civiltà mediterranee, che non si sono mai succedute in modo lineare, ma si sono piuttosto intrecciate e rielaborate vicendevolmente. Ogni conquista o trasformazione non ha cancellato le tracce precedenti, ma le ha incorporate in nuove sintesi culturali, dando vita a una realtà plurale e composita. Questa capacità di accumulo e di rielaborazione culturale fa del Mediterraneo un laboratorio storico in cui la continuità si nutre del cambiamento, producendo configurazioni sempre nuove senza dissolvere i legami con le eredità precedenti (Braudel, 1997/2002)².

Maurice Aymard ha messo in evidenza come, dagli anni Ottanta, il processo di unificazione europea e le trasformazioni geopolitiche abbiano ridefinito la regione come frontiera dinamica, luogo di tensioni demografiche, ecologiche e culturali, ma anche spazio di dialogo e cooperazione economica (Aymard, 1997/2002). Questa lettura si innesta sulla svolta storiografica introdotta da Braudel, che ha concepito il mare interno come un'entità autonoma, articolata attraverso la lunga durata geografica, i cicli economici e il tempo breve degli eventi politici (Braudel, 1997/2002). L'innovazione di Braudel consiste proprio nell'aver intrecciato queste tre temporalità in una visione complessa e multilivello, capace di mostrare come il passato agisca costantemente sul presente: le permanenze geografiche, i cicli economici e gli eventi politici coesistono e si influenzano reciprocamente. In questo senso, la sua impostazione ha ridefinito il Mediterraneo come uno "spazio-tempo" in cui la storia non è una sequenza lineare, ma un intreccio di durate diseguali che condizionano e allo stesso tempo abilitano il cambiamento (Braudel, 1997). Tuttavia, la ricerca successiva ha ampliato e talvolta messo in discussione questa impostazione: Peregrine Horden e Nicholas Purcell, ad esempio, hanno proposto di sostituire la prospettiva centrata sul Cinquecento con una visione di lunghissima durata, attenta alle differenze locali, alle

² Volendo ancorare queste riflessioni al contesto di analisi in cui questa tesi ha avuto inizio, Scipione Guarracino, riprendendo le fonti arabe medievali, ricostruisce l'immagine di una Palermo come centro urbano di straordinaria rilevanza nel Mediterraneo islamico. Ibn ʿAwwāl, che visitò l'isola nel X secolo, descrive la città come dotata di una grande moschea capace di accogliere settemila fedeli, oltre che di bagni pubblici, spazi urbani curati e un articolato sistema di irrigazione, segnali di un avanzato sviluppo urbano e tecnologico. Le cronache sottolineano anche l'apertura culturale e religiosa della comunità musulmana, incline a pratiche di integrazione con i cristiani locali. Nel secolo successivo, al-Idrisi conferma la centralità di Palermo nel suo Libro di Ruggero, definendola nodo commerciale e culturale di primaria importanza e mettendo in rilievo la presenza di mercati e infrastrutture che ne attestano la prosperità (Guarracino, 2007).

discontinuità e alle interconnessioni microregionali (Horden & Purcell, 2000). L'antropologia mediterranea ha contribuito a interpretare le società della regione attraverso categorie come onore, vergogna, famiglia e clientelismo, mettendo in luce logiche di continuità capaci di riorganizzarsi nelle trasformazioni moderne (Albera, Blok & Bromberger, 2001). L'insieme di queste prospettive mostra il Mediterraneo come spazio plurale e stratificato, laboratorio di interazioni economiche, culturali e politiche che, oscillando tra unità e frammentazione, continuano a orientare tanto la ricerca scientifica quanto le pratiche istituzionali contemporanee (Aymard, 2002; Horden & Purcell, 2000; Albera et al., 2001). Partendo da una doppia lettura (letteraria e storiografica, Simenon e Braudel) che definisce il Mediterraneo quale spazio di interdipendenze, si giunge all'elaborazione di Franco Cassano (Cassano, 1996/2021). Nel Pensiero meridiano, Cassano invita a considerare il Mediterraneo un centro epistemico, capace di generare saperi fondati su lentezza, prossimità e attenzione ai luoghi, utilizzando il mare per decostruire la rappresentazione dominante del Sud quale periferia subalterna, marginalizzata dalle mappe della modernità atlantica. Cassano propone un ribaltamento di prospettiva, leggendo il Mediterraneo come centro, inteso quale spazio di interfaccia e mediazione capace di connettere differenze irriducibili senza omologarle, superando così l'idea di un ritorno alla centralità imperiale. Il mare diviene espressione di un pensiero plurale e campo di connes-

box di approfondimento 1 La città mediterranea

Aymard interpreta la città mediterranea come proiezione spaziale dei rapporti sociali più che come somma di edifici e infrastrutture (Aymard, 1983). Tale prospettiva, in continuità con Braudel, pone l'accento sulla categoria di "spazio" come principio ordinatore del Mediterraneo, inteso come sistema relazionale di lunga durata che intreccia dimensioni storiche e culturali (Aymard, 2002). La città, indipendentemente dalla sua scala, acquisisce così carattere attraverso la densità delle relazioni sociali, culturali e simboliche che vi si instaurano, le quali si riflettono nella morfologia attraverso regole implicite che articolano opposizioni tra sacro e profano, pubblico e privato, lavoro e piacere. Le prime scelte localizzative furono influenzate da fattori ambientali, politici e culturali: dalla colonizzazione greca, che privilegiava siti difendibili, alla conquista araba che consolidava i nodi carovanieri, fino alla penetrazione ottomana e ai processi moderni di colonizzazione e riforma agraria. Le città costiere, soprattutto portuali, come Beirut, Alessandria, Napoli o Palermo, si consolidarono come poli economici e sociali, mentre i tentativi di popolamento diffuso delle campagne, come i villaggi di riforma in Sicilia, risultarono fragili e destinati allo spopolamento. Per Aymard, la città mediterranea è uno spazio eminentemente relazionale, costruito nella dialettica tra permanenze culturali e mutamenti storici. La piazza emerge come luogo pubblico per eccellenza, fulcro di scambi, ritualità e decisioni civiche. Qui si manifesta la coesione comunitaria, evidente tanto nelle assemblee quanto nelle feste, nelle processioni o negli spettacoli. Il mercato, pur non sempre collocato stabilmente nella piazza, si iscrive in questa logica civica: nei suk e nei bazar islamici come nei mercati affacciati su piazze minori europee, lo scambio di beni si intreccia con quello di simboli e significati, rafforzando la dimensione comunitaria dello spazio urbano. La cultura urbana mediterranea si definisce così attraverso la dialettica tra città e campagna, tra casa e piazza, tra lavoro e gioco, delineando un modello che, pur attraversato dalla modernizzazione, continua a radicarsi in strutture e in valori condivisi di socialità e appartenenza (Aymard, 1983).

sioni transnazionali, un pluriverso di storie dove la differenza coesiste simultaneamente, sfidando la temporalità lineare del progresso. Da questa visione deriva una critica radicale all'idea di "arretratezza" del Sud, poiché le società mediterranee portano con sé epistemologie alternative radicate nella consapevolezza del limite e di temporalità diverse, piuttosto che rappresentare un "non-ancora Nord". Questa concezione, che orienta la presente ricerca, verrà approfondita nel capitolo 1.4 per le sue implicazioni epistemologiche e progettuali.

Il mediterraneo oggi

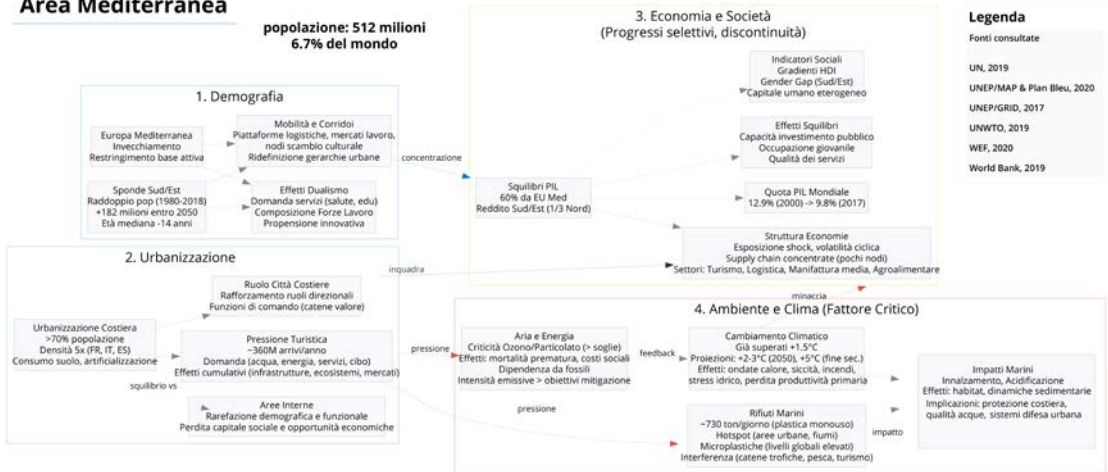
L'inquadramento ambientale, sociale ed economico del contesto mediterraneo entro cui si colloca questa analisi può essere ricostruito a partire da evidenze documentate nel *State of the Environment and Development in the Mediterranean* (UNEP/MAP & Plan Bleu, 2020), che, nel momento in cui si scrive il presente capitolo, costituisce la sintesi più aggiornata e sistematica delle dinamiche strutturali dell'area mediterranea. Il rapporto integra fonti statistiche internazionali e nazionali e adotta un approccio interpretativo che mette in relazione driver demografici, pressioni antropiche, trasformazioni territoriali e vulnerabilità ecosistemiche, fornendo un quadro comparativo che consente di collocare i fenomeni socio-ecologici in esame entro traiettorie di lungo periodo. L'adozione di un impianto interpretativo sistemico consente di leggere l'area come un bacino interdipendente, nel quale differenze strutturali tra le sponde si intrecciano con specializzazioni economiche e traiettorie ambientali che incidono sulla qualità della vita, sulla stabilità dei sistemi socioeconomici e sulla resilienza delle comunità locali (UNEP/MAP & Plan Bleu, 2020).

Come illustrato nel grafico che segue, l'area mediterranea evidenzia un marcato dualismo demografico Nord-Sud e un'intensa urbanizzazione costiera, che si sovrappongono a persistenti disparità socio-economiche (UN, 2019; World Bank, 2019; UNEP/MAP & Plan Bleu, 2020). Queste dinamiche socio-economiche si innestano in un contesto di acuta pressione ambientale, con il bacino configurato come hot-spot globale per il cambiamento climatico e l'inquinamento da plastiche, sollevando criticità sistemiche (UNEP/MAP & Plan Bleu, 2020).

La dimensione alimentare attraversa trasversalmente questo quadro. L'area mediterranea importa circa un terzo dei cereali scambiati a livello mondiale pur rappresentando il 7% della popolazione globale; in

Area Mediterranea

popolazione: 512 milioni
6.7% del mondo



diversi paesi della sponda sud ed est la quota di approvvigionamento dall'estero raggiunge valori molto elevati, con esposizione ai cicli dei prezzi e agli shock geo-economici, mentre alcuni paesi europei presentano saldi attivi per produzioni agroalimentari strategiche (FAO et al., 2018; UNEP/MAP & Plan Bleu, 2020). Nella prima versione della piramide alimentare mediterranea (Willett et al., 1995) i comportamenti legati allo stile di vita erano solo accennati, fatta eccezione per l'attività fisica, mentre aspetti come socialità, condivisione dei pasti o riposo venivano citati senza approfondimento. La revisione del 2011 (Bach-Faig et al., 2011) ha trasformato la piramide in un modello di vita complessivo, includendo dimensioni qualitative e culturali tipiche del Mediterraneo, come moderazione, convivialità, stagionalità, biodiversità, consumo di prodotti locali, attenzione ecologica, attività fisica regolare e riposo adeguato. La frugalità è stata posta al centro come risposta alle sfide di sovrappeso e obesità, legando il consumo moderato a un uso più sostenibile delle risorse e alla riduzione degli sprechi. La nuova piramide è stata quindi concepita come schema flessibile e adattabile alle specificità dei diversi contesti mediterranei, capace di coniugare tradizioni culturali e religiose con stili di vita contemporanei. Tuttavia, la dieta mediterranea, patrimonio immateriale riconosciuto, lascia spazio in molte aree a regimi ipercalorici con maggiore incidenza di alimenti ultra-processati e proteine animali; i tassi di sovrappeso e obesità crescono tra gli adulti e l'anemia rimane diffusa tra le donne in età fertile, con effetti su salute pubblica e spese sanitarie (UNEP/MAP & Plan Bleu, 2020). Secondo i rapporti più aggiornati, la produzione agricola regionale conserva rilevanza nei mercati globali per olio di oliva, vino e agrumi, mentre il cambiamento climatico accorcia i cicli colturali, eleva i fabbisogni irrigui e riduce margini operativi, soprattutto per sistemi aziendali di piccola scala; la biodiversità agraria e gli assetti policolturali sostengono ca-

Figura 3
Mappa dei flussi sociali, economici e ambientali del mediterraneo oggi.
Fonte: elaborazione dell'autore

pacità adattive che traggono vantaggio da pratiche agro-ecologiche e da investimenti in efficienza idrica (UNEP/MAP & Plan Bleu, 2020). La pesca mostra livelli di sfruttamento elevati: circa il 78% degli stock valutati risulta oltre i target di sostenibilità; l'acquacoltura integra l'offerta alimentare con specie ad alta domanda commerciale, richiedendo governance attenta su localizzazione degli impianti, input e compatibilità con altri usi costieri (UNEP/MAP & Plan Bleu, 2020). Le traiettorie istituzionali fissate nella Mediterranean Strategy for Sustainable Development 2016–2025 orientano trasformazioni verso economie circolari, blu e verdi, con priorità su efficienza energetica, gestione integrata delle risorse idriche, qualità dell'aria, tutela della biodiversità, prevenzione dei rifiuti marini, agricoltura biologica, pesca responsabile, pianificazione sostenibile del turismo e rafforzamento delle filiere alimentari territoriali (UNEP/MAP, 2016). Strumenti come gestione integrata delle zone costiere, pianificazione spaziale marittima e approccio ecosistemico sostengono coerenza tra politiche settoriali, riducono conflitti d'uso e migliorano l'allocation delle risorse in contesti multi-attore e multi-livello (UNEP/MAP, 2016; UNEP/MAP & Plan Bleu, 2020). L'integrazione tra politiche ambientali, sociali ed economiche valorizza capacità locali e apprendimento istituzionale, allineando l'area mediterranea agli obiettivi dell'Agenda 2030 e rafforzando la resilienza dei sistemi urbani e rurali attraverso misure che includono efficienza idrica ed energetica nelle città costiere, riduzione degli input plastici a monte delle filiere, ripristino di habitat e continuità ecologica, gestione adattiva della pesca, qualificazione dell'acquacoltura e politiche alimentari urbane capaci di accorciare le catene di approvvigionamento e sostenere piccoli produttori (UNEP/MAP, 2016; UNEP/MAP & Plan Bleu, 2020).

Il quadro ricostruito, che spazia dalla genealogia storica alle trasformazioni socio-economiche e ai processi di istituzionalizzazione della sostenibilità, evidenzia l'inadeguatezza di un approccio orientato a ricondurre esperienze eterogenee entro un unico paradigma di sviluppo. Già il Johannesburg Memo mostrava come le politiche di sviluppo, se concepite secondo logiche uniformi e standardizzate, avessero difficoltà a misurarsi con la pluralità delle condizioni reali, segnate da temporalità diseguali, vulnerabilità strutturali e risorse locali che sfuggono a qualsiasi linearità. L'applicazione dei quadri di "sviluppo" e "sostenibilità" a contesti del Sud globale, concepito quale spazio eccedente i paradigmi dominanti piuttosto che come margine, rende la tensione evidente. Le differenze con i modelli del Nord, infatti, superano il semplice livello di crescita e si radicano in ecologie sociali, culturali ed economiche che generano traiettorie autonome.

1.4 Oltre l'universalismo dello sviluppo: pensare meridiano

Il pensiero meridiano, introdotto in precedenza, costituisce un atto di decentramento radicale rispetto all'universalismo occidentale e alla sua presunzione di tradurre la pluralità del mondo entro un unico ordine temporale. L'idea di fondo è che il Sud sia stato per secoli interpretato come un "non-ancora", uno spazio privo di una propria autonomia, esistente soltanto in funzione del Nord, quale sua proiezione incompiuta o periferia condannata a rincorrere. L'operazione critica di Cassano (2021) consiste nel rovesciare questo schema, sottraendo il Sud alla condizione di copia imperfetta e restituendogli dignità epistemica, cioè la possibilità di pensare e di pensarsi libero dal metro di altri. In questa prospettiva, il pensiero meridiano supera la rivendicazione identitaria o localistica e diventa un gesto di apertura, un invito a riconoscere la molteplicità dei futuri possibili e a superare la tirannia del tempo unico che l'Occidente ha imposto come regola di valutazione universale. Cassano mostra come la modernità abbia trasformato la geografia in storia, collocando popoli e culture su una linea evolutiva che culmina inevitabilmente in Occidente. Edward Said (1978) aveva già messo in luce, nella sua critica all'orientalismo, come la rappresentazione dell'altro fosse uno strumento di dominio, capace di generare inferiorità e dipendenza. L'orientalismo, infatti, va oltre la semplice descrizione e costruisce gerarchie simboliche, trasformando differenze culturali in segni di arretratezza. Il pensiero meridiano riprende questa intuizione e la applica al Sud nel suo complesso: la subordinazione procede oltre l'imposizione economica o politica, radicandosi nell'interiorizzazione di una temporalità che condanna interi mondi a essere sempre in ritardo. Di conseguenza, provincializzare l'Occidente, come suggeriva Dipesh Chakrabarty (2000), significa smontare la pretesa che la storia segua un'unica traiettoria, riconoscendo che ogni spazio custodisce tempi propri. Cassano colloca quindi la sua critica in dialogo con la vasta genealogia dei saperi decoloniali. La letteratura storico-concettuale e postcoloniale offre infatti un lessico robusto per questo riposizionamento, poiché documenta genealogie multiple della modernità, pluralità di temporalità storiche e regimi del sapere capaci di eccedere l'univocità del progresso lineare

(Chakrabarty, 2000, 2004; Mignolo, 2000a; Guha & Spivak, 2002). L'epistemologia del Sud di Boaventura de Sousa Santos (2001) propone di recuperare le conoscenze marginalizzate dall'eurocentrismo e di costruire una sociologia delle assenze che restituisca visibilità a ciò che la modernità ha rimosso. Walter Mignolo (2000b), con il suo concetto di "pensiero di frontiera", riconosce nella differenza coloniale un luogo generativo da cui inventare nuove grammatiche del sapere e forme di esistenza; i Subaltern Studies hanno insistito sullo stesso nodo, mostrando, come evidenzia la riflessione di Gayatri Spivak (1988), quanto lo sguardo dei subalterni destabilizzi la narrazione unica della storia. Cassano inserisce il pensiero meridiano in questo orizzonte, trasformandolo in un'operazione di dislocamento epistemico: decentrare, riconoscere le differenze, liberare il Sud dall'immagine di ritardo.

Il cuore di questa prospettiva è la riflessione sul tempo. Laddove l'Occidente ha fatto della velocità il proprio valore supremo, costruendo l'homo currens come figura antropologica dominante, il pensiero meridiano invita a riscoprire la lentezza come risorsa politica e cognitiva. La lentezza si oppone all'idea di arretratezza, diventando la possibilità di custodire ciò che la velocità dissolve: la memoria collettiva, i legami sociali, la durata delle relazioni. Del resto, Gregory Bateson (1972) aveva già mostrato come nelle tradizioni e nelle culture locali si conservi una saggezza ecologica, una capacità di mantenere equilibrio e complessità che la razionalità moderna tende a distruggere con il suo riduzionismo. Richard Sennett (1998), con la sua analisi della corrosione del carattere, aveva evidenziato come l'accelerazione e la flessibilità imposte dal capitalismo tardo-moderno logorino le capacità relazionali, spezzino la continuità dei rapporti e impediscano la costruzione di identità stabili. Cassano raccoglie queste intuizioni per affermare che la democrazia richiede lentezza: la deliberazione pubblica, l'educazione, la cura e persino l'amore necessitano di tempo disteso, di durata, di sedimentazione. La lentezza diventa, così, condizione necessaria per una vita sociale capace di andare oltre il consumo immediato e di custodire la memoria intergenerazionale.

Accanto alla lentezza, il pensiero meridiano propone la categoria di misura. Contro la dismisura che caratterizza la modernità occidentale, la logica dell'espansione illimitata, della crescita senza confini, della conquista permanente, la misura rappresenta un principio di equilibrio e di giustizia cognitiva. Va intesa come capacità attiva di mantenere la tensione tra opposti, come tra terra e mare, identità e apertura, durata e mobilità. Qui Cassano trova risonanza nelle riflessioni di Raimon Panikkar (1999), che ha descritto l'universalismo autentico come traduzione reciproca anziché come imposizione di un model-

lo unico, vedendolo quale pluralità di sentieri che salgono la stessa montagna e che solo in vetta si riconoscono nella loro differenza. La misura, in questa prospettiva, si oppone al fondamentalismo, perché promuove la relazione invece di assolutizzare, e al tempo stesso si oppone all'omologazione, poiché custodisce la pluralità anziché ridurla.

L'obiettivo consiste quindi nell'abbracciare la pluralità epistemica, assumendo la "decolonialità come sinonimo di disobbedienza epistemica" (Mignolo, 2018) e facendo emergere cosmologie e razionalità marginalizzate dalla modernità. Il pensiero meridiano è anche un pensiero della rivolta, ma di una rivolta temperata dalla misura. Cassano evoca Pier Paolo Pasolini (1975), che aveva denunciato la distruzione delle culture popolari sotto l'impatto della modernizzazione, indicando nel consumismo la nuova forma di colonizzazione omologante. La rivolta di cui parla Cassano si definisce come una resistenza capace di salvaguardare differenze e diversità, evitando di scivolare nel vittimismo, piuttosto che come un rifiuto nostalgico del presente. Qui risuona la lezione di Albert Camus (1942), per il quale la rivolta autentica è sempre accompagnata dalla misura: ribellarsi mantenendo la libertà e, insieme, il senso del limite. La misura, dunque, diventa il presupposto etico e politico della trasformazione stessa.

Questa postura consente a Cassano di proporre il Sud come riserva di alternative, piuttosto che come spazio empiricamente virtuoso. Il pensiero meridiano evita quindi di idealizzarlo, per coglierne invece le potenzialità latenti: la prossimità come risorsa di coesione, la lentezza come tempo della cura e della memoria, la coscienza del limite come antidoto alla dismisura. Piuttosto che proporre un nuovo universalismo, Cassano invita a immaginare un universalismo plurale, fragile, costruito sul dialogo e sulla traduzione reciproca. Pensare con Cassano significa assumere che i luoghi, come i mercati mediterranei indagati in questa ricerca, siano sempre tessuti di relazioni e di tempi irriducibili alla linearità, piuttosto che copie imperfette di un modello esterno. Il "pensiero meridiano" (Cassano, 1989; 2021) offre quindi una chiave interpretativa per guidare l'osservazione verso le logiche alternative che già strutturano questi spazi: le economie di prossimità, le temporalità lente, i saperi locali e quelle specifiche "forme di misura" che strutturano la convivenza. All'interno dei mercati, queste dimensioni superano lo status metaforico e si manifestano come pratiche quotidiane tangibili, quali la contrattazione, la manutenzione dei legami sociali e la memoria collettiva. Il design, in questo scenario, assume il compito specifico di sviluppare processi capaci di attivare e rendere generative tali risorse endogene, discostandosi dall'imposizione di soluzioni astratte, con l'obiettivo di trasformare la pluralità e le apparenti fragilità in potenzialità evolutive.

References Capitolo 1

- Albera, D., Blok, A., & Bromberger, C. (Eds.). (2001).** *L'anthropologie de la Méditerranée / Anthropology of the Mediterranean*. Maisonneuve et Larose; Maison méditerranéenne des sciences de l'homme.
- Aymard, M. (2002).** Gli spazi. In F. Braudel (Ed.), *Il Mediterraneo. Lo spazio e la storia, gli uomini e la tradizione* (pp. 131–154). Newton & Compton. (Opera originale pubblicata nel 1977).
- Aymard, M. (2002).** Perché, e come, parlare oggi di Mediterraneo? Associazione per studi e ricerche Manlio Rossi-Doria.
- Bach-Faig, A., Berry, E. M., Lairon, D., Reguant, J., Trichopoulou, A., Dernini, S., & Serra-Majem, L. (2011).** Mediterranean Diet Pyramid Today. *Science and Cultural Updates. Public Health Nutrition*, 14(12A), 2274–2284.
- Bateson, G. (1972).** *Steps to an ecology of mind*. Chandler.
- Bateson, G. (1977).** *Verso un'ecologia della mente*. Adelphi.
- Béné, C., Fanzo, J., Prager, S. D., Achicanoy, H. A., Mapes, B. R., Alvarez Toro, P., & Bonilla Cedrez, C. (2020).** Global drivers of food system (un) sustainability: a multi-country correlation analysis. *PLOS ONE*, 15(4), e0231071.
- Bertalanffy, L. von. (1968).** *General system theory: Foundations, development, applications*. George Braziller.
- Braudel, F. (2001).** *The Mediterranean in the ancient world* (S. Reynolds, Trans.). Alfred A. Knopf. (Opera originale pubblicata nel 1998).
- Braudel, F. (2002).** *Il Mediterraneo. Lo spazio e la storia, gli uomini e la tradizione*. Newton & Compton. (Opera originale pubblicata nel 1977).
- Camus, A. (1942).** *L'homme révolté*. Gallimard. [Trad. it. *L'uomo in rivolta*. Bompiani, 1994].
- Capra, F. (1984).** *Il punto di svolta. Scienza, società e cultura emergente*. Feltrinelli.
- Capra, F. (1996).** *The web of life: A new scientific understanding of living systems*. Anchor Books.
- Cassano, F. (1990).** *Approssimazione. Esercizi di esperienza dell'altro. Scienza & Politica. Per una storia delle dottrine*, 2(3).
- Cassano, F. (2021).** *Il pensiero meridiano*. Gius. Laterza & Figli. (Opera originale pubblicata nel 1996).
- Chakrabarty, D. (2000).** Subaltern studies and postcolonial historiography. *Nepantla: Views from South*, 1(1), 9–32.
- Chakrabarty, D. (2004).** *Provincializzare l'Europa. Pensiero postcoloniale e differenza storica*. Meltemi.
- Checkland, P. (1997).** *Systems Thinking, Systems Practice*. John Wiley & Sons Ltd.
- Crippa, M., Solazzo, E., Guizzardi, D., Monforti-Ferrario, F., Tubiello, F. N., & Leip, A. (2021).** Food systems are responsible for a third of global anthropogenic GHG emissions. *Nature Food*, 2(3), 198–209.
- Ellen MacArthur Foundation. (2019).** *Cities and circular economy for food*.
- European Commission. (2019).** *Communication from the Commission to the European Parliament, the European Council, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions: The European Green Deal* (COM(2019) 640 final). European Commission. <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52019DC0640>
- European Commission. (2020).** *A Farm to Fork Strategy for a fair, healthy and environmentally-friendly food system*. <https://food.ec.europa.eu>
- European Commission. (2020).** *A new Circular Economy Action Plan: For a cleaner and more competitive Europe* (COM(2020) 98 final). Publications Office of the European Union.
- European Commission. (2021).** *Everyone at the Table: Co-creating Knowledge for Food Systems*. Transformation EC. Directorate-General for Research and Innovation. <https://doi.org/10.2760/21968>
- European Commission. (2023).** *Food 2030: pathways for action 2.0: R&I policy as a driver for*

- sustainable, healthy, climate resilient and inclusive food systems. Publications Office of the European Union. <https://data.europa.eu/doi/10.2777/365011>
- European Commission.** (2024). Food 2030: Green and resilient food systems - conference outcome report, 4-5 December 2023. <https://data.europa.eu/doi/10.2777/959042>
- European Commission.** (2025). Shaping the future of food research and innovation – Insights and recommendations from Food 2030 experts. Publications Office of the European Union. <https://data.europa.eu/doi/10.2777/8711448>
- European Union.** (2020). The New Leipzig Charter. The Transformative Power of Cities for the Common Good. EU2020.de.
- FAO & WHO.** (2018). Strengthening nutrition action: A resource guide for countries based on the policy recommendations of the Second International Conference on Nutrition (ICN2). Food and Agriculture Organization of the United Nations.
- FAO, IFAD, UNICEF, WFP, & WHO.** (2018). The State of Food Security and Nutrition in the World 2018: Building climate resilience for food security and nutrition. FAO.
- FAO, IFAD, UNICEF, WFP, & WHO.** (2022). The State of Food Security and Nutrition in the World 2022. Repurposing food and agricultural policies to make healthy diets more affordable. FAO.
- FAO.** (2017). Food and agriculture. Driving action across the 2030 agenda for sustainable development. FAO.
- FAO.** (2019). FAO framework for the Urban Food Agenda. FAO.
- Geissdoerfer, M., Savaget, P., Bocken, N. M., & Hultink, E. J.** (2017). The Circular Economy–A new sustainability paradigm? *Journal of Cleaner Production*, 143, 757–768.
- Ghisellini, P., Cialani, C., & Ulgiati, S.** (2016). A review on circular economy: The expected transition to a balanced interplay of environmental and economic systems. *Journal of Cleaner Production*, 114, 11–32. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2015.09.007>
- Guarracino, S.** (2007). *Mediterraneo: immagini, storie e teorie da Omero a Braudel*. Bruno Mondadori.
- Guha, R., & Spivak, G. C. (Eds.).** (2002). *Selected subaltern studies*. Oxford University Press.
- Hachem, F., et al.** (2016). Mediterranean food consumption patterns: Diet, environment, society, economy and health. *Agropolis/CIHEAM*.
- Horden, P., & Purcell, N.** (2000). *The Corrupting Sea: A Study of Mediterranean History*. Blackwell.
- Kirchherr, J., Reike, D., & Hekkert, M.** (2017). Conceptualizing the circular economy: An analysis of 114 definitions. *Resources, Conservation and Recycling*, 127, 221–232. <https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2017.09.005>
- Laszlo, E.** (1977). *Goals for mankind: A report to the Club of Rome on the new horizons of global community*. Dutton.
- Laszlo, E.** (1996). *The Systems View of the World: A Holistic Vision for Our Time*. Hampton Press.
- Liddell, H. G., & Scott, R.** (1940). *A Greek-English Lexicon*. Clarendon Press.
- Magnaghi, A.** (2020). *Il principio territoriale*. Bollati Boringhieri.
- Manzini, E., & Vezzoli, C.** (2003). A strategic design approach to develop sustainable product service systems: examples taken from the ‘environmentally friendly innovation’ Italian prize. *Journal of Cleaner Production*, 11(8), 851–857.
- Maturana, H. R., & Varela, F. J.** (1980). *Autopoiesis and Cognition*. Reidel.
- McDonough, W., & Braungart, M.** (2002). *Cradle to cradle: Remaking the way we make things*. North Point Press.
- Meadows, D. H.** (2008). *Thinking in Systems: A Primer*. Chelsea Green Publishing.
- Meadows, D. H., Meadows, D. L., Randers, J., & Behrens, W. W.** (1972). *The limits to growth: A report for the Club of Rome’s project on the predicament of mankind*. Universe Books. <https://doi.org/10.1349/ddlp.1>
- Merli, R., Preziosi, M., & Acampora, A.** (2018). How do scholars approach the circular economy? A systematic literature review. *Journal of Cleaner Production*, 178, 703–722. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.12.112>
- Mignolo, W.** (2000a). The many faces of cosmo-polis: Border thinking and critical cosmopolitanism. *Public Culture*, 12(3), 721–748.
- Mignolo, W.** (2000b). *Local histories/global designs: Coloniality, subaltern knowledges, and border thinking*. Princeton University Press.
- Milan Urban Food Policy Pact.** (2015). *Milan Urban Food Policy Pact: Framework for action*. Municipality of Milan. <https://www.milanurbanfoodpolicypact.org/wp-content/uploads/2020/12/Milan-Urban-Food-Policy-Pact-EN.pdf>
- Murray, A., Skene, K., & Haynes, K.** (2017). The circular economy: An interdisciplinary exploration of the concept and application in a global context. *Journal of Business Ethics*, 140(3), 369–380.

- <https://doi.org/10.1007/s10551-015-2693-2>
- OECD.** (2021). *Overcoming Evidence Gaps on Food Systems*. Organisation for Economic Co-Operation and Development (OECD).
- Panikkar, R.** (1999). *La pienezza dell'uomo. Una cristofania*. Jaca Book.
- Pasolini, P. P.** (1975). *Scritti corsari*. Garzanti.
- Sachs, W., Acsehrad, H., Akhter, F., Amon, A., Berhan Gebre Egziabher, T., French, H., ... & Zabelin, S.** (2002). *The Jo'burg memo: fairness in a fragile world; memorandum for the World Summit on Sustainable Development*.
- Said, E. W.** (1978). *Orientalism*. Pantheon.
- Santos, B. de S.** (2001). *Epistemologies of the South and the future*. Centro de Estudos Sociais.
- Sauvé, S., Bernard, S., & Sloan, P.** (2016). Environmental sciences, sustainable development and circular economy: Alternative concepts for trans-disciplinary research. *Environmental Development*, 17, 48–56. <https://doi.org/10.1016/j.envdev.2015.09.002>
- Schroeder, P., Anggraeni, K., & Weber, U.** (2019). The relevance of circular economy practices to the sustainable development goals. *Journal of Industrial Ecology*, 23(1), 77–95.
- Sennett, R.** (1998). *The corrosion of character: The personal consequences of work in the new capitalism*. Norton.
- Simenon, G.** (2019). *Il Mediterraneo in barca*. Adelphi. (Opera originale pubblicata nel 1934).
- Sorgi, O. (Ed.).** (2008). *Mercati storici siciliani*. Regione Siciliana, Assessorato dei beni culturali e ambientali e della pubblica istruzione, CRICD.
- Stahel, W. R.** (2019). *The circular economy: A user's guide*. Routledge.
- Steel, C.** (2020). *Sitopia: how food can save the world*. Random House.
- The Ecologist.** (1972). *A blueprint for survival*. The Ecologist Magazine.
- UN Habitat.** (2020). *World Cities Report 2020*. United Nations.
- UN.** (2015). *Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development*. United Nations. doi:10.1007/s13398-014-0173-7.2
- UN.** (2017). *The Sustainable Development Goals Report 2017*. United Nations.
- UN.** (2019). *The Sustainable Development Goals Report 2019*. United Nations.
- UN.** (2019). *World Population Prospects 2019*. Department of Economic and Social Affairs, Population Division.
- UN.** (2023). *Making food systems work for people and planet: Report of the Secretary-General – UN Food Systems Summit +2 Stocktaking Moment*. United Nations.
- UNCED.** (1992). *Rio Declaration on Environment and Development*. United Nations.
- UNCHE.** (1972). *Declaration of the United Nations Conference on the Human Environment (Stockholm Declaration)*. United Nations.
- UNDP.** (1998). *Human Development Report 1998: Consumption for human development*. Oxford University Press.
- UNEP.** (2016). *Food systems and natural resources. A report of the working group on food systems of the international resource panel*. United Nations Environment Programme.
- UNEP/GRID.** (2017). *State of Land and Soil Resources in the Mediterranean Basin*. United Nations Environment Programme/GRID.
- UNEP/MAP & Plan Bleu.** (2020). *State of the Environment and Development in the Mediterranean*.
- UNEP/MAP.** (2016). *Mediterranean strategy for sustainable development 2016-2025: Investing in environmental sustainability to achieve social and economic development*. <https://wedocs.unep.org/20.500.11822/7700>
- Unione Europea.** (2020). *La nuova Carta di Lipsia. Il potere trasformativo delle città per il bene comune*. EU2020.de. https://ec.europa.eu/regional_policy/en/newsroom/news/2020/12/12-08-2020-new-leipzig-charter-the-transformative-power-of-cities-for-the-common-good
- UNWTO.** (2019). *International Tourism Highlights 2019*. United Nations World Tourism Organization.
- WCED.** (1987). *Our common future*. Oxford University Press.
- WEF.** (2020). *The Global Gender Gap Report 2020*. World Economic Forum.
- Willett, W. C., Sacks, F., Trichopoulou, A., Drescher, G., Ferro-Luzzi, A., Helsing, E., & Trichopoulos, D.** (1995). *Mediterranean Diet Pyramid: A Cultural Model for Healthy Eating*. *The American Journal of Clinical Nutrition*, 61(6), 1402S–1406S.
- World Bank.** (2019). *World Development Indicators*. The World Bank.

Capitolo 2 | Collocazione nello scenario disciplinare

Il presente capitolo costruisce l'architettura teorico-epistemologica che sorregge l'intera ricerca, tracciando un percorso che muove dal quadro storico-critico del design contemporaneo per approdare alla definizione di una specifica postura progettuale. L'argomentazione si sviluppa attraverso una sequenza logica che, partendo da una personale genealogia critica della disciplina, ne evidenzia la progressiva transizione da pratica artefatto-centrica a un agire relazionale e abilitante, sempre più orientato alla cooperazione e al bene comune. È proprio su questo sfondo trasformativo che si innesta la cornice fenomenologica dell'innovazione sociale, assunta come lente privilegiata per interpretare le dinamiche emergenti di cooperazione e mutualismo che caratterizzano il contesto di indagine. A partire da questa prospettiva, il testo approfondisce i fondamenti epistemologici che orientano lo sguardo progettuale, identificando nei concetti di prossimità e cura i pilastri di una pratica sensibile alla complessità delle relazioni socio-materiali e ai regimi di interdipendenza. Questa impalcatura concettuale trova infine il suo terreno applicativo nel rapporto tra design e cibo, dove il costruito della Sitopia (Steel, 2020) emerge come orizzonte interpretativo e progettuale capace di ricomporre i legami tra produzione, consumo e territorio, offrendo così il quadro operativo per connettere le premesse teoriche con gli ambiti di sperimentazione della ricerca.

2.1 Riflessioni sul design contemporaneo

La comprensione dell'odierna configurazione del design come pratica relazionale e trasformativa richiede di ripercorrere criticamente le transizioni teoriche e le rotture paradigmatiche che hanno attraversato il campo dalla seconda metà del Novecento in avanti. Lo scopo di questo paragrafo è costruire una genealogia critica del design contemporaneo che mostri come la disciplina si sia progressivamente disallineata dalle logiche industriali per assumere forme processuali, ecologiche e orientate al bene comune.

Tale configurazione riflette un orizzonte concettuale in cui le pratiche progettuali si radicano nell'interdipendenza sistemica tra esseri umani, ambienti e tecnologie, ridefinendo il ruolo del design entro ecologie socio-materiali complesse e dinamiche. L'idea di un design orientato al bene comune trova riscontro già nel manifesto fondativo del Bauhaus, in cui Walter Gropius auspicava una "Good Society" fondata su pratiche cooperative e forme di convivenza estetica e funzionale (Margolin, 2013). Dagli anni Sessanta, tra rivoluzioni sociali e crisi ecologiche, la disciplina ha attraversato una svolta che ha reso il progetto terreno di incontro tra soggettività emergenti e pratiche di trasformazione collettiva, spostando il baricentro dall'oggetto alla relazione. Ne sono un esempio le sperimentazioni di Jane Jacobs sull'attivismo urbano, di Bill Mollison sui sistemi agroecologici, di E.F. Schumacher sulla tecnologia e di Ralph Erskine sull'architettura comunitaria, che hanno contribuito a delineare una visione ecologica e localizzata del progetto (Armstrong et al., 2014). Un riferimento teorico centrale in questa traiettoria è Ivan Illich, che in *Tools for Conviviality* (1973) introduce il concetto di "convivialità" per descrivere strumenti capaci di abilitare l'autonomia personale e la cooperazione sociale entro limiti condivisi. La sua critica ai monopoli radicali della tecnica prefigura una progettualità post-industriale orientata alla riappropriazione dei mezzi di produzione della vita quotidiana, anticipando molte delle istanze del design contemporaneo. In questo contesto si inseriscono anche le critiche di Victor Papanek e Tomás Maldonado al design di consumo, i cui contributi hanno riformulato il ruolo del progettista come agente politico capace di incidere sulle condizioni strutturali

della vita quotidiana (Papanek, 1972; Maldonado, 1971). Si sottolinea sempre più l'importanza di un design orientato alla risoluzione di problemi concreti della società, mettendo in luce la rilevanza degli aspetti etici e sociali nel soddisfare le necessità umane fondamentali e nel promuovere l'equità e l'accessibilità (Papanek, 1972). In questa transizione si inserisce anche la tradizione scandinava del *Participatory Design*, che sin dagli anni '70 ha concepito la progettazione come un processo democratico orientato alla giustizia sociale e alla redistribuzione del potere nei contesti organizzativi (Bjerknes, Ehn & Kyng, 1987). Questo approccio, sviluppatosi attraverso la collaborazione con i sindacati e i lavoratori, ha progressivamente abbandonato l'ambito esclusivo del lavoro industriale per esplorare ambiti pubblici, civici e informali (Simonsen & Robertson, 2013), implicando uno spostamento dal paradigma funzionalista del design come ottimizzazione tecnica a una concezione performativa e processuale, fondata sull'interazione dinamica tra pratiche sociali, saperi situati e contesti materiali (Latour, 2005a).

Il passaggio da una concezione modernista del design, centrata sull'oggetto e sull'autorialità individuale, a una configurazione post-industriale fondata su pratiche sociali e abilitanti ne ha ridefinito quindi in profondità la postura progettuale. Ne è derivato un mutamento epistemico che ha orientato la progettazione oltre una visione individualistica e autoreferenziale, configurandola come pratica sistemica e relazionale, fondata sull'ecologia delle interazioni, sull'intelligenza distribuita e sulla co-produzione di valore (Escobar, 2018; Bjögvinnsson, Ehn & Hillgren, 2012). L'interdipendenza e la prossimità emergono come condizioni operative per costruire ecologie relazionali capaci di sostenere processi di apprendimento reciproco e forme locali di coesistenza sostenibile, in dialogo con prospettive cosmopolitiche e saperi situati (Haraway, 1988; Puig de la Bellacasa, 2017; Stengers, 2005). La responsabilità progettuale si redistribuisce lungo reti eterogenee in cui l'agency non è monopolio degli esperti e dove la democratizzazione del progetto valorizza capacità diffuse, abilità d'uso e micro-pratiche situate che cooperano alla produzione di beni comuni e all'innovazione dal basso (Illich, 1973; Manzini, 2015; Ostrom, 1990). Questa riformulazione implica un allontanamento deliberato dalle logiche estrattive e universalizzanti, a favore di un design inteso come dispositivo trasformativo in grado di sostenere la co-produzione di mondi plurali e l'istituzione di condizioni capaci di orientare la convivenza verso forme più giuste, cooperative e sostenibili (Escobar, 2018; Haraway, 1988; Stengers, 2005).

Dentro questa cornice, il design si afferma sempre di più come pratica radicata di world-making capace di mediare tra sistemi di conoscen-

za, forme di vita e visioni del mondo, sostenendo forme di autonomia interdipendente (Mignolo, 2000; Escobar, 2018; Santos, 2015) dove il progetto agisce come infrastruttura cognitiva e relazionale, attivando nuove forme di agency collettiva (Manzini, 2015; Hillgren, Seravalli & Emilson, 2011). Questa trasformazione si è alimentata di forme di interazione informale e dialogica, che hanno reso il design permeabile alle dinamiche comunitarie e alle relazioni situate, evidenziando una crescente apertura verso pratiche di prossimità attiva e co-implicazione tra attori, ambienti e saperi (Capra, 1997; Ostrom, 1990; Senneft, 2012; Jégou & Manzini, 2008; Manzini, 2015; Haraway, 2015).

Questi approcci rafforzano la capacità dei contesti locali di produrre significati e immaginare alternative, configurando altresì il design come pratica pubblica, generativa e non gerarchica (DiSalvo, 2009; Escobar, 2018; Manzini & Rizzo, 2011; Kimbell, 2011). In questa visione, il progetto diventa un'infrastruttura sociale che abilita processi di cambiamento e costruzione condivisa del futuro (Fry, 2009). In questo senso, il pensiero di Kropotkin (1955), fondato sull'aiuto reciproco, sulla cooperazione e sulla gestione comunitaria delle risorse, viene ripreso da Fry come anticipazione di un modo di intendere il progetto capace di radicarsi nella mutualità e nella cura dei beni comuni, in una lettura in cui, la matrice anarchica diventa terreno fertile per una nozione di democratic design che riconosce nel design una pratica collettiva, orientata alla generazione di ecologie relazionali resilienti (Fry, 2009). I futuri emergono da narrazioni situate e "prototipi sociali" che, nel quotidiano, trasformano le regole dell'agire collettivo (Appadurai, 2013; Alexander, 1979). La loro forza risiede nell'attivare immaginazione e desiderio, traducendo visioni normative in pratiche trasformative ancorate ai contesti (Ingold, 2011). A sostegno di ciò, la qualità relazionale dei processi appare decisiva: la cura come pratica quotidiana e infrastrutturale alimenta ecologie morali e materiali orientate alla coesistenza, legando responsabilità, corpi, ambienti e tecnologie in sistemi interdipendenti (Tronto, 1993; Haraway, 1988). Il disallineamento dalle logiche estrattive e funzionaliste della modernità progettuale si manifesta inoltre nella riscoperta di un design radicato nella quotidianità, nelle pratiche di cura e nelle economie locali, capace di generare valore attraverso forme di manutenzione, mutualismo, riparazione (Puig de la Bellacasa, 2017; Haraway, 1988; Ingold, 2011). Il progetto non interviene su una società predefinita, ma partecipa alla sua composizione, agendo come pratica di *infrastructuring* e dispositivo agonistico per la generazione di futuri plurali e situati (Ehn, Nilsson & Topgaard, 2014).

L'impianto ontologico che sorregge tale visione è quindi dichiaratamente relazionale e plurale. Lunghi dall'assimilare le differenze, le

mantiene vive come risorse progettuali, riconoscendo l'intreccio multispecie e la co-produzione dei mondi come condizione di partenza (Stengers, 2005; de la Cadena, 2015; Santos, 2006) in un "*mondo fatto di molti mondi*" (de la Cadena e Blaser, 2018). L'idea stessa di *pluriverso*, cardine del progetto teorico di Escobar (2018), è fortemente debitrice delle intuizioni di de la Cadena, la quale sostiene che "la differenza non è culturale, ma ontologica" (cf. de la Cadena 2015), e che pertanto non si tratta di includere altre culture nel mondo moderno, ma di riconoscere l'esistenza di altri mondi in quanto tali. Le pratiche progettuali contribuiscono attivamente alla costruzione e trasformazione delle relazioni tra esseri umani e agenti più-che-umani, influenzando al contempo modi di fare, sistemi di valore, forme identitarie, immaginari e configurazioni materiali (Binder et al., 2011; Ehn, 2008). L'interazione continuativa tra attori umani e non umani, materiali e simbolici, delinea una dinamica simpoietica dell'azione progettuale, nella quale l'agenzia "*more-than-human*" diventa componente attiva dei processi di trasformazione (Maturana e Varela, 1987). Un principio centrale nell'ambito del design ontologico evidenzia infatti come ogni atto progettuale contribuisca alla conformazione del mondo in cui viviamo, un mondo che, a sua volta, plasma le nostre azioni, i nostri modi di essere e le nostre possibilità di esistenza (Willis, 2006). Da questa reciprocità generativa emerge una conseguenza rilevante: il design, inteso nella sua dimensione relazionale, si configura come una pratica intrinsecamente postumana, in quanto co-costruita da soggetti umani e agenti più-che-umani (Bennett, 2004). In questa prospettiva si collocano anche le riflessioni sul *design things*, in cui attori eterogenei, umani e non umani, negoziano significati, valori e configurazioni emergenti di azione collettiva (Binder et al., 2011; Ehn, Nilsson & Topgaard, 2014). Derivato dall'etimologia nordica di "*thing*" come assemblea, e articolato attraverso la nozione latouriana di *gathering*, il *design thing* opera come spazio di emersione di *matters of concern*, dove il sociale è continuamente generato attraverso processi di associazione e traduzione (Latour, 2005a; 2005b).

Le forme emergenti del design sociale, partecipativo e trasformativo confermano e precisano questa traiettoria. L'attenzione si sposta dall'esito chiuso al "*come*" delle cose: l'infrastrutturazione dei processi e la co-creazione funzionano come istituzioni diffuse che abilitano apprendimento collettivo e negoziazione di significati e valori (McCarthy & Wright, 2004; Simonsen et al, 2021; Sanders & Stappers, 2008). La prototipazione assume una valenza istituzionale, generando spazi interstiziali in cui differenze e temporalità multiple possano coesistere e trovare composizione riflessiva (DiSalvo, 2009; Tonkinwise, 2011). Ne deriva una postura professionale rinnovata: il progettista agisce come catalizzatore e mediatore di processi emergenti più che

come autore solitario di soluzioni definitive, coltivando riflessività in azione (Latour, 2005a). Si chiarisce così la funzione intrinsecamente politica dell'atto progettuale. Al di là della produzione di oggetti o servizi, il progetto istituisce condizioni di possibilità: ecologie di senso condivise, tempi lenti, pratiche di prossimità e responsabilità mutua che sostengono l'emersione di nuove forme di agency collettiva (Manzini, 2021; Costanza-Chock, 2020).

Il disallineamento dalle logiche estrattive della modernità progettuale si esprime nella valorizzazione di manutenzione, mutualismo e riparazione, non come momenti residuali, ma come economie di valore che rinsaldano relazioni e infrastrutture di convivenza (Puig de la Bellacasa, 2017; Haraway, 1988; Ingold, 2011). Questo orientamento comporta anche precise ricadute territoriali e organizzative. La scala locale e la prossimità acquistano allora valore strategico. L'emergere di pratiche resilienti e adattive, guidate da iniziative bottom-up, mostra la possibilità di rigenerare risorse sociali e ambientali a partire da economie dell'attenzione e della manutenzione (Sennett, 2008; Puig de la Bellacasa, 2017). La città della prossimità, assunta come ambito di autonomia interdipendente, diventa il campo privilegiato per attori che operano tra formale e informale, tra pratiche quotidiane e orizzonti trasformativi, generando beni comuni relazionali e richiedendo istituzioni inclusive, flessibili e orientate all'apprendimento (Manzini, 2021; Ostrom, 1990; Moreno, 2021). Infine, la transizione verso forme di abitare più sostenibili si radica in un'idea di design come processo di costruzione di senso, che mette in relazione ecologie materiali, sociali e simboliche (Max-Neef et al., 1991), dove una visione sistemica del benessere si traduce in pratiche di progettazione che privilegiano la qualità dell'esperienza, l'equità nell'accesso alle risorse e la valorizzazione delle diversità locali come risorse progettuali (Nussbaum e Sen, 1993).

All'interno di questa evoluzione, il design ha progressivamente assunto un ruolo strategico nei processi di innovazione, ampliando la propria sfera d'azione oltre l'ambito tecnico-produttivo per abbracciare dimensioni sociali, culturali e ambientali (Bertola & Teixeira, 2003; Brown, 2009). Tale espansione riflette una trasformazione profonda del pensiero progettuale, che riconosce il valore generativo della cultura materiale e la capacità del progetto di attivare processi di valorizzazione territoriale radicati nelle risorse locali (Catania, 2011). In questa prospettiva, il design per la sostenibilità ha ridefinito il proprio campo, orientandosi verso modelli di innovazione basati su servizi, relazioni e processi piuttosto che su prodotti isolati (Bhamra et al., 2013; Ceschin & Gaziulusoy, 2016). Queste premesse evidenziano come il passaggio da un paradigma modernista, centrato sull'oggetto

e sull'autorialità individuale, a un paradigma relazionale e sistemico, abbia ridefinito radicalmente la postura progettuale. Le pratiche di prossimità, le ecologie di cura e la co-produzione di valore emergono come condizioni costitutive di un design inteso come infrastruttura sociale e generativa. È su questo terreno che si innesta questa ricerca, che raccoglie e rielabora tali istanze per configurare nell'attuale concezione del design volto all'innovazione sociale, una cornice interpretativa capace di attivare trasformazioni situate e orientate al bene comune. Il paragrafo successivo sviluppa questa prospettiva, chiarendo il ruolo dell'innovazione sociale come chiave di lettura privilegiata del posizionamento disciplinare di questa ricerca.

2.2 Design per l'innovazione sociale

Il percorso genealogico tracciato mette in evidenza come la disciplina del design si sia progressivamente disallineata dalle logiche industriali per assumere configurazioni orientate alla cooperazione e alla prossimità. Questa traiettoria consente di riconoscere nell'attuale stagione progettuale una postura relazionale, ecologica e abilitante, che trova nel design per l'innovazione sociale una delle sue espressioni più compiute. Quest'ultimo non si presenta come un ambito disciplinare autonomo, ma come una competenza trasversale capace di riconoscere e accompagnare le dinamiche sociali emergenti, operando in sinergia con esse per amplificarne gli esiti e consolidarne la diffusione (Manzini in Selloni, 2015). Il design per l'innovazione sociale va inteso come insieme di pratiche che sostengono processi trasformativi già in atto, rendendoli accessibili a una pluralità di attori e arricchendone il significato culturale e simbolico. Il passaggio da una concezione artefatto-centrica a una visione processuale e cooperativa del progetto trova qui il suo compimento, traducendo il design in disciplina apertamente sociale che opera come mediatore tra saperi, istituzioni e comunità. Questa trasformazione, maturata attraverso le transizioni storiche analizzate nella genealogia, apre dunque lo spazio concettuale per assumere l'innovazione sociale come cornice fenomenologica. Essa costituisce infatti la lente privilegiata attraverso cui osservare le configurazioni emergenti nel contesto di indagine di questa tesi. A partire da queste premesse, la sezione che segue approfondisce il concetto di innovazione sociale, chiarendone i fondamenti teorici e il ruolo che questo assume come quadro di riferimento per comprendere l'azione del design nei processi di trasformazione collettiva.

Definire l'innovazione sociale

Il concetto di innovazione sociale consente di interpretare i processi di trasformazione collettiva attraverso cui le comunità generano risposte condivise a bisogni emergenti, spesso trascurati dalle istituzioni. Si tratta di un fenomeno complesso e multidimensionale, che si manifesta come insieme di pratiche collaborative, partecipative e trasformatrici orientate a promuovere giustizia sociale, inclusione e sostenibilità, e che assume forme diverse a seconda dei contesti socio-territoriali e degli attori coinvolti.

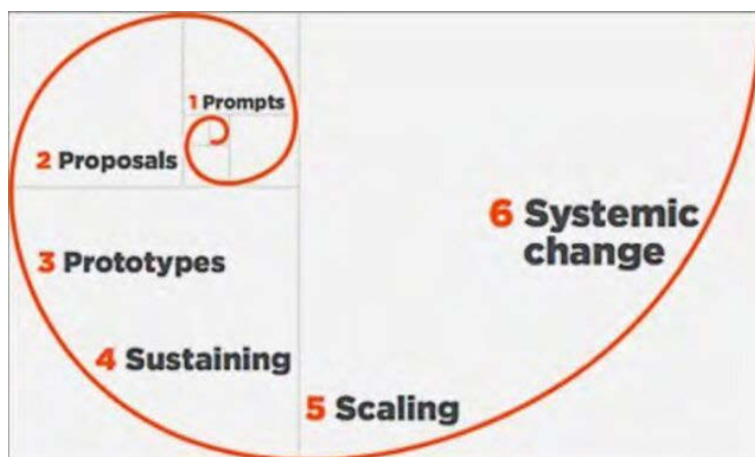
Henry Poincaré sosteneva che l'innovazione acquisisce valore quando organizza il disordine, connettendo elementi isolati e generando nuove armonie estetiche e funzionali. La metafora delle "api" di Murray et al. (2010) illustra questo principio: gli attori dell'innovazione sociale operano come uno sciame cooperativo, creando connessioni e generando opportunità territoriali. Questa visione si contrappone al modello dello "sciame inquieto di consumatori" di Bauman (2007), che descrive una società frammentata e priva di coesione. L'innovazione sociale, invece, si basa su prossimità e cooperazione, dove la qualità delle relazioni determina la produzione di valore collettivo (Sennett, 2012). L'innovazione sociale può essere intesa come un processo di creazione di valore sociale collettivo (Phills et al., 2008) che si fonda su dinamiche di empowerment, cooperazione e redistribuzione (Castro-Spila & Unceta, 2016) e interviene nei processi di sviluppo mediante forme di agency individuale e collettiva (Giddens, 1979; 1981; Nussbaum & Sen, 1993), sostenendo la costruzione di capacità sociali e politiche (Dietz & Burns, 1992) e generando nuovi modelli di governance partecipativa (Garcia et al., 2013). L'innovazione sociale, pertanto, non coincide con un insieme di soluzioni tecniche, ma con la capacità di attivare relazioni generative che rafforzano la coesione, la creatività e la sostenibilità dei sistemi sociali (Moulaert et al., 2013; Murray et al., 2010).

Quando si parla di innovazione sociale quindi, non si evoca soltanto un concetto tecnico, ma si entra in una dimensione che riguarda la capacità collettiva di immaginare e mettere in atto nuove forme di convivenza. È un terreno in cui le persone, spesso partendo da fragilità e contraddizioni, trovano il modo di costruire risposte originali a bisogni e desideri che ancora non hanno trovato spazio. In questo senso, l'innovazione sociale può assumere la forma di pratiche che inventano istituzioni inedite o, al contrario, di pratiche che rigenerano con cre-

Figura 4
Spirale
dell'Innovazione
Sociale.
 Fonte: Murray Et
 Al., 2010)

attività forme organizzative e relazionali già esistenti, offrendo loro nuova vitalità. La sua forza risiede proprio nella capacità di generare valore pubblico condiviso e di radicare il cambiamento nei luoghi in cui nasce, intrecciando aspirazioni, storie e relazioni in un processo che produce trasformazioni situate e riconoscibili (Moulaert et al., 2013). Questa accezione prende forma lungo due genealogie convergenti: una economico-manageriale, che interpreta il cambiamento come diffusione istituzionale dell'innovazione economica, e una civico-movimentista, che lo riconduce a pratiche collettive orientate all'equità e alla trasformazione sociale (Chambon, David & Devevey, 1982; Moulaert et al., 2013).

In entrambi i casi la "novità" non coincide necessariamente con l'invenzione ex-novo: molte innovazioni sociali si manifestano come riarticolarizzazioni e riusi istituzionalmente generativi di pratiche, convenzioni e assetti già noti, quando l'innescio trasformativo dipende dal modo in cui tali elementi vengono ricombinati, legittimati e diffusi nella sfera pubblica. Questa distinzione consente di comprendere perché, nella letteratura, l'innovazione sociale viene letta come processo più che come esito, e perché la legittimazione, oltre alla sperimentazione, diventa un passaggio cruciale (Moulaert et al., 2013; Griswold, 1997). Prendendo in analisi il modello di Murray, Caulier-Grice e Mulgan (2010), risulta evidente che l'innovazione sociale si sviluppi attraverso sei fasi che non seguono mai un percorso lineare, ma assumono la forma di spazi sovrapposti e dinamici, attraversati da cicli di retroazione. L'obiettivo ultimo resta il cambiamento sistemico: una trasformazione delle architetture istituzionali, culturali ed economiche che consente a innovazioni distribuite di consolidarsi come nuove infrastrutture sociali, producendo effetti durevoli nel tempo.



Questo quadro si precisa se assumiamo tre elementi analitici che attraversano la letteratura. Il primo riguarda l'agency, intesa come capacità d'azione individuale e collettiva che traduce competenze, immaginari e risorse in soluzioni contestuali; si tratta di un'agency spesso "co-performativa", che prende forza dal "fare insieme" (Sennett, 2012), si sedimenta nelle relazioni e negli spazi e struttura comunità creative capaci di dare senso alle azioni e di includere soggetti al margine (Boltanski & Thévenot, 1991; Deriu, 2012). La densità reticolare in cui queste pratiche maturano richiama le "reti aperte" e i legami deboli come opportunità e circolazione di informazioni, oltre i confini dei soli legami forti, confermando l'importanza del capitale sociale nelle sue declinazioni di bridging e linking (Granovetter, 1973).

Il secondo elemento riguarda la governance: le innovazioni sociali efficaci si articolano in configurazioni "bottom-linked" in cui iniziative dal basso si intrecciano con azioni abilitanti dall'alto, superando la dicotomia bottom-up/top-down; in questi contesti si affermano forme di metagovernance e co-produzione che ridisegnano i rapporti tra pubblico, privato e società civile, orientando servizi e politiche verso il "Public Value Management" e non verso logiche di puro New Public Management (Jessop, 2002; Ostrom, 1990; Nambisan, 2008; Lévesque, 2014).

Il terzo elemento riguarda l'ancoraggio ai modelli di sviluppo: l'innovazione sociale risulta coerente con l'approccio delle capacità, per cui sviluppo significa espansione sostanziale delle libertà reali delle persone e delle combinazioni di funzionamenti che queste hanno ragione di considerare di valore (Sen, 1985; 1992; 1999; Nussbaum & Sen, 1993; Nussbaum, 2000; 2012).

Più che una definizione stabile, in accordo con quanto proposto da Moralli (2022) l'innovazione sociale richiede una posizione di ricerca capace di chiarire da dove si guarda e quale tipo di trasformazione si intende accompagnare. Ogni interpretazione implica una scelta, tra la genealogia economico-manageriale che legge il cambiamento come diffusione dell'innovazione e quella civico-collettiva che lo radica nelle pratiche di cooperazione e solidarietà. L'interesse non risiede nel preferire un orientamento, ma nel comprendere come questi approcci, intrecciandosi, producano visioni differenti del valore sociale e del modo in cui prende forma. Adottare questa postura significa riconoscere che ogni processo innovativo riflette un modo situato di costruire futuro, in cui economia, società e progettualità si ricombinano nel tempo lungo della trasformazione.

Il ruolo del design nei processi di innovazione sociale

Il design per l'innovazione sociale si iscrive in un processo storico di profonda riconfigurazione del pensiero progettuale, che accompagna la transizione da un mondo fondato sull'espansione illimitata delle risorse a un orizzonte di responsabilità condivisa, in cui il progetto diventa strumento cognitivo e politico di trasformazione collettiva. Tale riconfigurazione riflette l'evoluzione del campo d'azione del design, che si è ampliato dal focus sull'oggetto industriale per includere l'intero sistema prodotto, considerando complessi di prodotti, servizi e comunicazione (Manzini e Bertola, 2004), a seguito dell'apertura a istanze sociali e finalità che non trovavano facile accesso nei sistemi produttivi (Manzini, 2021). La letteratura riconosce il design per l'innovazione sociale come un ambito multidimensionale che si muove all'incrocio tra sperimentazione progettuale, attivazione civica e trasformazione sistemica, trovando espressione in pratiche capaci di generare valore collettivo attraverso la co-produzione di risposte a bisogni sociali emergenti (Chick, 2012; Manzini, 2015; Campagnaro, 2023). Questo orientamento è stato storicamente supportato dalla ricerca accademica italiana che, già dagli anni Duemila, sotto il coordinamento di Ezio Manzini nella rete SDSI Sistema Design Italia, ha riflettuto sul ruolo del contesto territoriale per lo sviluppo e l'innovazione (Manzini, 2021), superando l'idea di un agire progettuale episodico. Come sottolineato da Manzini (2015, 2021), l'innovazione sociale è sempre situata, relazionale e distribuita, e si fonda sulla capacità delle comunità di attivare risorse locali, costruire connessioni e generare soluzioni condivise a partire da problemi comuni. Ogni soggetto, individuale o collettivo, esercita una competenza progettuale implicita; il ruolo del designer consiste allora nel riconoscere, coltivare e amplificare tali capacità, non attraverso l'imposizione di modelli esterni ma tramite la cura dei processi collaborativi che ne rendono possibile l'emersione. La cosiddetta "grande transizione", che segna il passaggio da un mondo illimitato a un sistema consapevole dei propri confini, non coincide con una semplice fase di crisi, ma con un mutamento di civiltà in cui il progetto assume una funzione abilitante, capace di connettere micro-iniziative locali in un disegno complessivo di sostenibilità distribuita; la dimensione del *cosmopolitan localism* indica la necessità di intrecciare la prossimità con l'apertura: un principio di relazione in cui i saperi e le culture radicate nei luoghi si connettono in reti di collaborazione che attraversano scale e confini, generando

forme di produzione e di convivenza più resilienti (Manzini, 2015). Il design, che può quindi essere anche inteso come pratica di *sense making*, opera dentro questi processi non per risolvere problemi isolati, ma per attivare capacità collettive di interpretazione, negoziazione e apprendimento. Ogni intervento progettuale diventa occasione per rendere visibili le potenzialità latenti nei contesti di vita quotidiana e per costruire connessioni fra soggetti eterogenei, traducendo la dispersione delle esperienze in un tessuto di significati condivisi. Il progetto genera così ambienti favorevoli alla collaborazione, dove le relazioni diventano infrastruttura di senso e le economie della reciprocità si affermano come alternativa concreta ai modelli estrattivi e centralizzati.

Nella prospettiva aperta da Manzini e sviluppata da una vasta letteratura internazionale, il progetto assume quindi una valenza politica e cognitiva: diventa processo di costruzione condivisa di senso e di azione, capace di abilitare comunità, reti e istituzioni a immaginare e realizzare forme di vita più sostenibili e giuste (Manzini, 2015; Amatullo et al., 2021). L'innovazione sociale, in questa accezione, è intesa come un cambiamento sociale trasformativo (Manzini, 2010, 2021), che non si identifica con la creazione di soluzioni esemplari, ma con la capacità del design di attivare dinamiche generative, diffuse e trasformative che emergono dall'interazione tra soggetti, contesti e risorse, in un quadro in cui emerge anche un'idea di Pubblico che non si limita a riconoscere le energie sociali, ma impara a stimolarle e supportarle (Manzini e D'Alena, 2024). Questa configurazione implica un ripensamento del ruolo del design, che si svincola da logiche prestazionali per assumere una funzione abilitante e dialogica, capace di riconoscere e sostenere "promising ways of being and doing" (Manzini in Muratovski, 2023) nei contesti in cui opera. L'approccio non si fonda su una visione ingenuamente ottimistica, bensì su un principio di *positività critica*, che riconosce la coesistenza di tensioni, contraddizioni e possibilità nei sistemi sociali, valorizzando le forme di agency diffusa che, anche nei contesti più fragili, generano apprendimento collettivo, cooperazione e cura (Manzini, 2019).

La funzione del progetto non consiste nella risoluzione di problemi, ma nell'abilitazione di processi generativi di senso e di possibilità, capaci di operare sul lungo periodo come vettori di trasformazione collettiva. L'azione progettuale diviene così un'infrastruttura dialogica che valorizza le relazioni, promuove fiducia e responsabilità reciproca, costruisce visioni comuni e favorisce la co-produzione di beni condivisi. In questa traiettoria, il design dei servizi, il design strategico e il design della comunicazione svolgono un ruolo cardine, poiché operano su scale intermedie di organizzazione sociale, abilitando forme di

cooperazione capaci di tenere insieme la dimensione culturale, economica e ambientale del cambiamento (Meroni et al., 2013; Vezzoli et al., 2014; Fassi et al., 2019).

Secondo l'interpretazione proposta da Campagnaro (2023) le sperimentazioni documentate nella letteratura internazionale mettono in evidenza cinque tensioni ricorrenti che strutturano il campo: la costruzione di comunità, la partecipazione, la fiducia, la scala e la valutazione dell'impatto (Hillgren, Seravalli & Emilson, 2011; Warwick & Young, 2016; Moore, Riddell & Vocisano, 2015). La prima riguarda il riconoscimento delle comunità come soggetti collettivi dotati di capacità progettuali diffuse (Meroni, 2007), come nel caso delle "comunità di patrimonio" o delle "Case del Quartiere", spazi di coabitazione dove si mescolano funzioni e pubblici differenti (Manzini e D'Alena, 2024); il design agisce qui come catalizzatore, stimolando appartenenza, responsabilità e apprendimento reciproco. La partecipazione si manifesta come pratica riflessiva e inclusiva che attraversa l'intero arco del progetto, dal framing alla co-produzione, fondando una nuova idea di prossimità cognitiva tra progettisti e cittadini. La fiducia costituisce il terreno su cui tali processi si consolidano, richiedendo posture etiche, sensibilità relazionale e disponibilità a condividere autorità e decisione (Warwick, 2017). Il tema della scala introduce la questione della continuità e della risonanza: il design orientato all'innovazione sociale tende a consolidarsi attraverso reti diffuse, adattamenti locali e trasformazioni incrementali che generano impatti culturali e normativi piuttosto che espansioni dimensionali (Cipolla, 2018). L'impatto, a sua volta, non è concepito come esito misurabile in termini quantitativi, ma come processo di apprendimento collettivo che modifica le relazioni, i comportamenti e le visioni del possibile (Chick, 2012; Britton, 2017). All'interno di questa costellazione, l'innovazione sociale appare come una trama di microprocessi interconnessi, *small, local, open, connected systems*, che si diffondono attraverso imitazione, adattamento e connessione (Manzini, 2010; 2015). Tali esperienze, radicate nella dimensione situata dei contesti e orientate a una prospettiva di lungo periodo, alimentano una cultura della resilienza fondata sulla diversità, sulla sperimentazione e sulla capacità di generare valore pubblico a partire dalle relazioni. In questo senso, il design per l'innovazione sociale non costituisce un settore disciplinare, ma una postura culturale: un modo di stare nel mondo attraverso il progetto, di pensare insieme la trasformazione e di trasformare attraverso il pensiero.

Radicamento e relazione: la Prossimità e la Cura come fondamenti della pratica progettuale

Il concetto di cura

Le riflessioni femministe e postcoloniali, impegnate da tempo nella decostruzione dell'universalismo cognitivo moderno, hanno reso evidente come il progetto non possa più essere inteso come sapere tecnico da applicare a contesti neutri, ma come gesto onto-epistemologico capace di produrre forme situate di esistenza, relazione e abitabilità (Suchman, 2007, 2011; Haraway, 1988; Puig de la Bellacasa, 2017). In questa prospettiva, progettare significa assumere una postura relazionale e responsabile, una "response-ability" (Haraway, 2007), fondata sulla co-implicazione tra soggetti, ambienti e materiali, dove ogni azione progettuale si configura come processo di cura trasformativa. La cura, intesa come pratica cognitiva e politica, diventa un *pensare-con* (Stengers, 2005), un atto collettivo che genera attenzione reciproca e materialità condivisa, attraverso cui si rinegoziano continuamente le condizioni della convivenza. Come suggerisce Tronto (1993), prendersi cura equivale a esercitare una forma di responsabilità politica situata, capace di redistribuire vulnerabilità e potere all'interno delle relazioni sociali. Nella prospettiva di Barad (2007), ogni atto conoscitivo implica un coinvolgimento etico-materiale, poiché conoscere significa partecipare alla costituzione del reale. Allo stesso modo, per Mol (2008) la cura agisce come processo continuo di aggiustamento relazionale, un movimento fatto di gesti minuti, traduzioni e adattamenti che rendono praticabile la vita comune. La pratica progettuale, intesa in questo senso, non produce oggetti finiti ma configurazioni dinamiche di relazioni, un tessuto materiale e affettivo di micro-tecnologie attraverso cui la convivenza diventa esperibile. Le riflessioni di María Puig de la Bellacasa hanno radicalizzato il pensiero sulla cura come pratica onto-etica capace di ridefinire i rapporti fra conoscenza, materia e relazioni più-che-umane. La sua proposta di *speculative ethics* non coincide con una morale prescrittiva, ma con un processo di coinvolgimento affettivo e cognitivo che riarticola le condizioni stesse del *pensare-con*. La cura diventa un atto epistemico, un modo di generare mondi attraverso relazioni situate che attraversano la distinzione tra umano e non-umano, includendo in un unico respiro "cose, oggetti, altri animali, esseri viventi, organismi, forze fisiche, entità spirituali e umani" (Puig de la Bellacasa, 2017). Ogni forma di

pensiero è già un atto di partecipazione materiale: conoscere significa toccare, essere toccati e, di conseguenza, assumere responsabilità per ciò che quel contatto genera (Barad, 2007; 2012). Riprendendo la definizione di Tronto (1993) della cura come “tutto ciò che facciamo per mantenere, continuare e riparare il mondo”, Puig de la Bellacasa amplia l'orizzonte etico verso un'interdipendenza che include corpi, ambienti e oggetti. La sua analisi mostra che l'etica della cura non può essere ridotta a sentimento o obbligo morale, ma deve essere compresa come forza materiale e politica che tiene insieme lavoro, affetto e responsabilità (Tronto, 1993; Mol, 2008). La cura è dunque un gesto denso, ambivalente e mai neutro: può generare libertà o oppressione, emancipazione o controllo, a seconda delle relazioni che attiva e dei poteri che redistribuisce. La postura di cura, quando viene traslata nel campo del progetto, implica un ripensamento del ruolo del designer come co-implicato nel divenire dei mondi. In continuità con le letture di Haraway (1988; 2015) e Suchman (2011), il progetto appare come un atto di *situated knowledge*: un sapere incarnato, parziale e relazionale che non mira alla rappresentazione neutra ma alla generazione di relazioni sensibili. Haraway parla di *staying with the trouble* per indicare la necessità di rimanere dentro la complessità dei legami e delle tensioni; Puig de la Bellacasa (2017) traduce questa idea in un'etica della responsabilità condivisa, dove il “buon progetto” non è quello che risolve, ma quello che accompagna, ascolta e riformula costantemente i propri effetti, muovendosi attraverso pratiche concrete di *thinking-with* (pensare-con), *dissenting-within* (dissentire-da-dentro) e *thinking-for* (pensare-per). L'analisi proposta da Puig de la Bellacasa introduce inoltre un contributo rilevante alla comprensione del tempo come componente epistemica dei processi di cura, evidenziando come la temporalità della cura non corrisponda a una sospensione dell'azione, ma a una diversa organizzazione dei ritmi, capace di disarticolare la linearità progressiva tipica del pensiero tecnico-produttivo (Puig de la Bellacasa, 2017). L'espressione *making time for care* definisce un atto cognitivo e politico che mette in discussione la logica performativa dell'innovazione, tradizionalmente associata alla velocità, alla novità e al superamento. Riconoscendo che la cura costituisce anche “un'ecologia della manutenzione”, l'invito si estende anche ad un ripensamento temporale: fare spazio al tempo della cura implica resistere alle logiche performative della modernità, attivando forme di resistenza epistemica attraverso ecologie affettive, saperi taciti e forme speculative di interdipendenza. Seguendo la riflessione di Steve Jackson (2014), De la Bellacasa osserva che le narrazioni tecnoscientifiche tendono a privilegiare ciò che è “nuovo, brillante e definitivo”, relegando in secondo piano le pratiche di manutenzione, riparazione e accompagnamento. Questa tendenza, che Jackson definisce “pregiudizio produttivista”, riproduce una visione teleologica

del cambiamento, centrata sul risultato e sull'eccezionalità piuttosto che sulla continuità dei processi. La prospettiva femminista della cura, così come emerge in dialogo con l'etica relazionale di Haraway (2016), offre una lettura alternativa: la durata, la lentezza e la ricorrenza vengono interpretate come condizioni di sostenibilità cognitiva e materiale. Questa attenzione ai cicli e alla ripetizione, anziché alla rottura innovativa, favorisce un "momento involutivo" (*involutionary momentum*), inteso non come regressione, ma come un'intensificazione e un infittirsi dei legami esistenti (Hustak e Myers, 2012). Il tempo della cura delineato da Puig de la Bellacasa sembra inoltre trovare una corrispondenza con la *ragione meridiana* (Cassano, 2021) discussa nel capitolo precedente, nel valorizzare la temporalità come condizione per comprendere e trasformare il reale senza spezzarne le relazioni.

Il principio di prossimità: scala, relazione e radicamento

Nel dibattito contemporaneo, il concetto di prossimità ha acquisito una valenza teorica e operativa cruciale, superando la sola dimensione geografica per diventare un costrutto multidimensionale che articola relazioni, affinità cognitive e dinamiche di cura; a partire dagli studi pionieristici di Ron Boschma (2005), infatti, la prossimità viene analizzata lungo cinque assi interagenti, ovvero cognitivo, sociale, istituzionale, organizzativo e geografico, i quali insieme facilitano l'apprendimento collettivo e la condivisione di conoscenze tacite (Boschma, 2005; Balland, 2011; Bouba-Olga & Grossetti, 2008). Questa lettura complessa, ulteriormente consolidata dal contributo della scuola francese (Rallet & Torre, 1999), si fonda sull'idea che l'efficacia delle relazioni non risieda nella contiguità spaziale, bensì nella compatibilità situata tra sistemi di valori e regole operative (Boschma, Balland & De Vaan, 2014). È in questo scenario che la riflessione sulla città trova nuovo slancio, in particolare attraverso la prospettiva della "città dei 15 minuti" di Carlos Moreno (2020) e la successiva elaborazione di Ezio Manzini (2021) sull'abitare la prossimità, due contributi che, insieme, definiscono la prossimità sia come un quadro d'azione strategico sia come il presupposto per la rigenerazione sociale ed ecologica.

Carlos Moreno (2024) propone un cambio di paradigma radicale per la città contemporanea, muovendo una critica serrata al modello ereditato dalla modernità novecentesca, un modello che, sulla scia del taylorismo e del fordismo, ha imposto una rigida separazione funzionale degli spazi urbani (lavoro, residenza, commercio, tempo libero) e ha asservito la vita dei cittadini a una temporalità lineare e alienante,

Figura 5
Le 5 accezioni
della prossimità
elaborate sul
modello di Bosch-
ma (2005).
Fonte: elaborazio-
ne dell'autore

dominata da lunghi e obbligati spostamenti pendolari. Questa pianificazione, che ha subordinato la densità (intesa come ricchezza di interazioni) alla distanza (intesa come segregazione spaziale e sociale), ha generato una “trombosi urbana”, sacrificando il bene più prezioso, il tempo utile, e producendo città disumanizzate e insostenibili (Moreno, 2024). In risposta a questa crisi, e in linea con il “diritto alla città” teorizzato da Henri Lefebvre (2014), Moreno (2024) sposta l'accento sul “diritto di vivere in città”, formulando il concetto di città dei 15 minuti come percorso per una metamorfosi urbana fondata sulla riconquista di una prossimità felice e di un'alta qualità della vita sociale. L'obiettivo è quello di trasformare la città da monofunzionale e monocentrica a policentrica, garantendo a ogni cittadino l'accesso, entro un raggio di 15 minuti a piedi o in bicicletta, alle sei funzioni sociali urbane essenziali: abitare, lavorare, rifornirsi, curarsi, imparare e divertirsi (Moreno, 2024). Questa visione si fonda su tre pilastri concettuali: il crono-urbanismo, ovvero una nuova pianificazione dei ritmi urbani che permetta di sincronizzare meglio spazi e tempi a favore del tempo utile e liberato; la cronotopia, che consiste nel moltiplicare le funzioni di un singolo luogo a seconda dei diversi momenti della giornata, della settimana o dell'anno (ad esempio, una scuola che diventa centro culturale di quartiere dopo l'orario delle lezioni); e la topofilia, letteralmente “l'amore per i luoghi”, ovvero la ricostruzione di un legame affettivo tra gli abitanti e il loro ambiente, stimolato dalla partecipazione, dalla cura degli spazi e dalla bellezza (Moreno, 2024). Questo approccio, che riecheggia la visione della “città vivente” di Jane Jacobs (2009) come organismo complesso e in perenne trasformazione, non rifiuta la tecnologia ma la reinterpreta: invece di essere il motore di una *smart city* tecno-centrica, il digitale e l'ubiquità diventano strumenti al servizio della convivialità e dell'iper-prossimità, per creare

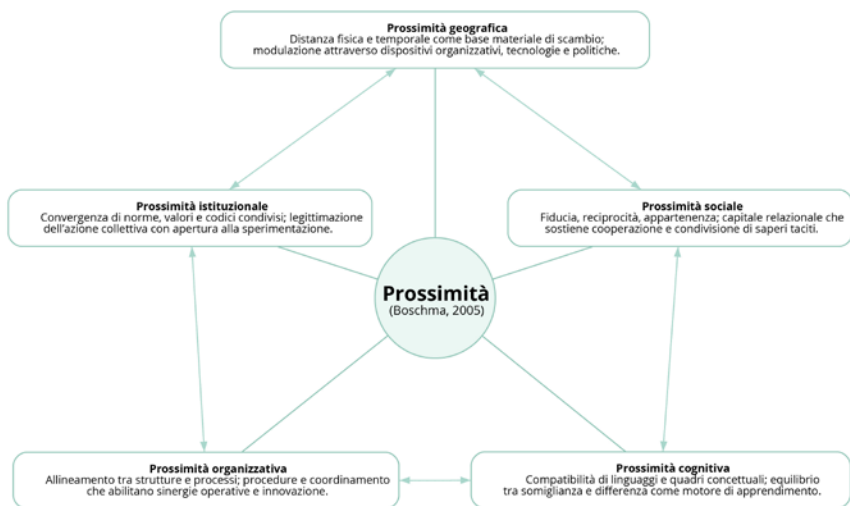




Figura 6
La Ville du quart d'heure.
 Fonte: Carlo Moreno, la città dei 15 minuti.

nuovi servizi e rafforzare il legame sociale, come nel caso della *civic tech* che può rinviare la democrazia partecipativa. La città dei 15 minuti, pertanto, non è un modello utopico da replicare, ma un percorso, una “tabella di marcia” che richiede di partire dall’esistente per trasformarlo, agendo su quattro elementi chiave: densità (organica e non solo edilizia), diversità (sociale e funzionale), prossimità (come principio organizzativo) e ubiquità (come strumento abilitante). È una visione che si pone come una risposta concreta e sistemica alle grandi sfide del nostro tempo (Sassen, 2024), in primis quella climatica, proponendo un modello di sviluppo ecologico, economico e sociale che, come auspicato da Edgar Morin (2010), ricompone ciò che è stato separato e tesse insieme la complessa rete della vita urbana (Moreno, 2024). Su queste basi, la riflessione di Ezio Manzini (2021) opera un fondamentale scarto qualitativo, integrando i presupposti di prossimità funzionale di Moreno con una disamina della sua dimensione relazionale, che diviene il vero motore della trasformazione urbana. Se Moreno definisce il quadro d’azione, Manzini ne esplora le dinamiche generative, poiché, come l’autore stesso afferma, la prossimità non è solo la condizione di essere fisicamente vicini, ma anche «un sentimento derivante dalla consapevolezza di condividere qualcosa con qualcuno».

Manzini (2021) articola una critica profonda e strutturata al paradigma urbano ereditato dal XX secolo, da lui definito la “città delle distanze”, un modello fondato sull’efficienza della specializzazione funzionale e sull’economia di scala che ha frammentato la vita quotidiana, imponendo una mobilità costante e obbligatoria tra zone monofunzionali e generando insostenibili diseconomie ambientali e un

progressivo processo di “desertificazione sociale”. In contrapposizione a questo modello in crisi, la cui inadeguatezza è stata resa ancora più manifesta dall'emergenza pandemica, Manzini (2021) delinea lo scenario progettuale della “città delle prossimità”, un ecosistema urbano che non si limita a proporre una semplice riorganizzazione spaziale, ma postula una radicale riconfigurazione delle relazioni sociali, economiche e culturali a partire dal concetto cardine di prossimità. Quest'ultima viene analizzata nella sua duplice e interdipendente accezione: una prossimità funzionale, che si traduce nell'avere tutto ciò che serve per la vita quotidiana a pochi minuti di distanza, come esemplificato da programmi quali la “Ville du quart d'heure” di Parigi (Moreno, 2020) o le “Superilles” di Barcellona (Rueda, 2012), e una prossimità relazionale, intesa come la capacità di un ambiente di favorire gli incontri, la collaborazione, il mutuo sostegno e la cura reciproca. A differenza della prossimità premoderna, dettata dai limiti tecnologici, la prossimità contemporanea è una scelta intenzionale e progettuale, una “prossimità ibrida” che intreccia in modo indissolubile la dimensione fisica con quella digitale. Il motore principale per la costruzione di questo nuovo modello urbano è, nel pensiero di Manzini (2021), l'innovazione sociale, definita come un insieme di nuove idee e pratiche collaborative che, cambiando un modo di fare socialmente consolidato, soddisfano bisogni sociali in modo più efficace e, contemporaneamente, creano nuove relazioni e rafforzano la capacità di agire della società stessa (Murray et al., 2010). L'innovazione sociale si manifesta concretamente attraverso la nascita di “comunità di progetto”, forme sociali leggere, aperte e intenzionali che si costituiscono non più per appartenenza di nascita, come le comunità tradizionali, ma per scelta, attorno a un tema catalizzatore e a un'idea da realizzare collaborativamente. Quando queste comunità si radicano in un luogo, diventano “comunità di luogo”, veri e propri agenti di rigenerazione del tessuto urbano, dove la comunità emerge come un “intreccio di progetti” di diversa natura e scala. Questo processo, tuttavia, non è esente da sfide, poiché richiede una transizione da una “fase eroica”, animata dall'entusiasmo dei promotori, a una “normalità trasformativa”, una quotidianità che mantiene la sua carica innovativa pur diventando sostenibile nel lungo periodo. In questo quadro, il concetto di cura assume un valore centrale e fondativo, configurandosi come l'antidoto alla “società senza cura” (McKnight, 1995) generata dalla città dei servizi, la quale ha trasformato i cittadini in clienti passivi, disabilitando le loro capacità e generando una crisi sistemica del welfare (Cottam, 2018). Manzini (2021), riprendendo il pensiero di autrici come Joan Tronto e Maria Puig de la Bellacasa (2017), definisce la cura come un'attività che include tutto ciò che facciamo per mantenere e riparare il nostro “mondo”, un'interazione che richiede contatto, reciprocità e prossimità. La città che cura, pertanto, non può fondarsi su servizi tradiziona-

li, ma necessita di una nuova generazione di servizi collaborativi che operino come sistemi abilitanti, sostenendo le capacità delle persone (Sen & Nussbaum, 1993) e promuovendo la formazione di comunità di cura. Esempi come il modello Circle (Cottam, 2018) o le Superilles Sociali di Barcellona dimostrano come sia possibile ridistribuire il lavoro di cura tra una molteplicità di attori (professionisti, volontari, vicini), localizzando i servizi e tessendo reti di supporto radicate nel territorio¹. In questo scenario, le piattaforme digitali, come approfondito da Ivana Pais (2021), giocano un ruolo ambivalente: possono accentuare l'isolamento attraverso modelli estrattivi e iper-individualizzanti, oppure possono essere progettate come nuovi "beni collettivi locali per la collaborazione", infrastrutture al servizio delle comunità per favorire il radicamento locale, la governance partecipativa e lo sviluppo di un'economia di prossimità. In definitiva, per Manzini (2021), "progettare per avvicinare" non significa progettare le comunità in sé, che per loro natura emergono spontaneamente, ma costruire l'ecosistema favorevole al loro fiorire: un'azione strategica che richiede la co-progettazione di infrastrutture, stimoli e attrattori che rendano l'incontro e la collaborazione più probabili, in un processo continuo che intreccia azioni *per la prossimità*, a scala di sistema, e azioni *in prossimità*, nella dimensione molecolare dei quartieri e della vita quotidiana.

¹ La crisi pandemica, come osserva Manzini (2021), ha agito come un "grande esperimento sociale" che ha reso tangibile per tutti la fragilità dei sistemi di cura centralizzati e l'importanza di un presidio sociale capillare sul territorio. Proprio l'obbligo di distanziamento fisico ha paradossalmente messo in luce il bisogno di prossimità relazionale e funzionale, spingendo all'invenzione di nuove forme di "cura senza contatto" fisico diretto, ma sostenute da una forte vicinanza comunitaria.

2.3 Design e cibo

L'evoluzione del rapporto tra design e alimentazione mostra una trama continua di scambi tra le tecnologie della produzione e le culture del consumo, in cui il progetto agisce come forma di riflessione etica incarnata nei gesti quotidiani e nelle scelte materiali. L'elaborazione sistemica proposta da Fritjof Capra offre una chiave interpretativa capace di restituire al cibo la sua natura di struttura relazionale e complessa, in cui ogni elemento partecipa a un equilibrio dinamico di scambi e retroazioni. Nei sistemi viventi, i principi di interdipendenza, ricorsività e co-evoluzione descrivono le condizioni generative della sostenibilità (Capra, 1997; 2002). Il cibo, inteso come flusso energetico e biologico che attraversa corpi, suoli, ambienti e istituzioni, manifesta pienamente questa logica sistemica della vita, in cui ogni atto alimentare diventa parte di un circuito di connessioni materiali e simboliche che sostengono la continuità del vivente.

Questa logica sistemica deve tuttavia confrontarsi con la profonda trasformazione del rapporto tra i processi di produzione e le pratiche di consumo, ridefinito dall'espansione dei mercati globali, dalla concentrazione del potere economico e dall'intensificazione degli scambi che hanno reso più complesso e interdipendente il sistema agroalimentare mondiale. La modernità industriale ha infatti generato un sistema alimentare lineare che riduce il cibo a merce, fondato su intensificazione agricola, monoculture e dipendenza da fertilizzanti e pesticidi, con conseguente perdita di biodiversità e alterazione dei cicli ecologici (McDonough & Braungart, 2002; Catania, 2017). In questo processo, la complessità ecologica viene sostituita da una linearità meccanica che separa i luoghi della produzione da quelli del consumo, rendendo opache le connessioni materiali e affettive che sostengono la vita (Braungart & McDonough, 2009). La filiera industriale, nel suo tentativo di massimizzare l'efficienza e ridurre la variabilità, costruisce un sistema alimentare disancorato dai cicli naturali, dove l'origine del cibo diventa invisibile e la sua qualità è definita in termini puramente quantitativi. Tale alienazione produce un deficit di consapevolezza collettiva, in cui la nutrizione smette di essere un atto relazionale e si trasforma in un consumo anonimo, mediato da logiche di mercato e da dispositivi tecnici che amplificano la distanza

tra l'uomo e il vivente (Pollan, 2007). L'iperdisponibilità di cibo a basso costo, sostenuta da politiche agricole di sovrapproduzione e da strategie di marketing aggressive, ha inoltre generato una forma patologica di dipendenza alimentare che produce obesità, malattie croniche e impoverimento sensoriale, ma è anche all'origine di un'altra grave distorsione del sistema, dal momento che lo spreco alimentare contribuisce per l'8-10% alle emissioni globali di gas serra, esacerbando così le crisi planetarie del cambiamento climatico, della perdita di natura e biodiversità, e dell'inquinamento (FAO, 2013; UNEP, 2021).

Per Pollan, il consumatore contemporaneo abita quindi un paesaggio alimentare in cui l'abbondanza è divenuta segno di progresso e benessere, ma anche sintomo di una profonda disfunzione culturale, sociale ed economica. L'atto del mangiare, un tempo rituale e comunitario, viene privato del suo significato etico ed estetico, riducendosi a un gesto automatico orientato alla gratificazione immediata. Il consumatore diventa così un soggetto passivo di un sistema che trasforma il desiderio in bisogno e la nutrizione in consumo compulsivo, inscrivendo il corpo umano all'interno del circuito dell'iperproduzione capitalistica (Pollan, 2007).

Anche la diffusione dei prodotti biologici su scala industriale mostra i limiti di una sostenibilità mediata dalle logiche di mercato. Pur facendo riferimento a principi ecologici, la grande distribuzione biologica tende a riprodurre le stesse strutture gerarchiche, le stesse distanze e le stesse economie di scala del sistema convenzionale, in cui la certificazione ambientale diventa un marchio competitivo più che una pratica trasformativa, e la produzione ecologica perde la sua dimensione territoriale e comunitaria (Sottile e Peano, 2017). Il "biologico industriale" rappresenta quindi una soglia critica: testimonia la possibilità di un cambiamento simbolico nel consumo, ma anche la difficoltà di tradurre tale cambiamento in un'effettiva ristrutturazione dei rapporti di produzione e delle relazioni tra uomo, terra e cibo.

Proprio in reazione a questa crescente alienazione e alla percezione di una minaccia culturale, già a partire dagli anni '80 in Italia il cibo diventa improvvisamente oggetto di interessi politici e culturali, poiché emerge sempre più l'idea che i foodways e gli ingredienti locali siano minacciati dalla produzione di massa e dalla globalizzazione (Siniscalchi, 2023). La rivista *Gambero Rosso*, fondata nel 1986, divenne la culla di Arcigola, un'associazione fondata da Carlo Petrini il cui scopo era la protezione dell'ambiente e la difesa del consumatore, uniti alla convivialità e al piacere. Questo fermento culturale culminò il 9 novembre del 1989 a Parigi, quando i rappresentanti del movimento internazionale per *"the defense of and the right to pleasure"* (Sottile

e Peano, 2017) firmarono il manifesto per la nascita ufficiale di Slow Food. Il nome, scelto in esplicita opposizione al “fast” come forma di protesta contro l’apertura del primo McDonald’s a Roma, incarnava l’obiettivo di opporsi alla vita veloce e di ricercare un nuovo equilibrio per resistere agli eccessi della modernità senza divenire reazionari (Andrews, 2008; Petrini e Padovani, 2017)².

Il movimento Slow Food, insieme a successivi libri e documentari di grande impatto come *Fast Food Nation* (Schlosser), *The Omnivore’s Dilemma* (Pollan) e alle ricerche di Nestle (2002) che hanno svelato la natura politica della “sicurezza” alimentare, ha contribuito ad alimentare una nuova consapevolezza collettiva sulle disuguaglianze e sui meccanismi di potere della filiera alimentare globale.

Da questo rinnovato interesse nasce l’ambito interdisciplinare dei Food Studies, che interpreta l’alimentazione come fenomeno sociale complesso in cui la dimensione etica ed ecologica assume un ruolo sempre più centrale (Bentley, 2011). A partire dalle prime analisi di matrice strutturalista e antropologica, il cibo viene interpretato come linguaggio e come codice culturale, un sistema di significati attraverso cui le società narrano se stesse, costruiscono appartenenze e definiscono confini morali e materiali. Da questa genealogia culturale e critica si sviluppa, in tempi più recenti, il food design, un campo di ricerca e di pratica che assume il cibo come materia progettuale.

2 La filosofia del movimento si è progressivamente evoluta, fino a essere sintetizzata nel 2005 nello slogan “buono, pulito e giusto”, dove “buono” rappresenta il diritto al piacere nel rispetto delle diverse culture, “pulito” si riferisce alla sostenibilità ambientale e alla cura per il pianeta, e “giusto” indica l’equità sociale e un senso del limite per produttori e consumatori (Petrini & Padovani, 2017). Questo approccio ha segnato il passaggio da un gruppo di gastronomi a un movimento di “ecogastronomi”, che ha dato vita a progetti di portata globale per concretizzare la sua visione (Petrini & Padovani, 2017). Tra le tappe fondamentali vi sono stati il primo Salone del Gusto a Torino nel 1996, un evento che unì per la prima volta produttori e consumatori in una grande manifestazione educativa; l’ideazione dell’Arca del Gusto, un catalogo mondiale di prodotti a rischio di estinzione, e la successiva creazione dei Presidi, progetti concreti per sostenere le piccole produzioni di qualità e salvare dall’estinzione razze animali e varietà vegetali (Petrini & Padovani, 2017). La svolta definitiva si è avuta nel 2004 con la nascita di due iniziative cruciali: Terra Madre, un incontro mondiale che ha dato vita a una rete globale di comunità del cibo composta da contadini, artigiani e pescatori, e l’inaugurazione dell’Università di Scienze Gastronomiche di Pollenzo, il primo ateneo al mondo interamente dedicato al cibo inteso come scienza olistica (Petrini & Padovani, 2017).

Food design

La storia del Food Design rivela una genealogia complessa in cui la dimensione progettuale accompagna da sempre l'evoluzione delle pratiche alimentari umane, dalle prime tecniche di cottura fino alla progettazione dei sistemi di produzione industriale (Margolin, 2013), sebbene solo negli ultimi decenni si sia affermato come un'area di ricerca e pratica autonoma. Già Sigfried Giedion (1948) evidenziava come l'applicazione della meccanizzazione al campo alimentare segnasse un passaggio decisivo nella storia del progetto, investendo direttamente la sfera biologica e ponendo interrogativi etici sul confine tra tecnologia e materia vivente, una posizione che Margolin (2013) ha riletto come una riflessione etica sul ruolo del progetto quale pratica sociale capace di incidere sulla qualità della vita. Da una prospettiva storica italiana, Bassi (2015) rintraccia le origini del food design moderno proprio nell'industrializzazione dei prodotti alimentari, analizzandoli come "progetti totali" che integravano proprietà organolettiche, tecnologie produttive e strategie di comunicazione, delineando un'evoluzione che va dalla produzione industriale di prodotti tradizionali (1850-1920), passando per l'innovazione dei prodotti moderni (1920-1960), all'era contemporanea legata a nuovi stili di vita (1960-2000). Nonostante questa lunga storia, è stato solo negli ultimi tre decenni che il cibo ha iniziato a essere esplorato sistematicamente dalla prospettiva del design esperto, portando a un percorso di istituzionalizzazione che ha visto tappe fondamentali nella fondazione dell'International Food Design Society (2009), nell'organizzazione di conferenze cruciali per espandere il dibattito sulla sua natura multidisciplinare (Zampollo & Smith, 2012), e nella creazione del primo journal internazionale di settore nel 2016, l'*International Journal of Food Design*³, volto a unire ricercatori di diverse discipline e a elevare la qualità della ricerca nel campo (Bardin et al., 2016; Zampollo, 2015;

3 Sulla scia di queste iniziative, nel 2013 Zampollo ha avviato il processo che ha portato alla nascita dell'International Journal of Food Design (IJFD), la cui pubblicazione è iniziata nel 2016. Durante la seconda conferenza internazionale di settore, Zampollo e Schifferstein hanno presentato la rivista, descrivendola come una piattaforma volta a unire ricercatori di diverse discipline, con lo scopo di favorire l'intersezione tra le arti culinarie, le scienze alimentari, la teoria del design e altre aree correlate (Bardin et al., 2016). L'obiettivo dichiarato del journal è quello di elevare la qualità della ricerca nel campo, affrontando il ruolo del cibo nelle società contemporanee da una prospettiva sistemica, che include gli ambienti di produzione, le implicazioni ambientali e sociali, e le conseguenze politiche, ma anche a livello di prodotto, considerando aspetti come l'attrattività sensoriale, la salute e la sostenibilità, senza tralasciare le esperienze e i rituali legati al consumo.

2016). A questo consolidamento hanno contribuito anche network come la Red Latino-americana de Food Design (2013) e, in Italia, l'ADI, che con il suo Food Design Manifesto (ADI, 2015) ha definito il campo come la “progettazione di atti alimentari”, ovvero l’elaborazione di processi per ottimizzare l’esperienza del consumo (ADI, 2015).

La definizione del concetto rimane tuttavia complessa, data la molteplicità di approcci che riflettono la diversità dei background dei suoi teorici (Biderman, 2017), poiché l'alimentazione è un tema che contiene tutto (Sorcinelli, 1999) e si presta a innumerevoli approcci (Montanari, 2004). Questa pluralità si riflette in modo significativo nella letteratura contemporanea; infatti, mentre una parte della ricerca si concentra specificamente sul cibo concepito come materiale da progettare, approfondendo l'analisi di elementi fondamentali come il gusto e la consistenza, altri ambiti di studio esplorano diverse e molteplici intersezioni tra alimentazione, cultura, e design. Secondo il pensiero di Antonelli (2008), persino gli alimenti più elementari possono essere considerati autentici oggetti di design forniti dalla natura, e la vera essenza dell'innovazione alimentare risiede nell'abilità di osservarli attentamente per esplorarne il potenziale intrinseco. Al contrario, Stummerer & Hablesreiter (2010) propongono una visione differente, sottolineando che il Food Design si riferisce a ogni progetto del cibo basato su regole di riproducibilità, dovendo quindi soddisfare, in modo analogo al design convenzionale, una precisa domanda sensoriale, funzionale e culturale. Di Lucchio (2012) propone un “Design ‘per’ il Cibo” che, attraverso un approccio sistemico focalizzato sul service design e sull'innovazione sociale, affronti le reali sfide del settore agro-alimentare. Altre prospettive inquadrano il food design come un processo che mutua metodologie da altre discipline per migliorare la fruizione fisica e mentale dell'alimento. Vogelzang (2015) introduce una distinzione cruciale tra il *food design*, che si occupa letteralmente di progettare la forma di un alimento, e l'approccio più ampio dell'*eating design*, che assume il verbo ‘mangiare’ come punto di partenza per progettare l'intera esperienza, includendo rituali, logistica e le complesse interazioni che circondano l'atto del nutrirsi. Altre prospettive ancora ne sottolineano la natura onnicomprensiva, che spazia dalla progettazione di oggetti commestibili e servizi fino a sistemi complessi ed esperienze di consumo (Kudrowitz et al., 2014; Parasecoli, 2017; Reissig, 2016). Per orientarsi in questa complessità, Bassi (2015) propone di articolare il campo in tre macro-aree, ovvero il design “con il cibo”, che riguarda le modalità di preparazione di ricette e la presentazione dei piatti, il design “per il cibo”, che include tutti i prodotti e gli strumenti legati al consumo e al servizio, e il design “del cibo”, o food product design, che si concentra sull'artefatto alimentare in sé. Una tassonomia più dettagliata è quella di Zampollo (2013,

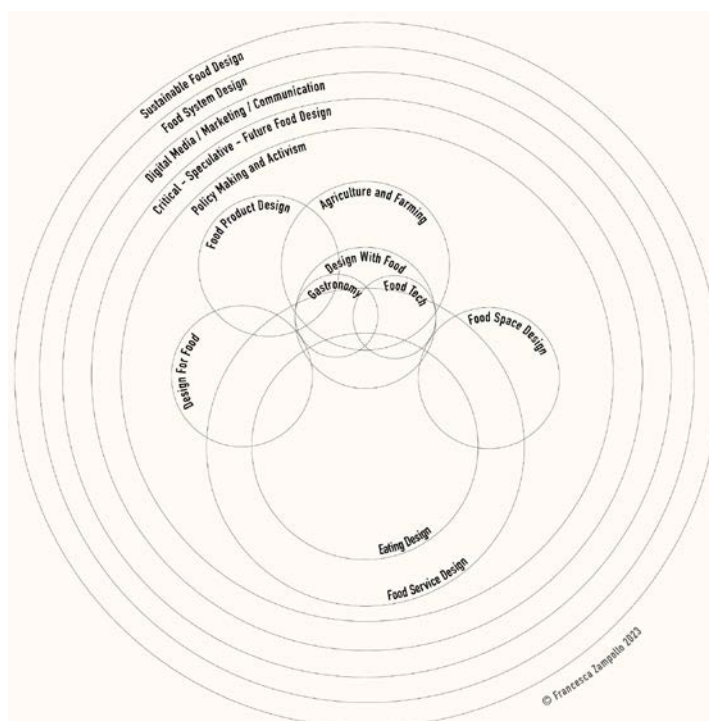
2016), che distingue tra *Sustainable Food Design*, *Food Product Design*, *Design For Food*, *Design With Food*, *Food Space Design*, *Food Service Design*, *Eating Design*, il *Food System Design*, che adotta una visione “dal micro al macro” (Bistagnino, 2016) e necessita di un approccio sistemico (Bistagnino, 2011), e il *Critical Food Design*, che applica le metodologie del design speculativo (Dunne & Raby, 2007) per stimolare riflessioni critiche. Zampollo (2016) conclude che è proprio la discussione sulla relazione tra cibo e design a costituire il nucleo fondante della disciplina.

La natura intrinsecamente interdisciplinare del food design è, infatti, un suo tema centrale, che da senso a un’attività di sintesi che attinge da discipline scientifiche, sociali, psicologiche ed estetiche e come un “ponte tra discipline” (Schifferstein, 2016, 2022) che riunisce attori con competenze eterogenee (Taylor e Loopstra, 2016) e crea proficue commistioni con le food sciences, i food studies e i food services (Reissig, 2017). In tempi più recenti, questa transdisciplinarietà si è orientata sempre più verso la sfera della sostenibilità, della circolarità e dell’attenzione verso le filiere (Catania, 2011). L’evoluzione del food design, testimonia infatti il passaggio da una visione estetica a una prospettiva relazionale e politica del cibo come materia di progetto, capace di rigenerare i legami tra produzione e vita sociale e di accompagnare la transizione verso visioni sistemiche del cibo come bene comune, in cui l’innovazione assume valore etico e collettivo (Ferrara & Massari 2015; Catania, 2017). Questo “lato sociale” del food design si allinea con il “social turn” del design verso una pratica “socialmente e moralmente responsabile” (Papanek, 1972), e si manifesta in approcci ibridi per promuovere stili di consumo salutarì (Batat, 2021), nel public engagement su questioni come la homelessness (Dolejsova e Liskova, 2015), così come nelle esperienze della scuola milanese del Design for Social Innovation (Manzini et al., 2006; Fassi et al., 2013). In particolare, le ricerche di questo filone esplorano la complessa connessione tra cibo e società per l’inclusione sociale e la rigenerazione urbana (Manzini et al., 2006; Manzini & Jegou, 2008; Fassi et al., 2013), concretizzandosi in contesti di prossimità critica come i mercati rionali, attraverso iniziative di *service design* quali SO-Spesa, che affrontano in modo sistemico povertà alimentare e spreco (Fassi & Meroni, 2023). Tali pratiche hanno poi contribuito a teorizzare il ruolo della prossimità, geografica e relazionale, come fattore abilitante per la collaborazione e le diverse forme di cura all’interno delle Reti Alimentari Alternative (AFNs) (Corubolo et al., 2024).

Massari (2021) chiarisce come il food design sia diventato uno strumento per co-progettare culture alimentari più eque, spostando il progetto dall’oggetto alla relazione e trasformandolo in un atto di let-

Figura 7
Visualizzazione
delle 14
sottodiscipline
del Food Design.
Fonte: Francesca
Zampollo

tura e cura dei legami tra corpi, luoghi e risorse. La dimensione relazionale del cibo diventa così un'occasione di rigenerazione ambientale e sociale (Thackara, 2005), estendendo il progetto alla dimensione emotiva per generare valore simbolico e culturale (Norman, 2004). I progetti più recenti di Food System Design assumono una natura trasformativa e partecipativa, coinvolgendo le comunità in processi di co-creazione per costruire un nuovo paradigma alimentare circolare (Fassio & Tecco, 2019).. Per realizzare tale visione, diventano centrali l'educazione e un apprendimento progettuale ispirato ai principi della natura, in sintonia con l'ecoalfabetizzazione proposta da Capra, arrivando a concepire il design stesso come una pratica educativa che traduce i cicli naturali in modelli produttivi capaci di rigenerare valore (Catania, 2017).

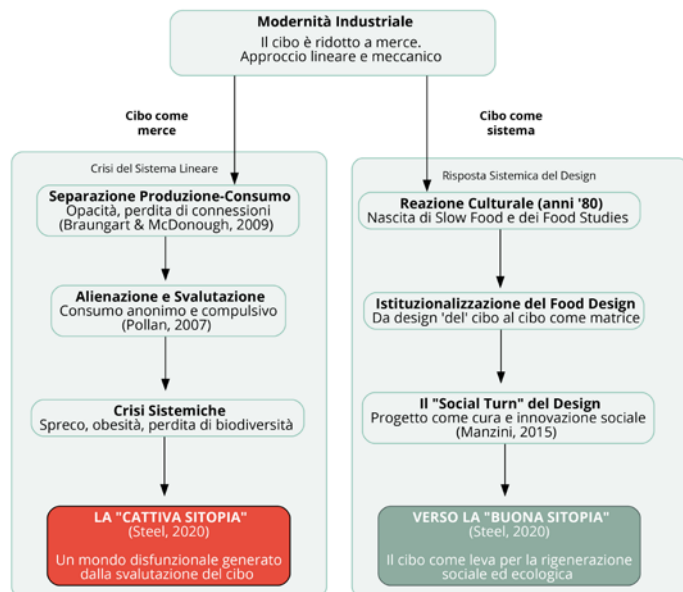


Sitopia: la relazione con il cibo come matrice progettuale

Il quadro teorico finora delineato trova un fertile terreno di approfondimento nel concetto di *Sitopia* (Steel, 2020). Il termine, una crasi dei lessemi greci *sitos* (cibo) e *topos* (luogo), si fonda su una tesi tanto semplice quanto radicale: la condizione umana si iscrive ontologicamente in una “sitopia”, ovvero un mondo le cui strutture materiali, sociali e simboliche sono plasmate dal cibo. A differenza dell’utopia, che per sua natura è un “non-luogo” ideale e irrealizzabile, la sitopia è una condizione immanente, un “foodplace” reale e tangibile nel quale si è da sempre immersi, sebbene la sua influenza sia così pervasiva da risultare spesso invisibile (Steel, 2013; 2020). Il cibo, infatti, agisce come un principio ordinatore che ha modellato i corpi, le abitudini, le società e gli ambienti, configurandosi come il grande connettore latente della civiltà. Sul versante antropologico, il cibo è un generatore di identità, memoria e appartenenza. La formazione precoce del gusto, un processo che precede la coscienza e si radica in una fase pre-verbale della vita (Steel, 2020), il legame tra alimentazione e ritualità domestica, la dimensione sensoriale e affettiva della cucina costituiscono tutti elementi centrali nella costruzione del sé corporeo e relazionale. In questo senso, il cibo agisce anche come mediatore cognitivo: ciò che mangiamo struttura il nostro modo di abitare il mondo, modellando tempo, spazio, relazioni e rappresentazioni.

Questa mediazione non è solo culturale ma bio-politica: la condivisione del cibo stimola il rilascio di endorfine che rafforzano i legami sociali, e innesca la produzione di ossitocina, l'ormone che genera fiducia e reciprocità, fondamento di ogni contratto sociale (Dunbar, 2018; Zak, 2012). Il paradigma sitopico, tuttavia, assume una valenza eminentemente critica nel momento in cui Steel introduce la nozione di “cattiva sitopia” (*a bad sitopia*). Secondo l'autrice, il sistema agroindustriale ha progressivamente svalutato il cibo, occultandone le origini, con il risultato di generare un ordine socio-ecologico disfunzionale

Figura 8
Il diagramma mostra la biforcazione dalla “Modernità Industriale”: da un lato la crisi sistemica che porta alla “Cattiva Sitopia” dall’altro le possibili risposte verso la “Buona Sitopia” (Steel, 2020).
Fonte: elaborazione dell’autore



i cui effetti sono in gran parte negativi (Steel, 2020)⁴. Molte delle crisi sistemiche contemporanee, dal cambiamento climatico alle patologie legate all'alimentazione, deriverebbero proprio da questa svalutazione. Il costrutto della Sitopia, che va inteso non come un modello prescrittivo ma come una lente analitica, offre il quadro concettuale attraverso cui decodificare il sistema alimentare contemporaneo come un testo scritto dalle relazioni tra cibo e territorio, poiché, a differenza dell'utopia che è ideale e quindi inesistente, la sitopia è molto reale e noi ci viviamo già dentro, semplicemente non in una buona, dato che non diamo valore alla materia di cui è fatta. È proprio l'adozione di questa lente che permette di svelare la “cattiva Sitopia” attuale, ri-

4 La svalutazione sistematica del cibo nel mondo industrializzato ci ha condotti in una “cattiva sitopia”, un ordine globale in cui il nostro sistema alimentare genera effetti prevalentemente distruttivi, dalle crisi ecologiche alle patologie sociali (Steel, 2020). Il cuore di questa disfunzione risiede nel paradigma industriale, un modello di produzione caratterizzato da una profonda inefficienza e da gravi implicazioni etiche. Basti pensare che un terzo del raccolto cerealicolo mondiale viene utilizzato per nutrire animali da allevamento, una pratica che, secondo i calcoli di Vaclav Smil, sottrae all'alimentazione umana una quantità di cibo potenzialmente in grado di sfamare un numero di persone dieci volte superiore (Smil, 2004). Questo sistema non solo consuma risorse in modo insostenibile, ma ha alterato la biomassa del pianeta a un livello quasi inimmaginabile: oggi, il 60% di tutti i mammiferi sulla Terra è costituito da bestiame, a fronte di un misero 4% di animali selvatici (Bar-On, Phillips, & Milo, 2018). Le condizioni di vita di questi animali, spesso confinati in veri e propri “gulag”, come li descrive Jonathan Safran Foer, sollevano questioni etiche ineludibili (Safran Foer, 2009). Di fronte a questa crisi, la risposta della cultura tecno-ottimista è stata quella di proporre soluzioni come la carne coltivata in laboratorio, un'idea che, sebbene anticipata da Winston Churchill già nel 1931, rischia di essere una falsa promessa (Churchill, 1931). Steel, citando la provocazione dell'architetto Cedric Price, ci invita a chiederci: “La tecnologia è la risposta. Ma qual era la domanda?”

velando le logiche e le interdipendenze che, pur plasmando la nostra realtà, rimangono altrimenti invisibili.

Il concetto di sitopia non si esaurisce nella sua funzione critica, ma si apre a un potente orizzonte progettuale. Steel sostiene infatti che, proprio in virtù del suo potere pervasivo, il cibo può essere mobilitato come una forza positiva per la costruzione di società più giuste e resilienti (Steel, 2020). La sitopia diviene così “un modo di vedere il mondo” che consente di agire in maniera sistemica e trasformativa, proponendo un modello di “crescita stazionaria” (steady-state economy) che, come teorizzato dall'economista Herman Daly, non si basa sull'espansione quantitativa ma sullo sviluppo qualitativo, in armonia con i limiti del pianeta (Daly, 1996). Agire attraverso il cibo innescherebbe quindi una profonda innovazione sociale, poiché si tratta di rifiutare la logica che astrae l'alimento in una mera commodity, un'entità decontestualizzata la cui storia sociale ed ecologica è stata occultata da filiere globali e opache (Steel, 2020).

La soluzione proposta da Steel (2020) è una transizione verso una buona sitopia, che richiede un'economia basata sul valore reale del cibo, una economia sitopica che internalizzi i costi nascosti del sistema industriale e riconosca la terra e il lavoro come fonti primarie di ricchezza. Questo cambiamento implica un ritorno a pratiche agricole che lavorino con la natura anziché contro di essa, che riconoscono la salute del suolo, delle piante, degli animali e dell'uomo come un tutto indivisibile (Balfour, 1943). Tuttavia, è importante sottolineare che non si invoca un ritorno nostalgico al passato, ma una sintesi tra sapienza tradizionale e innovazione appropriata, dove la tecnologia ci aiuta a comprendere e imitare la complessità degli ecosistemi. Al centro di questa visione vi è la necessità di ricostruire le culture alimentari, riappropriandoci delle abilità culinarie e del valore del pasto condiviso come fondamento della convivialità e della coesione sociale, e di riequilibrare il rapporto tra città e campagna, immaginando paesaggi in cui la produzione e il consumo siano più integrati e visibili. La Sitopia è quindi un appello a riconoscere che il cibo, essendo la connessione più intima e quotidiana con la natura, è lo strumento più potente per ricomporre le fratture del mondo moderno e per coltivare, letteralmente, un futuro più sostenibile e desiderabile.

2.4 Dal quadro teorico al campo di indagine

Il percorso tracciato in questi due capitoli ha dimostrato come la crisi dei paradigmi di sviluppo lineare e la parallela riconfigurazione del design come pratica relazionale e trasformativa non siano fenomeni distinti, bensì due facce di una medesima transizione, ed è in questa convergenza che la presente tesi affonda le sue radici teoriche. La costruzione teorica elaborata in questo capitolo definisce un orizzonte da cui leggere la ricerca come pratica riflessiva, relazionale e radicata nei contesti. L'articolazione tra innovazione sociale, prossimità e cura, infatti, non produce un modello lineare, ma un campo di tensioni entro cui il design agisce come dispositivo conoscitivo e politico capace di rendere visibili le interdipendenze che attraversano i sistemi alimentari; l'assunzione di questa postura implica l'accettazione di una dimensione processuale e imperfetta della conoscenza, in cui l'osservazione diventa co-partecipazione, e l'azione progettuale si qualifica come processo di *infrastructuring* capace di rendere visibili e fertili le interdipendenze, nonché le differenze, che attraversano i sistemi viventi.

Per rendere operativa tale postura teorica si compie un necessario atto di decentramento critico, dove l'adozione del pensiero meridiano (Cassano, 2021) come fondamento dell'analisi risponde a questa esigenza strategica, consentendo di scardinare la narrazione che interpreta il Sud, e il Mediterraneo in particolare, attraverso la lente dell'arretratezza, per riconoscerlo invece come un laboratorio di saperi e pratiche alternative, radicate in temporalità plurali e in una profonda consapevolezza del limite. Questa scelta si qualifica pertanto come strategica e metodologica, poiché permette di leggere le dinamiche dei contesti osservati non come un deficit rispetto a un modello universale, ma come l'espressione di una razionalità ecologica e relazionale autonoma.

Nel passaggio al campo di indagine, l'attenzione si concentra sul cibo come materia relazionale e culturale. Le pratiche alimentari costituiscono infatti un ambito privilegiato per osservare le interdipendenze tra dimensioni materiali, sociali e simboliche, e per analizzare come

i mercati alimentari diventino spazi di prossimità, di identità, di apprendimento e di costruzione del comune. La domanda di ricerca che orienta questo lavoro — *In che modo una lettura progettuale dei mercati, fondata su prossimità, interdipendenza e cura, può contribuire a ridefinirne il ruolo nel contesto delle crisi contemporanee?* — trova nel pensiero sitopico un solido fondamento. Progettare per una buona sitopia significa operare attraverso i principi di prossimità e cura per rafforzare quelle ecologie relazionali che il cibo catalizza, con l'obiettivo di trasformare il mercato da spazio conteso a laboratorio per la co-costruzione di futuri più sostenibili e desiderabili. Il costrutto della Sitopia, che va inteso non come un modello prescrittivo ma come una lente analitica, offre quindi il quadro concettuale attraverso cui decodificare il sistema alimentare contemporaneo come un testo scritto dalle relazioni tra cibo e territorio.

All'interno di questo impianto epistemologico, è fondamentale qualificare la natura della presente indagine secondo le tassonomie consolidate nel dibattito scientifico sulla ricerca in design. Facendo riferimento alla tripartizione originariamente proposta da Frayling (1993), questa tesi si iscrive nella *design research* (research for design). Questo approccio, che Frankel e Racine (2010) definiscono di natura clinica, si focalizza sull'analisi di casi specifici e individuali al fine di raccogliere le informazioni necessarie ad abilitare il design (research to enable design) in una "situazione unica" (Simonsen et al., 2010; Frankel e Racine, 2010). Tale vocazione si manifesta in modo esplicito nell'elaborazione degli output proposti: il framework teorico-analitico (OUT1), le linee guida operative (OUT2) e il manifesto (OUT3) non sono intesi come contributi teorici a sé stanti, ma costituiscono nel loro insieme un apparato strumentale volto a supportare e orientare l'azione di progettisti, policy maker e attori territoriali. In questa architettura, ogni fase della ricerca è subordinata all'obiettivo di generare conoscenza utile e applicabile, qualificando l'intero lavoro come un'indagine finalizzata a informare e rendere possibile il progetto.

References Capitolo 2

- ADI** - Associazione per il Disegno Industriale. (2015). Food Design Manifesto. Commissione Tematica ADI Food Design.
- Alexander, C.** (1979). *The timeless way of building* (Vol. 1). Oxford University Press.
- Amatullo, M., Boyer, B., May, J., & Shea, A.** (2021). *Design for social innovation: Case studies from around the world*. Routledge.
- Andrews, G.** (2008). *The Slow Food story: Politics and pleasure*. Pluto Press.
- Antonelli, P.** (2008). *Design and the elastic mind*. MoMA.
- Appadurai, A.** (2013). The future as cultural fact: Essays on the global condition. *Rassegna Italiana di Sociologia*, 14(4), 649-650.
- Arena, G., & Iaione, C.** (2015). *L'età della condivisione. La collaborazione tra cittadini e amministrazione per i beni comuni*. Carocci Editore.
- Armstrong, L., Bailey, J., Julier, G., & Kimbell, L.** (2014). *Social design futures: HEI research and the AHRC*.
- Barad, K.** (2007). *Meeting the universe halfway: Quantum physics and the entanglement of matter and meaning*. Duke University Press.
- Barad, K.** (2012). On Touching—The Inhuman That Therefore I Am. *Differences: A Journal of Feminist Cultural Studies*, 23(3), 206–223.
- Bardin, S., Reissig, P., & Zampollo, F.** (2016). *Second International Conference of Food Design. Proceedings*. The New School.
- Bassi, A.** (2015). *Food design in Italia: progetto e comunicazione del prodotto alimentare* (Vol. 11). Electa Mondadori.
- Batat, W.** (2021). *Design thinking for food well-being*. Springer.
- Bauman, Z.** (2007). *Homo consumens. Lo sciame inquieto dei consumatori e la miseria degli esclusi*. Erickson.
- Bennett, J.** (2004). The force of things: Steps toward an ecology of matter. *Political Theory*, 32(3), 347–372. <https://doi.org/10.1177/0090591703260853>
- Bentley, A.** (2011). Introduction. In *A cultural history of food in the modern age*. Berg.
- Bertola, P., & Manzini, E.** (Eds.). (2004). *Design multiverso. Appunti di fenomenologia del design*. Edizioni Polidesign.
- Bertola, P., & Teixeira, J. C.** (2003). Design as a knowledge agent: How design as a knowledge process is embedded into organizations to foster innovation. *Design Studies*, 24(2), 181–194. [https://doi.org/10.1016/S0142-694X\(02\)00036-4](https://doi.org/10.1016/S0142-694X(02)00036-4)
- Bhamra, T., Hernandez, R., & Mawle, R.** (2013). Sustainability: Methods and practices. In S. Walker & J. Giard (Eds.), *The handbook of design for sustainability* (pp. 106–120). Bloomsbury Academic.
- Biderman, J.** (2017). Embracing complexity in Food, Design and Food Design. *Journal of Food Design*, 27, 44.
- Binder, T., Brandt, E., Ehn, P., Halse, J., & Svensson, M.** (2011). *Design things*. MIT Press.
- Bistagnino, L.** (2011). *Design sistemico: Progettare la sostenibilità produttiva e ambientale*. Slow Food Editore.
- Bistagnino, L.** (2016). *Micro Macro: Micro relazione come rete vitale del sistema produttivo*. Edizioni Ambiente.
- Bjerknes, G., Ehn, P., & Kyng, M.** (1987). *Computers and democracy*. Avebury.
- Björgvinsson, E., Ehn, P., & Hillgren, P. A.** (2012). Design things and design thinking: Contemporary participatory design challenges. *Design Issues*, 28(3), 101-116.
- Boltanski, L., & Thévenot, L.** (1991). *De la justification. Les économies de la grandeur*. Gallimard.
- Boschma, R.** (2004). Proximité et innovation. *Économie Rurale*, 280(1), 8-24.
- Braungart, M., & McDonough, W.** (2009). *Cradle to cradle*. Random House.
- Britton, G.** (2017). *Co-design and social innovation: connections, tensions and opportunities*. Routledge.
- Brown, T.** (2009). *Change by design—How design thinking transforms organizations and inspires innovation*. HarperCollins.

- Burns, T. R., & Dietz, T. (1992). Cultural evolution: Social rule systems, selection and human agency. *International Sociology*, 7(3), 259-283.
- Campagnaro, C. (2023). Design per l'innovazione sociale. In *WONDER Sperimentazioni nel design per l'innovazione sociale* (pp. 18-19). Circolo del Design.
- Capra, F. (1996). *The web of life: A new scientific understanding of living systems*. Anchor Books.
- Capra, F. (1997). *La rete della vita: Una nuova visione della vita*. Rizzoli.
- Capra, F. (2002). *La scienza della vita: Le connessioni nascoste fra la natura e gli esseri viventi*. Rizzoli.
- Cassano, F. (2021). *Il pensiero meridiano*. Gius. Laterza & Figli. (Opera originale pubblicata nel 1996).
- Castro-Spila, J., & Unceta, A. (2016). Les modes d'innovation sociale et de gouvernance. In J.-L. Klein, A. Camus, C. Jetté, C. Champagne, & M. Roy (Dir.), *L'innovation sociale*.
- Catania, A. (2011). Design, territorio e sostenibilità: ricerca e innovazione per la valorizzazione delle risorse locali.
- Catania, A. (2017). Design e Ficodindia per uno Sviluppo locale sostenibile | Design and Prickly Pear for a Sustainable Local Development. *Agathón | International Journal of Architecture, Art and Design*, 2, 227-234.
- Ceschin, F., & Gaziulusoy, I. (2016). Evolution of design for sustainability: From product design to design for system innovations and transitions. *Design Studies*, 47, 118-163. <https://doi.org/10.1016/j.destud.2016.09.002>
- Chambon, J.-L., David, A., & Devevey, J.-M. (1982). *Les innovations sociales*. Presses Universitaires de France.
- Chick, A. (2012). Design for social innovation: Emerging principles and approaches. *Iridescent*, 2(1), 178-190.
- Cipolla, C. (2018). Desis Network: Strategies to advancing systemic social innovation through service design. In *ServDes2018 Conference Proceedings*. Politecnico di Milano.
- Corubolo, M., De Sainz Molestina, D., Meroni, A., & Viganego Ballesteros, L. (2024). Urban and peri-urban food systems: exploring proximity and care in alternative food networks. In C. Gray, E. Ciliotta Chehade, P. Hekkert, L. Forlano, P. Ciuccarelli, & P. Lloyd (Eds.), *DRS2024: Boston*, 23-28 June. <https://doi.org/10.21606/drs.2024.887>
- Costanza-Chock, S. (2020). *Design justice: Community-led practices to build the worlds we need*. The MIT Press.
- Cottam, H. (2018). *Radical help: How we can remake the relationships between us and revolutionise the welfare state*. Virago.
- Daly, H. (1996). *Beyond growth*. Beacon Press.
- De La Bellacasa, M. P. (2017). *Matters of care: Speculative ethics in more than human worlds* (Vol. 41). U of Minnesota Press.
- De la Cadena, M. (2015). *Earth beings: Ecologies of practice across Andean worlds*. Duke University Press.
- De la Cadena, M., & Blaser, M. (Eds.). (2018). *A world of many worlds*. Duke University Press.
- De Sousa Santos, B. (2015). *Epistemologies of the South: Justice against epistemicide*. Routledge.
- Deriu, R. (Ed.). (2012). *Sviluppo e saperi nel Mediterraneo*. Franco Angeli.
- Di Luccchio, L. (2012). Design for the Next-Food©. An alternative approach of Food Design focused on social and system innovation. In *International Conference on Designing Food and Designing For Food* (pp. 249-266). London Metropolitan University.
- DiSalvo, C. (2009). Design and the construction of publics. *Design Issues*, 25(1), 48-63.
- Dolejšová, M., & Lišková, T. (2015). StreetSauce: Taste interaction and empathy with homeless people. In *Conference on Human Factors in Computing Systems - Proceedings*, 18 (pp. 1247-1252).
- Dunbar, R. (2018). The social brain: The psychology of successful groups. In J. K. Arrow & J. K. Janssen (Eds.), *The Oxford Handbook of Group and Organizational Communication*. Oxford University Press.
- Dunne, A., & Raby, F. (2007). *Critical design FAQ*.
- Ehn, P. (2008). Participation in design things. In *Participatory Design Conference (PDC)* (pp. 92-101). ACM Digital Library.
- Ehn, P., Nilsson, E. M., & Topgaard, R. (2014). *Making futures: Marginal notes on innovation, design, and democracy*. MIT Press.
- Escobar, A. (2018). *Designs for the pluriverse: Radical interdependence, autonomy, and the making of worlds*. Duke University Press.
- FAO. (2013). *Food wastage footprint. Impact on natural resources*. <http://www.fao.org/publica->

- tions/card/en/c/000d4a32-7304-5785-a2f1-f64c6de8e7a2/
- Fassi, D., & Meroni, A. (2023).** SOSpesa–Neighbourhood solidarity networks for the recovery, distribution, and valorisation of food surplus. In *ServDes. 2023. Entanglements and Flows. Service Encounters and Meanings. Conference Proceedings* (pp. 242-260). Linköping University Electronic Press.
- Fassi, D., Landoni, P., Piredda, F., & Salvadeo, P. (2019).** Universities as drivers of social innovation. Springer International Publishing.
- Fassi, D., Meroni, A., & Simeone, G. (2013).** Design for Social Innovation as a form of design activism: An action format. DESISLab.
- Fassio, F., & Tecco, N. (2019).** Circular economy for food: A systemic interpretation of 40 case histories in the food system in their relationships with SDGs. *Systems*, 7(3), 43.
- Ferrara, M., & Massari, S. (2015).** Evoluzione del concept Food Design. *AIS/Design. Storia e Ricerche*, 3(5), 12-35.
- Frankel, L., & Racine, M. (2010).** The complex field of research: for Design, through Design, and about Design. In D. Durling, R. Bousbaci, L. Chen, P. Gauthier, T. Poldma, S. Roworth-Stokes, & E. Stolterman (Eds.), *Design and Complexity - DRS International Conference 2010*.
- Frayling, C. (1993).** Research in Art and Design. *Royal College of Art Research Papers*, 1(1), 1-5.
- Fry, T. (2009).** Design futuring. University of New South Wales Press.
- Garcia, C. M., Pradel, M. M., & Eizaguirre, A. S. (2013).** Theorizing multi-level governance in social innovation dynamics. In F. Moulaert, D. MacCallum, A. Mehmood, & A. Hamdouch (Eds.), *The international handbook on social innovation: Collective action, social learning and transdisciplinary research* (pp. 155-168). Edward Elgar Publishing.
- Giddens, A. (1979).** Agency, structure. Central problems. In A. Giddens (Ed.), *Social theory: Action, structure and contradiction in social analysis*. Macmillan.
- Giddens, A. (1981).** Agency, institution, and time-space analysis. In K. Knorr-Cetina & A. V. Cicourel (Eds.), *Advances in social theory and methodology* (pp. 161-174). Routledge & Kegan Paul.
- Giddens, A. (1998).** The third way. Polity.
- Granovetter, M. S. (1973).** The strength of weak ties. *American Journal of Sociology*, 78(6), 1360-1380.
- Griswold, W. (1997).** Sociologia della cultura. Il Mulino.
- Haraway, D. (1988).** Situated knowledges: The science question in feminism and the privilege of partial perspective. *Feminist Studies*, 14(3), 575-599.
- Haraway, D. (2015).** Anthropocene, capitalocene, chthulucene: Making kin. *Environmental Humanities*, 6(1), 159-165.
- Haraway, D. (2016).** Staying with the trouble: Making kin in the Chthulucene. Duke University Press.
- Haraway, D. J. (2007).** When species meet. University of Minnesota Press.
- Hillgren, P. A., Seravalli, A., & Emilson, A. (2011).** Prototyping and infrastructuring in design for social innovation. *CoDesign*, 7(3-4), 169-183.
- Hustak, C., & Myers, N. (2012).** Involuntary momentum: Affective ecologies and the sciences of plant/insect encounters. *Differences: A Journal of Feminist Cultural Studies*, 23(3), 74-117.
- Illich, I. (1973).** Tools for conviviality. Harper & Row.
- Ingold, T. (2011).** Being alive: Essays on movement, knowledge and description. Routledge.
- Jackson, S. J. (2014).** Rethinking repair. *Media Technologies: Essays on Communication, Materiality, and Society*, 221-39.
- Jacobs, J. (2009).** Vita e morte delle grandi città. Saggio sulle metropoli americane. Einaudi. (Opera originale pubblicata nel 1961).
- Jégou, F., & Manzini, E. (2008).** Collaborative services: Social innovation and design for sustainability. Edizioni POLI.design.
- Jessop, B. (2002).** The future of the capitalist state. Polity Press.
- Kimbell, L. (2011).** Designing for service as one way of designing services. *International Journal of Design*, 5(2).
- Kropotkin, P. (1955).** Mutual aid: A factor of evolution. *Extending Horizons*. (Opera originale pubblicata nel 1902).
- Kudrowitz, B., Oxborough, A., Choi, J., & Stover, E. (2014).** The Chef as Designer: Classifying the techniques that chefs use in creating innovative dishes. *DRS 2014: Design's Big Debates*.
- Latour, B. (2005a).** Politics of nature. Harvard University Press.
- Latour, B. (2005b).** Reassembling the social. Oxford University Press.
- Lefebvre, H. (2014).** Il diritto alla città. Ombrecorte. (Opera originale pubblicata nel 1968).
- Lévesque, B. (2014).** L'institutionnalisation des services québécois de garde à la petite enfance à

- partir de l'économie sociale: un processus qui s'échelonne sur plusieurs décennies. In B. Lévesque, J.-M. Fontan, & J.-L. Klein (Dir.), *L'innovation sociale. Les marches d'une construction théorique et pratique* (pp. 267–301). Presses de l'Université du Québec.
- Maldonado, T.** (1971). *La speranza progettuale: Ambiente e società*. Einaudi.
- Manzini, E.** (2010). Small, local, open and connected. *Sustainability in Design: Now*, 14.
- Manzini, E.** (2014). Making things happen: Social innovation and design. *Design Issues*, 30(1), 57–66.
- Manzini, E.** (2015). *Design, when everybody designs: An introduction to design for social innovation*. The MIT Press.
- Manzini, E.** (2019). *Politics of the everyday*.
- Manzini, E.** (2021). *Abitare la prossimità. Idee per la città dei 15 minuti*. EGEA.
- Manzini, E., & D'Alena, M.** (2024). *Fare Assieme: una nuova generazione di servizi pubblici collaborativi*. EGEA.
- Manzini, E., & Rizzo, F.** (2011). Small projects/large changes: Participatory design as an open participated process. *CoDesign*, 7(3–4), 199–215.
- Manzini, E., Meroni, A., & Jégou, F.** (2006). Uno scenario per il sistema alimentare. *DIID*, 19(6), 1–4.
- Margolin, V.** (2013). Design studies and food studies: Parallels and intersections. *Design and Culture*, 5(3), 375–392.
- Massari, S.** (2021). *Transdisciplinary case studies on design for food and sustainability*. Woodhead Publishing.
- Maturana, H. R., Varela, F. J., & Ceruti, M.** (1987). *L'albero della conoscenza*. Garzanti.
- Max-Neef, M. A., Elizalde, A., & Hopenhayn, M.** (1991). *Human scale development: Conception, application and further reflections*.
- McCarthy, J., & Wright, P.** (2004). Technology as experience. *Interactions*, 11(5), 42–43.
- McDonough, W., & Braungart, M.** (2002). Design for the triple top line: new tools for sustainable commerce. *Corporate Environmental Strategy*, 9(3), 251–258.
- McKnight, J.** (1995). *The careless society. Community and its counterfeits*. Basic Books.
- Meroni, A.** (2007). *Creative communities. People inventing sustainable ways of living*. Edizioni Polidesign.
- Meroni, A., Fassi, D., & Simeone, G.** (2013). Design for social innovation as a form of design activism: An action format. In *Social Frontiers: The Next Edge of Social Innovation Research Conference*.
- Mignolo, W. D.** (2000). *Local histories/global designs: Coloniality, subaltern knowledges, and border thinking*. Princeton University Press.
- Mol, A.** (2008). *The logic of care: Health and the problem of patient choice*. Routledge.
- Montanari, M.** (2004). *Cibo, storia e didattica*. In P. Floris D'Arcais, C. Petrini, & C. Scaffidi (Eds.), *Il cibo e l'impegno*.
- Moore, M. L., Riddell, D., & Vocisano, D.** (2015). Scaling out, scaling up, scaling deep: Strategies of non-profits in advancing systemic social innovation. In *Large systems change: An emerging field of transformation and transitions* (pp. 67–84). Routledge.
- Moralli, M.** (2022). *L'ABC dell'innovazione sociale. Tra sostenibilità, creatività e sviluppo*. Fondazione Bologna University Press.
- Moreno, C.** (2020). *Droit de cité, de la "ville-monde" à la "ville du quart d'heure"*. Éditions de l'Observatoire.
- Moreno, C.** (2024). *La città dei 15 minuti. Per una cultura urbana democratica*. add editore.
- Morin, E.** (2010). *Éloge de la métamorphose*. Le Monde.
- Moulaert, F.** (2009). *Social innovation: Institutionally embedded, territorially (re)produced*.
- Moulaert, F., & MacCallum, D.** (2019). *Advanced introduction to social innovation*. Edward Elgar.
- Moulaert, F., MacCallum, D., Mehmood, A., & Hamdouch, A.** (Eds.). (2013). *The international handbook on social innovation: Collective action, social learning and transdisciplinary research*. Edward Elgar.
- Muratovski, G.** (2023). In conversation with Ezio Manzini: Design for social innovation—What we've learned so far. *She Ji: The Journal of Design, Economics, and Innovation*, 9(1), 76–85.
- Murray, R., Caulier-Grice, J., & Mulgan, G.** (2010). *The open book of social innovation*. NESTA & The Young Foundation.
- Nambisan, S.** (2008). *Transforming government through collaborative innovation*. IBM Center for The Business of Government.
- Nestle, M.** (2002). *Food politics: How the food industry influences nutrition and health*. University of California Press.
- Norman, D. A.** (2004). *Emotional design: Why we love (or hate) everyday things*. Basic Books.
- Nussbaum, M.** (2000). *Women and human development: The capabilities approach*. Cambridge

- University Press.
- Nussbaum, M.** (2012). Creare capacità. Liberarsi dalla dittatura del Pil. Il Mulino.
- Nussbaum, M., & Sen, A. (Eds.).** (1993). The quality of life. Clarendon Press.
- Ostrom, E.** (1990). Governing the commons: The evolution of institutions for collective action. Cambridge University Press.
- Pais, I.** (2021). Futuro prossimo. Città delle prossimità e piattaforme digitali. In E. Manzini (Ed.), *Abitare la prossimità. Idee per la città dei 15 minuti* (pp. 137-160). Egea.
- Papanek, V.** (1972). Design for the real world: Making to measure. Thames and Hudson.
- Parasecoli, F.** (2017). Food, research, design: What can food studies bring to food design education? *International Journal of Food Design*, 2(1), 15-25.
- Petrini, C., & Padovani, G.** (2017). *Slow Food: Storia di un'utopia possibile*. Giunti/Slow Food Editore.
- Phills, J. A., Deiglmeier, K., & Miller, D. T.** (2008). Rediscovering social innovation. *Stanford Social Innovation Review*, 6(4), 34-43.
- Pollan, M.** (2007). The omnivore's dilemma: A natural history of four meals. Penguin.
- Reissig, P.** (2016). Food design North America (FDNA). In S. Bardin, P. Reissig, & F. Zampollo (Eds.), *Second International Conference of Food design. Proceedings* (pp. 170-172). The New School.
- Reissig, P.** (2017). Food design education. *Journal of Food Design*, 2(1), 3-13.
- Rueda, S., de Cáceres, R., Cuchí, A., & Brau, L.** (2012). El urbanismo ecologico. BCNecologia.
- Sanders, E. B. N., & Stappers, P. J.** (2008). Co-creation and the new landscapes of design. *CoDesign*, 4, 5-18.
- Santos, B. D. S.** (2006). The rise of the global left: The world social forum and beyond. Zed Books.
- Sassen, S.** (2024). Parigi, laboratorio vivente. In C. Moreno (Ed.), *La città dei 15 minuti. Per una cultura urbana democratica* (pp. 157-159). add editore.
- Schifferstein, H. N. J.** (2016). Food design: Connecting disciplines. *International Journal of Food Design*, 2(1), 79-81.
- Schifferstein, H. N. J.** (2022). An interdisciplinary quest for progress. *International Journal of Food Design*, 7(1), 3-5.
- Schumacher, E. F.** (1973). Small is beautiful: A study of economics as if people mattered. Vintage.
- Selloni, D.** (2015). Ezio Manzini: design per l'innovazione sociale.
- Sen, A. K.** (1985). Commodities and capabilities. North-Holland.
- Sen, A. K.** (1992). Inequality re-examined. Harvard University Press.
- Sen, A. K.** (1999). Development as freedom. Oxford University Press.
- Sennett, R.** (2008). The craftsman. Yale University Press.
- Sennett, R.** (2012). Insieme. Rituali, piaceri, politiche della collaborazione. Feltrinelli.
- Simonsen, J., & Robertson, T. (Eds.).** (2013). *Routledge handbook of participatory design*. Routledge.
- Simonsen, J., Barenholdt, J. O., Büscher, M., & Damm Scheuer, J. (Eds.).** (2010). Design research: Synergies from interdisciplinary perspectives. Routledge.
- Simonsen, J., Svabo, C., Strandvad, S. M., Samson, K., & Hertzum, M. (Eds.).** (2021). *Situated design methods*. MIT Press.
- Siniscalchi, V.** (2023). *Slow Food: The economy and politics of a global movement*. Bloomsbury Academic. <https://doi.org/10.5040/9781474282314>
- Sorcinelli, P.** (1999). Gli italiani e il cibo. Dalla polenta ai cracker. Bruno Mondadori.
- Sottile, F., & Peano, C.** (2017). *Agricoltura Slow. Arcigola Slow Food*.
- Steel, C.** (2013). *Hungry city: How food shapes our lives*. Random House.
- Steel, C.** (2020). *Sitopia: how food can save the world*. Random House.
- Stengers, I.** (2005). The cosmopolitical proposal. In B. Latour & P. Weibel (Eds.), *Making things public: Atmospheres of democracy* (pp. 994-1003). MIT Press.
- Strummerer, S., & Hablesreiter, M.** (2010). *Food design XL*. Springer-Verlag.
- Suchman, L.** (2007). *Human-machine reconfigurations: Plans and situated actions* (2nd ed.). Cambridge University Press.
- Suchman, L.** (2011). Anthropological relocations and the limits of design. *Annual Review of Anthropology*, 40(1), 1-18.
- Taylor, A., & Loopstra, R.** (2016). Too poor to eat? Food insecurity in the UK.
- Thackara, J.** (2005). *In the bubble: Designing in a complex world*. MIT Press.
- Tonkinwise, C.** (2011). A taste for practices: Unrepressing style in design thinking. *Design Studies*, 32(6), 533-545.
- Tronto, J. C.** (1993). *Moral boundaries: A political argument for an ethic of care*. Routledge.
- Tronto, J. C., & Fischer, B.** (1990). Toward a feminist theory of caring. In E. Abel & M. Nelson (Eds.), *Circles of care* (p. 37). SUNY Press.

- UNDP.** (1990). United Nations Human Development Report. United Nations Development Programme.
- United Nations Environmental Programme.** (2021). Food waste index report 2021.
- Van Wijk, J., Zietsma, C., Dorado, S., de Bakker, F., & Martí, I.** (2018). Social innovation: Integrating micro, meso, and macro level insights from institutional theory. *Business & Society*, 1–32.
- Vezzoli, C., Kohtala, A., Srinivasan, J., Diehl, C., Fusakul, S. M., Liu, X., & Sateesh, D.** (2014). *Product-service system design for sustainability*. Routledge.
- Vogelzang, M.** (2015). La alimentación de una nueva generación de diseñadores. *Elisava Temes de Disseny*, 31, 32–43.
- Warwick, L.** (2017). Designing trust: the importance of relationships in social contexts. *The Design Journal*, 20(sup1), S3096–S3105.
- Warwick, L., & Young, R.** (2016). The role of Design as a critical friend to the Voluntary Community Sector. In *ServDes. 2016 Fifth Service Design and Innovation conference* (pp. 339–351).
- Willis, A.-M.** (2006). Ontological designing. *Design Philosophy Papers*, 4(2), 69–92. <https://doi.org/10.2752/144871306x13966268131514>
- Zak, P. J.** (2012). The moral molecule: The source of love and prosperity. *Corgi*.
- Zampollo, F.** (2013). Introducing Food design. In S. Cleeren & A. Smith (Eds.), *Food inspires design*. Stichting Kunstboek.
- Zampollo, F.** (2015). Welcome to Food Design. *Journal of Food Design*, 1(1), 3–9.
- Zampollo, F.** (2016). What is Food design? The complete overview of all Food design sub - disciplines and how they merge. *Online School of Food design*.
- Zampollo, F., & Smith, C. (Eds.).** (2012). *International Conference on Designing Food and Designing for Food: Conference proceedings*. London Metropolitan University.

Capitolo 3 | Il Mercato Alimentare

Il presente capitolo introduce la revisione della letteratura scientifica dedicata ai mercati alimentari urbani, delineando l'approccio metodologico utilizzato, specificamente una revisione narrativa della letteratura scientifica, condotta in maniera strutturata, necessaria per mappare un campo di studi ampio e transdisciplinare. L'analisi prosegue con la definizione del mercato come fenomeno plurale, esplorandone le diverse configurazioni spaziali e funzionali, includendo i mercati coperti, le forme informali e la nozione di mercato storico. La parte centrale del capitolo isola e approfondisce tre traiettorie analitiche fondamentali emerse dalla letteratura: la dimensione della prossimità relazionale, sociale ed economica; il ruolo dei mercati come generatori di identità e vettori di memoria collettiva; infine, le recenti e complesse dinamiche di turistificazione e gentrificazione che investono questi spazi.

3.1 Premesse metodologiche

Per affrontare la complessità e l'ampiezza transdisciplinare che caratterizza la ricerca sui mercati alimentari urbani, si è adottato un approccio di revisione narrativa strutturata. Questa scelta è motivata dall'impraticabilità di una revisione puramente sistematica (Systematic Review) per questo specifico campo di studi. La criticità metodologica è emersa nell'impossibilità di circoscrivere l'oggetto di studio, il mercato come fenomeno socio-spaziale e culturale, attraverso un protocollo di ricerca basato su keyword. Il termine "mercato" è eccessivamente polisemico e trasversale alle discipline economiche; d'altra parte, il termine mercato alimentare, sebbene più specifico, ha dimostrato un bias disciplinare dominante nelle banche dati, restituendo un corpus largamente focalizzato su aspetti logistici, di filiera e di marketing.

Per ovviare a tale criticità e garantire una copertura scientificamente rigorosa del campo, il processo, pur avendo finalità diverse dalla mappatura esaustiva, ha seguito un protocollo metodico: a partire da un nucleo di testi fondativi, l'analisi è stata estesa attraverso un processo iterativo di citation tracking. Questa strategia si è rivelata essenziale per includere il corpus di studi sociologici, antropologici e geografici che definisce il fenomeno.

L'analisi qualitativa e tematica del corpus ha permesso l'isolamento di tre assi interpretativi ricorrenti che saranno presentati nella sezione 3.4. L'obiettivo prescinde dal definire una tassonomia rigida, mirando piuttosto a isolare alcune traiettorie analitiche che, nella loro parziale sovrapposizione, permettono di cogliere la natura relazionale e dinamica dei mercati alimentari così come viene concettualizzata nel discorso scientifico contemporaneo, e che costituiranno la base teorico-interpretativa per l'analisi sul campo e per lo sviluppo delle fasi successive della ricerca.

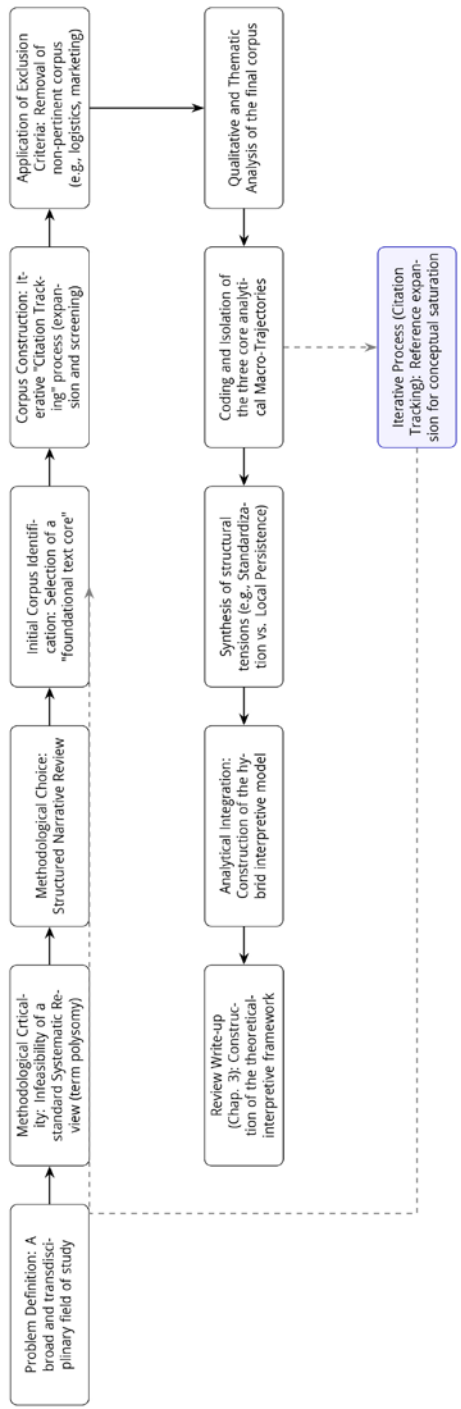


Figura 9
Processo di selezione e sviluppo della revisione della letteratura.
Fonte: elaborazione dell'autore

3.2 Mercati alimentari: spazi plurali tra storia, culture e trasformazioni

“A ottanta miglia incontro al vento di maestro l'uomo raggiunge la città di Eufemia, dove i mercanti di sette nazioni convergono a ogni solstizio ed equinozio. La barca che vi approda con un carico di zenzero e bambagia tornerà a salpare con la stiva colma di pistacchi e semi di papavero, e la carovana che ha appena scaricato sacchi di noce moscata e di zibibbo già affastella i suoi basti per il ritorno con rotoli di mussola dorata. Ma ciò che spinge a risalire fiumi e attraversare deserti per venire fin qui non è solo lo scambio di mercanzie che ritrovi sempre le stesse in tutti i bazar dentro e fuori l'impero del Gran Kan, sparpagiate ai tuoi piedi sulle stesse stuoie gialle, all'ombra delle stesse tende scacciamosche, offerte con gli stessi ribassi di prezzo menzogneri. Non solo a vendere e a comprare si viene a Eufemia, ma anche perché la notte accanto ai fuochi tutt'intorno al mercato, seduti sui sacchi o sui barili o sdraiati su mucchi di tappeti, a ogni parola che uno dice – come «lupo», «sorella», «tesoro nascosto», «battaglia», «scabbia», «amanti» – gli altri raccontano ognuno la sua storia di lupi, di sorelle, di tesori, di scabbia, di amanti, di battaglie. E tu sai che nel lungo viaggio che ti attende, quando per restare sveglio al dondolio del cammello o della giunca ci si mette a ripensare tutti i propri ricordi a uno a uno, il tuo lupo sarà diventato un altro lupo, tua sorella una sorella diversa, la tua battaglia altre battaglie, al ritorno da Eufemia, la città in cui ci si scambia la memoria a ogni solstizio e a ogni equinozio.”

(Calvino, 2002)

L'immagine di Eufemia permette di cogliere l'essenza profonda del mercato quale elemento generativo della matrice urbana, poiché fin dalle prime concentrazioni stabili i mercati hanno rappresentato spazi centrali dove le transazioni materiali si intrecciavano indissolubilmente con pratiche linguistiche, rituali e culturali. Il fenomeno mercatale presenta tuttavia una eterogeneità intrinseca che ostacola qualsiasi tentativo di definizione univoca, manifestandosi in configurazioni spaziali e temporali mutevoli che eludono un inquadramento disciplinare consolidato. I mercati alimentari, infatti, assumono forme

molteplici e situate, spaziando dalle strutture coperte e al chiuso, gestite da enti pubblici o affidate a operatori privati, ai mercati di strada informali e non regolamentati, dai *suq* di matrice araba assimilabili ai *bazar* fino ai *farmers' markets* di più recente istituzione; si delinea così un mosaico dinamico che resiste a tipizzazioni rigide, richiedendo pertanto un'analisi attenta alla varietà e alle differenze geografiche che li caratterizzano. Tale pluralità morfologica e funzionale trova un corrispettivo diretto sul piano lessicale, laddove nel discorso comune e scientifico coesistono denominazioni differenti come “mercati pubblici” e “mercati tradizionali” accanto ad appellativi vernacolari specifici, quali *tianguis* in area mesoamericana o *suq* nei territori arabo-islamici, attestando la natura intrinsecamente plurale e polisemica del fenomeno.

L'ampiezza transdisciplinare e geografica della ricerca dedicata ai mercati alimentari urbani restituisce la loro complessità come oggetto d'indagine, mostrando come questi spazi non possano essere circoscritti entro una sola prospettiva analitica ma debbano essere interpretati come fenomeni capaci di intrecciare molteplici dimensioni. La sociologia ha indagato i mercati come luoghi di produzione e mediazione delle relazioni sociali e comunitarie (Watson, 2006, 2009; Watson e Studdert, 2006; Watson e Wells, 2005), mentre l'antropologia li ha descritti come scenari quotidiani di scambio simbolico e di costruzione identitaria, legati alla materialità del cibo e alle pratiche della sua distribuzione (Black, 2012; Lyon e Back, 2012). Più recentemente, altre ricerche nel contesto britannico hanno confermato la centralità di questi luoghi per i residenti economicamente svantaggiati, sottolineando il loro ruolo nel garantire approvvigionamento alimentare e domestico a condizioni accessibili (González et al., 2021; Taylor et al., 2021; Waley et al., 2021). I *gender studies* hanno evidenziato il ruolo centrale delle donne nelle economie locali e nei processi di accumulazione che attraversano i mercati (Clark, 2010), aprendo una lettura che intreccia questioni economiche, sociali e culturali. Gli studi urbani hanno analizzato l'impatto dei mercati nella morfologia della città e nei processi di rigenerazione socio-spaziale (Dines e Cattell, 2006; Janssens e Sezer, 2013), mentre la geografia culturale li ha interpretati come luoghi di sedimentazione simbolica e di circolazione di merci, culture e immaginari (Coles e Crang, 2010; Bubinas, 2011; Coles, 2021). A tal proposito Seale (2016) propone di concepirli come nodi attraversati da flussi materiali e immateriali, persone, merci, temporalità, dimensioni sensoriali e affettive, che si intrecciano, mutano, si fondono o transitano, mantenendo un carattere contingente e relazionale. Tale interpretazione consente di leggere i mercati come configurazioni sociali più che come spazi circoscritti, riconoscendo che l'elemento che accomuna le diverse forme è la capacità di riunire individui e di connetterli attraverso relazioni di scambio economico

ed extra-economico. Il design e l'architettura hanno approfondito le forme spaziali e infrastrutturali dei mercati, mettendo in luce le tensioni tra permanenza e innovazione nei tessuti urbani (Franck, 2005; Parham, 2012, 2015), e il marketing li ha infine letti come spazi esperienziali, nei quali le pratiche di consumo assumono un valore narrativo e performativo (Visconti et al., 2014). In ambito economico, Casares Ripol ha interpretato i mercati municipali come luoghi competitivi capaci di rafforzare la prossimità, intesa come valore economico e sociale che sostiene l'accessibilità ai beni e la qualità della vita urbana, introducendo il concetto di *metapreferencias*, che riflette la centralità di preferenze guidate da valori collettivi (Ripol, 1995; Ripol, 2003). Tuttavia, la letteratura ha anche evidenziato come l'espansione dei supermercati e dei formati di vendita al dettaglio su larga scala a partire dagli anni Cinquanta abbia segnato una cesura nei sistemi di distribuzione alimentare, accelerando il declino dei mercati tradizionali e innescando una fase di ridefinizione delle loro funzioni urbane (Cozzi, 2006; Guimarães, 2018). In risposta a questa trasformazione è possibile evidenziare traiettorie evolutive differenti; se in alcuni contesti sono stati relegati a spazi marginali rispetto alle nuove logiche distributive, in altri si sono affermati come poli di attrazione turistica; in altri ancora hanno assunto la forma di luoghi orientati a pratiche di consumo alternativo, centrati su produzioni locali, biologiche e filiere corte. Questa pluralità di configurazioni rende complessa la valutazione del loro ruolo attuale e delle loro prospettive, poiché alla lettura che insiste sulla narrativa del declino (Jones et al., 2007) si affianca la critica rivolta ai tentativi di rigenerazione economica, percepiti come un tradimento della funzione originaria di sostegno alle comunità locali (González, 2018). Diversi studi hanno infatti evidenziato come le politiche di modernizzazione e razionalizzazione dei mercati urbani, spesso integrate in strategie di patrimonializzazione e attrattività turistica, abbiano favorito processi di gentrificazione che trasformano il valore civico e comunitario di questi spazi in risorsa economica e narrativa, riconfigurandone l'accessibilità e le funzioni sociali (Medina, 2008; González & Waley, 2013; Taylor, González & Northrop, 2019). In risposta a tali criticità, contributi più recenti hanno elaborato linee guida e modelli gestionali orientati a forme di rigenerazione capaci di rafforzare la resilienza dei mercati e sostenerne l'adattamento ai processi urbani in corso, senza compromettere l'accesso delle popolazioni più fragili (Taylor et al., 2022; Wearn, 2021).

Dall'agorà al super-market

«Ogni città», secondo Max Weber, «è luogo di mercato».

La storia delle città appare indissolubilmente intrecciata a quella dei mercati, indipendentemente dal punto di vista da cui venga osservata, che sia spaziale, politico, sociale o culturale (Calabi, 2004; Conzen e Larkham, 2014; Mumford, 1991 [1961]; Pirenne, 2014 [1925]; Tangires, 2003; Wirth, 1938). Braudel evidenzia come nessuna città possa esistere senza il proprio mercato e come i mercati regionali o nazionali trovino fondamento nella città, che estende e generalizza il mercato trasformandolo in fenomeno diffuso (1981, p. 479)¹. Fin dall'antichità, il mercato alimentare ha quindi rappresentato un luogo privilegiato di incontro tra culture, religioni e saperi, assumendo forme architettoniche e sociali che riflettono la natura ibrida e stratificata delle città portuali e degli insediamenti interni. Ogni volta che una comunità avvertiva la possibilità di commerciare, prendeva avvio un processo che generava percorsi, trasformati in strade, intorno alle quali si organizzavano mercati, villaggi e successivamente città. La parabola del commercio ha spesso coinciso con la fortuna o la decadenza degli insediamenti urbani, al punto che nessuna forma compiuta di città può dirsi priva di uno spazio destinato al mercato, poiché, come ci ricorda Weber (2016 [1922]) "ogni città è luogo di mercato". È importante sottolineare che questa relazione città-mercato segue un andamento non lineare, caratterizzato da fasi alterne di separazione e di sovrapposizione tra funzioni economiche e civiche.

È possibile leggere un approfondimento conoscitivo su questa progressiva articolazione tra spazio civico e spazio mercantile e sulle definizioni spaziali e simboliche che l'hanno storicamente caratterizzata, nel Box di approfondimento che segue. Questo approfondimen-

¹ La relazione costitutiva tra città e mercati, che emerge in ogni dimensione storica e culturale, ha contribuito a trasformare l'esperienza concreta dei luoghi di scambio in un riferimento concettuale sempre più astratto. Proprio da questa dinamica discende la frequente sovrapposizione tra forme concrete e formulazioni teoriche del concetto di mercato, al centro di molte analisi contemporanee (Aspers, 2011; Calabi, 2004; Casson e Lee, 2011; Fligstein e Dauter, 2007). Questa sovrapposizione si spiega con una dinamica storica in cui le formulazioni teoriche elaborate dal discorso capitalistico (Mackenzie et al., 2007) si sono sviluppate a partire dall'esperienza dei mercati come luoghi concreti. Diversi studi storici hanno infatti messo in evidenza come i mercati abbiano rappresentato un fattore determinante nello sviluppo e nell'affermazione del capitalismo moderno (Braudel, 1982; Calabi, 2004; Pirenne, 2014 [1925]).

to mira a tracciare l'evoluzione dal modello dell'agorà alla successiva marginalizzazione del mercato alimentare dovuta alla diffusione delle pratiche distributive contemporanee.

box di approfondimento 2 L'evoluzione dello spazio mercatale

Weber (2016 [1922]) evidenzia come già in epoca classica il rapporto tra agorà e mercato fosse imprescindibile, seppur mutevole: la piazza rappresentava lo spazio pubblico della civitas, mentre il mercato concretizzava lo scambio economico, entrambi costituendo momenti fondanti della città. La cultura occidentale sviluppò tuttavia l'esigenza di distinguere le due sfere, come dimostrano i macella, concepiti per allontanare le attività mercantili dal foro. La lunga durata di tale genealogia, che collega le stoà greche e i fori romani ai bazar islamici, ai caravanserragli persiani e ai mercati coperti ottocenteschi, testimonia la capacità del mercato di adattarsi a contesti sociali e ambientali differenti, mantenendo una costante funzione relazionale. Nel Mediterraneo questa dimensione ha trovato una delle sue espressioni più dense, poiché la particolare geografia di coste, approdi e vie carovaniere ha trasformato lo scambio in principio ordinatore dell'urbanità. Le rotte marittime e terrestri, dalla via della seta alle grandi arterie carovaniere, hanno intrecciato mobilità, commerci e contaminazioni culturali, dando forma a sistemi insediativi nei quali le funzioni economiche e civiche risultavano inseparabili. Tale dinamica genera l'esigenza, per i gruppi nomadi e i mercanti itineranti, di spazi destinati sia all'alloggio temporaneo sia allo scambio di beni nelle città di transito. In risposta a questa necessità, le aree urbane iniziano a predisporre zone specifiche, localizzate al margine dei nuclei storici, che assumono progressivamente forme architettoniche autonome. È in questo contesto che si diffondono tipologie edilizie come i funduq e i caravanserragli, concepiti inizialmente come strutture aperte e successivamente evoluti in complessi chiusi, dotati di torri difensive e talvolta di spazi religiosi quali moschee annesse. Questi, collocati immediatamente fuori dalle mura cittadine, funzionano come micro-città temporanee al servizio dei commercianti, integrando funzioni abitative, commerciali e di sicurezza. Contestualmente all'espansione delle pratiche mercantili, la città mediterranea conosce la formazione di quartieri specializzati, nei quali il commercio diventa principio ordinatore della struttura urbana. Suk, bazar e mercati rionali si affermano così come elementi costitutivi della morfologia urbana, lasciando impronte riconoscibili sia nella configurazione edilizia sia nella toponomastica che perpetua la memoria delle loro funzioni (Calabi, 1993). Il rapporto tra città e mercato si manifesta quindi come una dinamica di co-produzione, in cui l'organizzazione mercantile concorre alla definizione materiale e simbolico-identitaria dell'insediamento urbano. Se la cultura occidentale aveva sviluppato l'esigenza di distinguere le due sfere, in epoca medievale, al contrario, riemerge la sovrapposizione degli spazi, con i mercati che tornarono a occupare le piazze cittadine, fungendo da incubatori di processi di modernizzazione. Le domande di consumo provenienti dalle corti reali, dalle famiglie aristocratiche e dalle istituzioni ecclesiastiche costituiscono un potente fattore di crescita dei mercati, stimolando reti di scambio locali e fiere di lungo raggio per la circolazione di prodotti agricoli e beni di lusso» (Casson & Lee, 2011). Weber (2016 [1922]) sottolinea come la loro esistenza fosse spesso legata alla concessione del sovrano, interessato a garantire un flusso regolare di merci straniere e locali, fonte di introiti fiscali e di prestigio simbolico per la città. Laddove mancava un sostegno politico stabile, la gestione dei mercati veniva affidata a poteri esterni o a iniziative imprenditoriali private, fenomeno diffuso nell'Europa centrale e settentrionale. Nel Mediterraneo, invece, tale instabilità portava spesso alla nascita di città costiere come meri luoghi di mercato, generate da accordi tra potenze straniere, coloni o soggetti legati al commercio di transito. Dal XIII secolo, il rifiorire dell'inurbamento e dei traffici sancì un periodo florido per i mercati, che trovarono nuove collocazioni in spazi ampi e strategici, configurandosi come luoghi privilegiati di relazione tra le campagne fornitrici di generi alimentari e le città manifatturiere e mercantili. Nell'Italia comunale lo spazio economico tendeva a confondersi con quello politico, con mercati collocati nei crocevia principali e lungo le arterie di passaggio, a testimonianza dell'incisività crescente della funzione commerciale sugli equilibri

urbani. Essi si affermarono come primi luoghi pubblici del consumo, in cui individui di ceti e provenienze diverse entravano in relazione, aprendo scenari di convivenza inediti. Nel Rinascimento, l'aumento della popolazione urbana rese necessario dedicare ai mercati spazi chiusi, stabilizzandone la presenza all'interno delle città (Castagnoli, 2006). Questo processo culminò nel XIX secolo, quando i mercati rionali coperti raggiunsero la massima diffusione grazie all'industrializzazione e al trionfo dell'homo oeconomicus. Le architetture mercatali divennero imponenti e i mercati si affermarono come luoghi centrali della vita urbana, simboli della società industriale moderna (Mariano, 1995). Le grandi Halles europee diventano monumenti della modernità urbana, in cui ferro, ghisa e vetro compongono un'estetica della trasparenza e dell'igiene, rispondendo sia alle esigenze di conservazione degli alimenti sia a una visione spettacolare del commercio. La fase di espansione si protrae fino alla metà del XX secolo, sostenuta dalla funzione essenziale di approvvigionamento nel periodo postbellico. Nel secondo dopoguerra la frammentazione tipologica si accentua, infatti i mercati si diversificano, perdendo riferimenti comuni e adattandosi alle specificità locali, tanto nei materiali quanto nelle forme, mentre le normative igienico-sanitarie contemporanee rafforzano ulteriormente la necessità di adeguamenti. Questa trasformazione materiale si accompagna a una trasformazione funzionale, poiché l'avanzare dei processi di globalizzazione, l'affermarsi delle economie post-fordiste e la diffusione di forme reticolari di organizzazione spaziale impongono nuove condizioni ai mercati cittadini. Laddove il fordismo privilegiava la concentrazione territoriale delle funzioni economiche, la città post-industriale presenta una duplice tendenza, ovvero da un lato la dispersione delle funzioni residenziali e produttive, dall'altro la concentrazione selettiva delle funzioni direttive in nodi strategici interconnessi su scala globale (Sassen, 1991; Castells, 1996). Questo scenario genera un riposizionamento dei mercati all'interno dell'ecologia urbana, e da spazi centrali del consumo di prossimità, questi ultimi si trovano progressivamente marginalizzati dalla diffusione dei centri commerciali, dai modelli di consumo iper-specializzati e dalla crescente fluidità dei comportamenti metropolitani. Per Nucifora (2012) la traiettoria evolutiva dei mercati non può essere letta solo in termini formali, del resto Adam Smith aveva già descritto il mercato come luogo regolatore dei processi sociali e fondamento dell'economia politica moderna (Smith, 1776). Con il XX secolo, Zygmunt Bauman mise in evidenza il passaggio dalla società dei produttori a quella dei consumatori, in cui lo scambio diventa esperienza identitaria e lo stesso soggetto entra nel circuito del consumo (Bauman, 2007). Marc Augé ha interpretato i malls contemporanei, eredi deformati delle architetture mercatali, come "non-luoghi", spazi che riproducono artificialmente le forme urbane svuotandole di memoria e di identità (Augé, 1992). In questo continuum, il mercato coperto si rivela la tipologia di mercato "formale" che ha saputo adattarsi alle innovazioni tecniche, ai mutamenti economici e alle trasformazioni sociali, mantenendo la propria centralità e rappresentando un patrimonio architettonico e culturale indispensabile per comprendere le forme storiche della città e per interrogare criticamente le trasformazioni contemporanee (Nucifora, 2012).

3.3 Il mercato nella città mediterranea

L'analisi preliminare condotta nel presente lavoro ha messo in evidenza come i mercati alimentari del bacino mediterraneo si presentino come un campo eterogeneo e refrattario a ogni tentativo di classificazione univoca. Ciò che emerge con chiarezza è l'esistenza di una molteplicità di configurazioni mercatali, frutto di sedimentazioni storiche, dispositivi istituzionali differenziati, assetti infrastrutturali contingenti e forme di economia urbana situata. Questa varietà si articola lungo un ampio spettro che va da mercati pienamente istituzionalizzati, regolati da normative e inseriti in reti logistiche e fiscali formalizzate, a spazi dello scambio organizzati attraverso pratiche informali, auto-regolate e adattive, che si innestano negli interstizi materiali e normativi della città. In alcune città, come Barcellona, i mercati municipali operano all'interno di un sistema di governance altamente regolato, definito da una regia centralizzata, da quadri normativi chiari e da infrastrutture progettate per integrare le politiche urbane con quelle alimentari. In altri casi, come Ballarò a Palermo, il mercato si struttura attraverso dispositivi informali, forme di autororganizzazione e pratiche di occupazione quotidiana dello spazio, che sfuggono alle logiche di pianificazione istituzionale e si inscrivono in regimi ambigui di tolleranza normativa. Questa varietà di modelli evidenzia la necessità di superare approcci dicotomici che contrappongono rigidamente il formale all'informale, il regolamentato al caotico, il pianificato allo spontaneo. L'impossibilità di stabilire una categoria univoca non rappresenta un limite interpretativo, ma piuttosto un'indicazione metodologica: quella di adottare uno sguardo relazionale, capace di leggere le ecologie mercatali come esiti storici di articolazioni situate tra governance urbana, informalità diffusa e prossimità sociale. Si approfondiscono di seguito le principali tipologie di mercati alimentari identificate in letteratura.

Il mercato alimentare coperto

In età romana il *macellum* sancì l'avvio di una tipologia edilizia autonoma dedicata al commercio alimentare: un edificio chiuso, con corte centrale e porticati, che traduceva esigenze pratiche di distribuzione, igiene e controllo fiscale in una forma capace di assumere un carattere monumentale, come dimostrano gli esempi di Pozzuoli e dei mercati traianei (Nucifora, 2012). L'architettura mercatale nasceva dunque con scopo funzionale ma, al tempo stesso, come spazio rappresentativo, radicato nella trama urbana e nelle pratiche collettive. Nel medioevo questa forma non si disperse, ma si adattò a nuove condizioni, affiancandosi alla prevalenza dei mercati all'aperto. Le Halles di Parigi, istituite nel XII secolo e ampliate nel XIII, segnano uno dei primi tentativi di stabilizzare lo scambio in una struttura permanente, con edifici lignei che segnavano la centralità del commercio nella vita cittadina (Nucifora, 2012). La Ripa Maris di Genova, realizzata nel Duecento come strada-mercato coperta, costituisce un esempio significativo della circolazione tipologica nel Mediterraneo medievale. La sua conformazione lineare e protetta rievoca modelli islamici e nordafricani, nei quali la continuità della copertura e la disposizione sequenziale delle botteghe ordinavano lo scambio e i flussi urbani (Nucifora, 2012). La struttura operava come infrastruttura commerciale stabile, capace di integrare protezione climatica e regolazione sociale, introducendo nella città ligure soluzioni affini a quelle dei bazar medio-orientali. La sua presenza testimonia come le città marinare italiane fossero parte di un sistema transmediterraneo che coinvolgeva merci, tecniche costruttive e forme spaziali, trasformando il mercato coperto in un luogo di ibridazione culturale. Dal punto di vista tipologico, la Ripa Maris rappresenta un anello intermedio tra i mercati all'aperto dell'Europa medievale e le architetture mercatali moderne, dimostrando che la genealogia del mercato coperto europeo va letta entro una trama condivisa di innovazioni architettoniche e commerciali maturate lungo le rotte mediterranee. Durante il rinascimento la volontà di conferire stabilità architettonica al commercio si tradusse nei grandi loggiati, che mediarono tra la piazza pubblica e l'organismo edilizio. La loggia di Piazza dei Ciompi a Firenze, progettata da Giorgio Vasari nel 1567, per la vendita del pesce, rappresenta un esempio emblematico di questo passaggio: il mercato assumeva una forma permanente, riconoscibile e funzionale, pur restando in continuità con lo spazio civico aperto (Nucifora, 2012). La svolta decisiva si verificò nell'Ottocento, quando la rivoluzione industriale introdusse

Figura 10

**Ortografia del
prospetto del
progetto per il
mercato coperto.**
Fonte: Archivio
Damiani

se ferro e vetro come materiali capaci di generare grandi coperture continue, prive di sostegni intermedi. Nacquero così spazi interni che evocavano la dimensione della piazza ma la reinterpretavano in chiave moderna. Le Halles Centrales di Victor Baltard e Félix Callet a Parigi, i Market Halls di Hermann Blankenstein e Adolf Lindemann a Berlino e il Leadenhall Market di Horace Jones a Londra segnarono l'apice di questa stagione, facendo del mercato una tipologia specialistica e riconoscibile nella città moderna. In Italia, il Mercato Centrale di Giuseppe Mengoni a Firenze e la copertura del mercato di Livorno di Angiolo Badaloni dimostrano la capacità di tradurre questi modelli in chiave locale, restituendo architetture che univano monumentalità e funzionalità (Nucifora, 2012).

box di approfondimento 3 Mercati coperti in Sicilia

Nella seconda metà dell'Ottocento la Sicilia visse una fase intensa di sperimentazione tipologica legata alla costruzione di mercati coperti, in linea con le trasformazioni che, in tutta Europa, accompagnavano la rivoluzione industriale e l'impiego del ferro come materiale costruttivo. A Palermo, i progetti di Giuseppe Damiani Almeyda rappresentarono il momento più alto di questa stagione: le sue architetture mercatali, fondate su un sistema modulare di gallerie coperte da strutture leggere in ferro e vetro, riflettevano l'intento di superare l'improvvisazione dei mercati all'aperto con edifici stabili, durevoli e riconoscibili, iscritti in modo permanente entro la trama della città (Nucifora, 2012; Firrone et al., 2016). Il "Piano generico per i mercati in Palermo", elaborato da Almeyda nel 1865, prevedeva sei mercati coperti, quattro collocati nel centro storico e due in aree periferiche, integrando le nuove tecnologie del ferro in un disegno urbano che si inseriva nei programmi di modernizzazione del tessuto cittadino (Firrone et al., 2016). Tra le realizzazioni più significative figura il mercato del pesce alla piazza XIII Martiri, inaugurato nel 1869, che adottava una struttura in ferro fuso con colonne, archi laminati e coperture metalliche, sperimentando soluzioni distributive attente alla ventilazione e all'illuminazione naturale, in sintonia con le istanze proto-bioclimatiche di Almeyda (Damiani Almeyda, 2001; Fatta et al., 2013). A Trapani, nel 1874, Giovanni Battista Talotti realizzò il mercato del pesce, un'opera che rappresenta l'unico esito concreto di una serie di progetti coevi per nuove architetture mercatali. Lo schema compositivo adottato si distingueva dal modello tradizionale della piazza loggiata, proponendo una configurazione avvolgente che evocava suggestioni di memoria classica e, al tempo stesso, rispondeva a esigenze funzionali precise di ordine, igiene e controllo dello scambio (Nucifora, 2012). A Messina, gli architetti Martinez e Montanaro elaborarono proposte per mercati loggiati che rimandavano alla tradizione rinascimentale, pur reinterpretata secondo le esigenze di un contesto urbano in trasformazione. A Catania, Stefano Ittar progettò la Piazza dei Viveri, un intervento che intendeva tradurre in forma stabile la pratica dello scambio alimentare attraverso una tipologia a corte centrale di evidente ascendenza romana, ripensata per le condizioni della città ottocentesca, dimostrando come la Sicilia partecipasse pienamente al dibattito architettonico dell'epoca, producendo una versione locale e autonoma della modernità mercatale (Nucifora, 2012).



Il mercato “informale”

Lungo questa traiettoria, la ricerca ha individuato nella riflessione sull'informalità un nodo teorico cruciale, utile a comprendere le dinamiche che strutturano alcuni degli spazi mercatali nelle città del Mediterraneo e che saranno oggetto di studio nei capitoli successivi.

box di approfondimento 4 Per superare la dicotomia formale-informale

La distinzione tra pratiche formali e informali all'interno dello spazio urbano non può essere interpretata attraverso una logica binaria. Secondo Varley (2013), la città si configura come un tessuto continuo in cui le separazioni tra ciò che viene istituzionalmente riconosciuto e ciò che si sviluppa al di fuori dei canali ufficiali risultano spesso indistinte. Le due dimensioni non operano come sfere autonome, ma si rivelano profondamente interconnesse (Chen, 2006; Daniels, 2004; Devas, 2001; Donovan, 2008; Meagher, 2013; Robinson, 2006) o addirittura compenstrate in forme relazionali complesse (Meagher, 2010). La città contemporanea si costruisce attraverso interazioni che coinvolgono simultaneamente attori e dispositivi afferenti tanto alla regolazione istituzionale quanto a pratiche emergenti e situate, dando luogo a configurazioni ibride (Simone, 2001; Friedman, 2005). Più che un'opposizione tra sfere distinte, si delinea una co-esistenza dinamica che richiede strumenti interpretativi capaci di leggere le articolazioni fluide tra formalizzazione e informalità. Negli studi urbani contemporanei, il concetto di informalità ha progressivamente assunto una connotazione strutturale, perdendo quella patina residuale che per lungo tempo l'aveva relegato al di fuori dei dispositivi statali. L'informalità non si colloca ai margini del potere, ma si genera spesso al suo interno, attraverso strategie di regolazione ambivalenti e pratiche amministrative selettive che riflettono le asimmetrie sociali e politiche del contesto urbano. Le istituzioni pubbliche, soprattutto a livello locale, svolgono un ruolo determinante nella produzione di informalità, non come effetto collaterale, ma come esito deliberato di una governance che mantiene volutamente aperti gli spazi dell'interpretazione normativa (Yiftachel, 2009). All'interno di questa dinamica, la distinzione tra formale e informale si dissolve in una gamma continua di situazioni intermedie, attraversate da soggetti che combinano registri differenti in funzione delle risorse disponibili, delle relazioni di potere e delle opportunità contingenti (Cross, 2000; Varriale, 2014). Ci si trova quindi di fronte a ibridazioni mutevoli di codici, in cui la legalità non coincide necessariamente con la legittimità, né l'autorizzazione con il riconoscimento. In molti casi, l'informalità diventa uno strumento flessibile, impiegato per gestire tensioni sociali, assicurare consenso o consolidare assetti clientelari, in particolare nei confronti di gruppi vulnerabili cui vengono concessi margini d'azione regolati dall'arbitrio istituzionale (Henry & Sills, 2006). Questa ambivalenza si riflette nella definizione proposta da Roy (2009), che interpreta l'informalità come una zona di deregolamentazione inscritta nella relazione mutevole tra ciò che è legale e ciò che è illegale, tra ciò che viene autorizzato e ciò che resta nell'ombra. In tale configurazione, le categorie stesse di formale e informale, pur non essendo intrinsecamente oppressive, tendono a perpetuare interessi dominanti e a consolidare disuguaglianze strutturali (McFarlane & Waibel, 2016). L'informalità smette quindi di rappresentare un difetto da correggere, diventando una risorsa politica ed economica, funzionale alla riproduzione delle gerarchie urbane e al mantenimento di un ordine flessibile. Il concetto di “spazio grigio” elaborato da Yiftachel (2009) consente di leggere con maggiore precisione queste ambiguità di governo, dove la sospensione della pianificazione equivale a una politica di esclusione attiva. In queste zone di incertezza regolativa, l'accesso ai diritti rimane condizionato e reversibile, mentre la formalizzazione può intervenire selettivamente per “imbiancare” alcune situazioni o, al contrario, per oscurarne altre fino alla rimozione forzata. Chiodelli e Tzfadia (2016) descrivono questi processi come forme di “governance grigia”, in cui le istituzioni adottano un linguaggio tecnico-formale per legittimarsi, pur partecipando direttamente alla riproduzione dell'informalità. In questo senso, l'informalità non solo riflette ma alimenta dinamiche di accumulazione e di controllo, radicate in una razionalità di governo che opera attraverso la gestione strategica dell'ambiguità (Roy, 2012).

Seale ed Evers (2016), nel loro volume *Informal Urban Street Markets*, definiscono l'informalità negli street markets come una dimensione generativa che produce senso, organizzazione, e conoscenza situata, rivelando nuove strategie per abitare lo spazio, accedere ai servizi urbani, e gestendo le tensioni tra regolazione istituzionale e pratiche quotidiane tramite configurazioni adattive fondate su esperienza, prossimità e ripetizione, richiamando la lettura di Roy (2009) sull'informalità quale forma di sapere situato e la definizione di Kudva (2009, p. 1617) come politica del riequilibrio contro le asimmetrie ambientali. Questa riflessione, che si sviluppa dal contributo fondativo di Hart (1973) sull'economia informale nel Ghana postcoloniale, si innesta su un ampio corpus di studi che include contesti eterogenei dal Sud al Nord globale (Roy, 2009; Varley, 2013), affermando l'idea centrale che i mercati informali non sono riducibili a residualità o disfunzioni, ma costituiscono nodi vitali di un'economia ibrida, interdipendente e multiscalare, nella quale le pratiche formali e informali si intrecciano, contaminano e ricodificano reciprocamente, creando un continuum di relazioni che Varley (2013) definisce come un tessuto urbano continuo, sfidando così la dicotomia formale/informale e vedendo la città come campo dinamico di relazioni (Amin & Graham, 1997). I mercati di strada, dunque, generano capitale sociale (Lyons & Snoxell, 2005), sostengono la rigenerazione urbana (Middleton, 2003), attivano forme di cosmopolitismo migrante (Kothari, 2008), e alimentano circuiti di apprendimento situato e trasmissione di saperi taciti (Geertz, 1978), includendo pratiche di consumo sia dei segmenti marginali sia dei ceti privilegiati per finalità simboliche (Williams, 2002), fatto che ne sottolinea il carattere inclusivo e conflittuale, iscrivendoli in una logica di "urbanismo subalterno" (Kudva, 2009) che contesta le epistemologie dominanti della pianificazione e restituisce *agency* alle collettività marginalizzate. Dal punto di vista ontologico, Evers e Seale leggono i mercati informali come assemblaggi rizomatici (Deleuze & Guattari, 1987) e assemblaggi adattivi complessi (Dovey, 2012), composti da attori umani e non umani, flussi e infrastrutture che interagiscono con logiche di continua riconfigurazione, incarnando forme di adattamento non lineari, perché questi spazi non sono caotici, ma luoghi dove emergono forme di organizzazione, calcolo, e pianificazione non codificate, spesso invisibili alle epistemologie ufficiali (Megaher, 2010), e la loro natura mobile e adattiva ridefinisce l'accesso a beni e servizi, colmando lacune e producendo alternative concrete all'urbanizzazione dominante. Infine, la dimensione politica di questi spazi è cruciale, poiché le pratiche di regolazione statale oscillano tra tolleranza, criminalizzazione e repressione (Chen, 2012), producendo effetti ambivalenti che da un lato marginalizzano i venditori, dall'altro ne sollecitano l'organizzazione collettiva e la rivendicazione di diritti (Brown, Lyons & Dankoco, 2010), trasformando i mercati in

luoghi di conflitto e compromesso (Cross, 2000), dove la negoziazione quotidiana si traduce in forme di resistenza e riappropriazione dello spazio urbano (Connolly, 2002; Gibson-Graham, 2006), dimostrando che l'idea di urbanismo subalterno avanzata da Seale ed Evers (2016) ha una valenza operativa, capace di generare trasformazioni durevoli attraverso l'invenzione quotidiana e la coesistenza non normata, mettendo in discussione le coordinate epistemiche dell'urbanistica moderna.

Muovendo da questa analisi, le pratiche dei venditori ambulanti, dei micro-commercianti e dei produttori locali possono anche essere lette come strategie quotidiane di sopravvivenza e resistenza, che si inseriscono in quella che Asef Bayat definisce la *quiet encroachment of the ordinary* (Bayat, 2004). Tale espressione indica l'insieme di azioni diffuse, silenziose e frammentate attraverso cui i poveri delle metropoli del Sud globale occupano spazi e risorse urbane per garantirsi mezzi di sostentamento e migliorare le proprie condizioni di vita: vendere merci sul marciapiede, costruire alloggi informali su lotti abbandonati, collegarsi abusivamente alle reti di servizio. Queste pratiche, pur prive di ideologie dichiarate o leadership organizzate, costituiscono una forma di attivismo molecolare che mette in discussione le prerogative statali e i confini della legalità formale, contestando implicitamente il controllo dello spazio pubblico e la distinzione tra beni pubblici e privati. L'espansione dei mercati informali diventa quindi un dispositivo di produzione di alternative urbane dal basso: i venditori che occupano strade e piazze per allestire bancarelle affermano di fatto un diritto alla città e al sostentamento, costruendo scenari di resistenza silenziosa alle logiche escludenti dell'economia neoliberale.

Tabella 1
Modelli di
Mercato
alimentare
e Regimi di
Governance
nella Città
Mediterranea.
Fonte:
elaborazione
dell'autore

Tipologia di Mercato	Riferimenti	Regimi Strutturali (Governance / Spazio)	Formale/ Informale
Mercato Alimentare Coperto	Macellum romano, Halles di Parigi, Mercato Centrale (Mengoni, Firenze), Mercati di Damiani Almeyda (Palermo)	Istituzionalizzazione Piena, Regolamentazione Igienica/Fiscale, Infrastruttura Permanente, Centralità Rappresentativa	Pienamente Formale / Formalizzato Storico (Transizione '800)
Mercato "Informale"	Suq arabo; mercati all'aperto, Street Markets	Auto-organizzazione Adattiva, Governance Grigia (Yiftachel, 2009), Encroachment Quotidiano (Bayat, 2004), Pratiche non codificate	Informalità Strutturale / Ibridazione Dinamica (Zona di Deregolamentazione Roy, 2009)

Il mercato alimentare “storico”

Nella letteratura scientifica non siamo stati in grado di rintracciare una definizione univoca e codificata di “mercato storico”, ma esistono categorie operative utilizzate in studi accademici e in documenti istituzionali che consentono di delimitare questa nozione in modo scientificamente fondato. Ciò che emerge con certezza è che la nozione di “mercato storico alimentare” nelle sue declinazioni di *long-established markets* o *traditional retail markets* viene inquadrata nella letteratura internazionale come sinonimo di mercati coperti municipali ottocenteschi o primo-novecenteschi, ancora attivi e con funzione alimentare, riconosciuti per continuità funzionale, valore patrimoniale e persistenza spaziale. Questa definizione operativa è condivisa e verificabile nelle fonti analizzate nel presente capitolo tra cui si legga in particolare il lavoro di González & Waley 2013; González 2020; Dobraszczyk 2012; Mead 2012; Morales 2009; Watson 2009; de La Pradelle 2006.

A livello nazionale, secondo una definizione richiamata in un Dossier parlamentare del 2021, il mercato storico rientra tra le *attività commerciali di particolare valore storico e artistico* esercitate nello stesso spazio o area per almeno cinquant’anni continuativi, costituendo testimonianza della storia, dell’arte e della cultura imprenditoriale dei territori². Il Dossier descrive inoltre come il *mercato storico* sia riconosciuto da diverse legislazioni regionali, che ne disciplinano la durata temporale minima, i requisiti architettonici e la continuità gestionale³. La continuità storica e la localizzazione nei centri urbani di pregio costituiscono criteri fondativi per l’attribuzione della qualifica di *mercato storico*, la quale può estendersi anche alla sfera immateriale dei saperi, delle pratiche di scambio e dei rituali collettivi associati. Il Dossier riconosce che la tutela di tali mercati rientra tra gli strumenti di salvaguardia dell’ambiente cittadino e della diversità economica. In Sicilia, la Legge regionale 14 agosto 2008, n. 3 aveva già introdott-

² Per ulteriori approfondimenti si rimanda al Dossier n. 469 della Camera dei Deputati (28 luglio 2021).

³ In particolare, la Regione Emilia-Romagna (L.R. 10 marzo 2008, n. 5) definisce mercato storico un’attività commerciale in esercizio continuativo da almeno cinquant’anni, al pari delle botteghe storiche; la Regione Veneto (L.R. 28 dicembre 2012, n. 50, art. 11) ne riconosce il valore identitario per la testimonianza dell’antica tradizione mercantile; la Regione Umbria (L.R. 13 giugno 2014, n. 10, art. 21) e la Regione Abruzzo (L.R. 31 luglio 2018, n. 23, art. 66) ne sottolineano la funzione di testimonianza della cultura imprenditoriale e della tradizione produttiva locale.

to norme per il recupero e il riconoscimento della valenza storica dei mercati su aree pubbliche, ponendosi l'obiettivo di promuovere e valorizzare queste attività e prevedendo misure di riqualificazione e tutela della loro permanenza nella sede tradizionale.

Nel documento *Mercati storici siciliani* curato da Orietta Sorgi (2008) per il Centro regionale per l'inventario, la catalogazione e la documentazione dei beni culturali della Regione Siciliana, il termine mercato storico descrive gli insediamenti mercatali antichi tuttora operativi, dei quali l'autrice enfatizza la resistenza socio-culturale ai processi di modernizzazione (Sorgi, 2008). La configurazione spaziale di questi mercati, localizzati in aree centrali o portuali, è composita: prevede l'articolazione in un reticolo di vicoli e piazze con banchi all'aperto, assimilabili ai suq, che coesistono con la presenza strutturata di mercati coperti (Sorgi, 2008). Questa materialità, arricchita da rituali, abbinati e densa ecologia sensoriale, genera una coesione che configura il mercato come un «fatto sociale totale», (Sorgi, 2008). Di seguito, viene presentato un approfondimento specifico su cosa si intenda per mercato storico in Sicilia.

Il mercato alimentare storico in Sicilia

I mercati storici siciliani costituiscono un oggetto di approfondimento per la loro specificità e la temporalità multipla, caratteristiche che non derivano dalla forma spaziale (aperta o coperta, formali o informali), poiché la storicità del fenomeno non ha origine nella struttura edilizia, ma si fonda su una diversa eziologia. La persistenza è assicurata dalle permanenze relazionali, semiotiche e rituali che determinano il radicamento profondo nel tessuto urbano, mettendo in evidenza in particolari contesti, come quello palermitano, una chiara affinità morfologica e funzionale con la tipologia del suq di matrice araba.

Prima di tutto è importante sottolineare che la Sicilia ha una storia cumulativa, anziché evolutiva, poiché le culture che si sono succedute si sono sovrapposte senza annullarsi, delineando una struttura storica a strati distinti, pur non essendo impermeabili (Buttitta, 1995), dove l'antico continua ad agire nel presente. Questa logica cumulativa e non lineare, che plasma una specifica modernità, descrive anche i mercati storici siciliani, considerati non solo come retaggi del passato, ma come luoghi attivi e abitati da temporalità plurali, che perciò producono economie prossimali, memorie condivise e grammatiche autonome di interazione. Per Sorgi (2008) questi mercati rappresen-

tano un “fatto sociale totale”⁴ (Mauss, 1965), ossia un nodo di interrelazioni sociali, culturali e rituali che va oltre la dimensione strettamente economica, affondando le radici nell’antica vita di piazza. La loro centralità culturale deriva quindi dalla profonda radice storica e fisica nel tessuto urbano, come dimostra l’esempio di Palermo, dove i mercati hanno assicurato la vitalità dei quartieri, opponendosi a ogni tentativo di spostamento (La Duca, 1994). Aggiungiamo a questa stabilità una dimensione performativa fondamentale, infatti Bonanzinga (2006) li chiama “teatri dell’abbondanza”, affermando che la teatralità delle pratiche e l’estetizzazione dei beni vanno oltre le logiche economiche perché rafforzano i legami e la memoria collettiva, mentre Balistreri e Pollaci (2008) li descrivono come “teatri naturali”, ovvero contesti di interazione simbolica dove colori, suoni e profumi si intrecciano in un modo unico, trasformando l’atto dell’acquisto in una narrazione simbolica e culturale che è espressione delle tradizioni locali e dell’identità collettiva.

Questa configurazione estetica e performativa trova un’eco nella descrizione evocativa di Sciascia che definisce i mercati palermitani come luoghi di “*mangiar visuale*”. Del resto, per quanto riguarda la sfera alimentare, il cibo nei mercati siciliani diventa il perno dell’identità gastronomica e della sua trasformazione in esperienza, poiché presenta prodotti locali legati alle tradizioni agricole e ittiche (Fusté-Forné, 2023) che rendono i mercati “musei viventi”. Del resto, l’eredità alimentare siciliana è un palinsesto di contaminazioni (fenicia, greca, romana, islamica, normanna) che struttura l’identità stessa delle città. Nella letteratura osservata, il cibo appare come chiave interpretativa delle relazioni di potere e come dispositivo di mediazione tra spazio e ambiente circostante: ogni trasformazione economica e politica ha trovato espressione materiale nella riorganizzazione delle filiere, nei mercati cittadini, nei circuiti di scambio che definivano le gerarchie sociali e l’accesso alle risorse (Scarpi, 2005; Aymard & Bresc, 1975).

Tuttavia l’evoluzione esperienziale riflette anche trasformazioni legate al turismo e ai processi di food gentrification, i quali ridefiniscono

4 La dinamica dello scambio, elemento centrale tra i mercati, tanto nei suoi aspetti economici quanto in quelli simbolici, va compresa attraverso una narrazione di coesistenza più che di successione (Braudel, 1986). Si parla quindi di un tempo storico plurale, dove la simultaneità di registri culturali differenti costituisce la regola. L’espressione “fatto sociale totale”, esplicitamente attribuita alla tradizione della sociologia francese, è evocata per descrivere l’insieme di relazioni che si instaurano all’interno dei mercati tradizionali, superando la dimensione strettamente economica per includere aspetti religiosi, ludici, comunicativi e simbolici. Come fatto sociale totale, il mercato non è solo un luogo fisico di scambio di beni, ma uno spazio privilegiato di interrelazione culturale, radicato in un orizzonte comunitario che affonda le proprie origini nell’antica vita di piazza greco/romana e che si riproduce attraverso comportamenti ritualizzati e linguaggi condivisi.

gli spazi per un pubblico cosmopolita. La ricerca attuale, focalizzata su casi studio specifici (Mercatanti, 2010; Graziano, 2020), documenta come la food gentrification trasformi i mercati storici tramite l'estetizzazione e l'introduzione di consumi per tale pubblico, allontanandosi dalle funzioni tradizionali⁵.

Rito, oralità e permanenza nei mercati storici siciliani

Una vasta campagna di rilevamento (Sorgi, 2008) sui mercati siciliani⁶, dalle città all'entroterra, ha messo in luce una marcata resilienza di pratiche legate al commercio tradizionale siciliano, le quali mantengono tratti morfologici, relazionali e semiotici stabili, nonostante la marginalità nelle politiche di sviluppo. L'assetto ambientale, composto da vicoli, strutture mobili, botteghe e taverne, resta spesso intatto, e questa permanenza si riflette nelle forme orali di comunicazione, dove le abbanniate (grida dei venditori) sono espressione di una

5 Il catalogo *Nutrire la città*. A tavola nella Palermo antica (Spatafora, 2015) restituisce una visione stratificata delle pratiche alimentari che hanno strutturato l'identità di Palermo lungo l'intero arco della sua storia. La cucina viene interpretata non come fatto meramente nutrizionale, ma come linguaggio capace di tradurre rapporti sociali, processi di contaminazione e forme di autorappresentazione collettiva, secondo la lettura che individua nel cibo un veicolo privilegiato di significati simbolici e relazionali (Montanari, 2002; Montanari, 2004). Fin dalle prime frequentazioni preistoriche documentate nella Conca d'Oro, l'alimentazione riflette un paesaggio ambientale fertile e al tempo stesso fragile, trasformato progressivamente dall'azione antropica attraverso agricoltura, allevamento e pratiche di domesticazione delle piante, in una dinamica che si configura come laboratorio mediterraneo di biodiversità e innovazione agronomica (Barbera, 1999; Barbera, 2012). Le testimonianze archeologiche, dalle necropoli puniche agli insediamenti romani, confermano la centralità del cibo come infrastruttura di scambio e di relazione: il vasellame d'importazione e le tipologie ceramiche attestano pratiche di banchetto e ritualità funerarie che incorporano influenze greche e fenicio-puniche, delineando un quadro di ibridazione alimentare che è stato interpretato come processo di contaminazione socio-culturale. Con l'età islamica, il sistema agroalimentare conosce una trasformazione profonda descritta come rivoluzione agricola e organizzativa, fondata su nuove tecniche idrauliche e su un uso intensivo delle risorse idriche attraverso norie e qanat, capaci di modellare un paesaggio agrario irrigato che innerva ancora oggi la memoria della città. I resoconti di viaggiatori come al-Idrīsī e Ibn Jubayr restituiscono l'immagine di una Palermo attraversata da acque e giardini, dove gli orti periurbani costituivano non solo luoghi di produzione, ma anche spazi di sperimentazione botanica e di rappresentazione politica (Amari, 1982). Questa dimensione si prolunga nei secoli successivi, quando le dinamiche di approvvigionamento urbano si intrecciano con i sistemi di tassazione, i calmieri e le pratiche notarili che sono state interpretate come forme di governance alimentare radicate in una logica di equilibrio tra città e contado (Bresc, 2013).

6 Nel quadro del Programma Operativo Regionale Sicilia 2000-2006, il Centro Regionale per il Catalogo e la Documentazione dei beni culturali ha condotto una vasta campagna di rilevamento e analisi dei mercati storici siciliani, culminata in un'opera audiovisiva e testuale a cura di Orietta Sorgi (2008). La documentazione raccolta ha riguardato un'ampia varietà di contesti: dai mercati storici delle principali città siciliane (Palermo, Catania, Siracusa, Caltanissetta, Trapani e Marsala), alle fiere dell'entroterra a vocazione agro-pastorale, fino alle forme residuali di commercio marinaro e ittico localizzate lungo la fascia costiera.

cultura dell'oralità che comprendeva araldi, banditori e cantastorie. Seguendo Pitrè e Favara, distinguiamo abbanniate itineranti (più melodiche) e stanziali (più concise), due sistemi semiotici autonomi che fanno uso di metafora, metonimia, iperbole e frequenti incursioni nel registro licenzioso (Bachtin, 1979). Queste pratiche, pur ridimensionate dalla riorganizzazione urbana moderna e dalla scomparsa del piccolo ambulatato, riescono a sopravvivere tra i mercati siciliani. La cucina di strada mantiene la sua centralità sonora e olfattiva, con grida che promuovono sfincione, quaglie, vastedde, frittola, panelle e croccchè.

La prospettiva di Sorgi (2008) individua nelle festività religiose e civili un elemento fondamentale all'interno della struttura narrativa dei mercati, considerando questi momenti non accessori, bensì dinamici di rigenerazione dell'economia di sussistenza e di riconfigurazione temporanea del tessuto urbano, con il rapporto tra commercio e rito che si manifesta in modo strutturale. In queste occasioni, lo spazio mercatale cambia radicalmente: le bancarelle subiscono trasformazioni, la scena si arricchisce di addobbi e illuminazioni che sottolineano la presenza del sacro, mentre il paesaggio sonoro muta dalle consuete grida dei venditori ai ritmi processionali. Ne è un esempio la festa della Madonna della Mercede a Palermo, protettrice del mercato del Capo, dove il tamburo solenne ricompare per scandire le fasi rituali (Sorgi, 2008). Analogamente, il sincretismo si evidenzia nella festa di Sant'Agata a Catania, in cui le Candelore attraversano i mercati della Fera ô Luni e della Pescheria, e i gesti di devozione dei bottegai, che lanciano dolci, affermano la continuità tra spazio commerciale e spazio liturgico. Sorgi sottolinea come le fasi liminali del calendario siano particolarmente dense di cerimonialità mercatale, per esempio durante la Settimana Santa, quando nei mercati alimentari, come in via Porta Carini, l'esposizione di agnelli e capretti eleva la merce a cibo rituale, il cui significato non è solo commerciale, ma simbolico, poiché, secondo la formula di Cirese (1977), "le cose non debbono soltanto servire..., ma debbono anche significare". Questo legame si manifesta esplicitamente in contesti fortemente identitari, come lo Strata a foglia di Caltanissetta, e si ripropone nella festa di Santa Rita a Palermo, dove la vendita delle rose da parte degli ambulanti si concentra davanti alla chiesa di Sant'Agostino, richiamando i fedeli che compiono riti votivi legati alla protezione familiare (Sorgi, 2008)⁷.

7 La crucialità del riferimento impone, stabilendo il 2008 come terminus a quo dell'osservazione empirica principale, la necessità di una verifica diacronica prospettica che tenga in considerazione le dinamiche urbane e turistiche più recenti, per una valutazione evolutiva delle pratiche analizzate.

Riflessioni a margine sul mercato storico

La nozione di mercato storico emerge come costruzione interpretativa più che come categoria normativa, capace di restituire la complessità dei processi che rendono durevole una forma di scambio entro il tempo della città. Questa definizione problematizza la distinzione fra mercato formale e informale, poiché il carattere storico, oltre che dalla temporalità, non dipende dal grado di regolazione, ma dall'intensità delle relazioni che lo sostengono. Considerando l'ampio spettro definitorio, l'entità mercato storico si manifesta infatti come una realtà duale, potendo presentarsi sia come spazio aperto radicato nelle pratiche informali sia come struttura coperta pienamente istituzionalizzata nel sistema formale. Prendendo in riferimento la documentazione analizzata, rientrano infatti nella definizione di mercato storico, mercati pienamente istituzionalizzati, che custodiscono la propria identità attraverso un patrimonio architettonico codificato, e mercati all'aperto, apparentemente effimeri, la cui storicità risiede nell'accumulo di gesti, linguaggi e abitudini che resistono al tempo lineare. Entrambe le forme condividono una medesima logica di prossimità: quella che radica lo scambio nell'interazione faccia a faccia, nell'apprendimento tacito, nella negoziazione continua del valore e nella costruzione di fiducia reciproca.

3.4 I mercati alimentari tra prossimità, identità e spinte turistiche

L'ampia letteratura dedicata ai mercati alimentari, pur attraversando prospettive disciplinari differenti, converge su alcune linee interpretative ricorrenti. L'approfondimento che segue si concentrerà su tre dimensioni interpretative emerse durante l'analisi narrativa condotta, rilette attraverso una logica genealogica che ne restituisce la stratificazione progressiva all'interno del dibattito scientifico sui mercati alimentari. La prima riguarda il mercato come spazio di prossimità, che sostiene economie quotidiane, reti solidali e condizioni diffuse di accessibilità, in cui la materialità dello scambio si intreccia con pratiche di cura e mutuo supporto radicate nei quartieri. La seconda riguarda il mercato come luogo identitario, in cui si stratificano memorie collettive, narrazioni simboliche e forme di appartenenza che radicano lo spazio mercatale nel tessuto civico, dove il cibo opera come vettore culturale capace di attivare riconoscimenti reciproci, trasmettere saperi intergenerazionali e rappresentare, nella sua materialità sensoriale, le specificità locali. La terza esplora i processi di turistificazione, nei quali l'intreccio tra logiche patrimoniali, narrazioni gastronomiche e strategie di attrattività urbana riconfigura economie, usi e forme di partecipazione, aprendo un terreno di tensione tra valorizzazione economica e giustizia spaziale.

La dimensione prossimale del mercato: prossimità fisica, relazionale, sociale ed economica

La ricerca sui mercati alimentari ha evidenziato come questi spazi siano attraversati da logiche che superano la sola funzione commerciale. Gli scambi economici si svolgono all'interno di ambienti densi di relazioni, strutturati da codici morali, abitudini incorporate, regimi

simbolici e pratiche quotidiane che danno forma alla vita urbana. La compravendita diretta e l'accesso a prodotti freschi e stagionali producono un'esperienza che viene percepita come autentica, radicata, parte integrante della vita di quartiere (Guàrdia & Fava, 2010). È entro questa prospettiva che la "bazar economy" (Geertz, 1978) è stata descritta come un sistema di relazioni fitte e interdipendenti, dove le merci circolano portando con sé storie, abitudini e riconoscimenti, e la loro valutazione è inscindibile da quella delle persone e delle loro condotte. Lo testimoniano le pratiche etiche e religiose che ordinano il mercato di Sefrou analizzato da Geertz, dall'ideale di sincerità all'uso performativo della parola (*klam*) che agiscono come principi di regolazione al pari dei meccanismi economici convenzionali (Geertz, 1979/2002). L'esperienza del mercato si radica così in una prossimità che non è solo fisica, ma relazionale e affettiva: i mercati diventano crocevia di corpi e di sguardi, luoghi di attraversamento in cui la co-presenza genera nuove relazioni e rinsalda quelle esistenti (Hiebert et al., 2015) e lo spazio mercatale emerge come condensazione di reti tra persone, merci e saperi, che nel tempo si stratificano in luoghi densi di interazioni e memorie condivise (Bestor, 2004). Questa densità relazionale trae la propria forza dall'intreccio di pratiche corporee e regimi sensoriali che incorporano lo scambio nell'esperienza del luogo (Amendola, 2008; Watson, 2009; De La Pradelle, 2006), generando configurazioni topografiche capaci di connettere geografie distanti attraverso circuiti materiali e simbolici di produzione, circolazione e valore (Amin & Cohendet, 2004; Berndt & Boeckler, 2009; Caramaschi, 2014).

La vendita alimentare, inoltre, ha da sempre svolto un ruolo strutturante nell'organizzazione della città compatta e vivibile, alimentando relazioni e consolidando il senso di comunità (Janssens & Sezer, 2013). Come affermano Guàrdia et al. (2010), sia nel nord che nel sud delle città mediterranee tradizionali, i mercati hanno costituito l'ossatura del tessuto urbano dei quartieri, contribuendo a rafforzare la vivibilità urbana, avvicinando i cittadini ai beni alimentari e alle necessità quotidiane, rappresentando una forma autentica di prossimità. Ripol (2003; 2008) analizza i mercati municipali come rafforzatori della vitalità urbana grazie alla prossimità, intesa come accessibilità quotidiana, relazioni sociali e valore simbolico (Ripol, 2003). La loro persistenza deriva dalla capacità di adattarsi pur mantenendo l'ancoraggio territoriale, agendo come nodi coesivi nella struttura policentrica della città (Ripol, 2008). La vicinanza risponde inoltre a esigenze demografiche specifiche, come quelle della terza età che privilegia i consumi prossimi per una qualità di vita sostenibile (Ripol, 2003), e il mercato alimentare diviene così un laboratorio per ricostruire forme di mutualismo e cura territoriale nelle città frammentate. Ripol li descrive inoltre come elementi centrali della "vertebración" urbana,

veri e propri nodi che irradiano vitalità, prossimità e luce nella trama cittadina, in contrasto con la frammentazione funzionalista della città moderna teorizzata da Le Corbusier nella *Carta di Atene*, e ne analizza le dinamiche gestionali secondo un approccio evolutivo ispirato alla teoria del cambiamento economico di Nelson e Winter (1982). La letteratura evidenzia come la dimensione di prossimità si manifesti nel radicamento locale della maggior parte degli artigiani e commercianti, che vivono stabilmente nei rioni in cui operano e costruiscono reti economiche e sociali fondate su relazioni interpersonali e sulla condivisione quotidiana di spazi e risorse. L'indagine etnografica condotta da FIERI nei mercati rionali torinesi evidenzia come la prossimità spaziale e la quotidianità delle interazioni costituiscano inoltre fattori abilitanti nella costruzione di legami sociali stabili e nella riproduzione di reti di fiducia che sostengono l'economia locale (Blanchard, 2010). La dimensione mercatale appare strutturata da scambi che, pur fondati su transazioni economiche, si innestano in circuiti relazionali densi, alimentati dalla ripetizione dei contatti, dal riconoscimento reciproco e da micro-pratiche di sostegno simbolico e materiale tra operatori e clienti (Ambrosini & Castagnone, 2010). La vicinanza geografica assume una funzione generativa: l'insediamento residenziale delle comunità immigrate nei quartieri contigui alimenta flussi costanti di domanda e rende i mercati infrastrutture relazionali radicate nel tessuto socio-spaziale urbano (Pastore, 2010). La costruzione della fiducia si intreccia così con dinamiche di connazionalità, che favoriscono l'accesso alle licenze, l'apprendistato informale e l'organizzazione collettiva delle filiere di approvvigionamento, configurando i mercati come spazi di densificazione relazionale e di inclusione progressiva nei circuiti economici locali (Blanchard, 2010). Secondo l'interpretazione proposta da Manry e Peraldi (2004), lo scambio mercatale non si esaurisce in una transazione economica, ma implica la capacità dell'operatore di attivare un legame sociale situato e circoscritto, fondato su riconoscimento reciproco e fiducia contingente. Everts, Jackson e Juraschek (2021) osservano che i commercianti investono quotidianamente nella costruzione di rapporti fiduciari con i frequentatori, attivando un ampio repertorio di competenze interattive che includono scambi informali, trasmissione di conoscenze e cura personalizzata. Questi legami, spesso consolidati nel tempo e talvolta estesi per più generazioni familiari, alimentano un senso di appartenenza e reciprocità che distingue il mercato come spazio di prossimità relazionale, in contrasto con l'anonimato dei canali distributivi standardizzati. La relazione tra venditore e cliente assume così una valenza performativa: l'interazione commerciale diventa un dispositivo temporaneo di prossimità sociale, che crea uno spazio condiviso di riconoscimento e familiarità all'interno del tempo limitato della transazione (Manry & Peraldi, 2004). L'integrazione di funzioni alimentari e relazionali nei

mercati contribuisce inoltre a generare nuove forme di cittadinanza attiva, favorendo l'inclusione sociale attraverso modalità partecipative di gestione e cura degli spazi (Sganzetta & Tricarico, 2018). L'esperienza dei mercati come luoghi "emplaced" rivela la loro capacità di generare forme di *throwntogetherness* (Massey, 2005), accogliendo soggetti sociali diversi e favorendo la coesistenza di traiettorie plurali nello stesso spazio, secondo un approccio relazionale alla spazialità (Rabbiosi, 2018). L'esperienza di *SOSpesa*, condotta nel quartiere Nolo di Milano dal laboratorio Off Campus del Dipartimento di Design del Politecnico di Milano, dimostra come i mercati municipali e i negozi di vicinato possano costituire nodi strategici di reti solidali di prossimità, capaci di affrontare simultaneamente l'insicurezza alimentare, la riduzione degli sprechi e il sostegno all'economia locale (Fassi & Meroni, 2023). Il progetto, sviluppato all'interno degli spazi di Off Campus NoLo all'interno di un mercato municipale coperto, ha riconfigurato una pratica di attivismo civico in un servizio stabile attraverso processi di co-progettazione e infrastrutturazione sociale (Hillgren, Seravalli, & Emilson, 2011; Seravalli & Eriksen, 2017), attivando una rete di attori locali, piccoli commercianti, associazioni, orti urbani, volontari e residenti, connessi da relazioni di fiducia e prossimità geografica, che ha generato circuiti di mutuo sostegno e appartenenza analoghi a quelli osservati nei mercati municipali tradizionali (Guàrdia & Fava, 2010; Ripol, 2008; Fava et al., 2016), rafforzando la coesione sociale e sostenendo le microeconomie urbane.

La dimensione identitaria del mercato: patrimoni simbolici, appartenenze collettive e narrazioni territoriali

Mercato come identità

Nel *Ventre di Parigi* (Zola, 1873/2013), il mercato delle Halles è concettualizzato quale epicentro identitario della città, dove la materialità alimentare si fonde con l'immaginario collettivo. La metafora del "gigantesco ventre di metallo" definisce il mercato come organismo vitale, un centro metabolico e simbolico che, attraverso una densa esperienza sinestetica, traduce la funzione nutritiva in coesione civica. L'abbondanza alimentare diventa così una metafora della vitalità collettiva, configurando il mercato come spazio di organizzazione so-

ziale e simbolica. Questa dimensione identitaria, fondata sulla compresenza di differenze sociali e culturali nello stesso spazio, anticipa ciò che oggi viene inteso come funzione sociale dei mercati, ovvero la capacità di generare inclusione, rafforzare il capitale sociale e promuovere dinamiche di resilienza culturale in contesti segnati da crescenti disuguaglianze urbane (Watson & Studdert, 2006). Il lavoro etnografico condotto da Sophie Watson (2009) nei mercati britannici mette in luce come tali spazi mercatali svolgano una funzione identitaria cruciale, radicando forme di socialità quotidiana che rafforzano legami di appartenenza e memoria collettiva. La configurazione fisica e sociale dei mercati favorisce forme di contatto interpersonale che Watson descrive come “rubbing along”: interazioni minime ma costanti tra soggetti diversi, capaci di contrastare le tendenze alla chiusura in gruppi omogenei che caratterizzano molte città contemporanee (Watson, 2006; Sennett, 1996; Bauman, 2003). De La Pradelle (2006) mostra come il mercato settimanale di Carpentras costruisca un ambiente performativo in cui la teatralità, la retorica dell’abbondanza e l’intensità sensoriale non solo accompagnano ma attivano gli scambi economici, conferendo alle merci un’aura di valore e rafforzando le relazioni tra venditori e clienti. L’interazione corporea, il contatto fisico con i prodotti e la scenografia del mercato servono a creare fiducia e desiderio, rendendo il mercato un dispositivo economico effettivamente fondato sulla prossimità. Questi scambi, apparentemente effimeri, generano reti di familiarità e fiducia che rinforzano il capitale sociale locale, agendo come collante comunitario. La presenza di relazioni di lungo periodo tra commercianti e clienti, spesso tramandate all’interno di famiglie che operano nel mercato da generazioni, produce continuità intergenerazionali che contribuiscono a stabilizzare e trasmettere identità collettive, secondo dinamiche osservate anche da Stillerman (2006) nei mercati di Santiago del Cile. Watson collega tale vitalità identitaria alla capacità dei mercati di incarnare un’idea di spazio pubblico alternativa rispetto ai centri commerciali, i quali tendono a generare forme di socialità controllata e omogeneizzante. La teatralità che pervade la scena mercatale rafforza ulteriormente questa funzione identitaria. Il “marketplace” descritto da Bachtin in *Rabelais and His World* (1984)⁸, è innanzitutto un palcoscenico sociale in cui si sospendono le gerarchie e le norme dominanti, e dove emergono modalità alternative di relazione tra le persone. La piazza del mercato

8 Bachtin descrive infatti la piazza mercatale come lo spazio in cui si concentrano le manifestazioni della folk culture, giullari, buffoni, processioni carnascialesche, parodie religiose, spettacoli comici, che rovesciano temporaneamente l’ordine ufficiale e istituiscono un mondo alla rovescia. Tale rovesciamento avviene attraverso ciò che egli definisce cultura del riso popolare, ovvero un insieme di pratiche linguistiche e corporee che mettono in discussione il potere costituito, smascherandone la pretesa di serietà e eternità (Bachtin, 1984).

diventa uno spazio di liberazione simbolica, di critica sociale e di rigenerazione collettiva, del tutto estraneo alla dimensione economica della compravendita alimentare. Questa dimensione simbolica trova una declinazione particolarmente densa nei mercati alimentari siciliani, dove pratiche di ostensione e codici espressivi radicati nel tempo intrecciano cibo, oralità e memoria collettiva; un approfondimento specifico sarà dedicato più avanti all'analisi del caso dei mercati siciliani.

Mercati come foodscape: paesaggi sensoriali e culturali del cibo

Nella scena mercatale contemporanea la vendita si intreccia con il consumo sul posto e lo street food, un processo che li ha trasformati in esperienze turistiche e culturali ibride. Con l'ingresso stabile del consumo diretto, infatti, l'acquisto si fonde con la fruizione gastronomica, rendendo il pasto in loco parte integrante della visita (Everts et al., 2021). Anche la materialità del mercato contribuisce a modellare l'esperienza, poiché la struttura architettonica e l'organizzazione spaziale influenzano la percezione dei prodotti e le interazioni (Coles & Crang, 2010). In questa dinamica si inserisce lo street food, capace di custodire e rinnovare la memoria culinaria mentre i venditori mediano tra comunità e territorio (Corvo, 2014). Proprio questa unione di tradizione e convivialità rende il cibo di strada un elemento distintivo della scena mercatale (Sgroi, Modica & Fusté-Forné, 2021) e un canale di interazione tra residenti e visitatori (Fusté-Forné, 2021; Kraig & Sen, 2013), attivando connessioni tra produzione locale e territorio che sostengono narrazioni identitarie e marketing. La letteratura sul turismo gastronomico spiega l'attrattiva di questi spazi con l'interazione (Organ et al., 2015), l'autenticità e il coinvolgimento sensoriale. I consumatori percepiscono i mercati come foodscape, ovvero configurazioni in cui il cibo articola narrazioni identitarie e appartenenze locali (Adema, 2006). Fusté-Forné (2023) li definisce infatti luoghi generativi di foodscape locali, dove le dimensioni culturali e identitarie del cibo contribuiscono alla creazione di senso di luogo. Quest'ultimo, elaborato in geografia per descrivere la qualità affettiva del rapporto tra persone e ambienti (Tuan, 1977), si costruisce attraverso la sedimentazione di esperienze, memorie e consuetudini (Rogan, O'Connor & Horwitz, 2005; Scannell & Gifford, 2010; Silver & Grek-Martin, 2015). Quando il legame si fonda su pratiche alimentari, il paesaggio gastronomico diviene un vettore centrale per l'identità territoriale, in cui il cibo agisce come elemento di connessione e differenziazione (Smith, 2015) e le pratiche quotidiane rafforzano l'appropriazione del territorio.

La letteratura riconosce che il cibo assume un valore che eccede la sfera economica, capace di veicolare memorie collettive e attivare forme situate di appartenenza. La valorizzazione di cibi artigianali e locali offre esperienze estetiche radicate nel terroir, inteso come interazione irripetibile di fattori geografici, storici e umani che conferisce ai prodotti un gusto non riproducibile altrove. Le pratiche gastronomiche di degustazione, condivisione e apprendimento del cibo implicano relazioni sensoriali e affettive tra visitatori e luoghi, configurando esperienze di viaggio rallentato che valorizzano il ritmo e la cura (Fullagar et al., 2012). Una parte significativa della letteratura converge infatti nel riconoscere ai mercati storici una duplice funzione alimentare: da un lato, il radicamento in filiere alimentari locali che sostengono economie territoriali resilienti; dall'altro, la capacità di generare esperienze sensoriali dense, in cui la prossimità materiale del cibo si traduce in riconoscibilità simbolica e legami affettivi con il luogo (Fusté-Forné, 2021; Britton, 1991), e le pratiche di consumo e produzione che si sviluppano intorno al cibo di strada diventano così strumenti di comunicazione della memoria storica e delle tradizioni culinarie (Fusté-Forné, 2017). Un ulteriore aspetto riguarda la dimensione relazionale: l'interazione tra abitanti e visitatori svolge un ruolo essenziale nella costruzione dell'esperienza (Organ et al., 2015). Il contatto diretto con venditori e produttori favorisce apprendimento situato e riconoscimento reciproco, con il cibo come mediatore relazionale. In questa duplice funzione, ordinaria per gli abitanti, esplorativa per i visitatori, il mercato si configura come spazio di scambio simbolico e interazione sociale, generando un'esperienza condivisa che intreccia prossimità, differenza e riconoscimento (Fusté-Forné, 2023). Tuttavia, se da un lato i mercati storici radicano economie locali e producono esperienze sensoriali che alimentano identità collettive (Fusté-Forné, 2021; Britton, 1991), dall'altro la stessa forza simbolica li espone a processi di over tourism. L'autenticità che sostiene il legame con il territorio diventa risorsa di attrattività, trasformando i mercati in scenari di consumo culturale e innescando dinamiche di estetizzazione e gentrificazione turistica (González & Waley, 2013; Dimitrovski & Crespi-Vallbona, 2017). La tensione strutturale che si genera tra differenziazione turistica e salvaguardia della specificità locale viene tematizzata come equilibrio tra standardizzazione e identità, connesso ai rischi di omologazione estetica e tematizzazione urbana. Queste dinamiche verranno approfondite nel paragrafo successivo.

La dimensione turistica del mercato: touristification e mercificazione dell'autenticità

La relazione tra cibo, identità e spazio produce effetti diretti sulle strategie di posizionamento urbano, alimentando forme di marketing territoriale che si fondano sulla valorizzazione dell'unicità locale (Ellis et al., 2018). Numerose ricerche hanno esplorato i nessi tra cultura alimentare, turismo e mercati, mostrando come questi ultimi siano spazi privilegiati per la costruzione di narrazioni territoriali radicate (Bessière, 1998; Silkes, 2012; Sims, 2009; Trobe, 2001). Tali dinamiche di valorizzazione turistica possono avere come conseguenza l'avvio di processi di profonda riconfigurazione urbana, come la *tourism gentrification* e la *touristification*. È possibile approfondire questi concetti nel box dedicato (Box 5).

L'offerta di cibo "autentico" analizzata nella sezione precedente alimenta tali dinamiche, poiché trasmette forme di autenticità percepita e rituali che rinviano alle tradizioni del territorio (Dimitrovski & Crespi-Vallbona, 2017). L'alimentazione assume un ruolo performativo, traducendo i saperi locali in valore economico attraverso processi di patrimonializzazione situata (Bessière, 1998; Medina, 2008), mentre l'offerta enogastronomica costruisce narrazioni semantiche del territorio e produce forme di riconoscimento identitario e mediazione interculturale (Hjalager & Richards, 2002). Questa patrimonializzazione simbolica si intreccia con processi di spettacolarizzazione che trasformano le pratiche quotidiane in esperienze estetizzate, spostando il ruolo dei mercati da spazi di prossimità radicati nei quartieri a destinazioni esperienziali orientate al consumo selettivo, secondo logiche di messa in scena della quotidianità già descritte da MacCannell⁹ (1976). L'autenticità, culturalmente costruita, diventa così una risorsa

9 Il volume *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class* (MacCannell, 1976) fonda la sociologia del turismo, sviluppando una teoria critica della pratica turistica nella modernità industriale. MacCannell analizza la ricerca di autenticità del soggetto moderno, mosso dal desiderio di esperienze "altre" per evadere dalla quotidianità alienata. L'autore discute l'impulso verso una "autenticità oggettiva", la credenza in luoghi puri, mostrando tuttavia come l'industria turistica produca sistematicamente la "staged authenticity", ovvero esperienze scenografate e costruite appositamente per i visitatori. Questo dispositivo performativo genera rappresentazioni mediate della realtà che vengono percepite come genuine, spostando così l'analisi del fenomeno (MacCannell, 1976) dalla dimensione economica a quella simbolica, culturale e ideologica. Il turismo emerge come un rituale di distinzione della modernità avanzata, attraverso cui le società industriali orchestrano il desiderio di evasione e riproducono le rappresentazioni della differenza culturale.

box di approfondimento 5 “Touristification”

La letteratura sugli studi urbani evidenzia come, negli ultimi anni, i centri storici di numerose città dell'Europa meridionale siano stati interessati da profonde trasformazioni, caratterizzate dall'intensificazione dei flussi turistici. Già negli anni Settanta Lefebvre (1991) rilevava che, nell'area mediterranea, turismo e tempo libero stavano assumendo un ruolo strategico come settori trainanti per gli investimenti e la produzione di reddito, integrandosi ai processi di espansione edilizia, speculazione immobiliare e urbanizzazione diffusa. Gotham (2005) definisce la *tourism gentrification* come un processo di trasformazione urbana guidato dall'industria turistica, in cui aree storiche vengono riqualificate per attrarre visitatori, determinando un aumento dei valori immobiliari, l'espulsione delle comunità locali e la conversione degli spazi in funzioni turistiche. Considerata da questa angolatura, la gentrificazione turistica appare come una delle configurazioni che compongono le «altre geografie della gentrificazione» (Phillips, 2004). La gentrificazione turistica assume particolare rilevanza nei luoghi in cui il turismo rappresenta un fattore centrale di sviluppo e crescita. Nei contesti in cui il potere d'acquisto delle classi medie è limitato, il turismo colma la debolezza della domanda locale su cui si fonda la valorizzazione del capitale immobiliare: la spinta dei visitatori alimenta i mercati immobiliari, sostituendo il gentrificatore “classico” con il turista come principale consumatore di luoghi (Cocola-Gant, 2018). Il framework di gentrificazione turistica elaborato da Cocola-Gant (2018) concettualizza il turismo come un agente strutturale di trasformazione urbana, evidenziando il suo ruolo nell'accelerare dinamiche di *displacement*. L'autore distingue tre forme principali di espulsione: quella residenziale, quella commerciale e quella basata sul luogo. La crescita del turismo intensifica la pressione immobiliare, aumentando i valori fondiari e incentivando la conversione di unità abitative in alloggi turistici, un processo che esclude progressivamente le fasce a basso reddito dal mercato residenziale (Logan & Molotch, 1987; Cocola-Gant, 2016; Fainstein & Gladstone, 1999; Franquesa, 2011; Spirou, 2011). L'espansione dell'industria turistica, inoltre, comporta un cambiamento radicale della struttura commerciale, con la sostituzione delle attività di prossimità da parte di imprese rivolte ai consumatori temporanei, un fenomeno che incrementa il valore immobiliare delle proprietà commerciali e riduce la disponibilità di servizi essenziali per la popolazione residente (Bromley & Mackie, 2009; Cocola-Gant, 2015; Nofre, 2013). Questo processo di riconfigurazione urbana incide anche sul modo in cui lo spazio pubblico viene vissuto, trasformandolo in un ambiente concepito per il consumo turistico, con una conseguente riduzione delle possibilità di socialità gratuita e un indebolimento del legame simbolico tra i residenti e il loro quartiere (Davidson, 2008, 2009; Davidson & Lees, 2010). Il turismo agisce quindi come catalizzatore della gentrificazione, sostenuto da politiche pubbliche e investimenti privati che mirano a massimizzare la rendita turistica a discapito della stabilità delle comunità locali (Lees, Slater & Wyly, 2008). Lees (2012) osserva che lo studio comparativo della gentrificazione richiede un'attenzione critica alle modalità con cui le politiche urbane e le ideologie gentrificatrici viaggiano, si traducono e si ibridano nei diversi contesti, generando configurazioni locali eterogenee. A differenza del turismo di massa, inteso come fenomeno, e dell'*overtourism*, analizzato come regime, la *touristification* rappresenta la dimensione processuale attraverso cui i luoghi vengono progressivamente convertiti in destinazioni orientate alla valorizzazione turistica, mediante pratiche di appropriazione simbolica e materiale delle risorse urbane (Knafou, 1996; Lanfant, 1994). In questo senso, la *touristification* non può essere ridotta a un incremento dei flussi di visitatori o a un semplice fenomeno di sovraffollamento, ma va compresa come un dispositivo sistemico che riconfigura interi paesaggi urbani, economici e sociali in funzione di un'economia della visita, sostituendo progressivamente le attività locali con quelle orientate al consumo turistico (Milano et al., 2024). La letteratura più recente ha messo in luce come tali dinamiche alimentino forme di disuguaglianza strutturale, aggravando la vulnerabilità sociale delle comunità residenti e generando nuove geografie della marginalità urbana (Valente et al., 2023). Parlando quindi di *touristification*, prendiamo in riferimento la definizione per questa può essere intesa come un processo di trasformazione dello spazio urbano e sociale finalizzato a soddisfare le esigenze e le pratiche di consumo dei visitatori, riconfigurando l'ambiente in funzione di stili di vita turistici (Jover & Díaz-Parra, 2020; Kowalczyk-Anioł, 2023; Milano et al., 2021; Salerno, 2022).

strategica nelle politiche di marketing urbano, utilizzata per attrarre visitatori e capitali attraverso narrazioni selettive che alimentano ciò che Coles e Crang (2010) definiscono il “carattere feticistico della defeticizzazione”, in cui l’origine e la genuinità assumono valore come strumenti performativi di attrattività turistica. I mercati alimentari contribuiscono alla feticizzazione delle merci poiché i prodotti vengono presentati come portatori di valori etici, culturali e territoriali, separandoli dalle reti globali che li sostengono, promuovendo un consumo moralmente desiderabile che occulta le contraddizioni sistemiche della produzione capitalista e rafforza disuguaglianze socio-spaziali, innescando dinamiche di gentrificazione e mercificazione delle relazioni. La retorica dell’autenticità agisce quindi come leva simbolica per processi di boutiqueing e contrazione delle funzioni popolari (Zukin, 2009), legittimando la pratica di ribrandizzare i mercati come esperienze di consumo “autentico” per classi medie e turisti (González, 2018; 2020). Numerosi contributi hanno richiamato l’attenzione sulle criticità insite nei processi di “modernizzazione” e razionalizzazione economica promossi dalle amministrazioni locali, che tendono a generare un aumento dei canoni di locazione e dei prezzi delle merci, con effetti di esclusione per le fasce meno abbienti e con la perdita del valore civico e comunitario dei mercati. In alcuni casi, la riqualificazione stessa dei mercati municipali agisce come motore della gentrificazione dei quartieri, (Hernández et al., 2017; Medina & Álvarez, 2009; Pascual-Molinas & Ribera-Fumaz, 2009; Salinas Arreortúa & Cordero Gómez del Campo, 2018). Tali trasformazioni sono spesso precedute da lunghi cicli di disinvestimento e stigmatizzazione istituzionale, nei quali i mercati vengono rappresentati come obsoleti o degradati per predisporli a interventi che ne ridefiniscono radicalmente le funzioni e la composizione sociale (González, 2020). Nel caso dei mercati municipali spagnoli, Salinas Arreortúa (2016) evidenzia come le autorità pubbliche abbiano inquadrato tali spazi entro narrazioni di declino e obsolescenza infrastrutturale, presentandone così la trasformazione come un passaggio necessario. A Milano i mercati comunali coperti, storicamente concepiti come servizi di prossimità destinati a garantire l’approvvigionamento alimentare quotidiano ai quartieri circostanti, sono stati oggetto di interventi di rigenerazione che ne hanno promosso la riconfigurazione in attrattori rivolti a pubblici mobili e trans-locali, segnando uno slittamento dalla scala relazionale del vicinato a logiche di consumo esperienziale (Rabbiosi, 2018). Medina (2008) sottolinea che questa crescente integrazione degli spazi mercatali nelle politiche di attrattività turistica produce una riconfigurazione selettiva, che privilegia la visibilità e il consumo a scapito dell’accessibilità e della continuità d’uso da parte delle comunità locali. I mercati diventano così interfacce dinamiche in cui l’eredità simbolica delle pratiche alimentari si intreccia con strategie di sviluppo urbano

orientate alla crescita turistica, generando dispositivi narrativi che connettono memoria locale e circuiti globali. Medina (2008) osserva che queste trasformazioni stanno ridefinendo le soglie di accesso e partecipazione, erodendo le condizioni di ancoraggio delle comunità radicate e spostando il baricentro dei mercati verso funzioni orientate al consumo selettivo, un processo che convoglia capitali indirizzati ai ceti medi e innesca displacement degli operatori a basso reddito, accompagnato da una progressiva mercificazione dell'esperienza d'acquisto (González & Waley, 2013). Queste dinamiche si innestano su processi di gentrificazione commerciale che utilizzano la retorica dell'autenticità come dispositivo simbolico per attrarre capitali e classi medie (Bridge & Dowling, 2001; Ley, 1996; Zukin et al., 2009), reimmaginando i mercati come scenari pre-moderni e spettacolarizzati (Pintaudi, 2006; Coles & Crang, 2010). In tale contesto, la costruzione intenzionale di un'estetica storicizzata attraverso elementi visivi, materiali e performativi diventa una strategia di differenziazione competitiva, che richiede ai clienti specifiche competenze interpretative e favorisce chi possiede capitale culturale adeguato (Everts, Jackson, & Juraschek, 2021). Crespi-Vallbona & Domínguez-Pérez (2016) hanno evidenziato la possibilità di coniugare l'apertura al turismo con il mantenimento della clientela locale, osservano che la possibilità di implementare modelli di turismo sostenibile dipende dalla capacità di disporre di strumenti in grado di restituire, in un determinato momento, lo stato di sostenibilità della risorsa o della destinazione (Crespi-Vallbona et al., 2017), fornendo informazioni analitiche sui legami tra le dinamiche turistiche e gli ambienti culturali e naturali da cui esse traggono significato e sostegno (WTO, 1995). Questa prospettiva permette di interpretare i mercati alimentari diventati icone turistiche come spazi in una posizione di vulnerabilità, nei quali la gestione richiede una vigilanza attiva orientata a preservare l'equilibrio tra usi locali e turistici. Nel caso dei farmers' market, l'indagine qualitativa condotta sul Barossa Farmers' Market mostra come il loro successo turistico dipenda dalla capacità di mantenere una rilevanza concreta per la comunità locale, poiché è proprio l'autenticità radicata nella loro funzione originaria a costituire il fondamento della loro attrattiva turistica (Thompson, 2020). Politiche attente alla compatibilità tra esigenze diverse appaiono essenziali per evitare processi di turistificazione, gentrificazione, disneyfication, museificazione e standardizzazione, fenomeni che hanno già trasformato in profondità numerosi siti storici urbani (Zukin, 1995; Nelle, 2009; Hiernaux & Imelda, 2014; Barranha et al., 2017).

3.5 Riflessioni a margine

Dalla letteratura emerge che la questione critica più rilevante nelle dinamiche recenti dei mercati storici risiede nella tensione strutturale che intercorre tra la spinta alla differenziazione turistica e l'esigenza di salvaguardare la specificità locale, un conflitto che si palesa allorché l'autenticità, inizialmente connessa a pratiche sociali radicate, viene progressivamente convertita in risorsa economica e simbolica da capitalizzare nel circuito turistico globale. Il processo di messa in valore turistica impone, infatti, una codificazione selettiva di segni, estetiche e ritualità, orientata a costruire un'immagine riconoscibile e consumabile del mercato per la sua promozione, allineandosi agli standard narrativi internazionali che, privilegiando rappresentazioni semplificate di tipicità, rischiano di scollegarsi dalle pratiche sociali originarie (MacCannell, 1976; Urry, 1990), configurando in tal modo un equilibrio instabile tra le logiche di standardizzazione, necessarie per garantire leggibilità al pubblico globale, e le istanze di autenticità, volte a preservare l'eterogeneità materiale e sociale che conferisce specificità territoriale. L'impatto di tale dialettica, oltre a riorganizzare la materialità e le temporalità interne del mercato, ne ridefinisce le funzioni e i pubblici, manifestandosi concretamente nello spostamento da pratiche quotidiane di approvvigionamento verso esperienze di consumo simbolico e spettacolarizzato (Everts et al., 2021). Questa tensione tra logiche di standardizzazione e istanze di autenticità, che riorganizza la scena mercatale lungo coordinate sempre più orientate all'attrattività turistica, invita a spostare l'attenzione verso ciò che nei mercati resiste a questa razionalità e ne sostiene la persistenza nel quotidiano. Difatti, nonostante le trasformazioni emerse dall'analisi della letteratura condotta, in molte città mediterranee il mercato continua a rappresentare un residuo vivo, una soglia tra passato e presente, tra formale e informale, tra resistenza e trasformazione. Questa pluralità non solo resiste ai tentativi di semplificazione narrativa imposti dalle logiche dell'attrattività, ma suggerisce una diversa postura teorica: considerare i mercati come strutture ibride, capaci di tenere insieme soggettività eterogenee e tempi disallineati, generando spazi di possibilità collettiva.

References Capitolo 3

- Adema, P.** (2006). *Festive foodscapes: Iconizing food and the shaping of identity and place*. University of Texas Press.
- Amari, M.** (1982). *Biblioteca arabo-sicula* (Vol. 1).
- Ambrosini, M., & Castagnone, E.** (2010). Mercati all'aperto e venditori immigrati: nuovi volti di un'antica storia. In Camera di Commercio di Torino & FIERI (Eds.), *Integrazione in piazza. Commercianti stranieri e clientela multietnica nei mercati urbani* (pp. 11–35). Camera di Commercio di Torino.
- Amendola, G.** (2007). I nuovi spazi pubblici tra Agorà e Mercato. *Sociologia Urbana e Rurale*, 82, 13–24.
- Amin, A., & Cohendet, P.** (2004). *Architectures of knowledge: Firms, capabilities, and communities*. Oxford University Press.
- Amin, A., & Graham, S.** (1997). The ordinary city. *Transactions of the Institute of British Geographers*, 22(4), 411–429.
- Augé, M.** (1992). *Non-lieux. Introduction à une anthropologie de la surmodernité*. Seuil.
- Aymard, M., & Bresc, H.** (1975). Nourritures et consommation en Sicile entre XIVe et XVIIIe siècle. *MEFRM*, 87(2), 535–581.
- Bachtin, M. M.** (1979). *L'opera di Rabelais e la cultura popolare: riso, carnevale e festa nella tradizione medievale e rinascimentale*. Einaudi.
- Bachtin, M. M.** (1984). *Rabelais and his world*. Indiana University Press.
- Balistreri, U., & Pollaci, C.** (2008). I mercati del Centro Storico di Palermo. *Istituto siciliano studi politici ed economici*.
- Barbera, G.** (1999). I caratteri dell'ambiente e l'agricoltura. In R. La Duca (Ed.), *Storia di Palermo*, I, Dalle origini al periodo punico-romano (pp. 78–92).
- Barbera, G.** (2012). La rivoluzione agricola nella Sicilia islamica. In A. Bagnara (Ed.), *Islam in Sicilia. Un giardino tra due civiltà*, Catalogo della Mostra (pp. 42–49).
- Barranha, H., Caldas, J. V., & Neto da Silva, R. N.** (2017). Translating heritage into museums: two architectural strategies inside Lisbon Castle. *Journal of Cultural Heritage Management and Sustainable Development*, 7(1), 33–47.
- Bauman, Z.** (2003). *City of fears, city of hopes*. Centre for Urban and Community Research, Goldsmiths College.
- Bauman, Z.** (2007). *Consuming life*. Polity Press.
- Bayat, A.** (2004). The Quiet Encroachment of the Ordinary. In C. David (Ed.), *Tamass: Contemporary Arab Representations* (Vol. 2). Witte de With.
- Berndt, C., & Boeckler, M.** (2009). Geographies of circulation and exchange: Constructions of markets. *Progress in Human Geography*, 33(4), 535–551.
- Bessière, J.** (1998). Local development and heritage: Traditional food and cuisine as tourist attractions in rural areas. *Sociologia Ruralis*, 38(1), 21–34.
- Bestor, T. C.** (2004). *Tsukiji: The fish market at the center of the world* (Vol. 11). University of California Press.
- Black, R. E.** (2012). *Porta Palazzo: The anthropology of an Italian market*. University of Pennsylvania Press.
- Blanchard, M.** (2010). "Fare mercato" a Torino: l'inserimento degli stranieri nel commercio ambulante. In Camera di Commercio di Torino & FIERI (Eds.), *Integrazione in piazza. Commercianti stranieri e clientela multietnica nei mercati urbani* (pp. 75–158). Camera di Commercio di Torino.
- Bonanzinga, S.** (2006). Il teatro dell'abbondanza. *Pratiche di ostensione nei mercati siciliani. In Mercati storici siciliani* (pp. 85–118). Regione Siciliana, Assessorato Beni Culturali.
- Braudel, F.** (1982a). *Civilization and capitalism, 15th–18th Century, Vol. I: The structure of everyday life*. University of California Press.
- Braudel, F.** (1982b). *Civiltà materiale, economia e capitalismo* (Vol. 3). Einaudi. (Opera originale pubblicata nel 1974–1979).
- Bresc, H.** (2013). Palermo in the 14th–15th Century: Urban Economy and Trade. In A. Nef (Ed.), *A*

- Companion to medieval Palermo. The History of a Mediterranean City from 600 to 1500 (pp. 235-268).
- Bridge, G., & Dowling, R. (2001).** Microgeographies of retailing and gentrification. *Australian Geographer*, 32(1), 93-107.
- Britton, S. (1991).** Tourism, capital, and place: towards a critical geography of tourism. *Environment and Planning D: Society and Space*, 9(4), 451-478.
- Bromley, R. D. F., & Mackie, P. K. (2009).** Displacement and the new spaces for informal trade in the Latin American city centre. *Urban Studies*, 46(7), 1485-1506.
- Brown, A., Lyons, M., & Dankoko, I. (2010).** Street traders and the emerging spaces for urban voice and citizenship in African cities. *Urban Studies*, 47(3), 666-683.
- Bubinas, K. (2011).** Farmers markets in the post-industrial city. *City & Society*, 23(2), 154-172.
- Buttitta, A. (1995).** Elogio della cultura perduta. *Nuove Effemeridi*, VIII(32).
- Calabi, D. (1993).** La città e il mercato. Marsilio.
- Calabi, D. (2004).** The market and the city: square, street and architecture in early modern Europe. Ashgate.
- Calvino, I. (2002).** Le città invisibili. Mondadori.
- Camera di Commercio di Torino & FIERI (Eds.). (2010).** Integrazione in piazza. Commercianti stranieri e clientela multietnica nei mercati urbani. Camera di Commercio di Torino.
- Caramaschi, S. (2014).** Public markets: rediscovering the centrality of markets in cities and their relevance to urban sustainable development. *WIT Transactions on Ecology and the Environment*, 191, 1187-1197.
- Casson, M., & Lee, J. S. (2011).** The origin and development of markets: A business history perspective. *Business History Review*, 85(1), 9-37.
- Castagnoli, D. (2006).** Persistenza e rinnovamento dei mercati rionali in Italia. *Bollettino della Società Geografica Italiana*, XII(11), 395-420.
- Castells, M. (1996).** The rise of the network society. Blackwell.
- Chen, M. A. (2006).** Rethinking the Informal Economy: Linkages with the Formal Economy and the Formal regulatory Environment. In B. Guha-Khasnobis, R. Kanbur, & E. Ostrom (Eds.), *Linking the Formal and Informal Economy: Concepts and Policies* (pp. 75-92). Oxford University Press.
- Chen, M. A. (2012).** The informal economy: Definitions, theories and policies (WIEGO Working Paper No. 1).
- Chiodelli, F., & Tzfadia, E. (2016).** The multifaceted relation between formal institutions and the production of informal urban spaces: An editorial introduction. *Geography Research Forum*, 36, 1-14.
- Cirese, A. M. (1977).** Oggetti, segni, musei: sulle tradizioni contadine (Vol. 314). Einaudi.
- Clark, G. (2010).** Onions are my husband: Survival and accumulation by West African market women. University of Chicago Press.
- Cocola-Gant, A. (2015).** Tourism and commercial gentrification. In *The ideal city. Between myth and reality*. RC21 Conference (pp. 1-25). ISA.
- Cocola-Gant, A. (2018).** Tourism gentrification. In *Handbook of gentrification studies* (pp. 281-293). Edward Elgar Publishing.
- Coles, B. (2021).** Making markets making place: Geography, topo/graphy and the reproduction of an urban marketplace. Springer Nature.
- Coles, B. F., & Crang, P. (2010).** Placing alternative consumption: Commodity fetishism in Borough fine foods market, London. In T. Lewis & E. Potter (Eds.), *Ethical consumption: A critical introduction* (pp. 87-102). Routledge.
- Connolly, W. (2002).** Neuropolitics: Thinking, culture, speed. University of Minnesota Press.
- Corvo, P. (2014).** Food trucks in the USA: sustainability, young entrepreneurship, and urban revitalization. In R. De Cassia, M. Companion, & S. R. Marras (Eds.), *Street Food: Culture, Economy, Health and Governance* (pp. 133-145). Routledge.
- Cozzi, S. (2006).** La distribuzione commerciale in Italia: caratteristiche strutturali e tendenze evolutive.
- Crespi Vallbona, M., & Domínguez Pérez, M. (2016).** Los mercados de abastos y las ciudades turísticas.
- Crespi-Vallbona, M., Domínguez Pérez, M., & Mascarilla Miró, O. (2017).** Urban food markets and their sustainability: the compatibility of traditional and tourist uses. *Current Issues in Tourism*, 21(18), 2195-2214.
- Cross, J. (2000).** Street vendors and postmodernity: Conflict and compromise in the global economy. *International Journal of Sociology and Social Policy*, 20, 29-51.

- Damiani Almeyda, G., & Damiani, M. (Eds.). (2001).** I casi della mia vita. Provincia Regionale di Palermo.
- Daniels, P. W. (2004).** Urban challenges: the formal and informal economies in mega-cities. *Cities*, 21(6), 501-511.
- Davidson, M. (2008).** Spoiled mixture: where does state-led 'positive' gentrification end? *Urban Studies*, 45(12), 2385-2405.
- Davidson, M. (2009).** Displacement, space and dwelling: Placing gentrification debate. *Ethics, Place and Environment*, 12(2), 219-234.
- Davidson, M., & Lees, L. (2010).** New-build gentrification: its histories, trajectories, and critical geographies. *Population, Space and Place*, 16(5), 395-411.
- De La Pradelle, M. (2006).** Market day in Provence. University of Chicago Press.
- Deleuze, G., & Guattari, F. (1987).** A thousand plateaus: Capitalism and schizophrenia (B. Massumi, Trans.). University of Minnesota Press.
- Devas, N. (2001).** The connections between urban governance and poverty. *Journal of International Development*, 13(7), 989.
- Dimitrovski, D., & Crespi-Vallbona, M. (2017).** Role of food neophilia in food market tourists' motivational construct: The case of La Boqueria in Barcelona, Spain. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 34(4), 475-487.
- Dines, N., Cattell, V., Gesler, W. M., & Curtis, S. (2006).** Public spaces, social relations and well-being in East London (pp. 1-56). Policy Press.
- Dobraszczyk, P. (2012).** Victorian market halls, ornamental iron and civic intent. *Architectural History*, 55, 173-196.
- Donovan, M. G. (2008).** Informal Cities and the Contestation of Public Spaces: The Case of Bogotá's Street Vendors, 1988-2003. *Urban Studies*, 45(1), 29-51.
- Dovey, K. (2012).** Informal urbanism and complex adaptive assemblage. *International Development Planning Review*, 34(4), 349-368.
- Ellis, A., Park, E., Kim, S., & Yeoman, I. (2018).** What is food tourism? *Tourism Management*, 68, 250-263.
- Evers, C., & Seale, K. (2015).** Informal urban street markets: International perspectives. Routledge.
- Everts, J., Jackson, P., & Juraschek, K. A. (2021).** The socio-material practices of the transformation of urban food markets. *Area*, 53(2), 389-397.
- Fainstein, S. S., & Gladstone, D. (1999).** Evaluating urban tourism. *The Tourist City*, 21-34.
- Fassi, D., & Meroni, A. (2023).** SOSpesa – Neighbourhood solidarity networks for the recovery, distribution, and valorisation of food surplus. In C. Cipolla, C. Mont'Alvão, L. Farias, & M. Quaresma (Eds.), *Proceedings of ServDes.2023 – Entanglements and Flows: Service Encounters and Meanings* (pp. 242-260). Linköping University Electronic Press.
- Fatta, G., Campisi, T., & Vinci, C. (2013).** Mercati coperti a Palermo. Un capitolo perduto di architettura e tecnica. Palumbo G.B.
- Fava, N., Guàrdia, M., & Oyón, J. L. (2016).** Barcelona food retailing and public markets, 1876-1936. *Urban History*, 43, 454-75.
- Firrone, T., Montalbano, E., & Napoli, F. (2016).** Las cubiertas de hierro de la Palermo Liberty. In *Congreso Internacional el Modernismo en el Arco Mediterráneo. Arquitectura, arte, cultura y sociedad* (pp. 507-516). Universidad Politécnica de Cartagena.
- Franck, K. A. (2005).** Food for the City, Food in the City. *Architectural Design*, 75(3), 35-42.
- Franquesa, J. (2011).** "We've lost our bearings": Place, tourism, and the limits of the "mobility turn". *Antipode*, 43(4), 1012-1033.
- Friedmann, J. (2005).** Globalization and the emerging culture of planning. *Progress in Planning*, 64, 183-234.
- Fullagar, S., Wilson, E., & Markwell, K. (2012).** Starting slow: Thinking through slow mobilities and experiences. In S. Fullagar, K. Markwell, & E. Wilson (Eds.), *Slow tourism: Experiences and mobilities* (pp. 17-32). Channel View Publications.
- Fusté-Forné, F. (2017).** La cultura del menjar de carrer a Catalunya. *Revista d'Etnologia de Catalunya*, 42, 251-260.
- Fusté-Forné, F. (2021).** Street food in New York City: Perspectives from a holiday market. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 24, 100319.
- Fusté-Forné, F. (2023).** Marketing places through food markets' supply. *Food and Humanity*, 1, 22-27.
- Gant, A. C. (2016).** Holiday rentals: The new gentrification battlefield. *Sociological Research Online*, 21(3), 112-120.
- Geertz, C. (1978).** The bazaar economy: Information and search in peasant marketing. *The Ameri-*

- can Economic Review, 68(2), 28–32.
- Geertz, C. (2022). Suq: Geertz on the market (L. Rosen, Ed.). Hau Books. (Opera originale pubblicata nel 1979).
- Gibson-Graham, J. K. (2006). A postcapitalist politics. University of Minnesota Press.
- González, S. (2018). Contested markets, contested cities. Gentrification and urban justice in retail spaces. Routledge.
- González, S. (2020). Contested marketplaces: Retail spaces at the global urban margins. *Progress in Human Geography*, 44(5), 877–897.
- González, S., & Waley, P. (2013). Traditional retail markets: The new gentrification frontier? *Antipode*, 45(4), 965–983.
- González, S., Taylor, M., Newing, A., Buckner, L., & Wilkinson, R. (2021). Grainger Market: A Community Asset at the Heart of Newcastle Upon Tyne. University of Leeds.
- Gotham, K. F. (2005). Tourism gentrification: The case of new Orleans' vieux carre (French Quarter). *Urban Studies*, 42(7), 1099–1121.
- Graziano, T. (2020). Nuovi foodscapes e turistificazione. I mercati storici come frontiere di gentrification? *Etnografie del Contemporaneo*, 3(3).
- Guàrdia, M., & Fava, N. (2010). Retailing and proximity in a liveable city: the case of Barcelona public markets system. *Real Corp Proceedings*.
- Guimarães, P. (2018). The transformation of retail markets in Lisbon: An analysis through the lens of retail gentrification. *European Planning Studies*, 26, 1450–1470.
- Hart, K. (1973). Informal income opportunities and urban employment in Ghana. *The Journal of Modern African Studies*, 11(1), 61–89.
- Henry, S., & Sills, S. (2006). Informal economic activity: Early thinking, conceptual shifts, continuing patterns and persistent issues - A Michigan study. *Crime, Law and Social Change*, 45(4–5), 263–284.
- Hernández Cordero, A., & Andreeva Eneva, S. (2017). ¿Mercados, museos o malls? La gentrificación de los mercados municipales en Barcelona y Madrid. *EntreDiversidades. Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 143–173.
- Hiebert, D., Rath, J., & Vertovec, S. (2015). Urban markets and diversity: Towards a research agenda. *Ethnic and Racial Studies*, 38(1), 5–21.
- Hiernaux, D., & Imelda González, C. (2014). Tourism and gentrification: theoretical insights on articulation. *Revista de Geografía Norte Grande*, 28, 55–70.
- Hillgren, P. A., Seravalli, A., & Emilson, A. (2011). Prototyping and infrastructuring in design for social innovation. *CoDesign*, 7(3–4), 169–183.
- Hjalager, A. M., & Richards, G. (Eds.). (2002). *Tourism and gastronomy* (Vol. 11). Routledge.
- Janssens, F., & Sezer, C. (2013). Marketplaces as a development strategy. *Built Environment*, 39(2).
- Jones, P., Hillier, D., & Comfort, D. (2007). Changing times and changing places for market halls and covered markets. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 35(3), 200–209.
- Jover, J., & Díaz-Parra, I. (2020). Gentrification, transnational gentrification and touristification in Seville, Spain. *Urban Studies*, 57(15), 3044–3059.
- Knafou, R. (1996). *Tourisme et territoire*. Belin.
- Kothari, U. (2008). Global peddlers and local networks: Migrant cosmopolitanisms. *Environment and Planning D: Society and Space*, 26(3), 500–516.
- Kowalczyk-Anioł, J. (2023). Rethinking tourism-driven urban transformation and social tourism impact: A scenario from a CEE city. *Cities*, 134, 104178.
- Kraig, B., & Sen, C. T. (2013). *Street food around the world. An encyclopedia of food and culture*. ABC-CLIO.
- Kudva, N. (2009). The everyday and the episodic: the spatial and political impacts of urban informality. *Environment and Planning A*, 41(7), 1614–1628.
- La Duca, R. (1994). I mercati di Palermo. Sellerio.
- Lanfant, M.-F. (1994). Identité, mémoire, patrimoine et tourisme. *Loisir et Société*, 17(1), 235–250.
- Larkham, P. J., & Conzen, M. P. (2014). *The shapers of urban form*. Routledge.
- Lees, L. (2012). The geography of gentrification: Thinking through comparative urbanism. *Progress in Human Geography*, 36(2), 155–171.
- Lees, L., Slater, T., & Wylie, E. (2008). *Gentrification*. Routledge.
- Lefebvre, H. (1991). *The production of space*. Blackwell.
- Ley, D. (1996). *The new middle class and the remaking of the central city*. Oxford University Press.
- Logan, J. R., & Molotch, H. L. (1987). *Urban fortunes: The political economy of place*. University of California Press.
- Lyon, D., & Back, L. (2012). *Fishmongers in a global economy: Craft and social relations on a London*

- market. *Sociological Research Online*, 17(2), 1-11.
- Lyons, M., & Snoxell, S. (2005a).** Creating urban social capital: Some evidence from informal traders in Nairobi. *Urban Studies*, 42(7), 1077-1097.
- Lyons, M., & Snoxell, S. (2005b).** Sustainable Urban Livelihoods and Marketplace Social Capital: Crisis and Strategy in Petty Trade. *Urban Studies*, 42(8), 1301-1320.
- MacCannell, D. (1976).** The tourist: A new theory of the leisure class. Schocken Books.
- Manry, V., & Peraldi, M. (2004).** Les mondes du commerce itinérant. Maisonneuve & Larose.
- Mariano, B. (1995).** I mercati nella storia di Firenze: dal forum romano al centro alimentare polivalente. Loggia dei Lanzi.
- Massey, D. B. (2005).** For space.
- Mauss, M. (1965).** Saggio sul dono. Forma e motivo dello scambio nelle società arcaiche. In M. Mauss, *Teoria generale della magia e altri saggi* (pp. 14-292). Einaudi.
- McFarlane, C., & Waibel, M. (2016).** Introduction. The informal-formal divide in context. In C. McFarlane & M. Waibel (Eds.), *Urban informalities: Reflections on the formal and informal* (pp. 1-12). Ashgate.
- Mead, C. C. (2012).** Making Modern Paris: Victor Baltard's Central Markets and the Urban Practice of Architecture (Vol. 7). University of Pennsylvania Press.
- Meagher, K. (2010).** The tangled web of associational life: Urban governance and the politics of popular livelihoods in Nigeria. *Urban Forum*, 21(3), 299-313.
- Meagher, K. (2013).** Unlocking the informal economy: A literature review on linkages between formal and informal economies in developing countries. Work. ePap, 27.
- Medina, F. X. (2008).** Mercados urbanos en Europa: Patrimonio y promoción turística. In M. Álvarez & F. X. Medina (Eds.), *Identidades en el plato. El patrimonio cultural alimentario entre Europa y América* (pp. 207-220). Icaria.
- Medina, X., & Álvarez, M. (2009).** El lugar por donde pasa la vida. Los mercados y las demandas urbanas contemporáneas: Barcelona y Buenos Aires. *Estudios del Hombre*, 24, 183-201.
- Mercatanti, L. (2010).** Quel che resta della Vucciria. I luoghi del commercio fra tradizione e innovazione, 104.
- Middleton, A. (2003).** Informal traders and planners in the regeneration of historic city centres: The case of Quito, Ecuador. *Progress in Planning*, 59, 71-123.
- Milano, C., Novelli, M., & Cheer, J. M. (2021).** Travel and tourism in the age of overtourism. Routledge.
- Milano, C., Novelli, M., & Russo, A. P. (2024).** Anti-tourism activism and the inconvenient truths about mass tourism, touristification and overtourism. *Tourism Geographies*, 26(8), 1313-1337.
- Montanari, M. (2011).** Il cibo come cultura. Gius. Laterza & Figli.
- Montanari, M. (2015).** Il mondo in cucina: storia, identità, scambi. Gius. Laterza & Figli.
- Morales, A. (2009).** Public markets as community development tools. *Journal of Planning Education and Research*, 28, 426-440.
- Mumford, L. (1961).** The city in history: Its origins, its transformations, and its prospects (Vol. 67). Houghton Mifflin Harcourt.
- Nelle, A. B. (2009).** Museality in the urban context: An investigation of museality and musealisation processes in three Spanish-colonial World Heritage Towns. *Urban Design International*, 14(3), 152-171.
- Nelson, R., & Winter, S. (1982).** An evolutionary theory of economic change. Belknap Press of Harvard University Press.
- Nofre, J. (2013).** 'Vintage Nightlife': Gentrifying Lisbon downtown. *Fennia-International Journal of Geography*, 191(2), 106-121.
- Nucifora, S. (2012).** L'architettura dei mercati coperti. ed.it.
- Organ, K., Koenig-Lewis, N., Palmer, A., & Probert, J. (2015).** Festivals as agents for behaviour change: A study of food festival engagement and subsequent food choices. *Tourism Management*, 48, 84-99.
- Parham, S. (2012).** Market place: Food quarters, design and urban renewal in London. Cambridge Scholars Publishing.
- Parham, S. (2015).** Food and urbanism.
- Pascual-Molinas, N., & Ribera-Fumaz, R. (2009).** Retail gentrification in Ciutat Vella, Barcelona. Whose urban.
- Pastore, F. (2010).** I mercati: (fragili) incubatori di integrazione. In Camera di Commercio di Torino & FIERI (Eds.), *Integrazione in piazza. Commercianti stranieri e clientela multietnica nei mercati urbani* (pp. 3-10). Camera di Commercio di Torino.

- Phillips, M. (2004). Other geographies of gentrification. *Progress in Human Geography*, 28(1), 5–30.
- Pintaudi, S. M. (2006a). Os mercados públicos: metamorfoses de um espaço na história urbana. *Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, 10.
- Pintaudi, S. M. (2006b). Os mercados públicos: metamorfoses de um espaço na história urbana. *Revista Cidades*, 3(5).
- Pirenne, H. (2014). Medieval cities: Their origins and the revival of trade. (Opera originale pubblicata nel 1925).
- Rabbiosi, C. (2018). Verso la città gastrocratica? Nuove identità per i mercati alimentari. In *Forme dell'inclusività. Pratiche, spazi, progetti* (Vol. 4, pp. 265–279). Maggioli.
- Ripol, J. C. (1995). Una aproximación socioeconómica a la rebelión de las masas. Dykinson.
- Ripol, J. C. (2003). Los mercados municipales y el futuro de las ciudades. *Distribución y Consumo*, 178, 34–37.
- Ripol, J. C. (2008). Mercados municipales: un servicio público que aúna tradición y modernidad. *Distribución y Consumo*, 18(97), 66–69.
- Robinson, J. (2013). *Ordinary cities: Between modernity and development*. Routledge.
- Rogan, R., O'Connor, M., & Horwitz, P. (2005). Nowhere to hide: Awareness and perceptions of environmental change, and their influence on relationships with place. *Journal of Environmental Psychology*, 25(2), 147–158.
- Roy, A. (2009). Why India cannot plan its cities: Informality, insurgence and the idiom of urbanization. *Planning Theory*, 8(1), 76–87.
- Roy, A. (2012). Urban informality: The production of space and practice of planning. In R. Crane & R. Weber (Eds.), *Oxford handbook of urban planning* (pp. 691–705). Oxford University Press.
- Salerno, G. M. (2022). Touristification and displacement. The long-standing production of Venice as a tourist attraction. *City*, 26(2–3), 519–541.
- Salinas Arreortúa, L. (2016). Transformación de mercados municipales de Madrid: De espacio de consumo a espacio de esparcimiento. *Revista INVI*, 31, 179–201.
- Salinas Arreortúa, L., & Cordero Gómez del Campo, L. d. L. (2018). Gourmet markets as a commercial gentrification model: The cases of Mexico City and Madrid. In S. González (Ed.), *Contested markets, contested cities. Gentrification and urban justice in retail spaces* (pp. 86–98). Routledge.
- Sassen, S. (1991). *The global city: New York, London, Tokyo*. Princeton University Press.
- Scannell, L., & Gifford, R. (2010). Defining place attachment: A tripartite organizing framework. *Journal of Environmental Psychology*, 30(1), 1–10.
- Scarpi, P. (2005). Il senso del cibo: mondo antico e riflessi contemporanei.
- Seale, K. (2016). *Markets, places, cities* (1st ed.). Routledge.
- Sennett, R. (1996). *The uses of disorder: Personal identity and city life*. Faber and Faber.
- Seravalli, A., & Eriksen, M. A. (2017). Beyond collaborative services: Service design for sharing and collaboration as a matter of commons and infrastructuring. In D. Sangiorgi & A. Prendiville (Eds.), *Designing for service: Key issues and new directions* (pp. 237–250). Bloomsbury.
- Sganzzetta, L., & Tricarico, L. (2018). Luoghi – spazi e strumenti per l'accesso al cibo. In B. Dendena (Ed.), *Cibo di cittadinanza. Dalla Carta di Milano al cibo del futuro* (pp. 61–84). Fondazione Giangiacomo Feltrinelli.
- Sgroi, F., Modica, F., & Fusté-Forné, F. (2022). Street food in Palermo: Traditions and market perspectives. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 27, 100482.
- Silkes, C. (2012). Farmers' Markets: A Case for Culinary Tourism. *Journal of Culinary Science and Technology*, 10(4), 326–336.
- Silver, A., & Grek-Martin, J. (2015). "Now we understand what community really means": Reconceptualizing the role of sense of place in the disaster recovery process. *Journal of Environmental Psychology*, 42, 32–41.
- Simone, A. (2001). Straddling the divides: remaking associational life in the informal African city. *International Journal of Urban and Regional Research*, 25(1), 102–117.
- Sims, R. (2009). Food, place and authenticity. *Journal of Sustainable Tourism*, 17(3), 321–336.
- Smith, A. (1776). *An inquiry into the nature and causes of the wealth of nations*. W. Strahan and T. Cadell.
- Smith, S. (2015). A sense of place: Place, culture and tourism. *Tourism Recreation Research*, 40(2), 220–233.
- Sorgi, O. (Ed.). (2008). *Mercati storici siciliani. Regione Siciliana, Assessorato dei beni culturali e ambientali e della pubblica istruzione, CRICD*.
- Spatafora, F. (Ed.). (2015). *Nutrire la città: a tavola nella Palermo antica: Museo archeologico regionale "Antonino Salinas". Regione siciliana, Assessorato dei beni culturali e dell'identità*

- siciliana.
- Spirou, C.** (2011). Urban tourism and urban change: Cities in a global economy. Routledge.
- Stillerman, J.** (2006). The politics of space and culture in Santiago Chile's street markets. *Qualitative Sociology*, 29(4), 507–530.
- Tangires, H.** (2003). Public markets and civic culture in nineteenth century America. Johns Hopkins University Press.
- Taylor, M., González, S., & Northrop, F.** (2019). Building Community Markets. *STIR Magazine*, 26.
- Taylor, M., González, S., Waley, P., & Wilkinson, R.** (2022). Developing Markets as Community Hubs for Inclusive Economies: A Best Practice Handbook for Market Operators. *Markets for People*, School of Geography, University of Leeds.
- Taylor, M., Watson, S., González, S., Buckner, L., Newing, A., & Wilkinson, R.** (2021). Queen's Market: A Successful and Specialised Market Serving Diverse Communities in Newham and Beyond. University of Leeds.
- Thompson, M.** (2020). Farmers' markets and tourism: Identifying tensions that arise from balancing dual roles as community events and tourist attractions. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 45, 1–9.
- Trobe, H. L.** (2001). Farmers' markets: consuming local rural produce. *International Journal of Consumer Studies*, 25(3), 181–192.
- Tuan, Y. F.** (1977). *Space and place: The perspective of experience*. University of Minnesota Press.
- Urry, J.** (1990). The 'consumption' of tourism. *Sociology*, 24(1), 23–35.
- Valente, R., Sônia, E., & Blázquez-Salom, M.** (2023). Risk societies and precarity in overtouristed destinations. *Tourism Geographies*, 25(7), 1320–1341.
- Varley, A.** (2013). Postcolonialising informality? *Environment and Planning D: Society and Space*, 31(1), 4–22.
- Varriale, A.** (2014). Informal practices, formal regulations. Understanding informality as spatial dialectics. *Advanced Engineering Forum*, 11, 136–141.
- Visconti, L. M., Minowa, Y., & Maclaran, P.** (2014). Public markets: An ecological perspective on sustainability as a megatrend. *Journal of Macromarketing*, 34(3), 349–368.
- Waley, P., Taylor, M., González, S., Newing, A., Buckner, L., & Wilkinson, R.** (2021). Bury Market: Shopping Destination and Community Hub. University of Leeds.
- Watson, S.** (2006). *City publics: The (dis)enchantments of urban encounter*. Routledge.
- Watson, S.** (2009). The magic of the marketplace: Sociality in a neglected public space. *Urban Studies*, 46(8), 1577–1591.
- Watson, S., & Studdert, D.** (2006). Markets as sites for social interaction: Spaces of diversity. Policy Press.
- Watson, S., & Wells, K.** (2005). Spaces of nostalgia: the hollowing out of a London market. *Social & Cultural Geography*, 6(1), 17–30.
- Wearn, R.** (2021, December 10). Street Markets: Can Councils Get Redevelopment Right? BBC News.
- Weber, M.** (2016). *La città. Donzelli.* (Opera originale pubblicata nel 1922).
- Williams, C. C.** (2002). Why do people use alternative retail channels? Some case-study evidence from two English cities. *Urban Studies*, 39(10), 1897–1910.
- Wirth, L.** (1938). Urbanism as a Way of Life. *American Journal of Sociology*, 44(1), 1–24.
- World Tourism Organization (WTO).** (1995). What tourism managers need to know: A practical guide to the development and use of indicators of sustainable tourism. WTO.
- Yiftachel, O.** (2009). Theoretical notes on 'gray cities': The coming of urban apartheid? *Planning Theory*, 8(1), 88–100.
- Zola, É.** (2013). *Il ventre di Parigi* (M. T. Nessi, Trans.). Garzanti. (Opera originale pubblicata nel 1873).
- Zukin, S.** (1995). *The cultures of cities*. Blackwell.
- Zukin, S.** (2009). *Naked city: The death and life of authentic urban places*. Oxford University Press.
- Zukin, S., Trujillo, V., Frase, P., Jackson, D., Recuber, T., & Walker, A.** (2009). New Retail Capital and Neighborhood Change: Boutiques and Gentrification in New York City. *City & Community*, 8, 47–64.

PARTE II

Capitolo 4 | Casi studio

Il capitolo che segue apre una fase analitica cruciale del percorso di ricerca, in cui la riflessione teorica e la struttura metodologica si intrecciano alla verifica empirica dei casi studio. Dopo aver costruito nei capitoli precedenti una cornice concettuale capace di interpretare i mercati mediterranei da un punto di vista teorico, l'attenzione si sposta ora verso la lettura situata delle pratiche, degli spazi e delle forme di governance che sostengono la loro continuità. L'obiettivo è restituire la complessità dei mercati alimentari come organismi civici, in cui le dimensioni economiche, sociali e simboliche si articolano in configurazioni sempre specifiche e mutevoli. L'analisi procede secondo una logica comparativa che mette in relazione mercati storici e mercati di nuova generazione, osservando in ciascuno le modalità con cui si ricompongono le tensioni tra tradizione e innovazione, tra prossimità relazionale e apertura turistica, tra forme di autogestione e governance pubblica.

I casi empirici selezionati, distribuiti sull'asse geografico che include Sicilia, Catalogna, Francia e Libano, delineano un insieme di esperienze che, pur mostrando variazioni significative per scala e assetto istituzionale, condividono una matrice mediterranea omogenea, caratterizzata da una cultura del cibo riconosciuta come fattore di coesione, da una struttura spaziale basata sulla relazione diretta e da una dimensione temporale complessa che integra la cadenza della quotidianità, la stratificazione della memoria e i processi di trasformazione strutturale. La metodologia prescelta privilegia l'osservazione ravvicinata e l'interpretazione contestuale dei fenomeni, combinando l'analisi di documenti ufficiali, l'esecuzione di rilievi quantitativi e qualitativi sul campo, la somministrazione di interviste e l'interpretazione delle narrazioni locali, tutti dati integrati per far emergere la fitta trama sociale che funge da supporto per l'operatività di ogni mercato.

4.1 Premesse metodologiche

L'analisi dei casi studio si colloca all'interno di un disegno di ricerca qualitativo e documentale, fondato sull'impiego della case study methodology come strumento di indagine multi-sorgente e comparativa (Yin, 2018; Mills, Durepos, & Wiebe, 2010; Ebneyamini & Sadeghi Moghadam, 2018; Mason et al., 2020). L'intero corpus di analisi è stato quindi selezionato per rappresentare diverse tipologie di mercati pubblici e storici nei contesti urbani del Mediterraneo, includendo mercati storici coperti (Zaera, Messina), mercati storici all'aperto (Capo e Vucciria, Palermo, Peschiera, Catania)¹, mercati regolamentati di scala municipale (Boqueria, Sant'Antoni e Santa Caterina, Barcellona), sistemi di nuova costruzione (Souk el Tayeb, Beirut) e i mercati della terra su scala internazionale, nazionale e locale. Il processo di analisi si è articolato in quattro momenti principali: 1) l'individuazione e la delimitazione dei casi di studio; 2) l'osservazione sul campo e la raccolta del materiale empirico; 3) la sistematizzazione del materiale raccolto; 4) l'analisi comparativa dei dati.

1) Individuazione e delimitazione dei casi

Per l'individuazione dei casi di studio è stata operata una ricerca preliminare volta a selezionare un corpus eterogeneo di sistemi mercatali dislocati nel Mediterraneo, capaci di rappresentare diverse tipologie di mercati pubblici e storici in contesti urbani differenti per scala, governance e grado di formalità. I casi prescelti sono distribuiti tra Sicilia, Spagna, Francia e Libano. Ogni caso è stato successivamente delimitato (bounded) secondo il principio di Yin (2018), definendone il perimetro spaziale e temporale (1975-2025) di analisi, le relazioni con il quartiere di riferimento e la scala di governance implicata. Tale finestra consente di osservare il doppio movimento che caratterizza i mercati mediterranei contemporanei: la progressiva istituzionalizzazione della loro funzione economica e la simultanea emergenza di pratiche civiche e informali che ne ridefiniscono il senso d'uso e di appartenenza.

¹ L'analisi del caso di studio principale, il Mercato di Ballarò, è invece oggetto di un intero capitolo successivo.

2) Osservazione sul campo e raccolta del materiale empirico

La metodologia ha privilegiato l'osservazione ravvicinata e la lettura contestuale. L'attività di raccolta dati durante le osservazioni ha seguito un approccio multi-metodologico e scalare, e ha integrato: analisi documentale (documenti ufficiali, piani strategici, report, articoli di stampa), rilievi sul campo ed etnografia visiva, interviste semi-strutturate e narrazioni locali (dialoghi informali con operatori, residenti e visitatori). Questa integrazione ha permesso di cogliere tanto la morfologia fisica dei mercati, quanto i processi di significazione, le interazioni quotidiane e le economie relazionali che li sostengono. L'approccio sul campo ha richiesto un adattamento costante ai contesti; a Barcellona, ad esempio, le conversazioni iniziali hanno richiesto un graduale adattamento linguistico per via dell'uso prevalente del catalano, favorendo un dialogo basato su ascolto e gestualità. Una nota specifica merita il caso studio di Souk el Tayeb a Beirut, per il quale non è stato possibile condurre un'indagine diretta a causa della crisi bellica iniziata nell'ottobre 2023. Per questo caso, si è reso necessario adottare un approccio on desk, basato su un'approfondita analisi documentale e su un dialogo diretto con gli attori locali e con il fondatore del progetto, Kamal Mouzawak, la cui testimonianza è stata raccolta tramite un'intervista semistrutturata.

3) Sistematizzazione del materiale

Per evitare una progressiva perdita di informazioni e dotare il materiale raccolto di un ordine funzionale all'analisi, la trascrizione delle esperienze è avvenuta subito dopo averle vissute. Ciascun caso è stato analizzato e sistematizzato secondo uno schema costante, che ha permesso di organizzare le informazioni raccolte in sezioni ricorrenti, così da poter riattivare la memoria e garantire la coerenza descrittiva. Le sezioni includono: contesto storico e urbanistico, configurazione fisico-funzionale, governance e regolazione, dinamiche socio-economiche e culturali, e una lettura interpretativa finale. Tale struttura ha posto le basi per la fase successiva di valutazione comparativa.

4) Analisi e comparazione

L'ultima fase del processo è consistita nell'analisi dei dati, condotta secondo una logica comparativa che mette in relazione e in dialogo i diversi casi studio. L'obiettivo di questa comparazione è stato quello di

Figura 11

Casi studio e metodologie applicate.

Fonte: elaborazione dell'autore

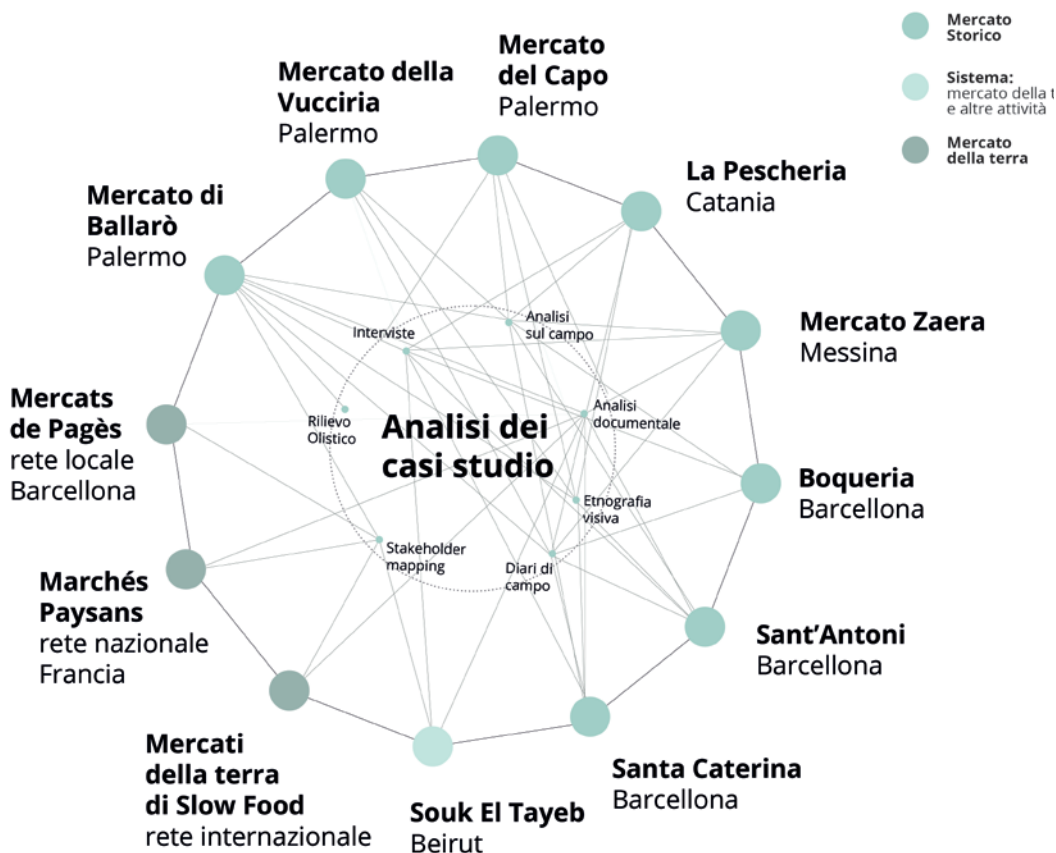
Figura 12

Mappa dei casi studio nel mediterraneo.

Fonte: elaborazione dell'autore

osservare le modalità con cui in ciascun mercato si ricompongono le tensioni fondamentali che attraversano lo spazio mediterraneo contemporaneo: tra tradizione e innovazione, tra prossimità relazionale e apertura turistica, e tra forme di autogestione e governance pubblica.

L'insieme dei casi studio, letto nella prospettiva di una design research orientata alla prossimità, propone di generare conoscenza trasferibile sui modelli di governance, di uso e di progettazione che sostengono la vitalità dei mercati urbani contemporanei.





Francia,
Marché
Paysan

Barcellona,
Mercat
de pages

Barcellona,
Boqueria,
Santa Caterina,
Sant'Antoni

Messina,
Mercato Zaera

Palermo,
Ballarò,
Capo
Vucciria

Catania,
Pescheria

Slow Food
Mercati
della terra

Beirut,
Souk El Tayeb

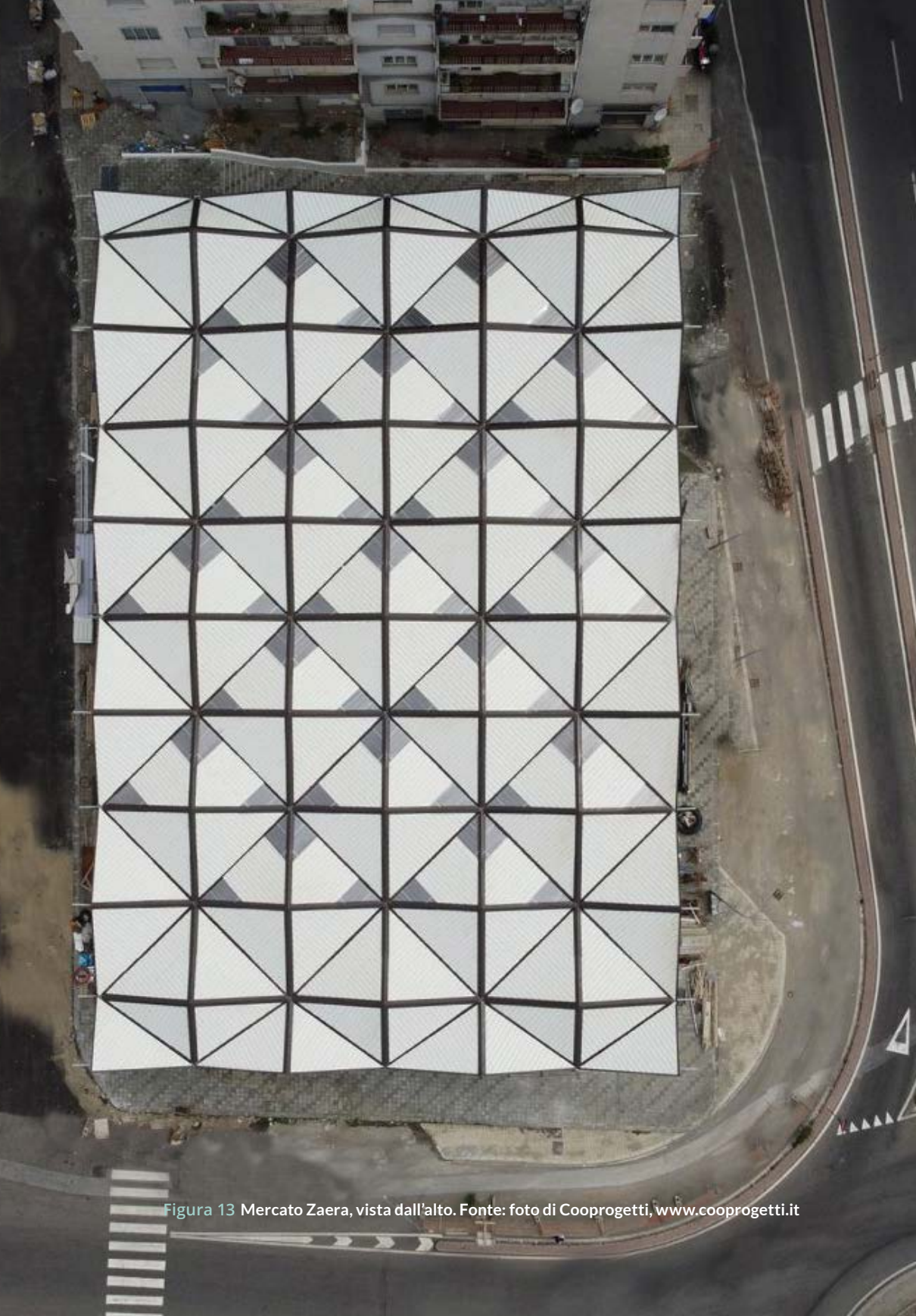


Figura 13 Mercado Zaera, vista dall'alto. Fonte: foto di Coopprogetti, www.coopprogetti.it

4.2 Mercato Zaera, Messina

Interpretazione e sintesi 1 Mercato Zaera

Contesto Storico Urbanistico	Configurazione Fisica e Funzionale	Governance e Regolazione	Dinamiche Sociali, Economiche e Culturali

Il mercato sorge in un'area densamente popolata (ex torrente Zaera), caratterizzata da un tessuto popolare storico (compromesso dal terremoto 1908), dove una precedente struttura provvisoria in lamiera e legno, realizzata nella seconda metà del Novecento, era diventata un punto di riferimento cruciale grazie alla sua accessibilità lungo l'asse tranviario e ai prezzi contenuti.

Il progetto originario del 2014, che prevedeva una struttura ecologica avanzata (pareti verdi, fotovoltaico), è stato abbandonato con il cambio di amministrazione, portando alla struttura finale completata nel 2021, un fabbricato in acciaio e calcestruzzo a due livelli che si eleva dal piano stradale (creando una soglia fisica) e presenta criticità evidenti, come i pannelli perimetrali che limitano la permeabilità visiva, i pannelli trasparenti inadatti a proteggere la merce dalla luce, e un layout interno percepito come dispersivo, poco intuitivo e privo di un'identità riconoscibile.

L'intervento è stato un processo pluriennale (iniziato sotto giunta Accorinti, completato sotto giunta De Luca) interpretato come una strategia puramente top-down, la quale ha privilegiato la dimensione tecnico-amministrativa ma mostra limiti gestionali evidenti, tra cui l'assegnazione solo parziale dei box e problemi di spazio, provocando la reazione degli operatori (Associazione) che denunciano scarsa manutenzione e chiedono un tavolo tecnico e forme di autogestione.

Nonostante l'obiettivo di rilancio, si registra un forte malcontento per disfunzioni (infiltrazioni), assenza di sicurezza e criticità igieniche (rifiuti, infestazioni, documentate nei rilievi), generando un senso di spaesamento (un venditore storico, la definisce "na scatola" – una scatola), ma il mercato, pur con un modello commerciale ibrido (tradizionale/gastronomia), sopravvive grazie alle relazioni sociali radicate, come quelle delle residenti anziane che lo frequentano per incontrare le amiche.

Prossimità	Cura	Sitopia	Misura

Persiste una prossimità relazionale e funzionale nonostante deficit evidenti nel sistema di gestione.

Deficit gestionale che mina cura relazionale.

Non si evince particolare valorizzazione del ruolo del cibo; criticità igieniche.

Logica top-down disallineata; resilienza informale.

lettura interpretativa finale

L'intervento di riqualificazione ha evidenziato notevoli limiti progettuali e gestionali, risultando distante dalla visione ecologica e comunitaria iniziale, e ha generato uno scarto significativo tra l'innovazione imposta top-down e la "sostanza sociale" del mercato, la quale persiste come una trama sotterranea nonostante la nuova forma architettonica l'abbia separata dal contesto.

L'area mercatale di Zaera si colloca all'incrocio tra viale Europa e via Cesare Battisti, in una zona ad alta densità residenziale e di elevata accessibilità veicolare, formatasi in seguito alla copertura del torrente Zaera e alla successiva trasformazione di viale Europa in asse viario strategico per la città contemporanea. Il rione, conosciuto in dialetto come Cièra, trova il proprio toponimo nel termine siciliano "cièra" (sedia), attestato nei documenti tra XVI e XVIII secolo e riferito a un antico insediamento nei pressi di Montepiselli (Caracausi, 1993). Tra XIX e XX secolo, l'area fu caratterizzata da un tessuto abitativo denso e popolare, poi gravemente compromesso dal terremoto del 1908. Nella seconda metà del Novecento, il Comune realizzò una struttura mercatale coperta, provvisoria e leggera, in lamiera e legno, che divenne rapidamente un punto di riferimento quotidiano per gli abitanti dei quartieri centrali. Situato lungo l'asse tranviario e frequentato per la facilità d'accesso e i prezzi contenuti, il mercato divenne un punto stabile della vita cittadina, uno spazio in cui il bisogno quotidiano di cibo si intrecciava con le relazioni di vicinato². Nel 2014, durante la giunta Accorinti, nasce il progetto *Mercati Verdi Messina*, per delineare un modello di mercato cittadino sostenibile, fondato sulla combinazione di funzioni commerciali, ambientali e sociali³. L'elaborato preliminare prevedeva una struttura a due livelli: piano inferiore destinato a parcheggio e piano superiore a uso mercatale, con 48 box coibentati, pavimentazioni antiscivolo, sistemi di raccolta differenziata, pareti verdi, compostiere e impianti fotovoltaici per l'autosufficienza energetica. Tale configurazione esprimeva la chiara vocazione ecologica dell'allora giunta Accorinti, volta a generare un sistema di mercato replicabile negli altri mercati coperti di Messina, in linea con le politiche emergenti di sostenibilità e rigenerazione ambientale.

2 La conoscenza diretta del contesto, propria dell'autrice originaria di Messina e maturata attraverso legami familiari e una rete di relazioni consolidate, ha consentito di integrare la documentazione storica con una prospettiva situata, in modo da restituire la profondità affettiva e sociale che nel passato sosteneva il ruolo civico del mercato Zaera nella vita della quartiere.

3 L'architetto Scipilliti e l'ingegnere Frigione immaginarono un edificio eco-compatibile con pareti vegetali, copertura fotovoltaica per l'autosufficienza energetica, compostatori e sistemi di raccolta differenziata. Il progetto prevedeva l'installazione di pannelli fotovoltaici sulla copertura dell'edificio, destinati ad alimentare l'intera infrastruttura, soluzione richiesta dagli stessi commercianti, come precisato dall'assessore comunale, a conferma di un percorso progettuale condiviso e orientato alla sostenibilità energetica. Per ulteriori approfondimenti si legga: Messina, mercato Zaera: una struttura eco-compatibile per la città, in *Stretto web*, 31 luglio 2024.



Figura 14
Progetto
originario del
Mercato Zaera.
Fonte: Comune di
Messina



Figura 15
Mercato Zaera.
Fonte: foto di
Cooprogetti,
www.cooprogetti.it

Tuttavia, con il cambio di amministrazione, il progetto subì una revisione sostanziale. Le componenti ambientali e tecnologiche furono in parte eliminate, a favore di una semplificazione strutturale volta a garantire l'esecuzione nei tempi e nei limiti economici previsti. Il nuovo assessore ai lavori pubblici, sottolineò come l'amministrazione avesse ereditato un iter ormai definito, limitandosi ad assicurarne il completamento. I lavori, rallentati da rinvenimenti archeologici⁴ e successivamente dalla pandemia, si conclusero nel giugno del 2021 con la riapertura ufficiale del nuovo mercato coperto di Zaera. Il completamento della struttura fu quindi frutto di un processo pluri-

⁴ Durante gli scavi emersero resti di muri ottocenteschi, cisterne, canalette e pavimentazioni esagonali risalenti forse al XVII-XVIII secolo. Gli archeologi della Soprintendenza segnalavano inoltre la vicinanza di una necropoli utilizzata tra il V secolo a.C. e il V d.C. e sottolinearono che gli scavi avrebbero fornito dati sulle fasi più antiche della città. Per ulteriori approfondimenti si legga: Messina, a largo Zaera scoperti muraglioni dell'Ottocento, in Gazzetta del Sud, 05 giugno 2019

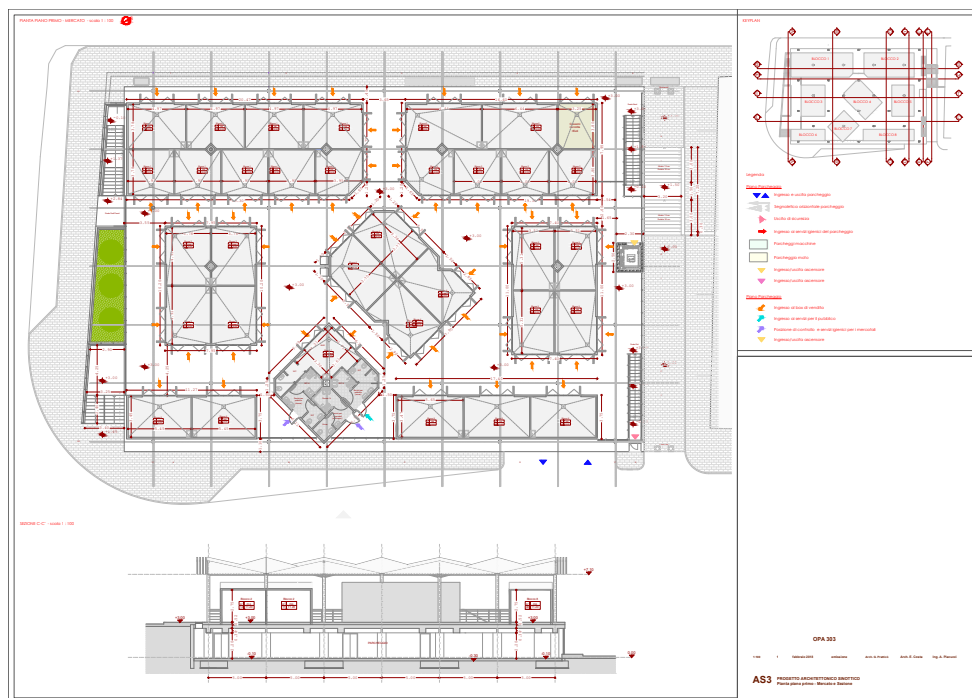


Figura 16
Pianta
Mercato Zaera
Fonte: Comune
di Messina

nale che vide l'ideazione sotto l'amministrazione Accorinti, la gara d'appalto gestita dalla stessa amministrazione e l'esecuzione sotto l'amministrazione De Luca. Il progetto esecutivo affidato a Coopprogetti disegnò un fabbricato in acciaio e calcestruzzo, con l'obiettivo dichiarato di «restituire al mercato una configurazione architettonica riconoscibile, assicurando al contempo il rispetto delle normative antisismiche, antincendio e di accessibilità»⁵. Nella sua configurazione finale l'edificio si presenta come una struttura sopraelevata a due livelli, con un piano inferiore parzialmente interrato e un piano mercatale accessibile tramite rampe e scalinate perimetrali. L'impianto planimetrico è regolare e compatto, definito da un volume continuo che occupa l'intero isolato, adattandosi alla curvatura viaria. L'elemento più caratterizzante è la copertura a falde triangolate, composta da moduli metallici bianchi che disegnano una geometria prismatica regolare. La facciata perimetrale è scandita da pannelli verticali in metallo e polycarbonato, parzialmente schermanti, che conferiscono trasparenza e leggerezza al volume, ma limitano la permeabilità visiva e relazionale verso l'esterno. Il mercato si eleva rispetto al pia-

⁵ Coopprogetti Soc. Coop. (2018). New covered market of Zaera – Messina (ME), Italy. Gubbio: Coopprogetti Soc. Coop. Documento tecnico del progetto, Comune di Messina.

no stradale, generando una soglia fisica e simbolica che lo separa dal flusso urbano circostante. L'intervento si inserisce in un contesto di edilizia mista, tra palazzine storiche di inizio Novecento e edifici residenziali moderni, segnando un contrasto netto tra la nuova architettura metallica e la morfologia preesistente. L'impianto architettonico integra celle frigorifere comuni, sistemi per la raccolta differenziata, predisposizione per impianto fotovoltaico e adeguamenti normativi in materia sismica, antincendio e di accessibilità. Le fonti istituzionali e giornalistiche del 2021 delineano un quadro iniziale caratterizzato da un forte intento di rilancio urbano: l'obiettivo dichiarato dell'amministrazione era quello di restituire a Messina un mercato efficiente in centro città, conforme alle normative igienico-sanitarie e capace di fungere da nodo di prossimità per la filiera alimentare locale. Tuttavia, le osservazioni successive, restituiscono un'immagine più frammentata e instabile. I dati relativi alla gestione indicano una parziale assegnazione dei box e una presenza discontinua degli operatori, con livelli di occupazione non omogenei e un uso ancora incompleto degli spazi accessori, come il parcheggio e le aree di servizio.

La lettera dell'Associazione Nuovo mercato area verde Zaera, inviata al Comune di Messina pochi mesi dopo l'apertura, restituisce il malcontento diffuso tra i commercianti sin dall'inaugurazione del nuovo mercato. Il tono è quello di una denuncia civile, ma anche di una richiesta di interlocuzione costruttiva. Gli operatori segnalano un insieme di disfunzioni che riguardano tanto la qualità edilizia quanto la gestione ordinaria: infiltrazioni d'acqua, pavimentazioni instabili, assenza di videosorveglianza e di un presidio fisso di sicurezza. L'area, priva di controllo, viene descritta come uno spazio vulnerabile, percepito dai cittadini e dai venditori come insicuro e poco decoroso. Emergono criticità igieniche e funzionali, con riferimenti espliciti all'inefficienza del sistema di smaltimento delle acque e all'impossibilità di utilizzare il parcheggio sotterraneo, mai autorizzato dai Vigili del Fuoco per problemi di altezza. Anche l'aspetto progettuale viene messo in discussione: i pannelli trasparenti che avrebbero dovuto schermare i banchi risultano inadatti a proteggere la merce dalla luce diretta, compromettendo la qualità dei prodotti freschi. La lettera richiama inoltre un problema di governance: diversi chioschi restano ancora vuoti, segno di un'assegnazione incompleta e di una scarsa capacità di attrazione per clienti e nuovi operatori. L'associazione interpreta questa situazione come il sintomo di un modello gestionale non ancora consolidato, in cui l'assenza di manutenzione e regole condivise alimenta l'incertezza sull'uso quotidiano dello spazio. Gli operatori chiedono l'apertura di un tavolo tecnico permanente per discutere in modo coordinato le questioni di sicurezza, manutenzione e uso del suolo, suggerendo anche forme di autogestione che rendano

Figura 17
Lettera al
comune
dall'associazione
"Nuovo mercato
area verde Zaera".
Fonte: Redazione
giornale
Letteraemme

il mercato più efficiente e partecipato. L'intervento di riqualificazione ha puntato quindi a restituire alla città uno spazio centrale, ma ha evidenziato limiti sia progettuali sia gestionali.

L'incresciosa situazione del mercato fisso "Zaera" desta più di una preoccupazione sia sotto il profilo del decoro che della sicurezza dei commercianti che dei cittadini fruitori.

Le mirate segnalazioni dei commercianti che vivono da vicino tale realtà avrebbero dovuto stimolare l'operato dell'Amministrazione Comunale a porre in essere misure drastiche ed urgenti al fine di rendere il mercato efficiente com'è obbligo per una struttura inaugurata da un anno appena.

L'urgenza scaturisce dalla mancata risoluzione di problematiche importanti che quest'Associazione ha più volte evidenziato alle SS.LL. che, non solo non sono state risolte, ma per cui non è stato stilato alcun crono programma necessario per comprendere tempi e modi.

Lo Zaera non è stato messo in sicurezza con cancelli né sorvegliato da guardie giurate e/o da telecamere e così diviene terra di nessuno con il risultato la mattina di trovarlo in condizioni non ottimali e con rischi anche per gli abitanti delle vie limitrofe. L'inizio dell'attività lavorativa per noi operatori dev'essere anticipata da un'opera di pulizia certosina perché anche le scale di ingresso lato sud est sono utilizzate quale orinatoio a cielo aperto. Lapalissiana è l'implicazione igienico sanitaria di tale contiguità fra la vendita di prodotti alimentari e tali criticità. La pavimentazione del mercato non è stata posta a regola d'arte e l'acqua, piovana e di risulta, residua ed oltre a creare problemi ai cittadini rende fangoso tutto il suolo.

Il parcheggio, che avrebbe dovuto facilitare e regolamentare la sosta degli autoveicoli in una zona centrale iper trafficata e lo scarico merci per gli operatori, non è fruibile in quanto il Comando dei Vigili del Fuoco non ha concesso la necessaria autorizzazione a causa di un'altezza non a norma. Dire che ciò abbia del grottesco è dir poco!!!

E per rimanere in tema di Progettazione e Realizzazione del manufatto si sottolinea che i pannelli sono trasparenti a macchia di leopardo e non consentono di schermare dalla luce del sole la merce, delicata e deperibile, con chiare conseguenze sulla qualità dei prodotti in vendita.

Altra nota dolente è l'attività ridotta del Mercato "Zaera" a causa di chioschi - postazioni ancora non assegnati pur essendo stato stabilito il termine di tre mesi per la corretta individuazione degli operatori e ciò produce nocumento sia al mercato medesimo, che non diventa attrattivo per i clienti, sia per il cittadino che non può trovare nel medesimo luogo una giusta scelta di acquisto.

E' necessario, alla luce di quanto esposto, che l'Amministrazione ottimizzi gli interventi e progetti un percorso virtuoso che trasformi tali criticità in modalità corrette. L'Associazione chiede, quindi, l'istituzione di un tavolo tecnico che consenta un sereno confronto atto ad approfondire e risolvere le problematiche esistenti affinché lo "Zaera" divenga il fiore all'occhiello fra i mercati cittadini. L'Associazione desidera, altresì, promuovere e proporre un'autogestione che potrebbe risolvere la *questio* dei parcheggi e della manutenzione ordinaria.

Certi della sensibilità dell'Amministrazione rispetto i temi tracciati, si rimane in attesa dell'indizione di tale Tavolo.

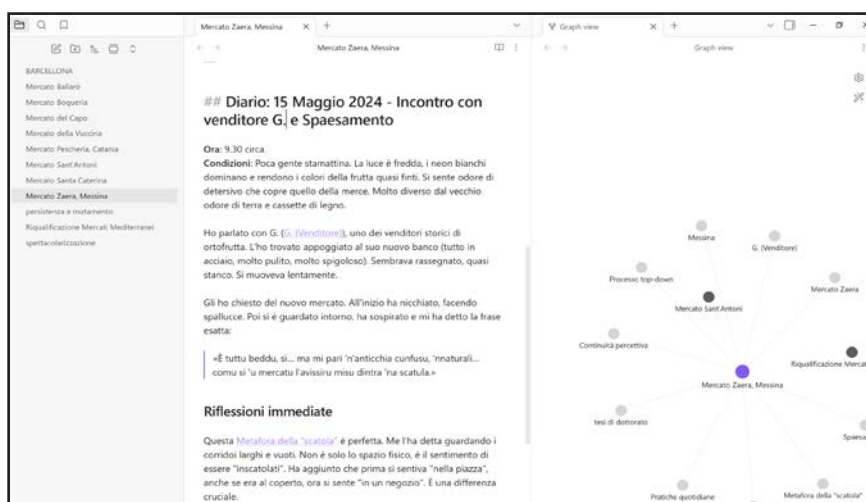
Distinti saluti.

L'indagine sul campo: rilievi e percezioni

I rilievi condotti in loco tra il 2023 e il 2024 hanno documentato in modo sistematico lo stato effettivo del mercato Zaera, restituendo una lettura diretta delle sue condizioni spaziali, gestionali e igienico-ambientali. Le sessioni di osservazione, integrate da rilievi fotografici e conversazioni con operatori e residenti, hanno messo in evidenza criticità diffuse di manutenzione e pulizia, con accumuli di rifiuti organici nelle aree marginali e segni di infestazione da roditori, in particolare nelle zone retrostanti e lungo le rampe di accesso. La configurazione finale appare inoltre distante dalla visione ecologica e comunitaria inizialmente immaginata, riducendo la permeabilità tra spazio mercatale e tessuto urbano e attenuando la continuità socio-spaziale che caratterizzava il mercato nella prima configurazione. Dal punto di vista spaziale, il layout interno si presenta dispersivo, con percorsi poco intuitivi e un'organizzazione degli stand che ostacola la fluidità del movimento e l'esperienza degli utenti. Inoltre, l'estetica del mercato, caratterizzata da un uso monocromatico e da una mancanza di elementi distintivi, non facilita la costruzione di un'identità visiva riconoscibile.

Le conversazioni con gli operatori hanno evidenziato una percezione diffusa di distanza tra la nuova architettura e le pratiche quotidiane. In particolare, un dialogo con G., venditore con oltre trent'anni di attività nel mercato, ha restituito in modo efficace il sentimento di diso-

Figura 18
Schermata del diario di campo, annotato con software e app Obsidian.
Fonte: elaborazione dell'autore



rientamento legato alla riapertura.

C: *Cosa ne pensa del nuovo mercato Zaera?*

G. (venditore frutta, Messina 2024): *«È tuttu beddu, sì... ma mi pari 'n'anticchia cunfusu, 'nnaturali... comu si 'u mercatu l'avissiru misu dintra 'na scatula.» [È tutto bello, sì, ma mi sembra un po' confuso, innaturale... come se avessero messo il mercato dentro una scatola.]*

La risposta condensa il sentimento di spaesamento emerso in più conversazioni: la riorganizzazione fisica dello spazio ha interrotto quella continuità percettiva che sosteneva la familiarità del luogo e la prossimità tra gli operatori.

P. (pescivendolo, Messina 2024): *«All'inizio i clienti vecchi mi dicevano "Non la trovavo più!". Ma il problema vero è a munnizza [la spazzatura]. Io il pesce lo tengo pulito, ma se poi vado a buttare le cassette sul retro e trovo un macello... capisce che il cliente lo sente, lo vede...»*

Tale percezione rimanda a un processo di trasformazione calato verticalmente, espressione di una strategia top-down che ha privilegiato la dimensione tecnico-amministrativa del progetto senza attivare un dialogo sostanziale con il territorio e con gli attori che lo abitano quotidianamente. Questi elementi empirici restituiscono inoltre un'immagine complessa del mercato, in cui la rinnovata struttura mercatale fatica a sostenere le pratiche quotidiane di gestione e igiene necessarie a garantirne piena funzionalità e decoro. Dal punto di vista commerciale, la composizione dell'offerta riflette una fase di transizione: accanto ai comparti tradizionali, ortofrutta, carni, pesce e latticini, emergono nuove categorie legate alla gastronomia pronta e alla vendita di prodotti tipici locali confezionati. Tale ibridazione evidenzia l'evoluzione del mercato Zaera verso un modello intermedio, sospeso tra la storica funzione popolare di approvvigionamento quotidiano e una progressiva apertura a forme di consumo esperienziale e identitario, coerenti con le dinamiche osservate in altri mercati mediterranei analizzati nel quadro della ricerca.

Durante le visite, oltre agli operatori, sono stati coinvolti anche alcuni frequentatori abituali del mercato, perlopiù anziani residenti del quartiere. Un gruppo di donne, incontrato lungo il corridoio centrale, ha commentato con tono affettuoso il loro rapporto con il mercato:

C: Venite ancora spesso al mercato, dopo la riapertura?
R. (gruppo di residenti anziane, Messina 2024):
«Canciau, ma vinemu u stissu, picchè cca ncontramu l'amiche.» [È cambiato, ma veniamo lo stesso, perché qui incontriamo le amiche.]

Figura 19

Figura 20

Figura 21

**Banco del
mercato Zaera**
 Fonte: foto
dell'autore

Le testimonianze raccolte mostrano come il mercato, che pure è stato ridisegnato per migliorare la funzionalità e l'immagine urbana, continui a vivere soprattutto attraverso le relazioni che lo attraversano; il venditore, che percepisce la nuova struttura come una “scatola”, e le donne, che tornano ogni mattina “per incontrare le amiche”, descrivono lo stesso fenomeno da prospettive diverse: la forma dello spazio si è trasformata, ma la sostanza sociale, fatta di prossimità, consuetudini e linguaggi condivisi, persiste come una trama sotterranea che tiene insieme ciò che un progetto di innovazione di matrice chiaramente top-down ha separato.

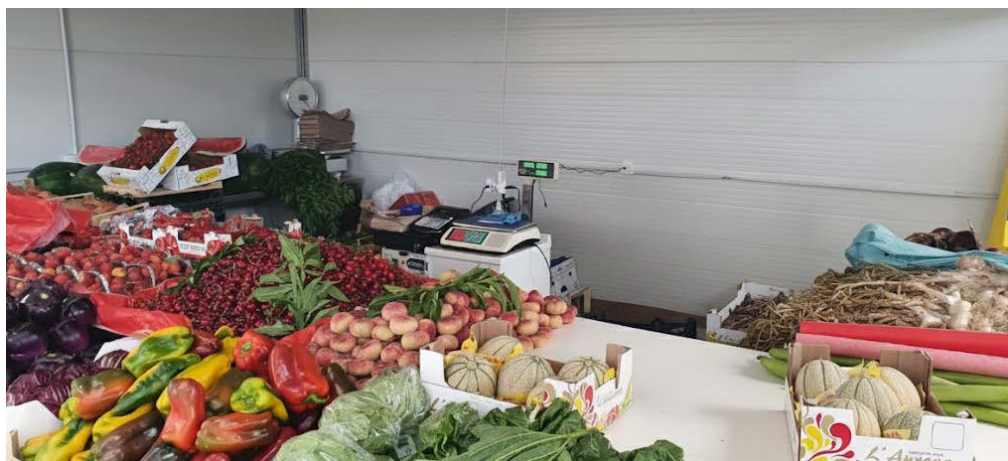




Figura 22 Ingresso quartiere Vucciria. Fonte: foto dell'autore

4.3 Mercato della Vucciria, Palermo

Interpretazione e sintesi 2 Mercato della Vucciria

Contesto Storico Urbanistico	Configurazione Fisica e Funzionale	Governance e Regolazione	Dinamiche Sociali, Economiche e Culturali

Il mercato si estende nel quartiere della Loggia, con fulcro in piazza Caracciolo e piazzetta Garraffello, la forma attuale deriva da secoli di trasformazioni. La sua etimologia "Bucceria" rinvia al circuito della carne; poi si è passato da "Bucceria" a "Bocceria della foglia" (mercato di ortaggi) al gergale "Vucciria", sinonimo di confusione.

Storicamente, lo spazio era descritto come una piazza ricca, dotata di una fontana centrale utilizzata per lavare merci e pesce da cui derivava la pratica della "sbriziata" che teneva i "balati" (basolati) costantemente bagnati; l'osservazione contemporanea, tuttavia, mostra una configurazione radicalmente diversa, poiché al mattino sono presenti solo pochi banchi mobili di pesce e frutta, mentre nelle ore serali lo spazio si trasforma in un denso sistema di dehors e tavolini che saturano completamente lo spazio pubblico.

L'analisi contemporanea non dettaglia un modello di governance formale e codificato, descrivendo piuttosto il mercato come un "campo di negoziazione" frammentato e conteso, nel quale agiscono attori diversi (come i residenti, i commercianti storici, i nuovi imprenditori della ristorazione e le istituzioni) portatori di interessi e aspettative spesso divergenti.

La trasformazione è colta icasticamente nel proverbio sui "balati", che oggi, come nota un venditore, sono bagnati non più dall'acqua del pesce ma dai drink, segnando il passaggio da un'economia del lavoro a una del consumo serale; questa dualità è evidente anche nelle rappresentazioni artistiche (Guttuso e Taravella), evidenziando il passaggio da luogo di approvvigionamento di prossimità a palcoscenico per il consumo esperienziale (street food, intrattenimento notturno), il che genera una riconfigurazione temporale e tensioni con i residenti.

Prossimità	Cura	Sitopia	Misura
La funzione di accesso diurna è erosa dalla movida, vendita orientata al turista.	Deficit gestionale che mina cura relazionale.	Passaggio da luogo del cibo a luogo di intrattenimento.	Sembra che il tempo locale sia cancellato dal consumo globale.

lettura e sintesi

La Vucciria ha subito una profonda riconfigurazione funzionale e simbolica, trasformandosi da storica piattaforma di scambi prossimali a vera e propria "scena"; oggi incarna la transizione da luogo di prossimità a palcoscenico turistico-esperienziale, diventando un osservatorio per comprendere come i mercati storici oscillino tra memoria e spettacolarizzazione.

Il mercato della Vucciria si estende nel quartiere della Loggia, tra piazza San Domenico, via Roma e corso Vittorio Emanuele, in un settore che conserva la trama originaria della città bassa e la prossimità con l'antico porto. Il suo fulcro si riconosce lungo via Argenteria e negli snodi di piazza Caracciolo e piazzetta Garraffello, dove si concentrano tracce materiali, architetture storiche e memorie civiche che intrecciano la funzione alimentare con la lunga eredità mercantile del fronte marittimo. La genealogia del luogo emerge con chiarezza nell'etimologia e nell'ordinamento spaziale delle piazze di grascia⁶: il nome "Bucceria" rinvia originariamente al commercio della carne, richiamando il lessico professionale d'antico regime e sottolineando un nesso consolidato tra la sede del macello, le logge mercantili e le rotte marittime che dal bacino portuale della Cala animavano l'intero quartiere. Partendo da questa vocazione iniziale, il mercato ha poi progressivamente ampliato le sue funzioni nel corso dell'età moderna, includendo la vendita del pesce e dell'ortofrutta, con piazza Caracciolo che, in questo contesto, divenne il principale fulcro distributivo dell'intera area. Un corpus di studi archivistici e storico-urbani, riproposto in forma sistematica da Renata Prescia, documenta la sequenza degli interventi che hanno strutturato e poi compresso lo spazio mercatale: il riordino post-alluvione del 1557; la costruzione del portico "caraccioliano" del 1783; il cosiddetto Mercato Buttafuoco attorno al 1800; l'apertura del primo tronco di via Roma (1895-1898), con la demolizione parziale del portico; quindi, nel 1908, la sostituzione del corpo mercatale con un edificio municipale che assorbe oltre metà della superficie dell'antica piazza, segnando un cambio di scala e di qualità dello spazio pubblico (Prescia, 2015). L'organizzazione spaziale attuale del mercato deriva in larga misura dall'intervento di riordino promosso nel 1783 da Domenico Caracciolo, inserito nel più ampio programma di riforme volto a riorganizzare la società siciliana mediante una profonda revisione degli equilibri di potere tra aristocrazia e istituzioni ecclesiastiche (Grillo, 2004, p. 52). Tale traiettoria offre una chiave interpretativa forte: la Vucciria consolida per secoli una

6 Piazze di Grascia, dal latino *crassus*, "grasso", inteso come nutrimento essenziale. Locuzione storica che identifica gli spazi aperti, ovvero le *plateae* cittadine, specificamente deputati in epoca medievale e moderna alla funzione di mercato pubblico per la vendita dei generi alimentari di prima necessità (vettovaglie, cereali e granaglie), elementi costitutivi dell'annona (De Mauro, sec. XIV). Tali aree erano spesso sotto il diretto controllo di una magistratura apposita (il Magistrato o l'Ufficio della Grascia), incaricata di regolamentare l'approvvigionamento, la scorta dei viveri e l'igiene, ponendosi come centro vitale per la sicurezza alimentare della popolazione urbana (Treccani, 2003).

piattaforma di scambi prossimali, poi attraversa una fase di riduzione fisica e funzionale che riorienta flussi e pratiche d'uso, predisponendo il terreno a ibridazioni successive tra commercio, ristorazione popolare e fruizione serale. Il toponimo oggi diffuso nel linguaggio popolare come sinonimo di confusione e baldoria affonda le sue radici in una storia etimologica e urbana stratificata. Pietro Gulotta ricostruisce come l'origine risalga al termine *bucheria*, di derivazione galloromanza, introdotto dai Normanni per indicare macelli e macellerie, attestato già nei registri fiscali medievali di Palermo⁷. Nel corso dei secoli questa denominazione si è progressivamente trasformata, passando da riferimento funzionale all'attività di macellazione a indicatore di un intero quartiere mercantile, fino a identificare lo spazio del mercato stesso, in cui memoria storica, sedimentazioni toponomastiche e immaginario urbano si intrecciano in maniera indissolubile (Gulotta, 1983). Il progressivo abbandono delle funzioni di macellazione non cancellò l'identità mercatale del luogo. Al contrario, la piazza, invasa da bancarelle di ortaggi e generi vari, fu ribattezzata "Bocceria della foglia", in un paradosso lessicale che segnava il passaggio dalla macellazione alla vendita di prodotti vegetali. Il termine si trasformò così nel gergale "Vucciria", che divenne sinonimo di mercato tout court, estendendosi a tutto l'antico quartiere della Loggia.

Nel 1615 Di Giovanni restituiva un'immagine della Vucciria come piazza abbondante di generi alimentari, articolata secondo una distribuzione spaziale che assegnava a ciascun lato una funzione precisa: salumi e frutti a occidente, verdure domestiche e selvatiche a settentrione e meridione, pollami e pane bianco negli spazi interni, fino a erbe spontanee, lumache e cardoni. Al centro campeggiava una fontana marmorea, da cui sgorgavano acque che si riversavano in una vasca minore ed erano utilizzate nel mercato. La descrizione restituisce un quadro di straordinaria ricchezza, nel quale la materialità degli spazi e la varietà delle merci concorrevano a fare della piazza un nodo vitale della città (Sorgi, 2008). Proprio quell'elemento idrico, documentato da Di Giovanni come parte integrante dell'assetto materiale della piazza, ha assunto nei secoli un valore che travalica la funzione pratica. La fontana veniva infatti utilizzata per lavare la verdura e rinfrescare il pesce, mantenuto costantemente umido attraverso la

7 Il toponimo "Vucciria" sembra derivare dal termine francese *boucherie*, che significa "macelleria". In epoca antica l'area era denominata "beccheria", poiché vi si macellavano e vendevano le carni del becco, il maschio della capra. Nel tempo, per effetto dell'assonanza linguistica, *boucherie* si è trasformato nelle forme "Bocceria", "Bucceria", "Ucciria", "Vocceria" e infine "Vucciria" (Chiesi, 1892, p. 547). Nel Vocabolario siciliano etimologico, italiano e latino di Michele Pasqualino, pubblicato dalla Reale Stamperia di Palermo nel 1790, si legge: "Vucciria: luogo dove si uccidono le bestie e si vende la loro carne per mangiare [...] Vucciria si dice anche quel luogo ove si vende qualunque cosa da mangiare" (p. 365).



Figura 23
Renato
Guttuso,
Vucciria, 1974,
olio su tela,
300 x 300 cm.
Palermo,
Palazzo Steri

pratica della “sbriziata”. Da questa condizione materiale è scaturita l'espressione proverbiale “*i balati ra Vucciria non si asciucano mai*”⁸, che ha oltrepassato la sua origine empirica per diventare una metafora dell'impossibile, un modo di dire che ancora oggi evoca eventi destinati a non verificarsi.

Questa dimensione immateriale trova corrispondenza e rafforzamento nelle rappresentazioni artistiche che hanno contribuito a consolidare l'immaginario pubblico della Vucciria. Due opere, appartenenti a contesti storici e culturali differenti, consentono di leggere con chiarezza tale processo: da un lato la celebre tela *La Vucciria* di Renato Guttuso (1974), divenuta icona visiva della Palermo popola-



re; dall'altro *Piazza Garraffello* di Croce Taravella (2005), che pur in un registro meno canonico restituisce una visione potente delle fratture sociali e del degrado urbano del quartiere.

La grande tela di Guttuso, oggi conservata a Palazzo Steri, restituisce una scena monumentale e corale, dove il mercato appare nella sua vitalità quotidiana: la densità dei prodotti alimentari, la carne appesa, i pesci, i formaggi e la frutta compongono una scenografia di abbondanza e teatralità popolare. La folla che attraversa lo spazio conferma il carattere comunitario del mercato, in cui la dimensione economica si intreccia con quella sociale e culturale. Quest'opera, divenuta icona visiva della Palermo popolare, ha fissato nell'immaginario pubblico la Vucciria come quintessenza del folklore alimentare siciliano, contribuendo altresì a rafforzarne il valore identitario e turistico attraverso una rappresentazione estetizzata della prossimità urbana.

Diversa e quasi opposta è la rappresentazione di Croce Taravella in *Piazza Garraffello*, che concentra lo sguardo sul cuore simbolico del quartiere e restituisce un'immagine segnata dal degrado, dalla marginalità e dalla frammentazione sociale. La tecnica mista, caratterizzata da stratificazioni, incisioni e cromatismi violenti, traduce visivamente la condizione di un tessuto urbano ferito, attraversato da rovine architettoniche e figure deformate, lontane dalla corallità festosa del dipinto guttusiano. Qui la Vucciria emerge come spazio liminale, in cui le memorie del mercato popolare si intrecciano con i segni dell'ab-

Figura 24
Croce
Taravella,
*Piazza
Garraffello*,
2005 tecnica
mista,
incisione su
tela 220 x 160
cm

bandono e con i conflitti legati alle trasformazioni urbane degli ultimi decenni. Il confronto iconografico tra l'opera di Guttuso e la tela di Taravella traduce visivamente le traiettorie di trasformazione che hanno investito la Vucciria negli ultimi decenni, poiché la monumentalità vitale fissata dal primo trova un'eco attenuata nella contemporaneità, mentre le stratificazioni ferite rappresentate dal secondo prefigurano le dinamiche di rarefazione e abbandono che hanno progressivamente interessato lo spazio mercatale. Nel corso degli ultimi trent'anni, la Vucciria ha infatti vissuto un processo di riconfigurazione che ne ha ridefinito ruolo e funzioni, transitando da luogo di approvvigionamento quotidiano, strettamente legato alla prossimità residenziale, a palcoscenico urbano centrato sul consumo esperienziale e sull'intrattenimento notturno. Questa transizione era già stata colta in letteratura (Mercatanti, 2009), dove la Vucciria è descritta come un luogo pervaso da un "fascino decadente", sospeso fra una vitalità pregressa e un futuro incerto, divenuto oggetto di ripresa turistica ma ormai svuotato della propria anima mercatale. Tale lettura anticipava le dinamiche oggi osservabili, in cui il mercato assume sempre più i tratti di una scenografia di consumo a discapito della sua funzione di prossimità, aspetti che le analisi seguenti approfondiranno.

L'indagine sul campo: rilievi e percezioni

Durante le giornate di osservazione sul campo, condotte tra la primavera e l'estate 2023, è emersa con chiarezza questa frattura temporale tra usi diurni e notturni dello spazio mercatale. Nelle prime ore del mattino, lungo via Argenteria e piazza Caracciolo, sono presenti solo pochi banchi di pesce e frutta, collocati su strutture mobili e con un'offerta limitata, a conferma della rarefazione della funzione alimentare tradizionale. La ridotta intensità di frequentazione da parte dei residenti si manifesta in un flusso lento e discontinuo, con interazioni prevalentemente funzionali all'acquisto. Al contrario, nelle ore serali e notturne la scena cambia radicalmente: piazza Garraffello e le strade adiacenti si trasformano in un sistema denso di dehors e tavolini, con musica diffusa e concentrazione elevata di avventori, in gran parte giovani e turisti. La saturazione dello spazio pubblico è visibile nella quasi totale occupazione delle superfici pedonali, che ostacola la mobilità dei residenti e altera la percezione della piazza come luogo di attraversamento quotidiano. Le implicazioni progettuali e di governance sono significative. Da un lato, l'intensificazione della movida genera economie locali legate alla ristorazione, alla somministrazione di bevande e al turismo, sostenendo forme di vitalità economica

e creativa. Dall'altro, emergono tensioni con la dimensione residenziale, dovute a inquinamento acustico, sovraffollamento e usura delle infrastrutture. Il mercato diventa così un campo di negoziazione tra attori diversi: residenti, commercianti tradizionali, nuovi imprenditori della ristorazione, istituzioni locali e visitatori, ciascuno con interessi e aspettative differenti.

Nel corso di una conversazione con uno degli ultimi venditori ancora presenti nel mercato, il proverbio sulle balate è stato richiamato come parte integrante del lessico quotidiano.

V. (venditore, Palermo 2023): «Eh, si dici sempri! (n.d.r.: il proverbio) Era 'na manera pì diri ca certi cosi nun ponnu capitari: cu avi debiti un li paga mai, u politicianti un manteni mancu 'na parola, u picciottu sfaticatu un si sistema mai. I balati nun s'asciucanu, capisci? È cosa ca nun s'avissi a diri mancu!» [Eh, si dice ancora! Era un modo per dire che certe cose non possono succedere: chi ha debiti non li paga mai, il politico non mantiene la parola, il ragazzo svogliato non si sistema. I basolati non si asciugano, capisci? È un modo per dire che non succederà mai.]

Dopo una pausa, aggiunge con un sorriso:

«Ora però i balati si bagnanu p'i birri, p'i drink, p'a notti... non c'è cu travagghia, ma cu bivi.» [Ora però i basolati si bagnano per le birre, per i cocktail, per la notte... non c'è chi lavora, ma chi beve.]

Il proverbio, riattivato in questo scambio, rivela la trasformazione del suo stesso campo semantico: ciò che un tempo evocava la vitalità del commercio e la persistenza delle pratiche mercatali diurne oggi rimanda alla dimensione effimera e ricreativa della notte. Nella memoria del venditore, il gesto linguistico conserva la forma dell'ironia popolare, ma ne sposta il referente: i "balati" restano bagnati, ma per cause che testimoniano il passaggio da un'economia del lavoro quotidiano a una del consumo serale, segnando la riconfigurazione materiale e simbolica della Vucciria come scena più che come spazio mercatale. La contrazione della dimensione alimentare diurna, con la scomparsa di banchi e botteghe storiche, si intreccia con l'emergere di un'offerta orientata allo street food e alla ristorazione diffusa, capace di attrarre un pubblico eterogeneo composto da studenti, giovani e turisti. La riconfigurazione temporale degli usi diventa così un tratto



Figura 25
Banco di vendita
ittico all'aperto
con vendita di
piattini pronti.
 Fonte: foto
 dell'autore

distintivo, con un mercato svuotato durante le ore mattutine e intensamente popolato nelle ore serali. Questa trasformazione investe anche l'immaginario collettivo: la Vucciria viene percepita sempre meno come mercato e sempre più come scenario di socialità e consumo spettacolarizzato, collocandosi entro le dinamiche di turistificazione e di mercificazione dell'autenticità osservabili in altri mercati storici del Mediterraneo. L'iconografia guttusiana, che celebrava l'abbondanza alimentare e la coralità popolare, cede spazio a una fruizione che reinterpreta l'autenticità come risorsa estetica ed esperienziale, mentre le visioni di Taravella risuonano con le tensioni generate da degrado, conflittualità d'uso e marginalità sociale. Il mercato diventa così un campo di negoziazione permanente tra economie creative, vitalità turistica, resistenze dei residenti e politiche di governance urbana, offrendo un osservatorio privilegiato per comprendere come i mercati storici oscillino oggi tra memoria e spettacolarizzazione, tra infrastrutture di prossimità e dispositivi di consumo globale.

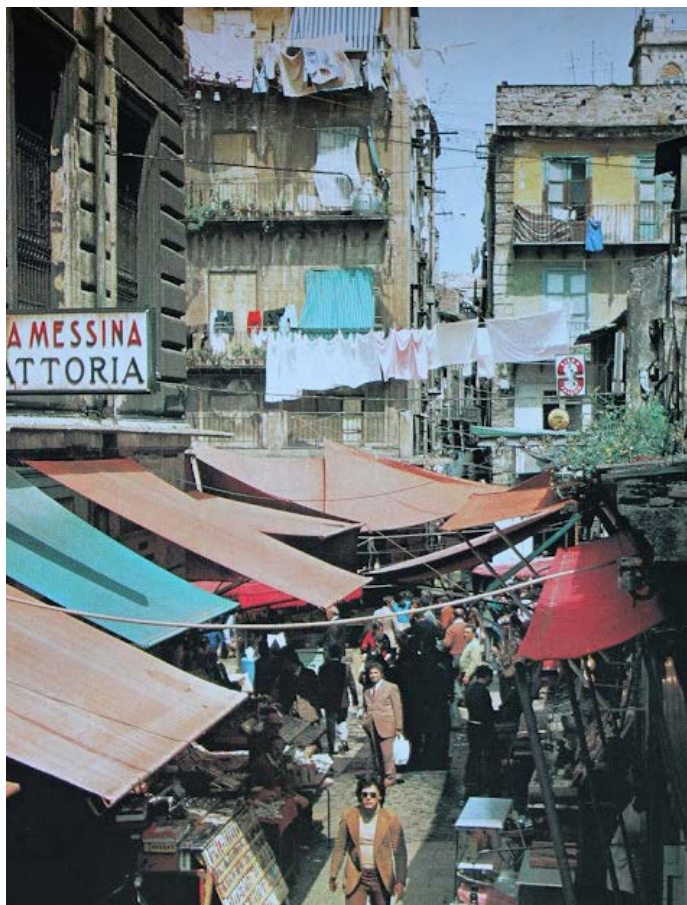


Figura 26
Il mercato della
Vucciria, 1979.
Fonte: Beautés du
Monde (Larousse
1979).

Figura 27
Il mercato della
Vucciria oggi.
Fonte: foto
dell'autore





Figura 28 Ingresso mercato del Capo. Fonte: foto dell'autore

4.4 Mercato del Capo, Palermo

Interpretazione e sintesi 3 Mercato del Capo

Contesto Storico Urbanistico	Configurazione Fisica e Funzionale	Governance e Regolazione	Dinamiche Sociali, Economiche e Culturali

Il mercato ha origini medievali (XI-XII sec.) legate all'antico fiume Papireto e allo sviluppo del quartiere superiore ('Seralcadi'), consolidandosi nel Quattrocento attraverso l'inglobamento dei macelli cittadini (documentato dalla toponomastica). Mantiene la sua funzione distributiva anche dopo l'abolizione dei macelli interni (1837); un simbolo del quartiere è il 'Panificio Morello' (primi '900) con l'insegna liberty "pupa ru Capu". L'intera area, dopo un periodo di degrado nel Novecento (bombardamenti, spopolamento), è stata oggetto di riscoperta.

La configurazione conserva la struttura lineare lungo Porta Carini e la morfologia medievale a rete di vicoli, con la notevole persistenza di case-bottega, definendo un paesaggio materiale basato su un'estetica vernacolare (prezzi a mano, "coppi" di carta, piramidi di frutta, geometria del pesce sui banchi); si osserva una coesistenza distintiva di bellezza e precarietà.

Storicamente, la governance del mercato era strettamente legata a forme corporative, come la già citata confraternita dei macellai, mentre l'analisi contemporanea suggerisce una predominanza di forte autogestione quotidiana e pratiche informali, le quali si basano primariamente sulla continuità familiare e su una regole tramandate piuttosto che su regole formali e codificate dal Comune.

Il mercato è animato da una coreografia spontanea di gesti e "abbanniate", con una comunità di venditori intergenerazionale che vive la continuità come una "resistenza culturale"; si rileva un doppio ritmo: al mattino prevale la dimensione relazionale locale (residenti anziani, "lessico di prossimità affettiva"), mentre durante la giornata la scena muta con l'arrivo di turisti, inducendo una trasformazione (uso dell'inglese) dove l'abbannata, da strumento di appartenenza, diventa performance per il visitatore.

Prossimità	Cura	Sitopia	Misura

Funzione di accesso mattutina per i residenti, poi si riempie di turisti.

Cura vernacolare nell'esposizione, ma con precarietà igienica.

Cibo esposto come valore estetico. Molte bancarelle di piattini pronti.

Tensione tra permanenza (pratiche locali) e omologazione (performance turistica).

lettura e sintesi

Il Capo incarna la tensione dinamica tra persistenza e mutamento, mantenendo un "equilibrio fragile" in cui l'autenticità, un tempo implicita e vissuta, ora tende a diventare esibita e a trasformarsi essa stessa in attrazione turistica; il mercato, quindi, "resiste mentre cambia", rivelando da lato una cultura che ancora vi si riconosce profondamente, e dall'altro una cultura (turistica) che tende a esasperarne l'identità fino a renderla uno spettacolo.



Figura 29

Insegna mercato
del Capo.

Fonte: foto
dell'autore

Figura 30

Panificio Morello.

Fonte: foto
dell'autore

La genesi del quartiere che ospita il mercato è profondamente legata al tracciato dell'antico fiume Papireto: fino al tardo Medioevo, quella zona era caratterizzata da acquitrini, canneti e terreni malsani (la zona "al di là" delle mura punico-romane. Le origini del mercato risalgono al periodo compreso tra l'XI e il XII secolo, quando l'area, in età islamica denominata *Harat-as-Saqalibah* (quartiere degli Schiavoni), divenne sotto i Normanni il *Seralcadi*, cioè il quartiere superiore della città, sviluppato lungo il corso del Papireto e oltre la cinta fortificata di *al-Qasr* (Sorgi, 2015). Da questa denominazione deriva la forma latina *Caput Seralcadii*, da cui l'attuale toponimo Capo. La vocazione commerciale dell'area è attestata da cronache di viaggio e da fonti notarili che descrivono la presenza di una *platea publica Seralcadi*, poi denominata *platea magna* per l'intensità delle attività mercantili e artigiane che vi si concentravano. L'odierno impianto del mercato si articola ancora intorno a questa struttura lineare, innervata da una rete di vicoli e slarghi che conserva la morfologia medievale originaria. La vitalità economica del Capo si consolidò nel corso del Quattrocento, quando il mercato inglobò i macelli cittadini trasferiti dalla Bocceria Grande, generando una nuova topografia commerciale legata alla filiera delle carni. I nomi delle vie indicano l'antica e importante lavorazione della carne in quella zona (Sorgi, 2015), come testimoniano la Discesa delle Capre e il Vicolo dei Giovenchi per il transito degli animali, il

Vicolo dei Sanguinazzai per i produttori di salsicce, il Vicolo dei Caldomai per i venditori di interiora cotte e il Vicolo delle Chianche, che prende il nome dalla chianca, il ceppo da lavoro simbolo dei macellai⁹. Nel XVIII secolo, si registra un'espansione del mercato lungo via Porta Carini, via Cappuccinelle e via Beati Paoli, comprendendo anche il primo tratto di via Sant'Agostino. L'asse commerciale Sant'Agostino-Bandiera collegava il Capo con la *Bocceria* e con il porto, costituendo una dorsale funzionale di scambi che intrecciava produzione, distribuzione e consumo. Il mercato era dunque parte di un sistema economico integrato, capace di connettere i flussi di merci provenienti dai giardini periurbani con le reti marittime e cittadine. Nel 1837, con l'abolizione dei macelli interni e il trasferimento delle funzioni di macellazione a Ponte di Mare, nei pressi della tonnara di Sant'Erasmo, il Capo perde la componente produttiva legata alla carne ma conserva la struttura distributiva originaria, mantenendo la propria centralità commerciale e alimentare. Lungo la stessa via Cappuccinelle, nei primi decenni del Novecento, si affermò il Panificio Morello, la cui insegna liberty in mosaico raffigurante Demetra (la pupa ru Capu) divenne un simbolo di fertilità e abbondanza. L'opera, evocando il valore sacrale del pane e la continuità tra lavoro, arte e nutrimento, testimoniava l'investimento di una borghesia produttiva nell'estetica del cibo (Sorgi, 2015). Per oltre un secolo la figura della dea ha presidiato la soglia, divenendo parte integrante dell'immaginario collettivo del quartiere, un ruolo simbolico che permane nella memoria del luogo anche dopo la chiusura del panificio nel 2013 e la successiva rimozione dell'insegna, sostituita in seguito da un pannello che riproduce l'opera.

Il mercato del Capo ha vissuto una profonda trasformazione nel Novecento, poiché eventi drammatici come l'alluvione del 1931, i bombardamenti bellici e il "sacco di Palermo" hanno provocato un forte degrado edilizio e un impoverimento sociale. Soltanto con la riscoperta del centro storico, a partire dagli anni Novanta, l'attenzione sul quartiere è tornata gradualmente, grazie anche alla permanenza delle case-bottega e sulla continuità delle relazioni di prossimità, che uniscono in un unico spazio la vendita, la preparazione dei prodotti e la vita sociale.

9 Il mestiere acquisì grande rilevanza e creò un'identità collettiva nel quartiere, specialmente dopo la costruzione nel 1589 della chiesa della Madonna delle Grazie, che divenne sede della Confraternita dei Macellai e funse da riferimento devozionale e corporativo, ufficializzando il loro ruolo in città.

L'indagine sul campo: rilievi e percezioni

L'osservazione condotta nel Mercato del Capo restituisce la stratificazione profonda di un sistema mercatale che esprime la tensione costante tra persistenza e mutamento. Lungo l'asse di Porta Carini, il mercato si apre come una soglia sensoriale che separa la Palermo monumentale dalla città vissuta, un varco in cui le voci dei venditori, i colori delle merci e gli odori di cucina si fondono in una scena corale di vita collettiva ancorata a pratiche di prossimità. Il mercato brulica di persone, e il loro movimento costante tra i banchi stretti sembra quasi una coreografia improvvisata. Si vedono i venditori gesticolare ampiamente, mentre le loro voci, le abbanniate, sovrastano il rumore di fondo per attirare i passanti. La gente si sfiora, si fa spazio. L'intero sistema funziona su questo linguaggio fisico e verbale, una grammatica fatta di corpi e voci che sembrano quasi inscenare una sorta di coreografia spontanea.

nota di campo

Mi sono fermata un po' a osservare un banco del pesce. Il venditore ha le mani sempre bagnate, si muove rapido, afferra i pesci con un gesto sicuro, li mette su una vecchia bilancia di metallo e li avvolge in carta spessa. I clienti indicano la merce, alcuni la toccano, si avvicinano molto per guardare gli occhi del pesce. L'acqua scorre sempre e il pavimento è bagnato, scivoloso, pieno di ghiaccio tritato e qualche squama. Proprio accanto, un uomo pulisce carciofi con gesti velocissimi, usando un coltellino per togliere le foglie esterne che butta in un cesto ai suoi piedi. In pochi secondi il carciofo è pronto, bianco e pulito.

Parlando con i venditori, si coglie un forte senso di appartenenza storica, infatti molti di loro appartengono a famiglie che operano al Capo da generazioni. Un macellaio, mentre pulisce con cura il suo banco affacciato su via Cappuccinelle, sintetizza questo sentimento dicendo:

M. (Macellaio, 2024) “Qua mio padre ha lavorato cinquant'anni, e prima ancora mio nonno”. Poi ci guarda e ci dice: “E iò unni annari?” [E io dove devo andare?].

Questa sua domanda retorica racchiude un orgoglio che sembra andare oltre il semplice mestiere, legando l'identità della famiglia a quel preciso pezzo di strada. Nei racconti di molti emerge, infatti, un'idea di

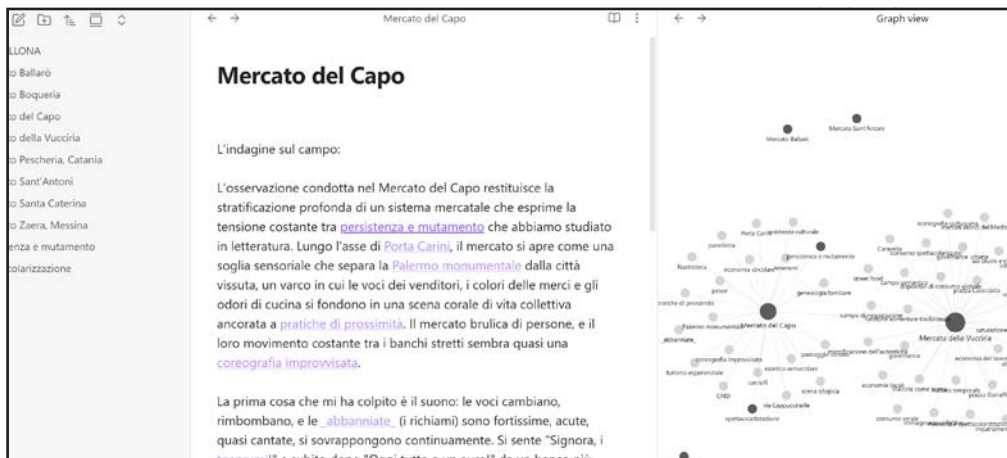


Figura 32
Schermata del
diario di campo,
annotato con
software e app
Obsidian.

continuità che appare più come una forma consapevole di resistenza culturale che come una semplice eredità ricevuta passivamente. Questa genealogia familiare costituisce l'ossatura invisibile del mercato: una comunità che attraversa la precarietà mantenendo in vita la propria identità attraverso la ripetizione delle pratiche e la cura degli spazi. L'indagine è stata condotta in diversi momenti della giornata, mostra come il mercato muti ritmo e funzione con il passare delle ore. Al mattino prevale la dimensione relazionale locale: gli abitanti del quartiere, spesso anziani, percorrono il mercato con passo lento, scambiano parole, chiedono consiglio, ricordano vecchi sapori. Le relazioni tra acquirenti e venditori seguono una grammatica fatta di confidenza e ironia.

“Talia che pesce! Bello quasi quanto lei”

Così urla un pescivendolo a una cliente presumibilmente abituale, mescolando scherno e affetto. Tuttavia, nel corso della giornata la scena cambia: tra i banchi si moltiplicano visitatori e gruppi organizzati, spesso guidati da operatori enogastronomici. Alcuni venditori, consapevoli del nuovo pubblico, ampliano il repertorio linguistico alternando l'italiano all'inglese, illustrano la provenienza dei prodotti o invitano i turisti a fotografare la merce.

“Take a picture, my friend, this is the real Palermo”

Così dice un ambulante indicando i carciofi disposti in forma di piramide. La *abbannata* tradizionale, un tempo espressione di appartenenza e riconoscimento reciproco, lascia così spazio a formule pensate per l'attenzione del visitatore straniero. La Nastroteca, realizzata

dal CRICD¹⁰ tra il 2001 e il 2002 come archivio sonoro delle “voci del mercato” registrate al Capo, costituisce oggi una testimonianza preziosa per comprendere la profondità di tale mutamento. Le registrazioni raccolte all'inizio del millennio restituiscono un paesaggio acustico dominato da abbanniate potenti, inflessioni dialettali e ritmi vocali che scandivano la vita del Capo come una partitura collettiva. Camminando oggi tra le stesse vie, si percepisce una metamorfosi sonora: le voci si sono diradate, i registri dialettali si mescolano a un inglese improvvisato e a frammenti di lingue straniere, mentre i richiami tradizionali cedono il passo a un repertorio più spettacolare e ibrido. Questa transizione linguistica e sonora racconta la trasformazione culturale del mercato, in cui la voce, da strumento di prossimità e riconoscimento, diventa anche mezzo di mediazione interculturale e segno tangibile dell'apertura del Capo a un pubblico globale.

L'analisi della scena sitopica del mercato rivela una costruzione del paesaggio materiale di vendita caratterizzata da informalità operativa, dove la cura negli allestimenti si manifesta talvolta attraverso pratiche di economia circolare spontanea e parsimonia, come l'uso di prezzi manoscritti posizionati sui prodotti e l'impiego di “coppi” di carta riciclata in ceste di vimini, talvolta attraverso la vendita di prodotti orientati ad attrarre il turista (piattini di cibo pronto, bicchieri di frutta già tagliata). Alcuni allestimenti, pur nella loro semplicità strutturale, definiscono un'estetica vernacolare, in quanto la disposizione merceologica, dalle piramidi di frutta e ortaggi alla geometria del pesce sui banchi, fino alle ghirlande di aglio e peperoncino, costituisce una grammatica visiva condivisa, tramandata attraverso la prassi quotidiana e non mediante codici formali. L'osservazione diretta del contesto evidenzia una coesistenza dialettica tra autenticità e precarietà: l'ambiente presenta un ordine imperfetto dovuto a criticità igienico-sanitarie e di tracciabilità, come la quasi totale assenza di etichette di provenienza, la manipolazione diretta dei prodotti (senza guanti) e l'accumulo di scarti organici e deflussi idrici lungo il selciato. La configurazione osservata determina un'esperienza multisensoriale, definita da odori intensi, variazioni luminose e suoni (voci, motori), dove il confine tra igiene e impurità risulta mobile e culturalmente mediato.

Questi elementi delineano un mercato in cui tradizione e mutamento convivono in un equilibrio fragile. Le pratiche ereditate, i gesti e i saperi familiari continuano a strutturare una quotidianità relazionale, ma la crescente pressione turistica introduce logiche esogene che ne

¹⁰ Per ulteriori approfondimenti si rimanda a www.cricd.it/pages.php?idpagina=428&idContenuto=6173

alterano il ritmo e il linguaggio d'interazione, infatti l'autenticità, storicamente implicita, evolve verso una dimensione esibita, mentre la prossimità, da esperienza ordinaria, tende a trasformarsi in attrazione. Il Capo rivela così la complessità di un sito che resiste pur modificandosi, mantenendo nel disordine apparente la traccia viva di una cultura che si riconosce nel proprio mercato, e coesistendo con una tendenza che ne esaspera l'identità fino alla sua spettacolarizzazione.

Figura 33

Figura 34

Figura 35

**Dettagli
dell'offerta
merceologica
del mercato del
Capo.**





Figura 36 Piazza della Pescheria, Catania. Fonte: foto dell'autore

4.5 Pescheria, Catania

Interpretazione e sintesi 4 Pescheria

Contesto Storico Urbanistico	Configurazione Fisica e Funzionale	Governance e Regolazione	Dinamiche Sociali, Economiche e Culturali

La Pescheria, che incarna la storica vocazione marinara della città, occupa fin dal primo Ottocento il tunnel voltato di impianto cinquecentesco addossato alle mura di Carlo V, estendendosi anche alle piazze adiacenti (Alonso di Benedetto, Pardo); la sua configurazione spaziale mantiene leggibile la memoria portuale grazie alla prossimità con gli Archi della Marina, mentre la Fontana dell'Amenano segna l'ingresso monumentale da Piazza Duomo

La morfologia specifica del tunnel e delle corti genera un'esperienza immersiva, definendo un carattere "labirintico e multisensoriale" già osservato in letteratura, attraverso una maglia fitta di banchi in pietra e legno; l'impianto attuale mescola sistemi antichi (banchi lapidei, tende) con nuove destinazioni d'uso legate alla ristorazione, includendo anche un caso di rigenerazione dal basso come l'installazione degli ombrelli colorati in via Gisira (2019), sebbene persistano pratiche tradizionali problematiche, come la gestione dei polpi vivi in contenitori ridotti, e criticità igieniche evidenti nella gestione dei reflui.

L'analisi suggerisce un modello di gestione municipale mista, nel quale coesiste una forte presenza di pratiche autonome e tradizionali consolidate; l'iniziativa di Via Gisira (gli ombrelli), ad esempio, è un intervento nato dal basso e promosso direttamente dagli esercenti, mentre, d'altro canto, la stampa locale riporta interventi periodici delle autorità volti a contrastare fenomeni diffusi di abusivismo commerciale, che tuttavia sembrano persistere.

Il mercato è celebre per la sua abbainata e mantiene un forte carattere rituale, particolarmente visibile durante la festa di Sant'Agata con il passaggio della Candelora dei pescivendoli; tuttavia, dagli anni 2000, si è registrata una profonda mutazione con la proliferazione di ristoranti, generando un'economia dell'autenticità, e gli stessi ombrelli di via Gisira, pur valorizzando l'area, hanno accelerato la turistificazione; questo crea interpretazioni contrapposte: i ristoranti vedono una rinascita, mentre i pescivendoli storici denunciano una marginalizzazione, che la stampa conferma.

Prossimità	Cura	Sitopia	Misura
Nucleo di prossimità relazionale che si è ibrida con una funzione di accesso turistico.	Ambivalente: rigenerazione estetica favorisce ristoratori ma non venditori storici.	Transizione da storica filiera ittica a gastronomia turistica	Tensione tra permanenza (pratiche locali) e omologazione (performance turistica).

lettura e sintesi

La Pescheria è un mercato che oscilla tra tradizione e turistificazione. Nonostante la spinta della turistificazione, il mercato conserva ancora un nucleo vitale strettamente legato alla filiera ittica e alle relazioni di prossimità, la cui autenticità sensoriale è ancora percepita dai visitatori, sebbene permangano forti contraddizioni, soprattutto sul piano igienico.

Tra i mercati storici ancora attivi nel tessuto urbano di Catania, due mantengono la loro collocazione originaria: la *Fera 'o Luni*, in piazza Carlo Alberto, e la *Piscaria* (Pescheria), in piazza Alonzo di Benedetto. La presente analisi concentra l'attenzione sulla Pescheria, scelta come caso di studio per la sua natura specificamente alimentare e per il ruolo che continua a esercitare nella costruzione dell'identità marittima e popolare della città. A differenza della *Fera 'o Luni*, oggi caratterizzata da un'offerta eterogenea che spazia dall'abbigliamento ai prodotti non alimentari e che si distingue per la presenza di merci di provenienza incerta vendute a basso costo, la Pescheria conserva una struttura prevalentemente legata alla filiera ittica e gastronomica, espressione diretta della tradizione marinara locale¹¹.

La Pescheria, uno degli spazi più antichi e riconoscibili della città ed erede della sua vocazione marinara, occupa dal primo Ottocento il tunnel voltato di impianto cinquecentesco addossato alle mura di Carlo V (sotto il Palazzo del Seminario dei Chierici), estendendosi tra piazza Alonzo di Benedetto e piazza Pardo. La vicinanza agli Archi della Marina mantiene leggibile la memoria portuale del sito, sostenendo una continuità semantica tra approvvigionamento ittico, lavorazioni a vista e saperi marittimi nel cuore del tessuto storico. L'area ricade tra i settori storici "Duomo di Catania o Terme Achilliane, Piano di San Filippo" e "Murorotto o Pozzo di Gammazita, Terme dell'Indirizzo", con una concentrazione prevalente di attività nel primo ambito, dove la connessione tra tessuto urbano, retaggio marittimo e vita mercantile

11 L'analisi del caso è stata sviluppata nel corso di una giornata di rilievo e osservazione diretta condotta a settembre 2023, attraverso un approccio qualitativo basato su dialoghi informali e annotazioni etnografiche in situ. Le conversazioni con pescivendoli, ristoratori, visitatori e abitanti hanno permesso di raccogliere narrazioni differenti e talvolta divergenti, rivelando la complessità delle trasformazioni in corso. Le interazioni si sono svolte principalmente all'interno dei banchi e delle corti, durante le attività quotidiane, e sono state accompagnate da rilievi fotografici e note di campo annotate in tempo reale su software Obsidian, finalizzate a documentare pratiche, gesti e assetti spaziali.

risulta più marcata. La Fontana dell'Amenano¹² segna l'ingresso principale da piazza Duomo, fungendo da transizione tra la monumentalità del centro religioso e la vitalità quotidiana del mercato, il cui assetto planimetrico integra corti e tratti viari connessi in una maglia fitta di banchi in pietra e legno e in un reticolo di percorsi pedonali. La morfologia del tunnel e delle corti attigue conferisce riconoscibilità architettonica e densità simbolica, definendo una logica distributiva insieme longitudinale (il tunnel come dorsale di flusso) e radiale (le corti e le diramazioni come camere di scambio per contrattazione, esposizione e piccola somministrazione). Questa stessa configurazione sostiene un'esperienza immersiva fondata su acustiche vive e crome del pescato, rientrando nella tipologia descritta da Sorgi (come osservato nei capitoli precedenti) dei mercati storici siciliani quali sistemi resilienti inseriti in reti di stradine e micropiazze, generatori di un "fitto scenario di suoni e profumi" dove le urla dei venditori e il sovrapporsi dei tendaggi conferiscono al luogo un carattere labirintico e multisensoriale.

Il mercato è infatti celebre per il caratteristico richiamo dei venditori, la cosiddetta *abbanniata* o *vuciata* in dialetto catanese, che anima le contrattazioni e per l'ampia offerta di pesce fresco, esposto in una molteplicità di specie sui banchi. In una recente pubblicazione, Falconieri impiega la categoria di *ecotono* per descrivere la Pescheria come spazio di transizione e ibridazione: un ambiente dove si intrecciano specie, culture, pratiche economiche e politiche, continuamente rielaborate nel rapporto con l'acqua e con le trasformazioni sociali (Falconieri, 2025). Durante la festa di Sant'Agata, patrona della città, si conferma quanto descritto da Sorgi (2008) sul carattere rituale dei

12 La Fontana dell'Amenano, collocata lungo il margine meridionale di Piazza del Duomo a Catania, rappresenta un punto di emersione simbolica e idraulica del fiume sotterraneo omonimo che attraversa la città. L'opera, realizzata nel 1867 dallo scultore napoletano Tito Angelini, è interamente scolpita in marmo di Carrara e si configura come un dispositivo monumentale di rappresentazione del fiume Amenano. Il soggetto centrale raffigura una figura maschile giovanile che sostiene una cornucopia, dalla quale si dipartono le acque che alimentano il bacino superiore. Il flusso, ricadendo nel livello inferiore, genera un velo continuo d'acqua denominato localmente 'a linzolu, espressione vernacolare che rimanda al movimento ondulato di un drappo, interpretato come elemento identitario della fontana. Ai lati del bacino inferiore si collocano due tritoni, mentre al centro emerge lo stemma araldico della città di Catania, a testimonianza della connessione tra l'elemento idrico e la rappresentazione civica. Le acque defluiscono infine nel corso del fiume sotterraneo, convogliato attraverso un canale artificiale che raggiunge il mare, integrando la dimensione monumentale con quella funzionale del sistema idrico urbano storico.

mercati storici siciliani. Il passaggio della Candelora dei pescivendoli¹³, tra i banchi e le scalinate che conducono alla fontana dell'Amenano, rinnova ogni anno un patto di appartenenza fra la comunità mercantile e la città. I portatori avanzano con la *'nnacata*, un'oscillazione ritmica che imprime al legno della struttura un respiro collettivo, mentre i venditori interrompono la vendita per gettare dolci e pani in segno di devozione. Le grida, le fanfare e il frastuono della folla si fondono con l'odore del pesce e delle spezie, componendo un paesaggio sensoriale che traduce in forma concreta la continuità tra economia e culto.

L'impianto del mercato contemporaneo ibrida sistemi distributivi preesistenti, quali banchi lapidei e tendaggi, con nuove destinazioni d'uso legate ai flussi turistici e alla ristorazione, dato che dagli anni 2000 il tessuto economico ha visto proliferare locali che capitalizzano sull'identità mercatale affiancandosi alla vendita diretta. Un caso emblematico è l'installazione bottom-up degli ombrelli colorati in via Gisira (2019), un'iniziativa di esercenti locali ispirata al modello portoghese di Águeda per valorizzare uno spazio marginale attraverso l'arte pubblica diffusa. I circa settecento ombrelli illuminati hanno trasformato la via in un corridoio scenografico e mediatico, divenuto rapidamente meta turistica e virale sui social network, generando tuttavia esiti ambivalenti. Se da un lato l'intervento ha rafforzato l'immagine creativa del quartiere migliorando lo spazio pubblico, dall'altro ha concorso ad accelerare la turistificazione e la fruizione serale a detrimento delle pratiche mercatali tradizionali.

L'analisi documentale condotta dalla stampa locale attesta una riconfigurazione funzionale dello spazio urbano in esame, caratterizzata dalla convergenza di dinamiche di informalizzazione economica e di riposizionamento turistico-ricreativo, le quali incidono sulla micro-imprenditoria preesistente e ridefiniscono i limiti della legittimità delle transazioni interne, come evidenziato dai frequenti interventi repressivi delle autorità contro l'abusivismo e la mancanza di tracciabilità dei prodotti. L'indagine giornalistica (*La Sicilia*) descrive una de-funzionalizzazione del *genius loci* commerciale, dove l'originaria attività ittica, elemento costitutivo dell'identità sensoriale e spaziale, risulta sostituita da esercizi orientati all'intrattenimento e alla som-

13 Le candelore, o cerei di Sant'Agata, sono imponenti costruzioni lignee scolpite e dorate, legate storicamente alle corporazioni cittadine e portate in processione durante i festeggiamenti agatini. Tra queste, quella dei pescivendoli, in stile rococò e di manifattura ottocentesca, custodita al mercato ittico, è caratterizzata dal tradizionale mazzetto di fiori benedetto il 3 febbraio nella Pescheria, a testimonianza del legame tra il culto di Sant'Agata e il mondo marinaro della città. Per ulteriori approfondimenti sulle candelore agatine e sulla descrizione della candelora dei pescivendoli, si veda G. Lanzafame, *Sant'Agata e la sua festa*, Catania, 2005, pp. 57-89.



ministrazione, manifestando una condizione di “spazio sospeso” nel lapsus temporale della domenica mattina, mentre la persistenza di micro-operatori a bassa rendita, come l'ex pescivendolo pensionato con introiti marginali, sottolinea la residualità economica in un contesto dominato dalla spettacolarizzazione turistica del patrimonio dismesso. Questo processo di sostituzione funzionale ha comportato il progressivo abbandono del sito da parte dei fruitori locali, i quali hanno preferito hub commerciali alternativi e di prossimità, come il mercato Coldiretti di piazza Verga, dove si mantengono meccanismi di scambio fiduciario diretto tra produttore e consumatore, suggerendo una delocalizzazione dell'economia relazionale in risposta alla terziarizzazione avanzata dell'area storica.

Figura 37
Dettaglio degli
ombrelli.

Fonte: foto
dell'autore

Figura 38
Banco del pesce.

Fonte: foto
dell'autore

L'indagine sul campo: rilievi e percezioni

Le osservazioni etnografiche e le testimonianze raccolte mostrano la coesistenza di due interpretazioni contrapposte del fenomeno osservato con l'indagine on desk. Da un lato, i ristoratori interpretano la metamorfosi del mercato come segnale di rinascita e di apertura internazionale, evidenziando il ruolo dei flussi turistici nel garantire stabilità economica e visibilità mediatica, e sottolineando che i prodotti presenti nei loro menù raccontano effettivamente il mercato.

R. (ristoratore, Catania 2023): « I piatti che serviamo raccontano questo posto. Ogni ricetta parla della Pescheria e di quello che è sempre stata.»

Dall'altro lato, i pescivendoli e i commercianti storici esprimono un sentimento diffuso di marginalizzazione. Tra le testimonianze raccolte nel corso dell'indagine emerge infatti con chiarezza la percezione di una metamorfosi strutturale e simbolica del mercato. Tra le interviste raccolte colpisce particolarmente la descrizione di un mercato come *“sfondo per le foto ma non per gli acquisti”*, denunciando una progressiva riduzione dei volumi di vendita e l'aumento degli affitti, che rende insostenibile la gestione dei banchi.

C.: Come la vedete voi che lavorate qui da più tempo, questa nuova Pescheria?

P. (pescivendolo, Catania 2023): «Ormai è sfunnu pi' i foto, ma non pi' l'acquisti. Prima si travagghiava, ora si campa a malapena.» [Ormai è diventata sfondo per le foto, ma non per gli acquisti. Prima si lavorava, ora si vive a stento.]

Un interlocutore che si ferma a parlare, rievocando la propria esperienza d'infanzia, osserva:

M. (cliente, Catania 2023): «Rispetto a come lo ricordavo da piccolo, qui si sono completamente reinventati: ci sono meno bancarelle di pesce e più locali con street food. Sono cambiate le abitudini.»



Figura 39
Dettaglio
bancarella del
pesce.
Fonte: foto
dell'autore

Figura 40
Dettaglio dei
polpi vivi
Fonte: foto
dell'autore

Figura 41
Gli ombrelli di
Via Gisira.
Fonte: Fabio
Panebianco





Figura 42
Banco del pesce.
 Fonte: foto di
 Matteo
 Siracusano

Tale affermazione sintetizza efficacemente il passaggio da un'economia legata alla filiera ittica e alla stagionalità dei prodotti a una configurazione commerciale orientata verso il consumo rapido e la fruizione gastronomica. Le testimonianze raccolte durante l'indagine trovano conferma nelle cronache giornalistiche recenti, che descrivono la Pescheria come un luogo ormai attraversato da forme di consumo e presenza prevalentemente turistiche.

La presenza crescente di visitatori ha progressivamente modificato i modelli di consumo all'interno della Pescheria di Catania. Molte attività affiancano alla vendita tradizionale la preparazione di piatti pronti e degustazioni all'aperto, introducendo una dimensione conviviale che trasforma l'acquisto in esperienza gastronomica immediata. L'offerta merceologica riflette questa evoluzione: accanto al pescato e ai prodotti freschi compaiono spremute esresse, frutta secca confezionata e piccole preparazioni pensate per il consumo istantaneo. Questa ibridazione tra commercio e ristorazione segue logiche di fruizione rapida ed estetizzazione del cibo, in continuità con le tendenze emerse nel centro storico catanese (Cirelli e Graziano, 2019) e in altri mercati osservati nel corso di questa indagine. L'ibridazione produce un'economia dell'autenticità in cui lessici, gesti e materiali del mercato diventano risorsa narrativa ed economica per la somministrazione, con una risemantizzazione della freschezza che dalla vendita del pescato si estende alla messa in scena culinaria del luogo e favorisce l'espansione di un'offerta alimentare più flessibile, centrata su prepa-

razioni immediate e attrattive per il visitatore occasionale¹⁴.

Le attività di ristorazione con cui abbiamo interagito segnalano una clientela composta in larga parte da turisti, provenienti sia da crociere sia da soggiorni brevi, condizione confermata anche dall'osservazione diretta. Come negli altri casi studio osservati, la progressiva valorizzazione estetica e sensoriale dell'esperienza di acquisto alimenta un processo di turisticizzazione già confermato nella letteratura (Graziano, 2020; Falconieri, 2025) che riconfigura la Pescheria come spazio di attrattività esperienziale, in cui il cibo si intreccia con la dimensione spettacolare e identitaria del luogo. Tale orientamento è evidente anche nei canali digitali, dove il mercato viene frequentemente rappresentato come ambiente immersivo e altamente "instagrammabile" (Graziano, 2020), capace di catalizzare l'attenzione dei visitatori attraverso la messa in scena visiva dei suoi paesaggi alimentari.

Sebbene l'intero landscape mercatale appaia pervaso da dinamiche di estetizzazione funzionale e spettacolarizzazione turistica, l'analisi delle pratiche d'uso quotidiane suggerisce che la fruizione da parte della comunità residente persista; questa tendenza, tuttavia, si concentra, e potenzialmente si contrae, quasi esclusivamente all'interno del comparto ittico, il quale si configura come l'unico ambito privilegiato per la fidelizzazione degli acquisti della popolazione locale. Ciononostante, l'assenza di un monitoraggio sistematico delle condizioni igienico-sanitarie e la gestione in spazi aperti dei reflui generano diseconomie percettive e contraddizioni olfattive che incidono sulla valutazione complessiva dello spazio, specialmente per i visitatori provenienti da contesti caratterizzati da modelli di igiene codificata e strettamente regolamentata. In relazione alla scena alimentare, sono infatti emerse percezioni contrastanti relative alla gestione della merce viva e alle condizioni igieniche generali, giacché, adiacente al pescato fresco di apparente alta qualità, si è potuta osservare la presenza di cefalopodi mantenuti in contenitori plastici sottodimensionati, con un apporto idrico limitato e in condizioni di stress etologico manifesto, e il ricorso a interventi manuali da parte degli operatori per il contenimento degli animali attesta una prassi commerciale residuale radicata in forme di esposizione tradizionale, palesemente incompatibile con gli standard normativi contemporanei in materia di animal welfare e sicurezza alimentare.

14 Prima dell'avvio della ricerca, chi scrive aveva già sperimentato in prima persona la trasformazione della Pescheria di Catania. Frequentato nell'infanzia insieme ai parenti per acquistare pesce "di qualità", nonostante la distanza di circa un'ora dal luogo di residenza, il mercato era percepito come meta privilegiata per l'autenticità e la vivacità delle relazioni. Il ritorno in età adulta, motivato dalla presenza dei locali della movida, aveva già rivelato un mutamento evidente: da spazio di approvvigionamento popolare a scenario gastronomico e turistico. Le successive indagini sul campo hanno confermato tale percezione iniziale, trasformando l'esperienza biografica in lente interpretativa per l'analisi delle dinamiche di cambiamento del mercato.

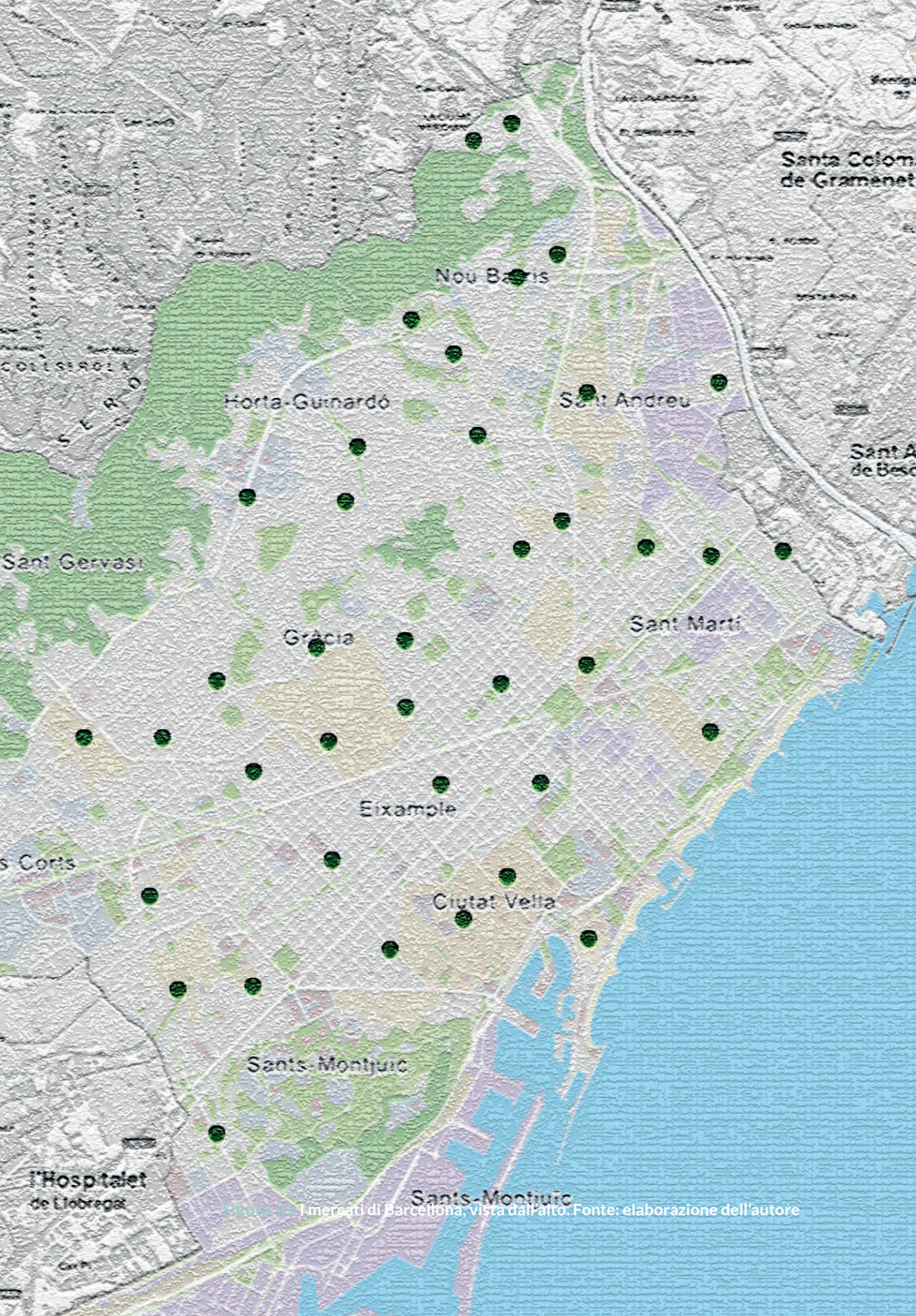


Figura 4. I mercati di Barcellona, vista dall'alto. Fonte: elaborazione dell'autore

4.6 Barcellona: il sistema dei Mercati Municipali

La scelta di analizzare il caso dei mercati municipali di Barcellona risponde alla sua posizione di riferimento internazionale per i modelli di governance bottom-linked (Moulaert & MacCallum, 2019), dove le politiche pubbliche dialogano con reti civiche e sistemi economici locali. L'indagine sul sistema dei mercati municipali è stata costruita con un approccio qualitativo e multi-scalare, basato sull'integrazione tra analisi documentale e osservazione diretta. La ricerca si è svolta durante un visiting presso ELISAVA – Barcelona School of Design and Engineering, tra marzo e giugno 2024, sotto la supervisione del Prof. Massimo Menichinelli. L'attività di campo ha affiancato la revisione dei piani strategici e dei regolamenti municipali a una presenza costante nei mercati¹⁵, con l'obiettivo di comprendere i meccanismi organizzativi, le forme di coordinamento e le relazioni operative tra attori. L'osservazione ha riguardato la gestione quotidiana degli spazi, la distribuzione delle attività e le modalità di interazione tra operatori e clienti. Le conversazioni con i commercianti hanno richiesto un adattamento linguistico graduale poiché la maggior parte utilizza il catalano e si esprime in spagnolo solo parzialmente, rendendo i primi scambi lenti e frammentari. Questa condizione ha però favorito un'altra forma di dialogo, basata su ascolto, gestualità e collaborazione, che ha permesso di cogliere aspetti significativi della vita mercatale, spesso non evidenziabili con il solo dialogo verbale.

15 L'attività è stata organizzata in una serie di sopralluoghi nei principali mercati coperti della città, tra cui Santa Caterina, Sant Antoni, El Born, Ninot, Concepció, Boqueria, Barceloneta, e in alcuni mercati minori situati nei quartieri periferici. Ogni visita è stata documentata attraverso rilievi fotografici, annotazioni di campo e schede di osservazione elaborate secondo una griglia comparativa, utile a registrare tipologie di banchi, modalità di gestione, forme di interazione e presenza di servizi complementari.

Evoluzione storica del modello barcellonese

L'evoluzione del sistema mercatale di Barcellona segue una traiettoria che riflette l'interazione tra trasformazioni, innovazioni tecnologiche e mutamenti nei modelli di governance. A partire dall'Ottocento, come in molte altre capitali europee, anche nel capoluogo catalano iniziò a diffondersi la tipologia dei mercati pubblici coperti, il cui sviluppo accompagnò le riforme della proprietà fondiaria e del commercio alimentare. Dai primi spazi ambulanti situati fuori le mura si passò progressivamente a strutture in ferro e vetro, collocate nei nodi centrali della città e successivamente, nel secolo successivo, a edifici in cemento armato destinati alle nuove aree periferiche. Il controllo dei prezzi e della qualità dei prodotti, insieme alla ricerca di decoro urbano e condizioni igieniche adeguate, divenne motore di un'intensa stagione costruttiva. Dopo la liberalizzazione dell'attività mercantile del 1834 e la legge di *desamortización* del 1836, che consentì l'esproprio dei suoli ecclesiastici improduttivi, furono realizzati i primi mercati stabili, come quello di Sant Josep (1840, in seguito *Boqueria*) edificato sul sito dell'omonimo convento, e quello di Santa Caterina (1837–1848). La diffusione delle strutture metalliche si affermò dopo la Rivoluzione del 1868, che segnò l'avvio dei grandi mercati in ferro, come il Cebada a Madrid (1868–1875) e il Born a Barcellona (1872–1876) (Castañer, 2010; 2018). Con l'espansione urbana promossa dal *Plan Cerdà* (1860), la prima Esposizione Universale (1888) e l'annessione dei comuni limitrofi (1897), Barcellona sviluppò una rete capillare di mercati coperti prodotti dalle fiorenti industrie metallurgiche locali. Nacquero in quegli anni i mercati di Hostafrancs (1881), Sant Antoni (1882), Barceloneta (1884), Concepció (1888), Llibertat (1888), Clot (1889), Poblenou o Unió (1889), Abaceria Central de Gràcia (1892), Sarrià (1911), Sants (1913), Sant Andreu (1914), Galvany (1927) e Ninot (1933), oltre alla nuova *Boqueria* completata nel 1914 (Guàrdia & Oyón, 2007; 2010). Contrariamente a quanto accadde in molte città europee dove i mercati furono progressivamente sostituiti dai supermercati, nel dopoguerra i mercati barcellonesi continuarono a crescere numericamente. Tra il 1936 e il 1977 furono costruiti ventisei nuovi mercati, prevalentemente in periferia, tra cui Sagrada Família (1944), Bon Pastor (1960), Horta (1951), Guinardó (1954), La Estrella-Gràcia (1957), El Carmel (1969), La Mercè-Nou Barris (1961)

e Lesseps-Gràcia (1974)¹⁶. Nel 1971 fu inaugurato a Zona Franca il nuovo centro all'ingrosso Mercabarna, destinato alla frutta e verdura, sostituendo l'antico mercato del Born, salvato dalla demolizione grazie alle proteste degli abitanti. Con la dismissione industriale e la crisi occupazionale della fine del franchismo, la frammentazione estrema del settore rese necessaria una pianificazione organica della distribuzione alimentare urbana, divenuta prioritaria con l'avvento della democrazia. Nel 1984 fu redatto il *Plan Especial del Equipamiento Comercial Alimentario de la Ciudad* (PECAB), volto a riequilibrare il rapporto tra la grande distribuzione emergente e la miriade di piccole attività. Il piano mirava a sostenere i mercati rionali come cuore economico e sociale dei *barris*, individuando in essi il principale presidio per l'approvvigionamento cittadino. Il PECAB elaborò una mappa dei livelli di servizio che definiva le aree di attrazione dei mercati e stabiliva la creazione di nuove polarità commerciali nei quartieri ancora privi, ponendo le basi per una diversa concezione del commercio alimentare. Nel 1991 la creazione dell'Institut Municipal de Mercats de Barcelona (IMMB) sancì il passaggio a una gestione unificata e pianificata della rete mercatale. L'IMMB ereditò la logica del PECAB, perfezionandola attraverso politiche di recupero, ristrutturazione e costruzione di nuovi mercati, e individuando in quelli esistenti centri di attrazione capaci di sostenere la vitalità commerciale dei quartieri. All'interno della più ampia stagione di rinnovamento urbano che ha ridefinito Barcellona a partire dagli anni Novanta, i mercati municipali diventano oggetto di una strategia integrata di trasformazione condotta dall'Institut de Mercats de Barcelona. Le riforme dei mercati municipali consolidano ciò che Tarragó (2012) definisce il *modelo Barcelona*: un sistema integrato in cui la modernizzazione architettonica e gestionale si intreccia con strategie di coesione sociale e rigenerazione urbana. Gli interventi riguardano la riqualificazione delle strutture storiche, l'inserimento di nuovi servizi, la razionalizzazione delle concessioni e l'introduzione di formule ibride che uniscono vendita, ristorazione e degustazione. Questa trasformazione interpreta i mutamenti dei modelli alimentari urbani, valorizzando il prodotto fresco, locale e stagionale in coerenza con i principi della dieta mediterranea e con la cultura dello *slow food*. I mercati municipali diventano espressione di un equilibrio tra innovazione e tradizione, spazi urbani in cui si intrecciano produzione alimentare, relazioni di prossimità e iden-

16 Per ulteriori approfondimenti, e per ricostruire l'evoluzione completa del sistema dei mercati di Barcellona, si rimanda a GUÀRDIA, M., OYÓN, J. L. (2007). Los mercados públicos en la ciudad contemporánea. El caso de Barcelona, Biblio 3W, in «Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales, Universidad de Barcelona», n. 744, 25 agosto; GUÀRDIA, M., OYÓN, J. L., FAVA, N. (2010). Hacer ciudad a través de los mercados: Europa, siglos XIX y XX, Barcellona, MUHBA.

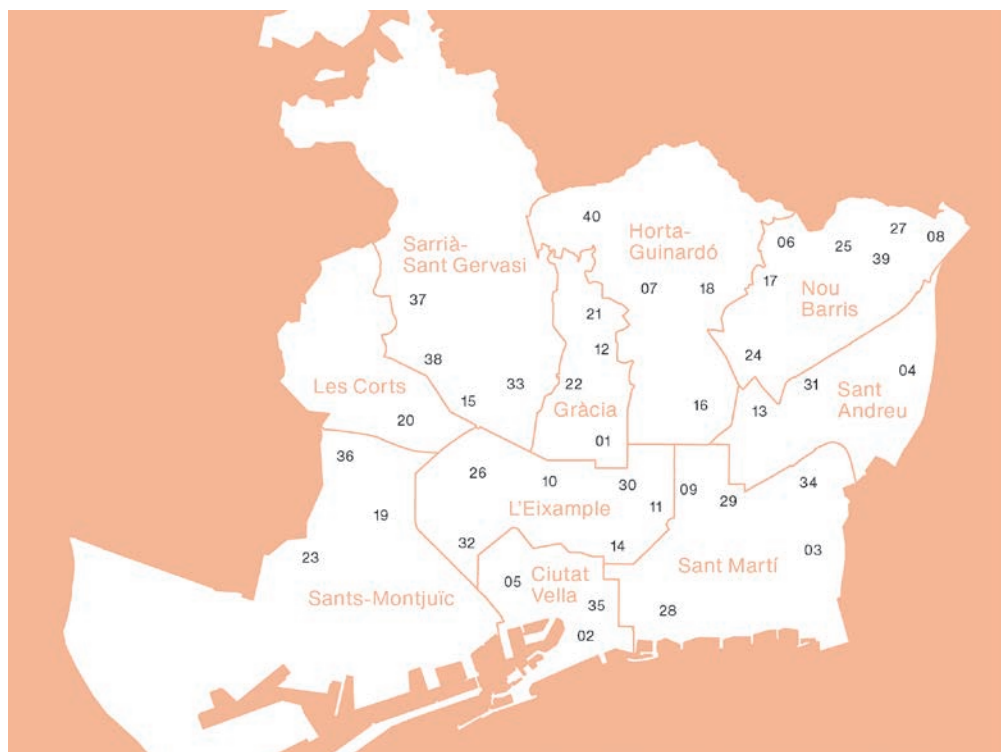
Figura 44
Mappa dei
mercati di
Barcellona.

Fonte: Institut
Municipal de
Mercats de
Barcellona

Figura 45
Elenco e
raffigurazione
dei mercati di
Barcellona.

Fonte: Institut
Municipal de
Mercats de
Barcellona

tità cittadina. Nel *modelo Barcelona*, come osserva Tarragó, il sistema dei mercati assume un ruolo centrale nel connettere politiche urbane, pratiche quotidiane e sostenibilità sociale. Sul piano distributivo, il PECAB ha operato per concentrazione e prossimità, definendo aree di polarità attorno ai mercati coperti e introducendo soglie dimensionali minime per negozi e supermercati. Tale orientamento ha generato un effetto selettivo: tra il 1986 e il 2016 il numero complessivo di esercizi alimentari è diminuito in modo rilevante su scala cittadina, mentre nei perimetri di polarità la costellazione commerciale ha mantenuto continuità d'uso e densità funzionale. Alla fine del decennio 2010, Barcellona restituisce quindi un modello misurabile di prossimità urbana: il 47% delle famiglie (822.719 nuclei) e il 46% degli abitanti (1.617.289 persone) risiedono entro 400 metri da un mercato municipale; la rete distributiva comprende 38 mercati pubblici, 1.522 negozi specializzati e 2.809 supermercati. Le percentuali di approvvigionamento domestico provenienti dai mercati coperti, 44,4% per pesce e frutti di mare, 34,9% per carni e suini, 23,2% per ortofrutta, confermano la resilienza di un sistema alimentare civico fondato su prossimità, accessibilità e continuità d'uso (Fuentes & Gómez-Escoda, 2020; Ajuntament de Barcelona, 2018). L'IMMB ha perseguito l'obiettivo di



MERCATS DE BARCELONA



43 MERCATS — 40 EDIFICIS

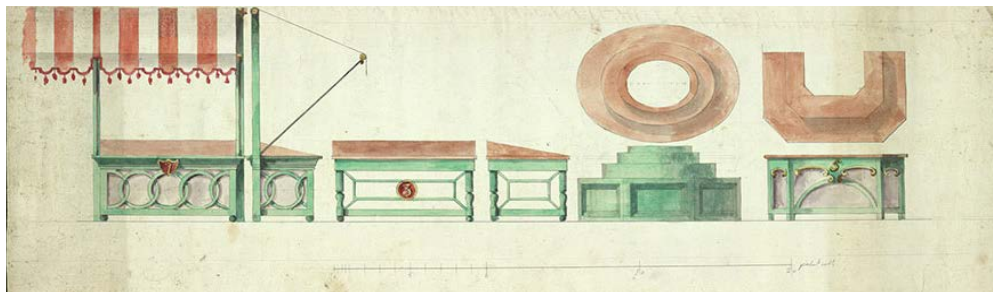
01. L'Abaceria • 02. La Barceloneta • 03. El Besòs • 04. El Bon Pastor • 05. La Boqueria / Flors de la Rambla • 06. Canyelles • 07. El Carmel • 08. Ciutat Meridiana
09. El Clot • 10. La Concepció • 11. Encants Barcelona - Fira de Bellesguard • 12. L'Estrella • 13. Felip II • 14. Fort Pienc • 15. Galvany • 16. El Guinardó • 17. La Guineueta • 18. Horta
19. Hostafrancs • 20. Les Corts • 21. Lesseps • 22. La Libertat • 23. La Marina • 24. La Mercè • 25. Montserrat • 26. El Ninot • 27. Núria • 28. El Poblenou • 29. Provençals
30. La Sagrada Família • 31. Sant Andreu • 32. Sant Antoni / Els Encants de Sant Antoni / Domicinal de Sant Antoni • 33. Sant Gervasi • 34. Sant Martí • 35. Santa Caterina
36. Santa • 37. Sarnà • 38. Les Tres Torres • 39. La Trinitat • 40. La Vall d'Hebron - Taxonera

ampliare il ruolo dei mercati, trasformandoli in spazi di vita collettiva dove si intrecciano pratiche sociali, culturali ed educative. L'ente ha promosso collaborazioni con associazioni, scuole e realtà di quartiere, sostenendo iniziative come laboratori di cucina ed esperienze di educazione alimentare, accompagnate da una strategia comunicativa capace di valorizzarne la funzione pubblica. La narrazione costruita attorno ai mercati li presenta come luoghi di riferimento per l'acquisto di prodotti freschi e di qualità, ma anche come centri di diffusione di una cultura gastronomica sana, legata alla tradizione catalana e alla cucina mediterranea. Nel tempo, questa politica ha contribuito a consolidare l'immagine dei mercati come veri e propri simboli della cultura alimentare catalana, spesso descritti come le “cattedrali della dieta mediterranea”.

Quadro istituzionale e politiche alimentari

In un panorama teorico internazionale che ha spesso relegato la pianificazione alimentare all'interno di competenze settoriali e attori extra-urbanistici, Barcellona rappresenta invece un caso di responsabilità pubblica del cibo capace di generare forme e pratiche d'acquisto radicate nella dimensione di vicinato. Alla fine degli anni 2010, il 47% delle famiglie e il 46% della popolazione residente abitavano entro un raggio di 400 metri da un mercato municipale, con quote significative di approvvigionamento domestico provenienti dalle hall pubbliche per il pesce (44,4%), le carni (34,9%) e l'ortofrutta (23,2%), sostenute da una rete composta da trentotto mercati coperti e da migliaia di esercizi specializzati e supermercati (Fuertes & Gómez-Escoda, 2020). L'Àrea Metropolitana de Barcelona (AMB) e il Pla Estratègic Metropolità de Barcelona (PEMB)¹⁷ hanno elaborato insieme un impianto di governo che intreccia politiche del cibo, strumenti di pianificazione e meccanismi di collaborazione fra enti, delineando una forma di governance metropolitana che riconosce nel sistema ali-

¹⁷ Il PEMB è un ente senza scopo di lucro che elabora e coordina le strategie di lungo periodo per l'area metropolitana di Barcellona. Fondata nel 1988 per accompagnare la transizione del modello urbano dopo la crisi industriale e in vista dei Giochi Olimpici del 1992, l'associazione rappresenta oggi una piattaforma di cooperazione tra attori pubblici, economici e sociali. Promossa dal Comune di Barcellona, dall'Area Metropolitana e da dieci istituzioni partner, il PEMB adotta una prospettiva metropolitana per affrontare le sfide globali attraverso una governance condivisa e partecipativa. La sua struttura operativa comprende cinque organi principali e un ufficio di coordinamento, incaricato della gestione quotidiana, della redazione e del monitoraggio dei piani strategici, nonché della promozione di progetti congiunti e del coinvolgimento attivo dei diversi attori del territorio.



mentare un'infrastruttura pubblica, traducendo le direttive europee in un linguaggio istituzionale proprio, capace di saldare innovazione sociale, pianificazione spaziale e welfare alimentare. Nel manuale *L'Alimentació Sostenible: Manual per a ciutats* (Moragues-Faus, 2020), pubblicato nel periodo in cui Barcellona era *World Capital of Sustainable Food*, viene messa in evidenza la possibilità di generare benessere ecologico e sociale attraverso l'interdipendenza tra salute collettiva, rigenerazione territoriale e giustizia alimentare. Il *Pla d'Acció per a l'Alimentació Sostenible* (2020–2023; 2025–2027) ne rappresenta la traduzione operativa: un programma che combina pianificazione alimentare, politiche ambientali, logistica urbana e coordinamento inter-istituzionale, disegnando un sistema metropolitano policentrico fondato sulla prossimità. I cinque assi strategici e le ventotto linee d'azione che compongono il piano mirano a integrare i diversi livelli della filiera, dal suolo agricolo alla distribuzione. Tra gli interventi principali figurano l'istituzione dell'*Observatori del Sistema Alimentari Metropolità de Barcelona*, la creazione di una rete municipale di *cyclologistics* per la distribuzione a corto raggio, il consolidamento delle aree agricole del *Parc Agrari del Baix Llobregat* e lo sviluppo di programmi di educazione alimentare, economia circolare e riduzione degli sprechi (Àrea Metropolitana de Barcelona, 2025). L'impianto generale si fonda su un principio di interdipendenza tra politiche ambientali, economiche, sociali e spaziali, coerente con la *Farm to Fork Strategy* e con l'Agenda 2030. A questa struttura fa riferimento la *Carta Alimentària de la Regió Metropolitana de Barcelona* (2020), redatta dal PEMB e sottoscritta da più di cento soggetti pubblici e privati. La carta istituisce un modello di cooperazione fondato sul paradigma della *quintuple helix*, in cui istituzioni, imprese, università, società civile e media collaborano alla costruzione condivisa di un sistema alimentare regionale sostenibile (PEMB, 2023). L'AMB esercita una funzione di regia tecnico-politica, favorendo processi di co-programmazione e co-produzione tra i trentacinque comuni metropolitani. L'istituzione, nel 2023, dell'*Oficina*

Figura 46
Tavoli da
mercato. XIX
secolo.

Fonte: Archivio
storico della città
di Barcellona.

Conjunta de l'Alimentació Sostenible (OCAS)¹⁸ ha rafforzato questa rete di coordinamento, traducendo in pratiche operative gli obiettivi europei di sostenibilità e partecipazione. Nei mercati catalani vengono inoltre organizzate attività che uniscono educazione alimentare e vita quotidiana, come il programma “*Menjo sa, menjo de mercat!*” che invita le scuole a conoscere il mercato come luogo di apprendimento diretto sul cibo, la salute e la cultura mediterranea. Tra i risultati più significativi si collocano la collaborazione tra mercati municipali e produttori locali per l'introduzione di alimenti agroecologici, la costruzione di campagne comuni di sensibilizzazione, la partecipazione a tavoli di lavoro sulla contrattazione pubblica sostenibile e il sostegno a progetti educativi orientati alla riduzione degli sprechi. Tale impostazione ha contribuito a costruire nel tempo una specifica *food-place identity* dei mercati, nei quali il cibo assume valore spaziale, sociale e culturale (Miller, 2015; Vitiello & Brinkley, 2014; Parham, 2015). Il riconoscimento istituzionale di questa visione trova una formulazione esplicita nel progetto europeo MedEmporion (Programma MED 2007–2013), promosso da Barcellona insieme a Marsiglia, Torino e Genova. Il programma ha interpretato i mercati alimentari del Mediterraneo come strumenti di coesione territoriale e di sviluppo locale, valorizzando la capacità dei sistemi mercatali di integrare funzioni economiche, sociali e culturali in un'unica piattaforma pubblica. MedEmporion ha fornito alla città un quadro di riferimento operativo per l'innovazione gestionale e per la costruzione di reti interurbane di cooperazione, anticipando alcuni indirizzi che verranno poi consolidati attraverso le politiche metropolitane e le strategie alimentari integrate dell'IMMB (MedEmporion, 2010).

L'indagine *Òmnibus Municipal – Third Wave 2023* offre un quadro aggiornato delle pratiche di consumo e delle rappresentazioni sociali associate ai mercati municipali barcellonesi. Basata su un campione rappresentativo della popolazione residente (N = 1.015), l'indagine rileva un pattern d'uso polarizzato: il 60% degli intervistati dichiara di frequentare regolarmente i mercati, con incidenze più elevate tra gli over 65 (73,2%) e tra le donne, mentre il 33,6% afferma di non

18 Nel 2023 è stato istituito l'Oficina Conjunta de l'Alimentació Sostenible (OCAS), organismo promosso congiuntamente dal Departament d'Acció Climàtica, Alimentació i Agenda Rural (DACC) della Generalitat de Catalunya, dall'Ajuntament de Barcelona, dall'impresa pubblica PRODECA e dal Pla Estratègic Metropolità de Barcelona (PEMB). La nascita dell'OCAS ha rappresentato il primo tentativo operativo di integrare le diverse strategie alimentari vigenti a scala catalana, cittadina e metropolitana – rispettivamente l'Estratègia Alimentària de Catalunya, l'Estratègia d'Alimentació Saludable i Sostenible de Barcelona 2030, la Carta Alimentària de la Regió Metropolitana de Barcelona e la Missió d'Alimentació del programma Compromís Metropolità Barcelona Demà 2030 – in un unico sistema di governance condiviso. L'obiettivo dichiarato è orientare la transizione verso modelli alimentari sostenibili attraverso la costruzione di sinergie istituzionali, il coordinamento intersettoriale e la generazione di una cultura comune di cooperazione.

recarvisi mai o quasi mai, con un incremento di 9,9 punti percentuali rispetto all'anno precedente (Òmnibus, 2023). I dati confermano l'ancoraggio generazionale del consumo di prossimità e, al contempo, la progressiva perdita di coinvolgimento delle fasce giovanili, segnalando una limitata capacità sistemica di intercettare nuovi modelli di domanda. L'integrazione di strumenti digitali nei servizi mercatali rimane marginale: solo il 6,1% degli utenti ha effettuato acquisti online nel 2023 e la disponibilità ad adottare soluzioni logistiche avanzate, come punti di ritiro refrigerati, è diminuita dal 51,4% al 38,5% in un anno. Tali evidenze mettono in luce una criticità strutturale: sebbene la trasformazione digitale sia pienamente inscritta nei quadri strategici di pianificazione, questa non è ancora tradotta in pratiche d'uso consolidate né percepita dalla maggioranza degli utenti come valore aggiunto significativo.

Figura 47

Figura 48

Esposizione di frutta al mercato della Boqueria.

Fonte:
elaborazione
dell'autore





Figura 49 Ingresso Mercato Boqueria, Barcellona. Fonte: foto dell'autore

4.6.1 La Boqueria, Barcellona

Interpretazione e sintesi 5 La Boqueria

Contesto Storico Urbanistico	Configurazione Fisica e Funzionale	Governance e Regolazione	Dinamiche Sociali, Economiche e Culturali

Le origini risalgono al XIII secolo (1217) come mercato di carne all'aperto sulla Rambla, e dopo varie ricollocazioni, si insediò stabilmente nell'area del convento di Sant Josep (incendiato nel 1835); divenne un polo stabile e riconosciuto, con l'arco d'ingresso modernista (1913) e la copertura metallica (1914) di Antoni de Gaudí, mentre una ristrutturazione cruciale (1998-2001) di Clotet e Paricio l'ha concepita come una "piazza coperta, aperta e permeabile", seguita da ulteriori interventi per la logistica sotterranea (2010-2013).

Si tratta di una struttura storica in ferro e vetro, caratterizzata da un doppio affaccio significativo: uno sulla Rambla, che funge da vetrina per il turismo globale, e uno sul Raval, un quartiere popolare e fragile; l'osservazione diretta (2024) evidenzia come la disposizione delle merci (frutta tagliata, succhi colorati) risponda ormai a "logiche estetiche globalizzate", dove la qualità del cibo si confonde con la sua fotogenia e il banco si trasforma in una scenografia.

Il mercato è gestito dall'Institut Municipal de Mercats de Barcelona (IMMB), il quale ha introdotto diverse misure regolative nel tentativo di contenere il sovraffollamento e garantire l'accessibilità ai residenti, senza però riuscire a risolvere il nodo di fondo dell'equilibrio tra l'enorme attrattività turistica e la funzione sociale originaria del mercato. La gestione è orientata verso un sistema bottom-linked.

L'analisi rileva una turistificazione "strutturale" che porta a un consumo estetizzato e performativo, con una composizione sociale polarizzata: il fronte sulla Rambla accoglie masse di turisti, mentre l'accesso dal Raval resta marginale per i residenti, i quali appaiono quasi esclusivamente come lavoratori dietro i banchi; l'esperienza che ne deriva è "estetica e non relazionale", una dinamica denunciata da David Karvala (2019) come un "furto" del mercato, simbolo della gentrificazione, dove i banchi di arance sono stati sostituiti da bicchieri di succhi di frutta.

Prossimità	Cura	Sitopia	Misura
Perdita della funzione di accesso e delle relazioni di quartiere.	Perdita della cura come "pratica politica".	Cattiva sitopia spettacolarizzata; cibo svalutato a immagine.	Trionfo della dismisura (eccesso) globale; assenza di misura.

lettura e sintesi

La Boqueria è simbolo della tensione tra globalizzazione e prossimità, rappresentando il "limite" stesso del modello Barcellona; l'eccessiva pressione turistica l'ha trasformata in un'attrazione spettacolare, un campo visivo regolato da logiche di consumo, che viene letta come una privatizzazione di fatto del bene pubblico attraverso il turismo, in cui il mercato ha perso la sua funzione civica per diventare una "superficie di consumo".

La storia della Boqueria affonda le sue radici nel XIII secolo, quando le prime fonti del 1217 attestano la presenza di bancarelle di carne in Pla de la Boqueria, lungo la Rambla. Queste postazioni temporanee, allestite all'aperto, erano gestite da agricoltori dei villaggi circostanti che portavano in città i loro prodotti, costruendo un primo sistema di approvvigionamento diretto e quotidiano tra la campagna e il tessuto urbano. La loro disposizione sul tracciato della Rambla, allora limite esterno delle mura, anticipava quella relazione organica fra commercio, spazio pubblico e mobilità pedonale che avrebbe caratterizzato l'identità del mercato nei secoli successivi. Nel XVIII secolo, la demolizione del portale della Boqueria e la riorganizzazione della Rambla avviarono una nuova fase. I macellai furono trasferiti nel 1777 sul lungomare, poi (1797-1801) sulla Rambla de Sant Josep, tra la chiesa di Betlem e il Pla de la Boqueria. La visita di Carlo IV (1802) impose un trasferimento per ragioni estetiche nel giardino del convento di Sant Josep, dove rimasero fino al 1823 (poi convento del Carmen). Nel 1827, il marchese di Campo Sagrado, Capitano Generale della Catalogna, promulgò il primo regolamento ufficiale del mercato, che contava duecento bancarelle (cento per carne, quarantotto per pesce, altre per prodotti vari), sancendo la formalizzazione amministrativa e il ruolo urbano del mercato, prima spontaneo. Il 1835 fu una svolta: i disordini di Sant Jaume portarono all'incendio del convento di Sant Josep, aprendo la possibilità di una trasformazione radicale. Già dal 1820 esistevano proposte per convertirlo in mercato, e dopo la demolizione, i venditori della Rambla vi si insediarono stabilmente (marzo 1836). Il Consiglio Comunale decise poi di formalizzare questa presenza con una piazza porticata ispirata alla Plaça Reial, su progetto di Francesc Daniel Molina, che prevedeva un'area centrale per le bancarelle e una pescheria separata in Plaça de Sant Galdric. Sebbene la piazza rimanesse incompiuta, il 19 marzo 1840 si posò la prima pietra del nuovo mercato, affidato all'architetto Josep Mas i Vila. La Boqueria divenne così il Mercato di Sant Josep, consolidandosi come polo mercatale stabile e riconosciuto. Nel 1869, l'espansione del commercio rese necessario un ampliamento dell'area, inglobando parte dell'ex convento di Sant Joan de Jerusalem, demolito nel 1888 per realizzare l'attuale Plaça de la Gardunya, introducendo anche innovazioni tecniche rilevanti, come l'illuminazione a gas inaugurata nel 1871, che trasformò la percezione e l'uso dello spazio mercatale nelle ore serali. Il XX secolo aprì una nuova fase architettonica. Nel 1913 Antoni de Falguera progettò l'arco d'ingresso modernista sulla Rambla e, nel 1914, completò la celebre copertura metallica in sostituzione delle tende provvisorie, una struttura emblematica che conferì alla

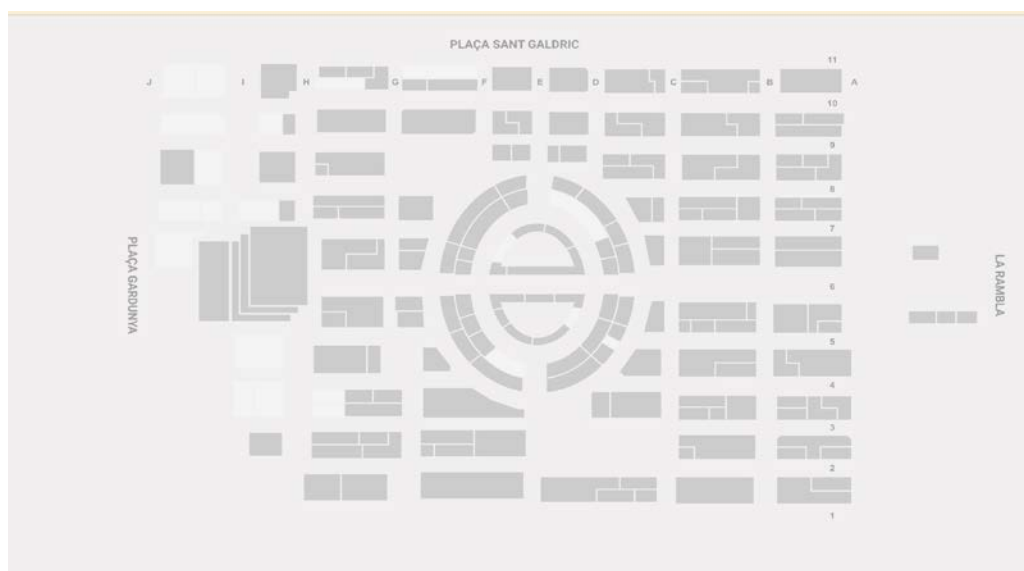
Boqueria monumentalità, unendo funzionalità e immagine pubblica. Nel dopoguerra, la Boqueria mantenne la sua centralità, benché le trasformazioni sociali e commerciali imponessero nuovi adattamenti. Negli anni Ottanta, l'area di carico e scarico fu riorganizzata nella Plaça de la Gardunya, con un intervento del 1985 che salvaguardò il mercato dalla rimozione prevista dal Piano Speciale di Riforma Interna del Raval (Xavier Sust, Carles Díaz), confermando la continuità storica del sito. La ristrutturazione successiva (1998-2001) portò la Boqueria nella contemporaneità architettonica; gli architetti Lluís Clotet e Ignacio Paricio concepirono il mercato come una piazza coperta, aperta e permeabile, recuperando il colonnato ionico ottocentesco e demolendo la fascia perimetrale che collegava tetto e portici, permettendo così alla luce naturale di penetrare nello spazio. Le strutture furono completamente rinnovate, la copertura restaurata e una nuova pensilina in vetro avvolse l'intero perimetro, alleggerendo i fronti laterali e rafforzando la connessione visiva e funzionale con la Rambla. In questo stesso periodo fu riorganizzata anche l'isola centrale dedicata al pesce, rinnovando la logica distributiva e migliorando la fruibilità complessiva. Nel 2002 ebbe inizio la costruzione dell'Aula Boqueria, uno spazio dedicato alla formazione e alla cultura gastronomica, che segna l'ingresso del mercato in una fase in cui la dimensione educativa e divulgativa del cibo assume un ruolo centrale. Nel 2010, partirono i lavori per la realizzazione del parcheggio sotterraneo e della nuova area logistica. L'intervento, concluso nel 2013, triplicò lo spazio destinato ai magazzini e introdusse un sistema integrato per la gestione dei rifiuti, elemento cruciale in un contesto di crescente attenzione alla sostenibilità ambientale e alla riduzione dell'impatto urbano. Nello stesso anno fu restaurato l'arco modernista d'ingresso dalla Rambla, simbolo identitario del mercato e segno tangibile della volontà di coniugare tutela del patrimonio e innovazione funzionale. Il 2015 segnò un'ulteriore tappa nel processo di riqualificazione, con l'inaugurazione della nuova facciata posteriore e la riorganizzazione della Plaça de la Gardunya. Il progetto, parte del più ampio piano di urbanizzazione dell'area, ampliò di mille metri quadrati la superficie del mercato, consentendo la creazione di nuove postazioni di vendita e di un sistema di montacarichi collegato direttamente alla zona logistica sotterranea¹⁹.

19 La ricostruzione storica qui presentata è stata realizzata grazie al contributo documentale e iconografico dell'Associació de Comerciants del Mercat de la Boqueria, che custodisce e valorizza la memoria collettiva del mercato attraverso un attento lavoro di ricerca e archiviazione. Per una consultazione completa della cronologia, delle fonti originali e del materiale fotografico, si rimanda al sito <https://www.boqueria.barcelona/>

Figura 50
Pianta del
mercato della
Boqueria.
 Fonte: Institut
 Municipal de
 Mercats de
 Barcelona

L'indagine sul campo: rilievi e percezioni

Il caso della Boqueria è stato analizzato attraverso un'osservazione quotidiana diretta, resa possibile dalla sua collocazione lungo il percorso tra l'abitazione spagnola di chi scrive e la sede di Elisava, che ne ha consentito la frequentazione giornaliera e la conoscenza delle sue dinamiche. L'attraversamento giornaliero del mercato, entrando dall'ingresso da Plaza de la Gardunya sul lato del Raval e uscendo sulla Rambla, ha consentito di registrare con continuità le sue dinamiche spaziali e sociali, offrendo una prospettiva privilegiata sul suo stato. La principale evidenza emersa è che il mercato, storicamente concepito come spazio di approvvigionamento, è oggi dominato da un consumo estetizzato e performativo, in cui il cibo assume valore prevalentemente visivo. Le osservazioni ripetute in differenti momenti della giornata evidenziano infatti una condizione di turistificazione strutturale. Anche nelle prime ore del mattino, tra le 8:30 e le 9:30, la quasi totalità dei frequentatori è composta da visitatori internazionali. La spazialità del mercato, originariamente pensata per il commercio alimentare di prossimità, si è progressivamente adattata a un uso contemplativo, ibrido, dove il cibo diventa immagine e il banco una scenografia temporanea. La disposizione visiva delle merci riflette logiche estetiche globalizzate. Le composizioni di frutta tagliata e succhi colorati in bicchieri trasparenti rispondono a un linguaggio visivo pensato per l'immagine più che per l'uso. I colori saturi e la sim-





metria delle esposizioni producono una scena otticamente coerente ma semanticamente impoverita: la qualità del cibo si confonde con la sua fotogenia. La merce diventa immagine e l'immagine sostituisce il sapere materiale.

L'osservazione quotidiana ha mostrato inoltre una composizione sociale fortemente polarizzata. Il mercato si affaccia simultaneamente su due mondi opposti: da un lato la Rambla, spazio vetrina del turismo globale; dall'altro il Raval, quartiere popolare con alta concentrazione di popolazione migrante e condizioni economiche fragili. Tale doppia apertura non produce integrazione ma discontinuità. Il fronte sulla Rambla accoglie un flusso continuo di visitatori internazionali, mentre l'accesso dal Raval, sebbene fisicamente prossimo, resta marginale e privo di frequentazione da parte dei residenti. L'unica presenza riconducibile ai gruppi migranti o a categorie sociali meno abbienti è quella dei lavoratori impiegati dietro i banchi: uomini e donne che assicurano la continuità materiale del mercato ma che restano esclusi dal ruolo di clienti e dalla rappresentazione identitaria del luogo. Questa teatralizzazione dell'ordinario costruisce un'illusione di vitalità collettiva che il visitatore percepisce un'atmosfera intensa, colorata, densa di stimoli sensoriali, ma la densità non deriva dall'interazione, bensì dalla concentrazione di segni e di oggetti. L'esperienza che ne deriva è estetica e non relazionale: il cibo non media più relazioni di scambio o appartenenza, ma diventa un medium comunicativo che rappresenta la città stessa come marchio, come identità vendibile, dove il mercato smette di essere un luogo di negoziazione sociale e si trasforma in un campo visivo regolato da logiche di consumo.

Figura 51

Figura 52

Banchi di frutta e verdura al mercato della Boqueria.

Fonte:
elaborazione
dell'autore

A tal proposito, a margine dell'indagine condotta, sembra particolarmente utile per la ricerca raccontare di un articolo di giornale in cui chi scrive si è imbattuto durante il periodo trascorso a Barcellona. A scrivere è David Karvala²⁰ e il suo articolo *“Denúncia del robatori de la Boqueria”* (Directa, 2019) va letto come un testo militante e civico di denuncia contro la “spoliazione” del mercato da parte della turistificazione e della speculazione commerciale, interpretando la Boqueria come simbolo della perdita di controllo popolare sugli spazi comuni della città. Karvala parla come uno che ha visto cambiare il proprio quartiere pezzo dopo pezzo. Dice che la Boqueria gli è stata rubata, non perché gli abbiano portato via la frutta o i soldi, ma perché il mercato stesso non è più lì, almeno nel senso che aveva per chi lo viveva. Racconta di quando andava a comprare chili di arance e adesso trova solo bicchieri di succhi pronti per i turisti. Il ragazzo al banco non sa usare una bilancia, solo il registratore per incassare monete da un euro. Per anni, scrive, il turismo era una cornice: stava nei corridoi centrali, davanti all'ingresso, lasciando spazio a chi comprava davvero. Adesso ha inghiottito tutto. La Boqueria, come il Raval, è diventata un luogo da visitare, non da abitare. E in questo scambio, la città ha perso qualcosa che faceva parte della sua sostanza. Non si tratta di nostalgia, ma di una constatazione: il commercio di prossimità e la vita di quartiere vengono sostituiti da un'economia pensata per chi passa, non per chi resta. Karvala lega tutto questo alla gentrificazione e al turismo di massa, che chiama il “gran negoci de Barcelona”. Non accusa chi arriva da altri paesi o chi lavora nei banchi, spesso migranti, marocchini, cinesi, ma chi trasforma la città in un prodotto da vendere. Ricorda che l'identità di Barcellona non sta nel sangue, nella lingua o nella religione, ma nelle persone che la tengono in piedi ogni giorno: chi serve al bar, chi pulisce, chi cucina, chi vive del proprio lavoro. Alla fine, la sua domanda è semplice e amara:

dove si denuncia il furto di un mercato, quando quello che ti hanno portato via è un modo di vivere?

²⁰ David Karvala è militante di Marx21 e attivista di Unitat Contra el Feixisme i el Racisme (UCFR), una piattaforma catalana impegnata contro i movimenti xenofobi e di estrema destra.



Figura 53

Figura 54

Figura 55

**Banchi al
mercato della
Boqueria.**
Fonte: foto
dell'autore





Figura 56 Ingresso Mercato Sant' Antoni, Barcellona. Fonte: foto dell'autore

4.6.2 Sant'Antoni, Barcellona

Interpretazione e sintesi 6 Sant'Antoni

Contesto Storico Urbanistico	Configurazione Fisica e Funzionale	Governance e Regolazione	Dinamiche Sociali, Economiche e Culturali

Mercato inaugurato nel 1882, occupa un intero isolato del quartiere Eixample ed è stato riaperto al pubblico nel maggio 2018, a seguito di un complesso e lungo intervento di riabilitazione durato nove anni.

Il mercato presenta una distintiva struttura ottocentesca in ferro e vetro a croce greca, articolandosi in tre sezioni specializzate: il mercato alimentare (coperto), il mercato dell'abbigliamento (perimetrale) e il mercato dei libri (attivo nel fine settimana); il restauro ha inoltre introdotto un piano ipogeo, il "Fosat", destinato a ospitare funzioni culturali, associative e servizi aggiuntivi (come palestra e supermercato), il cui layout regolare e la trasparenza generale favoriscono l'orientamento dei visitatori.

Gestito dall'IMMB (Institut Municipal de Mercats de Barcelona), il caso Sant Antoni dimostra l'efficacia di un metodo istituzionale innovativo basato sulla "partecipazione regolata", poiché l'intero processo di rigenerazione ha seguito un percorso partecipativo multilivello (inclusendo il Pla Estratègic, tavoli di lavoro con i commercianti e incontri pubblici), configurandosi così come un'innovazione istituzionale di tipo "bottom-linked" (collegata alla base).

Il mercato alterna il consumo ordinario, caratterizzato da una prevalenza di residenti nei giorni feriali, a occasioni collettive, mantenendo un'offerta alimentare equilibrata e prezzi accessibili che preservano il rapporto diretto con il quartiere e contribuiscono a ridurre gli effetti della gentrificazione; il "Fosat" agisce come nodo cruciale ospitando fiere (es. ArtsLibris), laboratori (es. Petit Mercat de Mercats con U-Smart Toys) ed eventi comunitari.

Prossimità	Cura	Sitopia	Misura
Equilibrio tra funzione di accesso (prezzi) e prossimità relazionale (polo civico).	Cura come "atto collettivo" che "mantiene" lo spazio civico e le relazioni.	Sembra una buona sitopia. cibo valorizzato come educazione.	Partecipazione regolata che resiste all'omologazione, rispetto del tempo.

lettura e sintesi

La riapertura del mercato ha riattivato con successo il capitale sociale preesistente, permettendo alla struttura di funzionare come un "nodo relazionale stabile" e configurandosi come un esempio maturo di "infrastrutturazione relazionale"; qui, la funzione economica si intreccia fluidamente con una densa produzione simbolica e collettiva, rappresentando un caso emblematico in cui la governance pubblica e la comunità riescono a co-produrre valore civico.

Figura 57

**Vista del
Mercato di
Sant'Antoni.**
Fonte: foto di
Simón García

L'indagine sul Mercat de Sant Antoni è maturata attraverso un percorso di osservazione partecipante che ha previsto una presenza costante nello spazio mercatale, con giornate dedicate all'ascolto, alla partecipazione a eventi pubblici e alla documentazione di momenti ed eventi organizzati. L'approccio etnografico, fondato sull'immersione diretta nelle pratiche d'uso, ha consentito di cogliere la densità relazionale che sostiene la vita del mercato, il linguaggio dei gesti e delle consuetudini, la micro-politica delle interazioni tra venditori, residenti, scolaresche e visitatori. L'osservazione ha riguardato sia l'attività ordinaria dei banchi sia gli eventi pubblici promossi all'interno del complesso, documentando i modi in cui gli indirizzi strategici del piano municipale trovano espressione operativa nelle pratiche locali.

Il Mercato di Sant Antoni, situato nell'Eixample di Barcellona, occupa un intero isolato dell'Eixample e presenta una struttura a croce greca con padiglione centrale e quattro bracci perpendicolari, tipici della stagione ottocentesca in ferro e vetro. Si articola in tre sezioni distinte: il mercato alimentare coperto, il mercato dell'abbigliamento disposto lungo i portici perimetrali e il mercato dei libri e del collezionismo che si svolge all'aperto durante il fine settimana. Fu inaugurato nel 1882, durante il mandato del sindaco Francesc Rius i Taulet, come parte del progetto di ampliamento urbano ottocentesco. Dopo un periodo di chiusura di nove anni, dovuto a un complesso intervento di riabilitazione strutturale e architettonica, è stato riaperto al pubblico nel maggio 2018. L'intervento di restauro ha introdotto un piano ipogeo, il Fossat, destinato a funzioni culturali e associative, in cui sono presenti una palestra e un supermercato. La vita del mercato alterna momenti di consumo ordinario e occasioni collettive. Nei giorni feriali



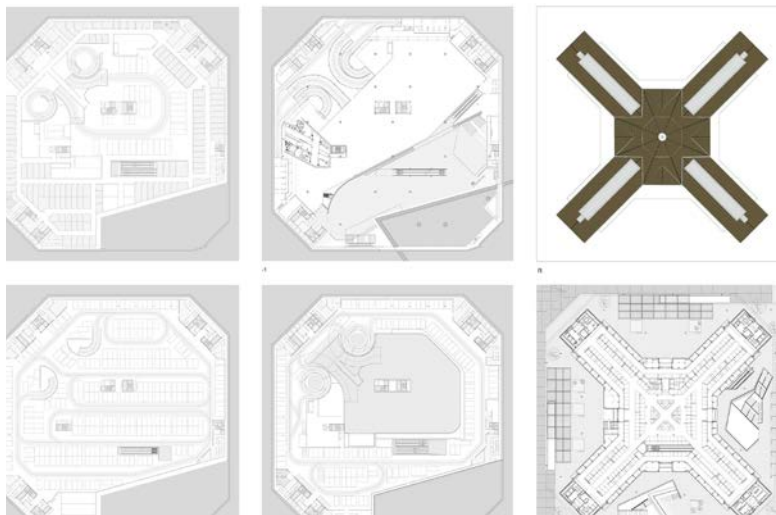


Figura 58
Pianta del
Mercato di
Sant'Antoni.
 Fonte:
 arquitecturavi-
 va.com

prevale la presenza dei residenti e dei frequentatori abituali, mentre le iniziative pubbliche ampliano la composizione del pubblico, coinvolgendo soggetti esterni al quartiere. La composizione commerciale mantiene una prevalenza di prodotti alimentari freschi, con operatori specializzati in frutta, verdura, carne, pesce e panificazione, ai quali si affiancano banchi di gastronomia e ristorazione leggera. La disposizione regolare dei corridoi e la trasparenza delle coperture favoriscono continuità visiva e facilità di orientamento, elementi che contribuiscono alla fruizione costante dello spazio.

L'indagine sul campo: rilievi e percezioni

Durante il periodo di visiting a Barcellona, è stato possibile partecipare all'edizione 2024 del *Petit Mercat de Mercats*. A tal proposito si riporta una nota di campo:

Nota di campo, Barcellona, 10 maggio 2024

L'arrivo al Mercat de Sant Antoni avviene verso le 11:00; è in corso il Petit Mercat de Mercats. Gli stand occupano la parte centrale e i due corridoi laterali, modificando la circolazione abituale. Nella sezione laterale si concentrano le attività didattiche per bambini con gli U-Smart Toys, coordinate da due educatori. Le famiglie si fermano, osservano, fotografano, partecipano brevemente. L'affluenza è costante, ma i percorsi restano fluidi. Gli stand temporanei espongono una selezione di piatti preparati da ristoranti e macellerie del circuito cittadino: Nectari, Pepa Tomate, Pinotxo Bar, Carnisseria Anglada, La Barca de Sant Antoni e Rosah's Pastry. I prezzi sono contenuti, tra i 3 e i 5 euro. Il pubblico si dispone ai tavoli alti per mangiare in piedi o si appoggia alle ringhiere laterali. Odori di brace, fritto e dolci si mescolano e si percepiscono fino all'ingresso principale. Nella zona Brases Bakkaliu il personale cucina sul posto la carne o il pesce acquistati all'interno del mercato, seguendo la formula "porta el producte i te'l fem a la brasa". L'attività è continua: a ogni turno vengono grigliate porzioni individuali, servite

Figura 59
Dettaglio
peperoncini
appesi in modo
coreografico.

Fonte: foto
dell'autore

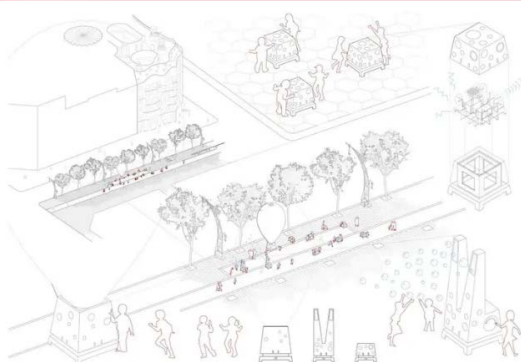
in contenitori compostabili. La gestione è rapida e regolare, con tempi medi di attesa inferiori ai dieci minuti. I visitatori si spostano tra il grill e le barriere dei tavoli bevendo birra Estrella Damm acquistate allo stand posizionato di fronte all'ingresso principale del mercato. I momenti dimostrativi attirano gruppi di trenta-quaranta persone, disposti in semicerchio intorno alle postazioni SMEG. Il pubblico assaggia porzioni ridotte e scatta foto. Il rumore di fondo resta costante, amplificato dalle voci dei cuochi e dagli applausi.

All'ingresso è posizionato un photocall animato da Briggita Lamoure. Ci lasciamo coinvolgere; l'operatore scatta la foto e consegna una tote bag e una tazza con il logo dell'evento, in cambio ci chiede la mail per iscriverci alla newsletter del mercato. Poco più avanti, il Dominical del Llibre espone materiali fotografici sulla storia del mercato domenicale e un banco di libri gastronomici. Accanto, lo stand della Ruleta del Consum Responsable propone il gioco e offre bicchieri di kombucha di Gòtic Ferments. Il pubblico è eterogeneo, composto da residenti, famiglie e visitatori occasionali. L'evento produce una trasformazione temporanea dello spazio: la funzione commerciale rimane attiva, ma intrecciata a pratiche educative, momenti di socialità e consumo condiviso.

L'indagine sul campo ha evidenziato come il mercato funzioni oggi come un nodo relazionale stabile, capace di mettere in comunicazione diversi livelli di attori: operatori commerciali, residenti, associazioni culturali e istituzioni. La riapertura del complesso ha riattivato il capitale sociale preesistente, generando una rete di pratiche condivise che trovano un punto di incontro nello spazio del Fossat. Quest'area, concepita come piazza coperta multifunzionale, ospita attività di quartiere, fiere, laboratori e iniziative educative, favorendo una gestione partecipata che rafforza la vita pubblica e il senso di appartenenza.

Dal punto di vista della governance, il caso di Sant Antoni mostra l'efficacia di un metodo istituzionale basato sulla partecipazione regolata. L'IMMB, attraverso il *Pla Estratègic de Mercats de Barcelona*, ha sviluppato un sistema articolato di consultazione e co-programmazione che coinvolge oltre duecento soggetti tra amministratori, associazioni e operatori. Nel processo di rigenerazione del mercato, tale modello si è tradotto in tavoli di lavoro con i commercianti, incontri pubblici e forme di cooperazione con realtà locali come il *Mercat Dominical del*





Llibre, consolidando nel tempo continuità gestionale e memoria collettiva. La presenza di un'offerta alimentare equilibrata, prezzi accessibili e un'elevata qualità dei prodotti ha contribuito a mantenere un rapporto diretto con il quartiere, riducendo gli effetti dei processi di gentrificazione e garantendo un uso quotidiano del mercato da parte degli abitanti. Nel *Fossat* si concentrano molte delle attività che tengono vivo il mercato: fiere del libro, laboratori per le scuole, eventi gastronomici e piccoli festival che attirano abitanti del quartiere e visitatori abituali. Qui il mercato continua a funzionare come spazio di scambio, ma lo fa anche sul piano culturale, offrendo occasioni per incontrarsi, imparare e condividere. Iniziative come *Vinyl Fest*, *Sant Antoni Starfans* o *Fira ArtsLibris* sono ormai appuntamenti fissi, segno di una partecipazione costante e di un uso pubblico dello spazio che supera la logica commerciale. Allo stesso modo, programmi come *El Petit Mercat de Mercats* avvicinano le famiglie al mercato attraverso attività per bambini: aree di gioco, letture, laboratori come *U-Smart Toys* in cui si sperimenta con materiali e idee legate alla città e all'alimentazione. Tutto questo rafforza la relazione tra mercato e quartiere, mantenendo vivo un luogo che appartiene prima di tutto a chi lo abita ogni giorno.

Figura 60

Figura 61

Figura 62

Locandina evento mercat de mercats; tabellone informativo e pianta di U-Smart Toys workshop per i bambini. Mercat de Mercats in Sant'Antoni Market.

Fonte: IMMB, 2024; foto dell'autore (3).



Figura 63 Veduta dall'alto del mercato di Santa Caterina. Fonte: foto di Duccio Malagamba

4.6.3 Santa Caterina, Barcellona

Contesto Storico Urbanistico	Configurazione Fisica e Funzionale	Governance e Regolazione	Dinamiche Sociali, Economiche e Culturali

Il mercato fu edificato nel 1848 nel quartiere della Ciutat Vella, sorgendo sul sito di un antico convento domenicano e presentando originariamente una struttura neoclassica a un solo piano, ma la svolta avvenne con il concorso per la riqualificazione (1997), vinto da EMBT (Miralles e Tagliabue), durante i cui lavori emersero i resti archeologici del convento, che vennero poi integrati nel piano interrato.

Il progetto ha mantenuto l'impianto perimetrale originario, introducendo però l'iconica copertura a mosaico ceramico ondulato (composta da 325.000 tessere in 67 colori), mentre l'interno è stato ridefinito con un numero minore di banchi per favorire la circolazione, e l'intero intervento si integra con un complesso di "vivienda dotacional", ovvero residenze per anziani che risultano connesse fisicamente e simbolicamente al mercato.

L'intervento è gestito dall'IMMB e si inserisce strategicamente nel programma municipale di Barcellona dedicato alla "vivienda dotacional", mostrando così un modello di governance efficace di tipo bottom-linked, il quale riesce a integrare sinergicamente le politiche abitative con quelle commerciali.

La connessione con le residenze per anziani risulta centrale, poiché i residenti percepiscono il mercato come "un'estensione della casa" e come uno spazio familiare, e l'analisi dei banchi evidenzia prezzi mediamente più bassi rispetto alla Boqueria, riflettendo una chiara strategia commerciale orientata al consumo locale; inoltre, l'offerta (basata su prodotti regionali e sull'assenza di packaging estetizzante) contrasta nettamente con la spettacolarizzazione di altri mercati, privilegiando la funzionalità e l'efficienza.

Prossimità	Cura	Sitopia	Misura
Sintesi di funzione e relazione, realizzata integrando l'accesso al cibo con la cura della comunità.	Cura come "aggiustamento relazionale" progettato tra l'abitare (anziani) e il nutrire.	Buona sitopia ibrida; equilibrio estetico/funzione.	Applicazione della misura; priorità alla razionalità locale sui flussi globali.

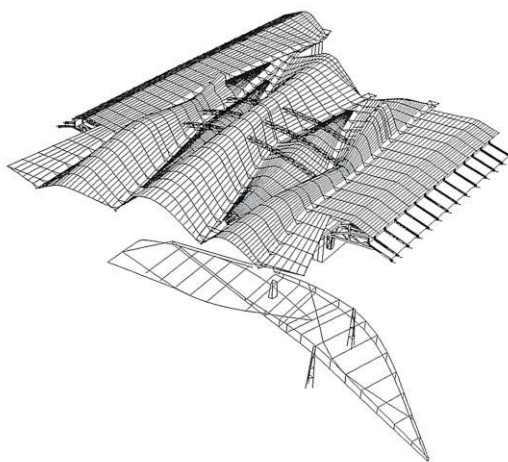
lettura e sintesi

L'intervento ha dato forma a un sistema mercatale integrato in cui coesistono patrimonio, rigenerazione funzionale e dimensione sociale, dove l'integrazione con l'edilizia sociale traduce la prossimità in una forma di supporto diffuso; Santa Caterina rappresenta quindi un modello di mercato ibrido, in equilibrio tra estetizzazione e vita quotidiana, configurandosi come un esito significativo delle politiche di rigenerazione civica di Barcellona.

Il Mercato di Santa Caterina, situato nel quartiere della Ciutat Vella di Barcellona, fu edificato nel 1848 sul sito dell'antico convento domenicano distrutto dall'incendio del 1835, costituendo una delle prime strutture mercatali coperte della città. A partire dagli anni Novanta emerse l'esigenza di un intervento di ristrutturazione che potesse coniugare la conservazione del patrimonio con un aggiornamento funzionale e tecnologico dell'edificio. Nel 1997, lo studio di architettura EMBT, guidato da Enric Miralles e Benedetta Tagliabue, si aggiudicò il concorso per la riqualificazione del mercato, proponendo un progetto che mantenesse la struttura perimetrale originaria e ne valorizzasse la memoria costruttiva, introducendo al contempo nuovi elementi capaci di reinterpretare il linguaggio architettonico urbano. L'edificio originario, risalente al XIX secolo, presentava una struttura metallica neoclassica a un solo piano, alta circa sei metri, che introduceva un vuoto spaziale significativo nel tessuto urbano denso del centro storico. Il progetto ha conservato l'impianto perimetrale e parte delle facciate originarie, integrandole in un nuovo complesso con funzioni commerciali, culturali e di servizio. Durante le fasi di scavo sono emersi i resti archeologici del convento di Santa Caterina, che sono stati inclusi nel piano interrato dell'edificio. L'organizzazione interna è stata ridefinita attraverso una riduzione del numero dei banchi per aumentare la superficie di circolazione e ampliare le aree pubbliche. Le postazioni commerciali sono state concentrate sul fronte dell'Avinguda Francesc Cambó, mentre sul lato interno, verso il quartiere residenziale, è stato realizzato un atrio coperto destinato a funzioni di aggregazione e accesso. Al di sotto dell'intero impianto planimetrico è stato costruito un parcheggio su due livelli, accessibile direttamente dall'esterno. La copertura rappresenta l'elemento tecnico più complesso del progetto. È costituita da una superficie di circa 5.500 metri quadrati, sorretta da tre archi metallici principali appoggiati su travi in calcestruzzo armato. Il sistema portante combina elementi in legno lamellare e tubolari in acciaio, ancorati a travature triangolari e pilastri misti in cemento e metallo. Il rivestimento è composto da 325.000 tessere ceramiche esagonali in 67 colori diversi, che formano un mosaico continuo con andamento ondulato. La copertura assolve funzioni di protezione, isolamento e ombreggiamento, contribuendo al controllo termico e acustico dell'ambiente interno. L'intervento ha previsto inoltre l'inserimento di impianti di climatizzazione integrati, sistemi di ventilazione naturale e un'illuminazione regolata da lucernari modulari. La progettazione strutturale e impiantistica è stata condotta in modo da garantire l'autonomia funzionale delle diverse aree: il mercato alimentare, i locali di ristorazione e gli spazi pubblici.



Figura 64
Progetto
copertura.
 Fonte: EMBT
 (Enric Miralles e
 Benedetta
 Tagliabue).



Il risultato complessivo del processo di riqualificazione ha dato forma a un sistema mercatale integrato, in cui la tutela del patrimonio architettonico, la rigenerazione funzionale e la dimensione sociale coesistono all'interno di un medesimo impianto. l'intervento degli stessi architetti Miralles e Tagliabue per il complesso di residenze dotazionali integrate con il mercato rappresenta una declinazione architettonica e sociale del principio di prossimità. Il progetto si colloca all'interno del programma municipale di Barcellona dedicato alla "vivienda dotacional", una tipologia residenziale destinata a persone anziane che promuove forme di abitare autonome e relazionali attraverso l'integrazione di spazi abitativi minimi e servizi collettivi. La residenza, con i suoi 59 alloggi accessibili e flessibili, è connessa fisicamente e simbolicamente al mercato, generando una continuità tra il vivere quotidiano e la dimensione pubblica dello scambio. Il rapporto diretto con il mercato di Santa Caterina assume quindi valore strategico poiché

Figura 65
Banco di frutta
e verdura.
Fonte: foto
dell'autore.

l'accesso ai beni alimentari freschi, la possibilità di muoversi agevolmente in un contesto pedonale e la presenza di attività culturali e gastronomiche ampliano il concetto di cura e di benessere, traducendo la prossimità in una forma di supporto diffuso.

L'indagine sul campo: rilievi e percezioni

Durante il periodo di osservazione si è cercato di dialogare con alcuni residenti del complesso nonostante le forti barriere linguistiche, ascoltando le loro esperienze quotidiane legate al mercato. Ad emerge, una percezione del mercato come estensione della casa, come spazio familiare in cui ritrovare ritmo, riconoscibilità e relazione. L'abitare e il frequentare il mercato si sovrappongono, generando un continuum di gesti, sguardi e incontri che costruiscono un'appartenenza concreta. L'analisi dei banchi e della composizione merceologica evidenzia prezzi mediamente più bassi rispetto ai mercati centrali a forte flusso turistico, in particolare rispetto alla Boqueria; tale differenza riflette una strategia commerciale orientata al consumo locale e alla clientela residente, sostenuta da una struttura distributiva di piccola scala che valorizza la filiera corta e la stagionalità dei prodotti. La prevalenza di frutta e verdura di origine regionale, la presenza di pesce fresco proveniente da fornitori del litorale catalano e la quasi totale assenza di prodotti confezionati o destinati al turismo alimentare delineano un sistema di vendita stabile e funzionale, in cui l'esposizione risponde a logiche di efficienza più che di attrazione visiva. L'assenza di elementi scenografici, di illuminazioni accentuate o di packaging estetizzante contrasta con la spettacolarizzazione osservata alla Boqueria, dove la disposizione delle merci, la selezione dei prodotti tropicali e la costru-



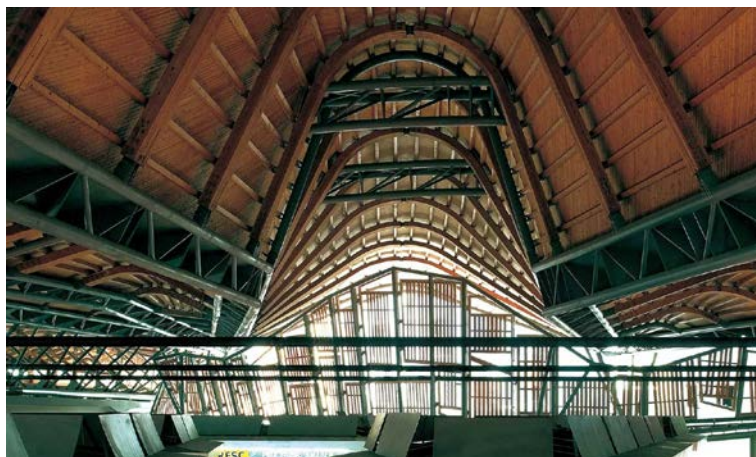


Figura 66
Veduta dall'alto
interna del
mercato.

Fonte: foto di
Duccio Malag-
amba

Figura 67
Veduta dal basso
esterna.

Fonte: foto
dell'autore



zione cromatica delle bancarelle rispondono a un'economia dell'immagine e alla visibilità internazionale. Santa Caterina, al contrario, mantiene un equilibrio tra qualità alimentare e prossimità d'uso, configurandosi come spazio di approvvigionamento quotidiano integrato nel tessuto sociale della Ribera, coerente con le politiche municipali che mirano a sostenere un modello di commercio urbano accessibile, relazionale e radicato nel quartiere.

4.6.4 Barcellona, riflessioni a margine

La ricerca sul campo ha evidenziato una serie di disallineamenti strutturali tra gli indirizzi strategici formulati a livello istituzionale e le condizioni operative effettivamente osservate nei contesti locali. Tale scarto emerge con particolare chiarezza nella tensione tra le esigenze di redditività incorporate nel modello di gestione pubblico-privato e il mandato redistributivo che, nelle politiche urbane recenti, riconosce ai mercati un ruolo di prossimità, inclusione e coesione territoriale. Questa tensione assume una forma più marcata nei mercati centrali soggetti a forte pressione turistica, dove la crescente specializzazione commerciale procede di pari passo con un progressivo impoverimento della diversità funzionale.

Nel caso del Mercat de la Boqueria, le criticità legate alla pressione turistica e ai processi di gentrificazione continuano a essere rilevanti. Le misure regolative introdotte dall'IMMB, finalizzate a contenere il sovraffollamento, garantire l'accessibilità ai residenti, diversificare l'offerta e valorizzare i sistemi alimentari locali, hanno attenuato alcune distorsioni ma non hanno risolto il nodo di fondo: l'equilibrio tra attrattività turistica e funzione sociale del mercato. Le dinamiche attuali evidenziano un'offerta fortemente orientata al consumo turistico e una disposizione spaziale che privilegia l'esposizione estetica rispetto all'uso quotidiano. Tale configurazione tende a ridurre la dimensione partecipativa del mercato, allontanandolo dalle pratiche di vita ordinaria della comunità residente. La sua collocazione, nel punto d'incontro fra la Rambla e il Raval, un'area segnata da fragilità socio-demografiche e povertà strutturale, accentua la distanza tra le forme dominanti di consumo e i bisogni locali, generando una frammentazione spaziale e funzionale che permane irrisolta. Il mercato della Boqueria diventa quindi segno di una privatizzazione di fatto del bene pubblico attraverso il turismo e la gentrificazione, e la denuncia riflette la prospettiva di movimenti di base del Raval che reclamano il diritto alla città (Harvey, 2008) e la restituzione dei luoghi di uso quotidiano alla cittadinanza.

Un diverso equilibrio si manifesta invece in mercati meno esposti alle pressioni turistiche, come Santa Caterina e Sant Antoni. Pur iscritti in traiettorie urbane di trasformazione e gentrificazione, entrambi mostrano esiti più coerenti con la strategia pubblica di rigenerazione civica promossa dall'IMMB. In questi casi, i processi di riqualificazione fisica sono stati accompagnati da pratiche collaborative e dispositivi deliberativi che hanno rafforzato il legame con il tessuto sociale locale. La riapertura del Mercat de Sant Antoni nel 2018, al termine di un articolato percorso partecipativo multilivello, ha segnato la nascita di un ecosistema relazionale complesso, in cui attori economici, istituzioni, cooperative, scuole e associazioni di quartiere operano in una rete di reciprocità. Lo spazio del *Fossat*, concepito come interfaccia cittadina polifunzionale, ospita programmi culturali, iniziative educative, laboratori per bambini ed eventi comunitari che consolidano prossimità relazionale e coesione di vicinato. La regolarità di appuntamenti come *ArtsLibris*, *Vinyl Fest* e *Petit Mercat de Mercats*, insieme a un'offerta commerciale centrata sul consumo quotidiano, testimonia la persistenza di un senso di appartenenza radicato: la popolazione residente continua a riconoscere nel mercato un luogo condiviso di valore simbolico e sociale. In questo senso, Sant Antoni e Santa Caterina esprimono una forma matura di infrastrutturazione relazionale, in cui la funzione economica del mercato si intreccia con una densa produzione simbolica e collettiva, generando valore pubblico attraverso pratiche progettuali co-disegnate e ancorate ai luoghi.



Figura 68 Souk El Tayeb, Beirut. Fonte: fotodi Souk el Tayeb.

4.7 Il sistema Souk el Tayeb, Beirut

Interpretazione e sintesi 8 Souk el Tayeb

Contesto Storico Urbanistico	Configurazione Fisica e Funzionale	Governance e Regolazione	Dinamiche Sociali, Economiche e Culturali

Fondato nel 2004 da Kamal Mouzawak, è il primo farmers' market del Libano, nato in un contesto di grave frammentazione post-bellica, perdita di autosufficienza agricola e forte dipendenza dalle importazioni; non si configura come un edificio singolo, ma come un sistema itinerante e policentrico, la cui analisi è stata condotta on desk a causa della crisi bellica del 2023-2024.	Si tratta di un'architettura "polinodale" che si è espansa in modo incrementale, includendo: 1) il mercato contadino settimanale (nucleo originario), 2) la rete "Tawlet" (dal 2009), cucine collettive a rotazione dove donne di diverse regioni (incluse rifugiate) preparano piatti tradizionali, 3) la rete "Beit" (dal 2015) di ospitalità diffusa, 4) "Dekenet" (2019), micro-botteghe di quartiere, e 5) "Matbakh El Kell" (2020), una cucina comunitaria nata per l'emergenza dell'esplosione del porto.	Il mercato è basato su una gestione comunitaria autonoma e un'auto-organizzazione solidale, la cui logica non è pianificata dall'alto; il fondatore Kamal Mouzawak, infatti, la descrive come una risposta adattiva ("survival") a un bisogno ("form follows function"), determinando una crescita che segue logiche "incrementali e adattive" e si configura come una "governance distribuita" emergente dal basso.	Rappresenta una "risposta civile" alla frammentazione, utilizzando il cibo come "linguaggio comune" per connettere comunità separate da confini religiosi e territoriali, dove la prossimità è intesa come densità di relazioni e coabitazione delle differenze; il sistema genera agency femminile, autonomia economica e riconoscimento sociale per gruppi marginalizzati, dimostrando estrema resilienza alle crisi (guerra 2006, pandemia, esplosione 2020) riconvertendo le cucine Tawlet in mense d'emergenza, tanto che Mouzawak lo definisce una "celebrazione della vita".

Prossimità	Cura	Sitopia	Misura

Principio relazionale come strumento politico per connettere comunità e abilitare funzione di accesso.	Cura come "pratica politica" di "riparazione del mondo" in un contesto di crisi strutturale.	Buona sitopia. Cibo valorizzato come linguaggio comune.	Rifiuto del tempo unico della crisi; uso della lentezza e della relazione come principio generativo.

lettura e sintesi

Souk el Tayeb trasforma il mercato in un'ecologia cooperativa e in uno strumento di risposta alle crisi che utilizza il cibo per la rigenerazione sociale in un contesto fragile; il pensiero e la struttura sembrano incarnare perfettamente un esempio di "pensiero meridiano" (Cassano, 2021), fondato su lentezza, ascolto e una razionalità relazionale, che dimostra la capacità di abitare la crisi trasformandola in una condizione generativa.

Figura 69
Rete di
Souk El Tayeb.
 Fonte: Souk El
 Tayeb



Tra i casi studio analizzati, Souk el Tayeb rappresenta l'unico per il quale non è stato possibile condurre un'indagine diretta sul campo. La scelta metodologica è stata quindi orientata verso un approccio on desk, basato su un ampio lavoro di analisi documentale, che ha compreso l'intero corpus di materiali prodotti dalla nascita del progetto fino a luglio 2025, integrato con fonti accademiche, istituzionali e giornalistiche di rilievo, e su un dialogo diretto con il fondatore del progetto, nonché con gli attori locali coinvolti nella gestione e nello sviluppo del mercato e dell'intero sistema di Souk el Tayeb. Tale impostazione si è resa necessaria a causa della crisi bellica che, a partire dall'ottobre 2023, ha colpito il Libano in seguito all'escalation del conflitto tra Israele e Hezbollah²¹. Pertanto, la ricerca è stata condotta attraverso la ricostruzione sistematica delle fonti e l'attivazione di ca-

²¹ Gli scontri, innescati dagli attacchi di Hezbollah contro le posizioni israeliane nel territorio conteso di Shebaa, hanno rapidamente assunto dimensioni regionali, culminando nell'invasione del Libano meridionale da parte dell'esercito israeliano nell'ottobre 2024. La progressiva intensificazione delle operazioni militari, che ha comportato bombardamenti estesi anche nell'area metropolitana di Beirut, l'eliminazione dei vertici politico-militari di Hezbollah e il collasso delle infrastrutture civili del Paese, ha determinato una condizione di instabilità diffusa e un rischio elevato per la sicurezza degli operatori stranieri.

nali di comunicazione con i protagonisti del progetto. In particolare, è stato possibile dialogare con i rappresentanti dell'associazione Souk el Tayeb e con il fondatore Kamal Mouzawak, la cui testimonianza diretta è stata raccolta attraverso un'intervista semistrutturata, che costituisce un documento chiave per comprendere la genesi, l'evoluzione e le implicazioni sociali e culturali del progetto, offrendo un punto di vista interno su un'esperienza che, nata in un contesto di crisi, rappresentava per chi scrive una delle più rilevanti pratiche di resilienza alimentare e di costruzione civica osservate nel Mediterraneo contemporaneo.

Figura 70
Souk el Tayeb.
Fonte: foto di
Nader Nabil

Souk el Tayeb: un mercato e un ecosistema civile di prossimità

L'esperienza di Souk el Tayeb emerge nel panorama libanese come una risposta civile alla frammentazione economica e culturale prodotta da decenni di guerra e disuguaglianze strutturali, in un Libano attraversato da discontinuità sociali e geografiche. Fondato nel 2004 da Kamal Mouzawak nel centro di Beirut, il progetto ha dato forma al primo farmers' market del Paese, costruito sull'idea che il cibo potesse diventare un linguaggio comune capace di connettere comunità separate da confini religiosi, sociali e territoriali. La sua genesi va quindi letta all'interno di un contesto segnato dalla perdita di autosufficienza agricola, dall'industrializzazione del sistema agroalimentare e da un'economia dipendente dalle importazioni (Mereatur, Mouzawak, & Lacourt, 2012). La sua crescita segue logiche incrementalì e adattive: reti di contadini, cooperative e cuochi locali danno vita a uno scam-



bio che unisce aree tradizionalmente separate, dalle montagne della Bekaa ai quartieri urbani della capitale. Souk el Tayeb restituisce al cibo la sua funzione originaria di mediazione tra territori e persone, tra economie formali e pratiche comunitarie, tra la memoria del conflitto e la possibilità di un futuro condiviso. In questa trama, il mercato agisce come spazio di interdipendenza e mutuo riconoscimento, dove il valore alimentare si intreccia con quello sociale e politico.

L'articolazione policentrica di Souk el Tayeb riflette una postura progettuale radicata nella prossimità: non intesa come vicinanza fisica o accessibilità logistica, bensì come densità di relazioni, coabitazione delle differenze, mutualismo e responsabilità condivisa. La rete di attività comprende un mercato settimanale itinerante di prodotti agricoli locali (farmers' market), un sistema di ristorazione sociale e multiculturale sotto il marchio "Tawlet", una guesthouse rurale fondata sui principi dell'agricoltura rigenerativa e dell'ospitalità solidale, programmi educativi per bambini e giovani, e numerose attività temporanee in risposta a crisi emergenziali, tra cui la trasformazione dei ristoranti in cucine comunitarie durante i conflitti. Questa configurazione multi-nodale genera forme ibride di cooperazione, attraversando ambiti molteplici: produzione, trasformazione, ospitalità, educazione, cittadinanza. La progettualità che ne deriva non è mai autoreferenziale, ma prende forma nella risposta a condizioni materiali e culturali complesse, agendo come piattaforma civica abilitante e adattiva.

L'analisi che segue si articola in tre sezioni, ciascuna dedicata a un asse interpretativo specifico. La prima ricostruisce la configurazione polinodale del sistema Souk el Tayeb, evidenziandone la logica reticolare e la dimensione interterritoriale. La seconda esplora la funzione del cibo come dispositivo civico, capace di attivare pratiche quotidiane di cura, resistenza e riconfigurazione del vivere insieme. La terza sezione riporta l'intervista con il fondatore di Souk El Tayeb.

Configurazione polinodale: farmers' market, cucine comunitarie, guesthouse rurali

Il sistema Souk el Tayeb si costituisce come una struttura polinodale in progressiva espansione, emersa per aggregazione successiva di iniziative distinte ma intimamente interconnesse, radicate nel contesto libanese e nelle sue tensioni socio-politiche, ambientali ed economiche. La sua genealogia si sviluppa attraverso una sequenza di attivazioni situate, in risposta a condizioni di crisi e di frammentazione, che hanno progressivamente generato una rete articolata di luoghi, funzioni e relazioni. Questo processo non ha seguito un disegno centralizzato né un piano prestabilito, ma si è configurato come un'ecologia progettuale in grado di mobilitare risorse latenti, valorizzare memorie locali e creare connessioni trans-territoriali attraverso il cibo. Il primo nucleo nasce nel 2004 con l'istituzione del mercato contadino Souk el Tayeb a Beirut: un'iniziativa pionieristica che, per la prima volta in Libano, propone un farmers' market fondato sulla vendita diretta da parte dei produttori rurali, sull'assenza di intermediazioni commerciali e sulla valorizzazione della diversità culturale attraverso il cibo. In un paese segnato dalla guerra civile, dalla compartimentazione religiosa e dalla disuguaglianza spaziale tra città e campagne, l'apertura di un mercato nella capitale assume fin da subito un significato fortemente politico: uno spazio in cui praticare la prossimità, risignificare il concetto di coabitazione e rendere visibili soggettività spesso marginalizzate. Fin dai primi anni, la sua forma si definisce attraverso la partecipazione diretta di micro-produttori provenienti da tutto il Libano, agricoltori sciiti del Sud, drusi del Monte Libano, contadini sunniti del Nord, cristiani maroniti della Bekaa, che trovano nel cibo un linguaggio condiviso capace di superare appartenenze e disuguaglianze. Il mercato si fonda su un principio chiaro: il produttore deve vendere in prima persona ciò che coltiva o trasforma, mantenendo integrità, tracciabilità e qualità dei prodotti. Questo criterio restituisce valore al lavoro contadino, indebolito da decenni di industrializzazione agricola e da politiche economiche dipendenti dalle importazioni. L'organizzazione del mercato segue criteri agroecologici e logiche cooperative, accompagnata da una gestione progettuale che unisce rigore e sensibilità: la regia complessiva non impone regole dall'alto, ma sostiene processi di responsabilità condivisa e di apprendimento reciproco. Dopo la guerra del 2006, il mercato contadino viene temporaneamente trasferito a Faqra, in un'area montana più sicura, dove la riattivazione delle vendite richiede un complesso coordinamento

Figura 71

Figura 72

**Tawlet Ammiq,
Bekaa Valley.**
Fonte: foto del
team di Souk el
Tayeb.

logistico e il coinvolgimento dei produttori locali. Questo spostamento, lungi dall'interrompere le attività, consolida la rete di fiducia, garantendo continuità di reddito ai piccoli agricoltori.

La rete *Tawlet* rappresenta l'evoluzione più significativa del sistema Souk el Tayeb, poiché traduce la logica del mercato in una pratica stabile di ospitalità, educazione e coesione territoriale. Inaugurata nel 2009 nel quartiere Mar Mikhael di Beirut e successivamente estesa ad Ammiq, Saida, Baalbek, Marj el Kokh e altri centri, *Tawlet* nasce come cucina collettiva a rotazione, dove donne provenienti da diverse regioni del Paese – contadine, rifugiate siriane e palestinesi, cuoche autodidatte – alternano la preparazione dei piatti secondo le proprie tradizioni culinarie. Il principio operativo di *Tawlet* è la rotazione settimanale di donne provenienti da diverse aree rurali del Libano, invitate a cucinare piatti tradizionali secondo le proprie ricette familiari, valorizzando i prodotti locali e raccontando le proprie storie. Ogni giornata è dedicata a una regione, e ogni menù diventa racconto, memoria, scambio. La struttura spaziale della cucina, aperta e senza separazioni tra chi prepara e chi mangia, rompe la distinzione tra produzione e consumo, trasformando l'atto del cucinare in un gesto pubblico e relazionale. In questo modo, ogni sede di *Tawlet* diventa un luogo di scambio interculturale, trasmissione orale, riconoscimento sociale e agency femminile. La cucina diventa un luogo in cui si articolano lavoro, cura, rappresentazione e dignità. Le donne coinvolte, tra cui molte con storie di migrazione forzata, precarietà economica o marginalizzazione confessionale, trovano nello spazio di *Tawlet* una piattaforma per attivare nuove forme di presenza pubbli-



ca e autonomia economica, attraverso una valorizzazione dei saperi domestici. Durante le crisi più gravi, come il lockdown pandemico del 2020 o l'esplosione al porto di Beirut, molte sedi sono state riconvertite in **cucine di emergenza** in grado di distribuire migliaia di pasti al giorno, diventando veri e propri hub civici alimentari, capaci di coniugare rapidità operativa e cura relazionale.

Nel 2015 è stato avviato il programma *Beit*, una rete di case di ospitalità diffuse – Beit Douma, Beit Ammiq, Beit el Qamar, Beit el Tawlet e Beit Hamra – che uniscono architetture vernacolari e tradizioni culinarie regionali. Ogni *Beit* è concepito come nodo territoriale in cui accoglienza, cucina e racconto convivono: spazi domestici restaurati dove il pasto diventa esperienza di trasmissione culturale e di turismo relazionale. Questo sistema di micro-ospitalità rafforza le economie rurali e consolida una forma di turismo responsabile, fondato sulla reciprocità e sulla continuità tra vita quotidiana e patrimonio territoriale.

Parallelamente, Souk el Tayeb ha attivato iniziative di educazione e capacitazione. *Food and Feast* è un format diffuso per la valorizzazione delle identità gastronomiche locali: festival rurali che coinvolgono amministrazioni e comunità per promuovere territori marginalizzati attraverso prodotti emblematici e narrazioni collettive. Il *Capacity Building Program* (CBP), avviato sotto il motto *Make Food, Not War*, opera come piattaforma educativa ibrida dedicata all'empowerment economico dei gruppi vulnerabili, con moduli di formazione culinaria, gestione micro-imprenditoriale e comunicazione strategica. Integrato nelle infrastrutture del mercato e delle cucine, il programma ha formato oltre trecento beneficiari, consolidando un modello di apprendimento situato e cooperativo che connette sapere pratico, autonomia produttiva e giustizia sociale. Nel 2019, con il collasso della lira libanese, Souk el Tayeb ha reagito lanciando *Dekenet*, una rete di micro-botteghe cittadine concepite per garantire accesso ai prodotti del mercato nei quartieri popolari, attraverso meccanismi di prezzo calmierato e distribuzione diretta. L'anno successivo, all'indomani dell'esplosione del porto di Beirut, è nata *Matbakh El Kell* ("la cucina di tutti"), inizialmente organizzata come mensa d'emergenza in collaborazione con World Central Kitchen, Chef José Andrés e Alfanar. In pochi giorni furono serviti migliaia di pasti, e nel tempo l'iniziativa si è trasformata in una cucina comunitaria permanente, divenendo simbolo di solidarietà alimentare. Durante la pandemia, il progetto *Atayeb Zaman* ha sostenuto la produzione artigianale femminile, promuovendo la trasformazione domestica di alimenti e la vendita diretta attraverso canali locali. A questo si è aggiunto *Tawlet el Hamra*, labo-

ratorio gastronomico e spazio di formazione rivolto a donne e giovani in condizioni di vulnerabilità, che combina apprendimento pratico, autonomia economica e cura collettiva.

Souk el Tayeb si presenta quindi come una costellazione di nodi progettuali radicati nei luoghi e intrecciati da relazioni di reciproca interdipendenza, dove il cibo agisce come linguaggio condiviso e dispositivo di connessione sociale. Attraverso questa trama si costruisce uno spazio civico diffuso, capace di tradurre la pluralità delle esperienze in un sistema cooperativo orientato alla cura e alla rigenerazione collettiva. Tale configurazione affronta le crisi sistemiche mediante la forza generativa di pratiche comunitarie fondate sulla cooperazione, sulla resilienza e sulla continuità delle relazioni che sostengono la vita quotidiana.

Cibo come risposta alle crisi

L'ideazione del Souk nel 2004, in un periodo di transizione verso economie speculative, si è posta come una contro-narrazione fondata su un'ecologia relazionale, capace di utilizzare il cibo come forza di trasformazione e materia viva del progetto. In questa prospettiva, il cibo cessa di essere un semplice bene di consumo per diventare una sostanza sociale che intreccia nutrimento, cultura e territorio, agendo come linguaggio operativo del Souk per trasformare la convivialità in progetto e la fragilità in rigenerazione. Il mercato urbano contadino ha così rifiutato la logica dell'iper-consumo globalizzato, promuovendo un luogo di visibilizzazione delle disuguaglianze ma anche di costruzione di mutualismo, dove i produttori diventano narratori di pratiche agroecologiche e saperi territoriali. Questa dimensione narrativa, fondamentale per ricostruire il legame tra soggetti, luoghi e memorie, si espande oltre il mercato nelle cucine comunitarie di Tawlet, nelle guesthouse rurali e nei circuiti educativi.

L'intreccio tra cibo e cittadinanza assume un carattere infrastrutturale evidente con l'acuirsi delle crisi successive, da quella siriana a quella finanziaria interna fino all'esplosione del porto nel 2020. In un contesto di progressiva abdicazione statale dalle funzioni di welfare, il cibo diventa un presidio vitale e un dispositivo civico capace di articolare forme di governance distribuita. Il sistema Souk el Tayeb si adatta alle condizioni emergenti, generando lavoro e risposte concrete ai bisogni alimentari, come la conversione delle cucine Tawlet in mense di emergenza capaci di produrre migliaia di pasti. In questo processo, le

donne cuoche, trasformando il cibo in racconto, praticano un'azione civica che genera nuova visibilità per le soggettività marginalizzate, spostandole dallo spazio domestico a uno spazio pubblico gastronomico. Il cibo, in quanto oggetto transcalare, permette la creazione di spazi ibridi, piattaforme di cooperazione tra produttori, cuoche, cittadini e volontari, dove la fiducia si costruisce attraverso la ritualità quotidiana. L'efficacia progettuale del Souk risiede nella capacità di istituzionalizzare un sistema di risposte plurali e adattive, agendo come mediatore tra fratture urbane e rurali, e configurandosi come una piattaforma di democrazia alimentare. Questo approccio, coerente con la visione del progetto come processo abilitante (Manzini, 2015) e con il pensiero meridiano (Cassano, 2021) che valorizza la cura e l'attenzione ai luoghi, utilizza il cibo come medium epistemico per rendere visibili le interdipendenze e orientare trasformazioni socio-spaziali, abitando la crisi come occasione per consolidare pratiche generative.

Figura 73

Figura 74

Piatti e preparazioni tipiche della rete di Souk el Tayeb.

Fonte: foto del team di Souk el Tayeb.



Intervista a Kamal Mouzawak: il progetto come celebrazione della vita

1) When Souk el Tayeb first began to take shape, what were the initial questions you asked yourselves, even before formally starting? What were you trying to understand, to transform, or perhaps simply to listen to?

Kamal: There were no questions – it was a garden show in its first edition that asked me (Kamal) to organize the food section, as I was “Mr. Food” in Lebanon (food writer and macrobiotic cuisine teacher) – so I gathered some 10 producers and we had a 5-day event that was successful – so I decided to go on with the same pattern, as a farmers market – that I called Souk El Tayeb, started June 10, 2004.

2) Throughout the history of Souk el Tayeb, each crisis has given rise to a new device. Many projects tend to stall in times of emergency. Yet you have consistently found new paths forward. What is the source of this resilience?

Kamal: It is just survival - u need to be reactive, creative, a fighter ... in times of need and problems.

3) What can Souk el Tayeb teach to those who design elsewhere—within contexts that may appear stable, yet are impoverished in meaning?”

Kamal: Main meaning is the importance of life – it is so precious that we need to do anything to sustain and nurture life.

4) Kamal Mouzawak often speaks of food as a language. What does Lebanese food communicate today?

Kamal: Others must answer better... how do they read Lebanese cuisine? For me (Kamal), it's a cuisine of the Eastern Mediterranean, of the sun, of mountains, of mixes, of diversity, of history...

5) What has surprised you the most along the way?

Something you didn't expect when the project began?

Kamal: How to create a project - and when created step back, look at the life it is taking and adapt accordingly.

6) If you had to describe the 'essence' of Souk el Tayeb in just a few words—what makes it what it is—what would you say?

Kamal: A celebration of life ... and what feeds it

7) Kamal, you began your journey as a designer. I'm particularly interested—as a designer myself—in how that background might have shaped the way Souk el Tayeb was conceived and evolved. Design seems to have played a role in the way Souk el Tayeb communicates, adapts, and creates meaningful connections. In your view, has any design-related thinking or background influenced how the project took shape and evolved?

Kamal: I studied graphic design – but never worked in it... it was a great study, as it brings both creativity and marketing together. For me, design is what Bauhaus is – the best design is where form follows function – where design is an answer to a need.

L'intervista realizzata con Kamal Mouzawak, fondatore di Souk el Tayeb, offre un accesso diretto a una forma di conoscenza situata, che affonda le radici in un'esperienza vissuta e trasformativa. Le sue parole, disadorne e radicalmente aderenti alla realtà, restituiscono una postura progettuale fondata sull'ascolto, sull'improvvisazione attiva e sull'adesione piena ai contesti di crisi come terreno generativo. L'inizio del mercato, come raccontato da Mouzawak, non è stato preceduto da una domanda o da un'analisi strategica, ma da un'occasione concreta: l'invito a curare la sezione gastronomica di una fiera. Da quel gesto iniziale, vissuto come risposta a una chiamata, ha preso forma un dispositivo relazionale che si è ampliato e articolato nel tempo secondo logiche non lineari. L'assenza di una progettazione preliminare si traduce in una prassi fondata sull'adattamento e sulla capacità di fare spazio all'emergere di forme di vita resilienti.

Alla domanda relativa alla capacità del progetto di rispondere in modo reattivo alle crisi, Mouzawak afferma con semplicità che si è trattato di una necessità di sopravvivenza, che implica creatività, reattività e determinazione. Questa risposta rivela una postura progettuale che

si colloca al di fuori di qualsiasi logica performativa: il progetto non è un piano da realizzare, ma una forma di vita che si trasforma costantemente per sostenere altra vita. Souk el Tayeb non è una risposta a un bisogno identificato a monte, bensì un dispositivo che si genera attraverso una relazione costante con le discontinuità del contesto. Ogni nuovo elemento – dal mercato alla cucina comunitaria, dalla guesthhouse alla bottega solidale – emerge come riformulazione situata, mai come implementazione lineare.

Il cibo, in questa visione, appare come un linguaggio affettivo e territoriale, che comunica mescolanza, radicamento, storia e ospitalità, dove la cucina libanese è definita come “una cucina del sole, delle montagne, della diversità”. Questa lettura riprende l’idea del cibo come spazio condiviso di costruzione civica, in cui la dimensione materiale dell’alimentazione si intreccia con quella relazionale, trasformando il nutrirsi in un gesto di convivenza e di ricomposizione dei legami nei territori segnati da disuguaglianze e distanze. È in questa direzione che l’intervista illumina un altro nodo critico: il progetto viene descritto come “una celebrazione della vita e di ciò che la nutre”, definizione che condensa l’intera filosofia di Souk el Tayeb in una prospettiva radicalmente meridiana (Cassano, 2021). Particolarmente rilevante risulta anche il riferimento al background formativo di Mouzawak come designer. Sebbene Kamal affermi di non aver mai esercitato professionalmente nel campo, la sua formazione in design, con una visione ispirata alla lezione del Bauhaus, in cui la forma segue la funzione, emerge come principio implicito nella logica del progetto. Ogni dispositivo progettuale si configura infatti come una risposta contestuale a un’esigenza concreta, rifiutando modelli precostituiti e favorendo invece una progettualità processuale, adattiva e relazionale. L’intervista costituisce dunque una fonte primaria preziosa, che conferma la natura non prescrittiva, non pianificata e profondamente relazionale di un progetto che prende forma nel tempo lungo traiettorie affettive, politiche e territoriali, generando dispositivi capaci di sostenere l’abitabilità, la differenza e la vita condivisa.

Souk el Tayeb: Riflessioni a margine

L'esperienza di Souk el Tayeb restituisce una configurazione progettuale fondata sulla relazione tra cibo, territorio e forme emergenti di prossimità civile. Interrogarlo alla luce delle categorie epistemologiche emerse nei capitoli precedenti significa spostare l'attenzione dalla morfologia spaziale all'ecologia delle relazioni. Come suggerisce Franco Cassano, il pensiero meridiano invita a orientare il progetto non lungo l'asse del dominio o dell'astrazione, ma secondo una grammatica di tempo e spazio fondata sulla lentezza, sulla permanenza, sulla responsabilità e sul radicamento (Cassano, 2021). Seguendo questo ragionamento, Souk el Tayeb si iscrive in una genealogia di pratiche meridiane che resistono alla disgregazione del legame sociale e generano configurazioni locali di cura, reciprocità e interazione civica. Il progetto qui non interviene come soluzione esterna, ma si manifesta nella forma di un processo di attivazione e accompagnamento, in cui le infrastrutture emergono come esiti di un fare condiviso e situato. Nel loro insieme, queste pratiche delineano una grammatica progettuale in cui il Sud diviene spazio epistemico e operativo, capace di produrre infrastrutture civiche resilienti, alleanze ecologiche e forme di autonomia interdipendente. Tali configurazioni aprono percorsi di ricerca inediti sul ruolo del design nei contesti fragili, suggerendo che l'attivazione di reti di prossimità, cura e interconnessione territoriale può costituire una traiettoria strategica per la costruzione di sistemi alimentari più giusti, sostenibili e conviventi. L'intero ecosistema progettuale si configura come una forma meridiana di progettualità, orientata dalla lentezza, dall'ascolto e dalla specificità territoriale. In questa direzione, Souk el Tayeb esprime una declinazione operativa del pensiero meridiano, attivando una razionalità relazionale che valorizza i saperi taciti, le economie affettive e le temporalità lente del vivere insieme (Cassano, 2021). L'insieme dei dispositivi attivati, mercato, cucina, narrazione, ospitalità, non genera modelli esportabili, ma ecologie di coesistenza situate, capaci di abitare le crisi senza cercarne l'elusione, ma trasformandole in condizioni generative. Souk el Tayeb appartiene dunque a una genealogia di pratiche meridiane che rigenerano i legami sociali attraverso la prossimità, la condivisione e la cooperazione, configurando un modello in cui il design agisce come processo abilitante e collettivo. L'azione progettuale non si impone dall'esterno, ma emerge come co-costruzione tra soggetti e territori, che evolve in risposta ai bisogni, alle crisi e alle possibilità del contesto.



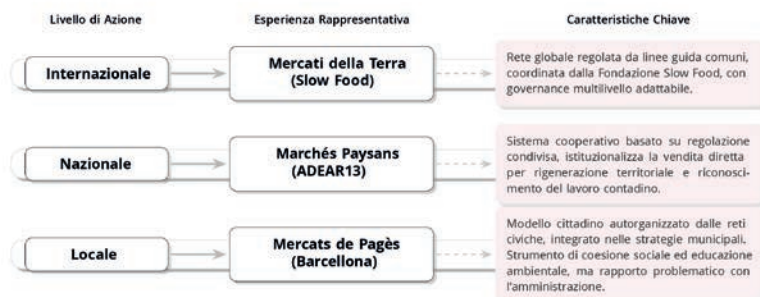
Figura 75 Calcots al mercato della terra di Slow Food, Barcellona. Fonte: foto di Slow Food Italia.

4.8 I Mercati della terra

Tra i casi analizzati, merita un approfondimento una categoria distinta di mercati che, pur appartenendo alla stessa genealogia del commercio alimentare locale, si colloca su un piano differente per struttura organizzativa, scala d'azione e composizione merceologica. Si tratta dei mercati contadini o anche mercati della terra, spesso promossi da reti associative o movimenti civici, che negli ultimi due decenni hanno ridefinito le modalità di relazione tra produttori e cittadini, costruendo spazi di scambio fondati su criteri di trasparenza, tracciabilità e responsabilità collettiva.

L'analisi si concentra su tre esperienze rappresentative, osservate secondo un approccio multiscalare che consente di distinguere tre livelli di azione e coordinamento. Alla **scala internazionale**, i *Mercati della Terra* di Slow Food configurano una rete globale regolata da un corpus di linee guida comuni e coordinata dalla Fondazione Slow Food per la Biodiversità, in cui il principio di prossimità viene tradotto in un modello di governance multilivello capace di adattarsi a contesti geografici e culturali differenti. Alla **scala nazionale**, i *Marchés Paysans* francesi regolamentati da **ADEAR13** sviluppano un sistema cooperativo fondato sulla regolazione condivisa tra organizzazioni agricole,

Figura 76
Selezione dei
casi studio,
mercati
contadini.
Fonte: elaborazione dell'autore



amministrazioni pubbliche e associazioni civiche, che istituzionalizza la vendita diretta come pratica di rigenerazione territoriale e riconoscimento del lavoro contadino. Alla **scala locale**, i *Mercats de Pagès* di Barcellona incarnano un modello cittadino di prossimità alimentare, autorganizzato dalle reti civiche e pienamente integrato nelle strategie municipali di transizione ecologica, dove la relazione diretta tra produttori e cittadini si traduce in uno strumento di coesione sociale e di educazione ambientale, ma dove il rapporto con l'amministrazione risulta problematico.

Questa lettura comparata delle tre scale permette di cogliere come un medesimo principio di giustizia alimentare e sostenibilità relazionale venga declinato attraverso forme diverse di governance, strumenti normativi e pratiche operative, delineando un sistema policentrico di buone pratiche che contribuisce alla costruzione di un'economia del cibo radicata nei territori. Per chiarire la struttura operativa e le relazioni che sostengono i diversi modelli di mercato, l'analisi è stata organizzata in forma di matrice. Questo strumento serve a leggere, in modo sintetico ma preciso, come si distribuiscono ruoli, interessi e responsabilità tra i soggetti coinvolti e quali risorse vengono attivate per mantenere il sistema in equilibrio. La matrice aiuta quindi a comprendere la logica interna di ciascun modello, mettendo in evidenza ciò che lo rende stabile, partecipato o fragile nel tempo.

A margine della lettura emergono alcune riflessioni di rilievo che riguardano la natura sistemica, relazionale e politica dei mercati contadini contemporanei. Le tre esperienze analizzate tracciano una geografia policentrica della sovranità alimentare, delineando un movimento convergente verso un'economia del cibo fondata sulla fiducia, sulla reciprocità e sulla permanenza delle relazioni che si manifesta sia a scala locale, che a scala nazionale, che a scala globale. A differenza di quanto analizzato nel contesto dei mercati alimentari tradizionali, i mercati contadini si manifestano come luoghi di intersezione tra produzione agricola, cittadinanza attiva e azione politica, in cui il valore si genera attraverso l'incontro, la parola e la continuità dei legami. In Francia la cooperazione assume forma istituita e condivisa, esprimendo un equilibrio maturo tra agricoltori, comunità e amministrazioni; in Catalogna la forza risiede nella mobilitazione civica e nella capacità di costruire alleanze dal basso; nel modello Slow Food la coerenza etica e culturale connette esperienze lontane entro una visione comune di giustizia alimentare. In tutti e 3 i casi, la prossimità emerge come principio politico e culturale, capace di unire territori differenti attraverso pratiche di corresponsabilità e apprendimento reciproco, generando economie radicate e relazioni che danno continuità alla vita dei luoghi.

I mercati de pagès di Barcellona

I *mercats de pagès* (mercati dei contadini) di Barcellona rappresentano un modello di filiera corta integralmente tracciabile, in cui agricoltori, trasformatori e produttori vendono direttamente i propri alimenti biologici, generando relazioni di fiducia e prossimità che sostengono la costruzione di una comunità alimentare consapevole. L'eliminazione degli intermediari rafforza la trasparenza economica, favorisce la giusta remunerazione del lavoro agricolo e consolida un'economia di scambio fondata sulla reciprocità e sulla cura del territorio. La rete cittadina è coordinata dalla Coordinadora de Mercats de Pagès de Barcelona, che riunisce tre principali entità promotrici: *Slow Food Barcelona*, *Menjador Ca la Rosa* e *Xarxa de Consum Solidari*. Queste organizzazioni gestiscono congiuntamente undici mercati distribuiti nei quartieri di Poble-Sec, Sants-Les Corts, Fort Pienc, Sagrada Família, Germanetes, La Sagrera, Guinardó, Ciutat Vella, Sant Antoni e Valcarca. La Coordinadora rappresenta oltre settanta piccoli produttori e artigiani agroecologici catalani, con un volume di vendite annuale superiore a 1,5 milioni di euro e circa diecimila clienti abituali²². I mercati si fondano su un insieme di valori condivisi: promuovere la sovranità alimentare urbana, sostenere la produzione locale a chilometro zero, garantire la giustizia economica lungo la filiera e ridurre lo spreco alimentare. Ogni mercato diventa un luogo di consumo consapevole e di educazione ambientale, in cui la cittadinanza partecipa ad attività formative, laboratori e iniziative comunitarie dedicate all'alimentazione sostenibile. Dal punto di vista istituzionale, i Mercats de Pagès sono pienamente allineati con i nove obiettivi strategici dell'Estratègia d'Alimentació Sostenible de Barcelona, che comprendono l'aumento della produzione e del consumo di alimenti locali e biologici, la promozione dell'agricoltura urbana e periurbana, la prevenzione dello spreco, la resilienza del sistema alimentare, la lotta ai cambiamenti climatici e la costruzione di relazioni eque tra tutti gli attori della catena alimentare. A livello internazionale, la rete dei mercati contadini di Barcellona aderisce alla World Farmers Markets Coalition, sostenuta da FAO e Unione Europea, posizionandosi all'interno di un movimento globale per la sostenibilità e la giustizia alimentare. Il modello, nato a partire dal 2014 con il Mercat de Germanetes e consolidatosi nel

22 Per ulteriori approfondimenti si rimanda a Coordinadora de Mercats de Pagès de Barcelona. (2024). Dossier Mercats de Pagès Barcelona 2024. Barcelona: Coordinadora de Mercats de Pagès de Barcelona. Recuperato da <https://agorapagesa.org/mercats>

2019 con la fondazione della Coordinadora, si è progressivamente affermato come movimento di cooperazione economica e sociale, capace di unire piccoli produttori, comunità locali e istituzioni in un'unica visione di città agroecologica.

I Mercats de Pagès sono riconosciuti come strumenti di prossimità e di transizione ecologica, ma restano marginali sul piano regolativo e finanziario. Il loro sviluppo dipende ancora dalla capacità delle reti civiche di autorganizzarsi, più che da un sostegno stabile delle istituzioni. Per questo, nell'aprile 2024, la Coordinadora ha organizzato una mobilitazione pubblica in occasione del decimo anniversario del Mercat de Germanetes, diffondendo il manifesto *És l'hora dels mercats de pagès*, che denuncia l'assenza di una cornice normativa adeguata per la vendita diretta e chiede un riconoscimento specifico di questi mercati come infrastrutture strategiche della sovranità alimentare urbana. Durante la manifestazione, i vertici dell'organizzazione hanno sottolineato la necessità di includere nei nuovi regolamenti comunali sui mercati ambulanti una sezione dedicata ai produttori agricoli, che tenga conto della loro condizione di contadini e trasformatori, non assimilabile al commercio al dettaglio tradizionale. Il manifesto presentato per l'occasione denuncia come l'attuale sistema alimentare globale, responsabile del 30% delle emissioni di gas serra, stia erodendo la fertilità dei suoli, inquinando acqua e aria e impoverendo la pagesia locale. Difendere i mercati contadini significa quindi sostenere un modello alimentare giusto, sostenibile e radicato nei territori.

L'intero movimento riafferma che la transizione ecologica passa attraverso la riconquista della sovranità alimentare urbana, basata su prossimità, relazioni e corresponsabilità tra chi produce e chi consuma. La tenuta dei *Mercats de Pagès* deriva dalla forza organizzativa delle reti civiche, che hanno trasformato l'assenza di sostegno pubblico in una condizione di autonomia politica e gestionale. La Coordinadora opera come struttura di rappresentanza collettiva capace di dare continuità, visibilità e coerenza al sistema, mantenendo vivo il legame tra produzione, cittadinanza e territorio. In questa dinamica, sembra quasi che il conflitto con l'amministrazione assuma un valore costruttivo, poiché evidenzia la capacità della rete di produrre governance dal basso e di ridefinire, nei fatti, la politica alimentare locale.

Tabella 2
Stakeholder
mapping, caso
dei Mercats de
Pagès.
 Fonte:
 Elaborazione
 dell'autore

Stakeholder	Interessi	Ruoli / Responsabilità	Risorse attivate
Coordinadora de Mercats de Pagès de Barcelona	Riconoscimento istituzionale; autonomia regolativa; consolidamento della rete cittadina	Coordinamento dei mercati; rappresentanza politica; redazione di manifesti e campagne pubbliche; negoziazione con il Comune e altre istituzioni	Volontariato civico; reti associative; strumenti comunicativi
Organizzazioni promotrici (Slow Food Barcelona, Menjador Ca la Rosa, Xarxa de Consum Solidari)	Gestione locale; promozione della sovranità alimentare; educazione alla sostenibilità	Organizzazione dei mercati; selezione dei produttori; animazione educativa e culturale; mediazione tra cittadinanza e produttori	Spazi pubblici; volontari; strumenti digitali e comunicativi
Produttori e artigiani agroecologici	Remunerazione equa; stabilità economica; riconoscimento sociale	Partecipazione settimanale; qualità e trasparenza delle produzioni; collaborazione alla gestione collettiva	Tempo; prodotti; competenze agricole; relazioni di fiducia
Comune di Barcellona	Gestione ordinaria dello spazio pubblico; controllo sanitario e commerciale; visibilità delle proprie politiche ambientali	Concessione di spazi; autorizzazioni; inserimento parziale nei programmi alimentari municipali; interlocuzione episodica con la rete civica	Concessione di Spazi e Strutture comunali
Cittadinanza e reti civiche	Accesso a cibo locale e sostenibile; partecipazione attiva; rafforzamento della comunità	Partecipazione alle attività; sostegno ai produttori; promozione delle istanze della rete; pressione pubblica sulle istituzioni	Tempo; capitale relazionale; reti associative e mediatiche

I Marchés Paysans dell'ADEAR13

L'esperienza dei Marchés Paysans promossa dall'ADEAR13 nel dipartimento delle Bouches-du-Rhône rappresenta una pratica di innovazione agroterritoriale fondata su prossimità, reciprocità e cooperazione tra produttori, cittadini e istituzioni. Avviata nel 2001, l'iniziativa prende forma dall'incontro tra la crisi della filiera ortofrutticola francese, la domanda crescente di alimenti locali da parte dei consumatori urbani e la volontà dei piccoli agricoltori di rafforzare la propria autonomia economica. Da questa convergenza emerge una rete di mercati contadini costruiti su valori di trasparenza, solidarietà e qualità alimentare, divenuta progressivamente un riferimento per le politiche di rigenerazione economica e sociale dei territori rurali e periurbani del Mediterraneo francese. Il primo mercato, realizzato nel quartiere Cours Julien di Marsiglia in collaborazione con l'associazione locale omonima, costituisce l'origine di un modello che ADEAR13 ha successivamente consolidato e formalizzato attraverso la *Guide de bonnes pratiques pour la mise en œuvre de marchés paysans*. Questo documento raccoglie un insieme di procedure, regole e strumenti di accompagnamento tecnico che permettono di attivare, gestire e mantenere mercati contadini coerenti con i principi dell'agriculture paysanne. Il modello descrive un sistema di vendita diretta settimanale, riservato ad agricoltori in attività principale, in cui la presenza personale del produttore garantisce autenticità, tracciabilità e relazione diretta con il pubblico.

Ogni mercato si basa su tre principi cardine: la composizione esclusiva di produttori agricoli, la condivisione di valori comuni legati all'agricoltura contadina e la gestione attraverso strutture professionali formalizzate. Questa triade sostiene la credibilità del sistema e ne favorisce la stabilità nel tempo. La governance dei mercati si fonda su una struttura tripartita composta da ADEAR13, dall'associazione civica locale e dall'amministrazione comunale. ADEAR13 cura le relazioni con i produttori, la selezione delle nuove adesioni e il rispetto del regolamento; l'associazione locale gestisce la comunicazione, le attività di animazione e i rapporti con la comunità; l'amministrazione garantisce autorizzazioni, concessioni e servizi logistici. La distribuzione delle funzioni genera un equilibrio tra dimensioni produttive, civiche e istituzionali e consolida un modello di gestione cooperativa orientato alla rigenerazione territoriale.

Principio
1. Promozione dell'agricoltura contadina locale
2. Remunerazione equa del lavoro agricolo
3. Prossimità territoriale tra città e campagna
4. Trasparenza nelle relazioni produttore-consumatore
5. Offerta di prodotti freschi e stagionali di alta qualità
6. Tutela ambientale attraverso pratiche agroecologiche
7. Difesa della sovranità alimentare

Tabella 3
La Charte des
marchés paysans
sintetizza i sette
principi fondativi
del modello.
 Fonte:
 elaborazione
 dell'autore

Il documento tecnico individua tre condizioni essenziali per l'avvio di un mercato: la formazione di un gruppo stabile di almeno dodici produttori motivati, l'attivazione di un partenariato locale fondato su un chiaro impegno politico e la scelta di un sito urbano accessibile e integrato nei flussi quotidiani. La progettazione della composizione merceologica distingue tra prodotti d'attrazione (pane, ortaggi, uova, formaggi), complementari (carni, miele, conserve) e secondari (piante aromatiche, fiori, spirulina), con l'obiettivo di garantire completezza, stagionalità e coerenza territoriale. La scelta del giorno e dell'orario del mercato è parte integrante della strategia: le aperture serali, ad esempio, intercettano i ritmi di consumo post-lavorativi e rafforzano la relazione tra mercato e vita quotidiana urbana.

Sul piano operativo, il regolamento interno, approvato in assemblea generale, stabilisce criteri precisi di accesso e permanenza: inclusione di soli agricoltori attivi, tracciabilità delle produzioni, presenza regolare, uso di materiali biodegradabili e partecipazione collettiva alla gestione. Ogni candidatura è valutata attraverso un iter articolato che prevede una visita in azienda, la discussione in assemblea e la deliberazione del consiglio direttivo di ADEAR13, seguita da un periodo di prova di un mese. Il regolamento valorizza la corresponsabilità tra i produttori, che partecipano attivamente alla definizione delle regole comuni e alla co-organizzazione delle attività pubbliche. Il mercato si sviluppa come luogo di scambio materiale e apprendimento reciproco, in cui il sapere agricolo diventa strumento di mediazione culturale. I produttori condividono conoscenze su metodi di coltivazione e pratiche alimentari, trasformando la relazione di vendita in occasione pedagogica. Le attività di animazione stagionale, i pannelli informativi e i materiali visivi rafforzano l'identità collettiva e costruiscono riconoscimento nel tempo. La fidelizzazione dei consumatori è un proces-

so graduale, frutto della costanza dei produttori e della qualità delle relazioni instaurate. La *Guide de bonnes pratiques* include due esempi emblematici: il Marché Paysan du Cours Julien a Marsiglia e il Marché Paysan de La Gavotte ai Pennes-Mirabeau. Il primo rappresenta una governance tripartita pienamente consolidata, nella quale ADEAR13, l'Associazione Cours Julien e il Comune di Marsiglia cooperano attraverso una convenzione formale che definisce ruoli e responsabilità. L'organizzazione agricola presidia la qualità produttiva e la regolazione; l'associazione locale gestisce comunicazione e logistica; l'amministrazione fornisce il quadro normativo e le autorizzazioni. Questa configurazione ha favorito una crescita costante: da dodici a ventinove produttori in dieci anni, con oltre duemila frequentatori settimanali. Il Marché Paysan de La Gavotte, avviato nel 2005, adotta invece una governance a forte coinvolgimento pubblico, basata su una collaborazione diretta tra Comune e ADEAR13. Il processo di attivazione è stato promosso da una volontà politica esplicita e si è sviluppato attraverso incontri tecnici e consultazioni con i produttori, fino a definire una convenzione che attribuisce ad ADEAR13 il coordinamento delle attività produttive e al Comune la gestione amministrativa e logistica. La scelta di un sito periferico, ma facilmente accessibile, ha favorito l'affluenza e la stabilità nel tempo, con circa cinquecento visitatori settimanali e un gruppo stabile di diciotto produttori. L'esperienza dimostra la capacità del partenariato istituzionale di generare fiducia, integrare attori diversi e sostenere nel lungo periodo mercati di scala intermedia.

Entrambi i casi sottolineano l'importanza delle convenzioni operative come strumenti di regolazione condivisa. La formalizzazione degli impegni favorisce la trasparenza, riduce le conflittualità e consolida un patto territoriale riconosciuto dalle istituzioni. ADEAR13 svolge un ruolo di coordinamento tecnico e politico, accompagnando i produttori, facilitando la comunicazione tra gli attori e sostenendo percorsi di formazione continua. L'organizzazione agisce come piattaforma abilitante per la riproduzione del modello in nuovi contesti, mantenendo coerenza valoriale e adattabilità locale. A partire dall'analisi dei documenti programmatici dell'ADEAR13 e dei due casi studio di Marsiglia e de La Gavotte, il lavoro di ricerca ha sintetizzato la struttura relazionale del modello in una matrice stakeholder-interessi-ruoli, concepita come strumento interpretativo per leggere la distribuzione di responsabilità, risorse e metriche all'interno del sistema dei Marchés Paysans. La matrice evidenzia come la sostenibilità del modello dipenda dall'interazione dinamica tra cinque categorie di attori principali: produttori, ADEAR13, associazioni di quartiere, amministrazioni comunali e consumatori. Ciascun gruppo attiva risorse specifiche e partecipa a differenti livelli di governance, contribuendo alla costruzione collettiva di valore economico, sociale e territoriale.

Stakeholder	Interessi	Ruoli / Responsabilità	Risorse attivate
Produttori (gruppo e referenti)	Remunerazione equa; stabilità di vendita; riconoscimento	Governance di mercato; assiduità; trasparenza; animazioni	Tempo; prodotti; know-how; reti
ADEAR13	Qualità del modello; coerenza valoriale	Regolamento; procedure d'ingresso; visite tra pari; supporto amministrativo	Animateurs; modelli; reti agricole
Associazione di quartiere	Vitalità urbana; coesione	Comunicazione; animazioni; interfaccia con Comune	Volontari; media locali; spazio relazionale
Comune	Servizio pubblico; attrattività	Autorizzazioni; servizi; gestione dello spazio pubblico	Spazi; logistica; segnaletica
Consumatori	Qualità; prossimità; fiducia	Partecipazione; feedback	Tempo; acquisti; relazioni

Tabella 4
Stakeholder mapping, caso ADEAR13.Fonte: Elaborazione dell'autore

Figura 77
Charte dei Marché Paysan.Fonte: Adear13



Les marchés paysans de l'ADEAR13 permettent à des producteurs autonomes de vivre élargement de leur métier en proposant des produits frais, locaux, de saison et de qualité à des consommateurs responsables. Ce sont des lieux de convivialité et de rencontre où l'échange est favorisé, notamment par une pédagogie alimentaire et une communication accrues entre producteurs et consommateurs.

Un modèle d'agriculture et de défense par une transparence dans les modes de production par la valorisation de pratiques agricoles inscrites dans une démarche d'agriculture paysanne.



Favoriser l'installation et la résilience du paysan

Le marché paysan est un modèle innovant de commercialisation et de lien social entre producteurs et consommateurs. Ce modèle de commercialisation permet de rendre plus visible le travail des paysans, d'être associé à un réseau solide qui leur permet de produire.

Le marché paysan est un modèle innovant de commercialisation et de lien social entre producteurs et consommateurs. Ce modèle de commercialisation permet de rendre plus visible le travail des paysans, d'être associé à un réseau solide qui leur permet de produire.

Pratiquer une relation équitable et transparente entre producteurs et consommateurs

Le marché paysan permet une reconnaissance du travail des producteurs et des consommateurs. C'est un lieu de rencontre et de dialogue entre producteurs et consommateurs. C'est un lieu de rencontre et de dialogue entre producteurs et consommateurs.

Respecter l'environnement et promouvoir les énergies vertes

Les producteurs des marchés paysans sont engagés dans une démarche d'agriculture paysanne. Ils sont engagés dans une démarche d'agriculture paysanne. Ils sont engagés dans une démarche d'agriculture paysanne.

Assurer la traçabilité des produits

Le marché paysan est un modèle innovant de commercialisation et de lien social entre producteurs et consommateurs. Ce modèle de commercialisation permet de rendre plus visible le travail des paysans, d'être associé à un réseau solide qui leur permet de produire.

Citer un lieu régulier de rencontre et de convivialité entre producteurs et consommateurs

Chaque semaine, le marché paysan rassemble les producteurs et les consommateurs. C'est un lieu de rencontre et de dialogue entre producteurs et consommateurs.

Offrir un lieu régulier de rencontre et de convivialité entre producteurs et consommateurs

Chaque semaine, le marché paysan rassemble les producteurs et les consommateurs. C'est un lieu de rencontre et de dialogue entre producteurs et consommateurs.

Offrir un lieu régulier de rencontre et de convivialité entre producteurs et consommateurs

Chaque semaine, le marché paysan rassemble les producteurs et les consommateurs. C'est un lieu de rencontre et de dialogue entre producteurs et consommateurs.

Offrir un lieu régulier de rencontre et de convivialité entre producteurs et consommateurs

Chaque semaine, le marché paysan rassemble les producteurs et les consommateurs. C'est un lieu de rencontre et de dialogue entre producteurs et consommateurs.

Offrir un lieu régulier de rencontre et de convivialité entre producteurs et consommateurs

Chaque semaine, le marché paysan rassemble les producteurs et les consommateurs. C'est un lieu de rencontre et de dialogue entre producteurs et consommateurs.

Offrir un lieu régulier de rencontre et de convivialité entre producteurs et consommateurs

Chaque semaine, le marché paysan rassemble les producteurs et les consommateurs. C'est un lieu de rencontre et de dialogue entre producteurs et consommateurs.

Offrir un lieu régulier de rencontre et de convivialité entre producteurs et consommateurs

Chaque semaine, le marché paysan rassemble les producteurs et les consommateurs. C'est un lieu de rencontre et de dialogue entre producteurs et consommateurs.

Offrir un lieu régulier de rencontre et de convivialité entre producteurs et consommateurs

Chaque semaine, le marché paysan rassemble les producteurs et les consommateurs. C'est un lieu de rencontre et de dialogue entre producteurs et consommateurs.

I Mercati della Terra di Slow Food

Nato nel 2004 e consolidato attraverso il Congresso Internazionale di Chengdu del 2017, il modello articola una rete internazionale di mercati regolati da un corpus di linee guida comuni, gestiti autonomamente dalle comunità Slow Food locali ma coordinati dalla Fondazione Slow Food per la Biodiversità. Questa architettura multi-livello integra dimensione locale, nazionale e globale, generando un sistema capace di adattarsi a differenti contesti geografici e sociali mantenendo coerenza valoriale e operativa. La struttura di governance del progetto si articola su tre livelli strettamente connessi e complementari. A livello internazionale, la Fondazione Slow Food definisce le linee guida generali, approva le nuove adesioni, garantisce la coerenza con i principi fondativi e coordina le attività di comunicazione e formazione. Sul piano nazionale, le associazioni Slow Food gestiscono operativamente i mercati, curano l'uso del marchio, raccolgono e analizzano i dati, organizzano eventi di rete e assicurano la continuità dei criteri condivisi. Nella dimensione locale, le comunità Slow Food, formate da produttori, cittadini, associazioni e amministrazioni, esercitano la responsabilità diretta dell'organizzazione, selezionano i produttori, pianificano le attività educative e redigono annualmente l'impact report, che restituisce gli esiti sociali, ambientali ed economici del mercato. L'intero sistema, concepito in chiave policentrica, favorisce quindi un equilibrio dinamico tra autonomia territoriale e coordinamento sovralocale, sostenuto da processi di accompagnamento, monitoraggio e apprendimento continuo. La dimensione operativa del modello si fonda su un insieme di regole pratiche che assicurano coerenza, tracciabilità e qualità diffusa. Ogni mercato deve coinvolgere almeno dieci produttori, garantire appuntamenti ricorrenti, preferibilmente a cadenza settimanale o mensile, e offrire un assortimento completo di beni alimentari destinati al consumo quotidiano, comprendendo ortofrutta, pane, latticini, carne, uova e conserve, selezionati in base a criteri di prossimità territoriale e sostenibilità produttiva. L'accesso è riservato ai produttori diretti, con ammissioni circoscritte a piccoli trasformatori e artigiani che operano in coerenza con le filiere agroalimentari locali. Le pratiche di vendita si basano sulla relazione diretta tra chi produce e chi acquista, sull'obbligo di trasparenza rispetto a prezzi, metodi e provenienza delle materie prime e sull'impiego esclusivo di materiali compostabili o riutilizzabili, in linea con i principi di responsabilità ambientale e circolarità delle risorse. Ogni mercato opera anche come spazio di educazione alimentare, dove la dimensio-

Tabella 5
Stakeholder
mapping, caso
Slow Food.
 Fonte:
 Elaborazione
 dell'autore

Stakeholder	Interessi	Ruoli / Responsabilità	Risorse attivate
Fondazione Slow Food per la Biodiversità	Coerenza globale del modello; diffusione dei principi del movimento; monitoraggio della rete internazionale	Definizione linee guida; approvazione candidature; coordinamento comunicazione e formazione; raccolta dati globali	Staff tecnico; reti internazionali; piattaforme digitali
Associazioni Slow Food nazionali	Gestione operativa e reputazionale del marchio; sviluppo della rete territoriale	Supervisione mercati; supporto amministrativo; raccolta dati; promozione e coordinamento eventi	Coordinatori nazionali; database; strumenti di comunicazione
Comunità locali Slow Food (produttori, cittadini, enti locali)	Radicamento territoriale; valorizzazione dei produttori locali; educazione alimentare	Organizzazione mercato; selezione produttori; pianificazione attività formative; redazione impact report	Volontari; contributi locali; infrastrutture di mercato
Produttori agricoli e artigiani	Remunerazione equa; riconoscimento; stabilità	Partecipazione costante; qualità dei prodotti; trasparenza informativa	Prodotti; tempo; relazioni con comunità
Cittadini / consumatori	Fiducia; qualità; partecipazione civica	Partecipazione alle attività; feedback; advocacy territoriale	Tempo; contributi; reti civiche

ne commerciale si intreccia con quella formativa. Le linee guida prevedono la realizzazione periodica di attività didattiche e partecipative, tra cui laboratori del gusto, dimostrazioni culinarie, percorsi dedicati alle scuole e iniziative pubbliche di divulgazione e confronto. Tali pratiche hanno l'obiettivo di tradurre i principi di Slow Food in esperienze concrete di apprendimento collettivo, favorendo una cultura alimentare radicata nella stagionalità, nella biodiversità e nel piacere consapevole del cibo. Sul piano politico, i Mercati della Terra esprimono la visione di Slow Food secondo cui ogni gesto di acquisto rappresenta una scelta consapevole e collettiva. Ogni scambio diventa un atto di orientamento etico, ecologico e sociale che ricompone il legame tra produzione e consumo attraverso filiere corte, relazioni dirette e processi di redistribuzione equa del valore. Il mercato traduce i principi globali del movimento, tra cui biodiversità, giustizia alimentare e dignità del lavoro agricolo, in pratiche territoriali concrete e verificabili. L'adesione al progetto comporta l'impegno formale a partecipare alle campagne internazionali, come Arca del Gusto o Orti in Africa, e a de-

Figura 78
Mappa dei
mercati della
terra di Slow
Food nel
mondo.
 Fonte: Slow
 Food Italia

stinare una parte delle attività a iniziative di solidarietà, raccolta fondi e sostegno a progetti di comunità. Dal punto di vista della rete internazionale, il modello presenta una struttura aperta e adattiva. Ogni mercato locale si integra in una rete globale riconosciuta ufficialmente e aggiornata attraverso il portale della Fondazione Slow Food. Le esperienze possono differire per scala e configurazione, includendo mercati urbani stabili, rionali, coperti, rurali o itineranti, ma condividono la stessa architettura gestionale e criteri comuni di selezione. La diversità territoriale alimenta la coerenza complessiva, generando un mosaico di pratiche che rafforza la capacità di adattamento e la tenuta del sistema. La varietà culturale e produttiva diventa un principio generativo, capace di connettere esperienze agricole, sociali e civiche di paesi diversi entro un medesimo orizzonte valoriale. Dal punto di vista progettuale, l'attivazione di un nuovo mercato segue una procedura formale articolata e progressiva. Il percorso inizia con la candidatura alla Fondazione Slow Food, prosegue con la verifica di coerenza da parte del coordinamento nazionale e culmina con l'approvazione del Comitato Esecutivo Internazionale, che sancisce la nascita della comunità locale. A questa fase fa seguito la definizione di un piano di gestione condiviso, che comprende il regolamento operativo, il sistema di selezione dei produttori, il calendario delle attività e la composizione del Comitato di Gestione del Mercato. Quest'ultimo assume la responsabilità del monitoraggio costante e del dialogo con istituzioni, partner territoriali e reti di supporto, garantendo continuità organizzativa e adesione ai principi costitutivi del progetto. La comunicazione del progetto adotta un marchio unitario, rappresentato dalla chiocciola Slow Food accompagnata dalla dicitura "Mercato della Terra", che identifica ogni iniziativa come parte integrante della rete globale. Il marchio, concesso in uso triennale e rinnovabile, è associato a criteri di coerenza, partecipazione e trasparenza. La sua funzione è collettiva e reputazionale: attesta la qualità relazionale del mercato e la sua appartenenza al sistema Slow Food, mantenendo un valore simbolico e civico, non commerciale.



Slow Food: Mercat de la Terra di Barcellona

Il *Mercat de la Terra* di Barcellona nasce nel 2015 su impulso di Slow Food Barcellona, da un'osservazione semplice e al tempo stesso strutturale: in una città dalla forte tradizione mercatale, mancava uno spazio che restituisse visibilità all'agricoltura locale e alle relazioni dirette tra produttori e cittadini. L'intuizione prende forma nel quartiere di Poble-Sec, un'area priva di un proprio mercato rionale e caratterizzata da una composizione sociale mista, con una popolazione residente stabile, nuovi abitanti attratti dalla vitalità culturale e una rete attiva di associazioni di quartiere. Le ricerche sul campo condotte al Mercat de la Terra di Barcellona, sito nei Jardins de les Tres Xemeneies a Poble sec, ha permesso di analizzare le applicazioni e le implicazioni del sistema dei mercati della terra. Il mercato si tiene ogni sabato dalle 9.00 alle 15.00. L'assetto spaziale del Mercat esprime una chiara intenzione progettuale, per cui la disposizione dei banchi, organizzata in modo centripeto, crea uno spazio centrale destinato all'incontro, alla degustazione e alle attività educative. Il dialogo tra produttori e consumatori è al centro di tutto: si parla, si assaggia, ci si scambia consigli. Questo rapporto diretto crea fiducia, perché le persone sanno da dove viene il cibo che comprano. I laboratori del gusto e le preparazioni di piatti tradizionali, come le *calçotades* o le *paellas* cucinate insieme, trasformano il cibo in uno strumento per imparare e riscoprire la cultura locale. Il mercato è frequentato da persone diverse, residenti del quartiere, famiglie e clienti abituali, a dimostrazione di quanto sia ben radicato nella vita della città. La sua posizione, vicino alla stazione della metropolitana di Paral·lel, lo rende facile da raggiungere per tutti. Il modello organizzativo è un esempio di collaborazione tra pubblico e privato, per cui i fondi arrivano sia dal Comune, sia dalle quote dei produttori e dalla gestione stessa del mercato. Questo sistema misto garantisce sostenibilità e un senso di responsabilità condivisa.

L'osservazione diretta mette in luce come la convivialità rappresenti l'elemento strutturale del sistema, capace di generare capitale relazionale e senso di appartenenza in un contesto metropolitano denso. Il progetto sostiene l'economia locale creando canali commerciali diretti per piccoli produttori esclusi dai circuiti convenzionali, mentre tutela la biodiversità agroalimentare valorizzando ecotipi locali, saperi artigianali e filiere tradizionali. Questa interconnessione mantiene viva e operante la relazione tra economia, ecologia e tessuto sociale, dimostrando la praticabilità di modelli alternativi.

4.9 Una lettura comparata dei casi studio analizzati

La lettura comparativa dei mercati analizzati restituisce un quadro articolato delle traiettorie di trasformazione che attraversano il mercato alimentare mediterraneo. La linea di fondo mette in evidenza una medesima matrice mediterranea che alimenta grammatiche del cibo basate su prossimità relazionale, continuità d'uso e memoria, e che toglie ambiguità al nesso tra spazio, pratiche e istituzioni. Emergono quattro famiglie di mercato: i mercati storici in transizione turistica (Vucciria, Capo, Pescheria); il mercato coperto di nuova ristrutturazione di matrice top-down (Zaera); la rete municipale integrata e programmata (Barcellona); i sistemi civico-contadini globali (Mercati della Terra, Mercats de Pagès, Marchés Paysans) fino al caso esteso e policentrico di Souk el Tayeb, che trasforma il mercato in ecologia cooperativa capace di rispondere a crisi strutturali.

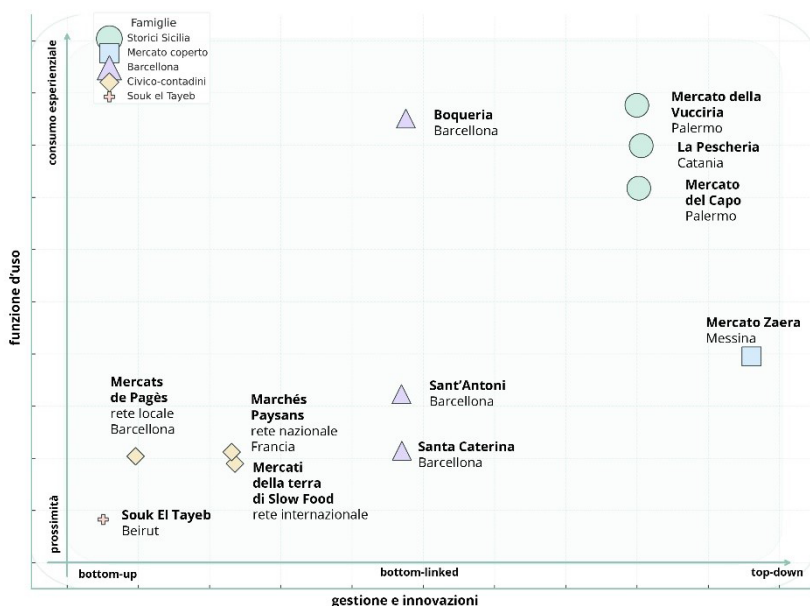
Nei mercati di Palermo e Catania, la porosità strutturale e la persistenza delle reti interpersonali sostengono una prossimità fragile, in cui la convivialità evolve verso il consumo esperienziale, ridefinendo lo scenario economico-simbolico. L'impatto turistico, pur generando visibilità, costringe gli operatori storici a rinegoziare le pratiche, trasformando la relazione fiduciaria in un arbitrato continuo tra autenticità e sostenibilità. Nel mercato Zaera di Messina, il rinnovamento architettonico impone un linguaggio formale e normativo che garantisce sicurezza, faticando tuttavia a ricostituire la densità relazionale generata spontaneamente negli spazi di strada dall'intreccio di corpi e memorie. Tale scarto palesa i limiti delle innovazioni di matrice esclusivamente top-down. Barcellona adotta un modello di governance bottom-linked, dove la regia municipale dialoga con le reti civiche, traducendo la pianificazione in processo adattivo e partecipato. Questo approccio ha prodotto esiti significativi a Santa Caterina e Sant'Antoni, combinando recupero architettonico e programmazione sociale per restituire spazi di prossimità abitati. La Boqueria, al contrario, evidenzia il punto critico di tale equilibrio: l'eccessiva pressione turistico-commerciale ne ha snaturato la funzione quotidiana, spettacolarizzando il luogo ed erodendo la presenza di residenti e piccoli venditori. L'analisi empirica evidenzia che la sopravvivenza del mercato,

quale servizio di prossimità e presidio identitario, postula un'innovazione ancorata alle relazioni locali e coadiuvata da una regia pubblica. Questa deve moderare le dinamiche estrattive turistiche, favorendo una cittadinanza alimentare condivisa rispetto alla mera estetizzazione del consumo. Le esperienze civico-contadine, come i Mercati della Terra, i Mercats de Pagès e i Marchés Paysans, trasformano la prossimità in azione collettiva, dove filiera corta, trasparenza e contatto diretto produttore-consumatore rigenerano legami, istituendo economie morali e governance partecipata che radicano la sostenibilità. Souk el Tayeb rappresenta un'evoluzione di tale traiettoria verso un'ecologia cooperativa, integrando produzione agricola, formazione, ospitalità e solidarietà alimentare. Nei contesti di crisi, il cibo opera come vettore di coesione e autonomia, manifestando il potenziale trasformativo del progetto se radicato nella vita quotidiana e nella cura dei luoghi. La vitalità dei mercati risiede quindi nel mantenimento dell'equilibrio tra economia e relazione, assumendo la prossimità quale principio operativo concreto, distante dalla sua riduzione a retorica identitaria. La turistificazione, sintomo di un'economia urbana orientata al consumo dei luoghi piuttosto che all'abitarli, offre parallelamente l'opportunità di rimodulare i modelli di gestione, orientando le politiche alimentari verso la co-governance e il radicamento territoriale. Laddove questo equilibrio fallisce, come nelle aree di saturazione turistica, il mercato si degrada a mera superficie di consumo perdendo la sua funzione civica; viceversa, una governance efficace nel connettere istituzioni, pratiche e comunità preserva il mercato quale spazio pubblico di apprendimento, lavoro e cura. In questa tensione risiede una sfida decisiva per le città mediterranee: custodire la prossimità quale valore politico e progettuale, capace di resistere alla logica estrattiva della visibilità e di restituire ai mercati la loro dimensione abitata, condivisa e generativa. Custodire la prossimità implica il sostegno a sistemi economici territorialmente radicati, fondati su interdipendenze reali, dove la filiera alimentare (produzione, distribuzione, consumo) costituisce un ecosistema sociale unitario. Impone inoltre la valorizzazione della conoscenza esperta incorporata nei gesti, nelle relazioni fiduciarie e nelle pratiche di scambio che strutturano i mercati, riconoscendone la funzione pubblica e il contributo alla coesione urbana.

La matrice che segue, elaborata come sintesi dell'analisi condotta in questa sede, offre una lettura strategica chiara delle dinamiche dei mercati, posizionando i vari casi studio come risultato diretto della loro valutazione rispetto ai due assi principali. Lo schema articola la discussione incrociando l'asse verticale della Funzione d'Uso, che spazia dalla Prossimità (la funzione di vicinato e quotidiana) al Consumo Esperienziale (la fruizione turistica o spettacolarizzata), con

Figura 79
Matrice
dell'interpretazione dei casi studio.Fonte: elaborazione dell'autore

Tabella 6
Tabella comparativa dei casi studio analizzati
Fonte: elaborazione dell'autore



l'asse orizzontale della Gestione e Innovazioni, che muove dalle logiche Bottom-up (autorganizzate dalla comunità) a quelle Top-down (pianificate dall'alto), includendo un modello intermedio definito bottom-linked. Osservando la disposizione dei punti, emerge come i Mercati Storici della Sicilia (Vucciria, Capo, La Pescheria) si collochino prevalentemente nella parte alta del grafico, evidenziando una forte tendenza verso il consumo esperienziale e spettacolarizzato, con il caso specifico del Mercato Zaera a Messina che si posiziona nell'area top-down, esemplificando i limiti di una pianificazione calata dall'alto. All'estremo opposto, i Sistemi Civico-Contadini, che includono esperienze come il Souk el Tayeb di Beirut, i Mercats de Pagès o i Mercati della Terra di Slow Food, occupano saldamente il quadrante che combina massima Prossimità e approccio Bottom-up, confermando come la vitalità e la coesione sociale di questi luoghi derivino direttamente dall'autorganizzazione delle reti civiche che li animano. I mercati di Barcellona si distribuiscono in modo interessante lungo l'asse verticale del "bottom-linked", mostrando esiti differenti: Sant Antoni e Santa Caterina appaiono come modelli di successo capaci di recuperare e valorizzare la dimensione della prossimità, al contrario della celebre Boqueria, la quale si sposta decisamente verso l'alto nell'area del consumo esperienziale, simboleggiando una perdita della sua originaria funzione civica e quotidiana a causa dell'eccessiva pressione turistica. Il quadro d'insieme che emerge da questa mappatura qualitativa offre una base di riflessione per le analisi che verranno sviluppate nei capitoli successivi.

Caso studio	Luo- go	Tipolo- gia	Contesto urbano e morfologico	Dimensione socio-relazio- nale	Modello di governance e gestione	Dinamiche di trasformazione	Sintesi interpre- tativa
Mercato del Capo	PA	Mercato storico all'aper- to	Trama medievale radicata lungo via Porta Carini; struttura lineare e densa di vicoli con permanenza della morfologia originaria	Reti familiari, intergenerazio- nali, prossimità affettiva, scam- bio fiduciario e linguaggio rituale (abban- nata)	Gestione mu- nicipale mista, controllo formale con forte presenza di pratiche informali e autogestione quotidiana	Progressiva apertura turisti- ca e linguistica; ibridazione tra prossimità lo- cale e consumo esperienziale	Persistenza delle pratiche vernacolari come forma di resi- stenza culturale entro un quadro di turisticazione controllata
Mercato della Vucciria	PA	Mercato storico all'aper- to	Quartiere della Loggia, struttura urbana antica con continuità del tessuto edili- zio ma contrazio- ne funzionale	Spazio simboli- co e immagina- rio collettivo, polarizzato tra memoria mer- catale e consu- mo notturno	Gestione fram- mentata, con attività sponta- nee e controllo amministrativo parziale	Riduzione della funzione ali- mentare diurna e crescita della movida serale	Esemplifica la trasformazione da luogo di prossimità a pal- coscenico turisti- co-esperienziale
Mercato Zaera	ME	Mercato storico coperto	Edificio contem- poraneo in accia- io e calcestruzzo, due livelli, scarsa permeabilità con il contesto	Relazioni di quartiere inde- bolite, presen- za discontinua di operatori	Gestione co- munale diretta; coordinamento amministrati- vo debole e partecipazione limitata	Parziale falli- mento del pro- getto "Mercati Verdi"; criticità igieniche e ges- tionali	Caso di scarto tra intenzione ecologica e pra- tica gestionale; evidenzia i limiti del top-down planning
La Pescheria	CT	Mercato storico all'aper- to	Struttura otto- centesca in tun- nel e corti adiacenti alle mura di Carlo V; prossimità al porto	Comunità mi- sta di pescatori, commercianti e ristoratori; relazioni rituali e identità ma- rina	Gestione mu- nicipale mista con forte pre- senza di prati- che autonome e tradizionali	Ibridazione tra filiera ittica e ristorazione turistica; cresci- ta del consumo estetizzato	Esempio di ecotono urbano dove la dimensio- ne produttiva si fonde con la frui- zione turistica
Mercat de la Boqueria	BCN	Mercato storico coperto	Struttura otto- centesca in ferro e vetro lungo la Rambla, integra- ta nel tessuto centrale	Alta densità di visitatori, relazioni me- diatiche e turi- stiche, funzione spettacolare	Gestione IMMB con governance multilivello e partecipazione di comitati di civici	Eccesso di pre- sione turistica e strategie di contenimento istituzionale	Simbolo della tensione tra glo- balizzazione ali- mentare e tutela della prossimità
Mercat de Santa Caterina	BCN	Mercato storico rigene- rato	Architettura contemporanea EMBT, copertura ceramica ondula- ta; integrazione con il quartiere	Reti civiche e nuove forme di convivenza urbana	Gestione IMMB con governance multilivello, supportata da associazioni di quartiere	Rigenerazione architettonica come dispositi- vo di coesione sociale	Modello di mercato ibrido, in equilibrio tra estetizzazione e vita quotidiana
Mercat de Sant Antoni	BCN	Mercato storico coperto	Struttura a pian- ta ottagonale, ampio spazio pubblico pedo- nalizzato	Spazio comu- nitario e inter- generazionale, forte identità di quartiere	Gestione IMMB con comitati civici e associazioni di quartiere	Rigenerazione integrata e pratiche col- laborative (es. programmi educativi)	Caso di inno- vazione istitu- zionale "bot- tom-linked" dove governance pub- blica e comunità co-prodono valore civico
Souk el Tayeb	LBN	Sistema civico agroali- mentare	Spazio itinerante e policentrico, integrato con ristoranti e cucine sociali	Rete di pro- duttori, cuochi e volontari; cooperazione e inclusione sociale	Gestione co- munitaria auto- noma, fondata su auto-orga- nizzazione solidale	Espansione da mercato con- tadino a piatta- forma civica e culturale	Modello di economia rela- zionale e rigene- razione sociale in contesto fragile
Mercati della Terra (Slow Food)	W	Mercato contadi- no di prossi- mità	Spazi locali auto- gestiti integrati in rete globale	Comunità di produttori, volontari e cit- tadini	Gestione civica autorganizzata, coordinata dal gruppo locale con supporto Slow Food	Consolidamen- to di pratiche agroecologiche e governance partecipativa	Esempio di rete civica globale, dove il cibo di- venta strumento di mutualità e apprendimento
Mercats de Pages	BCN	Mercato contadi- no urbano	Punti vendita settimanali in spazi pubblici urbani	Relazioni di- rette produtto- re-consumatore, educazione alimentare	Autogestione civica con supporto muni- cipale intermit- tente	Marginalità regolativa e dipendenza da reti associative	Modello di tran- sizione agroeco- logica basato su prossimità civica
Marchés Paysans	FR	Mercato contadi- no rura- le-urba- no	Rete diffusa coordinata da ADEAR13 e agri- coltori locali	Comunità di produttori e cittadini impe- gnati in econo- mia solidale	Governance civica forma- lizzata tramite chartes e regolamenti condvisi	Equilibrio tra qualità agroeco- logica, equità e mutualismo	Modello istitu- zionalizzato di economia conta- dina e cittadina- za alimentare

References capitolo 4

- Ajuntament de Barcelona.** (1986). PECAB. Pla especial d'equipament comercial alimentari de Barcelona.
- Caracausi, G.** (1993). Dizionario onomastico della Sicilia: Repertorio storico-etimologico di nomi di famiglia e di luogo (Vol. 7-8). Centro di Studi Filologici e Linguistici Siciliani.
- Cirelli, C., & Graziano, T.** (2019). Le vie del commercio a Catania. Rievocazioni storiche e configurazioni attuali. In G. Cusimano (Ed.), *Le strade del commercio in Sicilia. Analisi e ricerche sul campo* (pp. 89-102). FrancoAngeli.
- Ebneyamini, S., & Sadeghi Moghadam, M. R.** (2018). Toward developing a framework for conducting case study research. *International Journal of Qualitative Methods*, 17(1), 1-11.
- Fuertes, P., & Gómez-Escoda, E. M.** (2020). Supplying Barcelona: The Role of Public Market Halls in the Construction of the Urban Food System. *Journal of Urban History*, 1-19.
- Grillo, M.** (2004). Modelli economici e modelli sociali nella Sicilia delle riforme. In *Studi in ricordo di Nino Recupero* (pp. 37-62). Rubbettino.
- Gulotta, P.** (2015). Sul termine Vucciria. In R. Prescia (Ed.), *La Vucciria tra rovine e restauro*. Fondazione Salvare Palermo.
- Karvala.** (2019). Denúncia del robatori de la Boqueria. <https://directa.cat/denuncia-del-robatori-de-la-boqueria/>
- Mason, W., Morris, K., Webb, C., Daniels, B., Featherstone, B., Bywaters, P., ... & Scourfield, J.** (2020). Toward full integration of quantitative and qualitative methods in case study research: Insights from investigating child welfare inequalities. *Journal of Mixed Methods Research*, 14(2), 164-183.
- Mercatanti, L.** (2009). Quel che resta della Vucciria. *Geotema*, 38, 103-112.
- Mereatur, E., Mouzawak, K., & Lacourt, I.** (2012). Souk el Tayeb in Beirut: A farmers' market in Lebanon [Report]. *Eating City Case History Series*, ECADIM Foundation.
- Miller, M.** (2015). *Feeding Barcelona, 1714-1975: Public Market Halls, Social Networks, and Consumer Culture*. Louisiana State University Press.
- Mills, A. J., Durepos, G., & Wiebe, E.** (Eds.). (2010). *Encyclopedia of case study research*. SAGE.
- Parham, S.** (2015). *Food and urbanism: The convivial city and a sustainable future*. Bloomsbury.
- Prescia, R.** (2015). *La Vucciria tra rovine e restauro*. Fondazione Salvare Palermo.
- Tarragó, M.** (2012). Un eje destacado del "modelo Barcelona". *Barcelona Metròpolis*, 86, 18-27.
- Vitiello, D., & Brinkley, C.** (2014). The Hidden History of Food System Planning. *Journal of Planning History*, 13, 91-112.
- Yin, R. K.** (2018). *Case study research and applications* (6th ed.). SAGE.

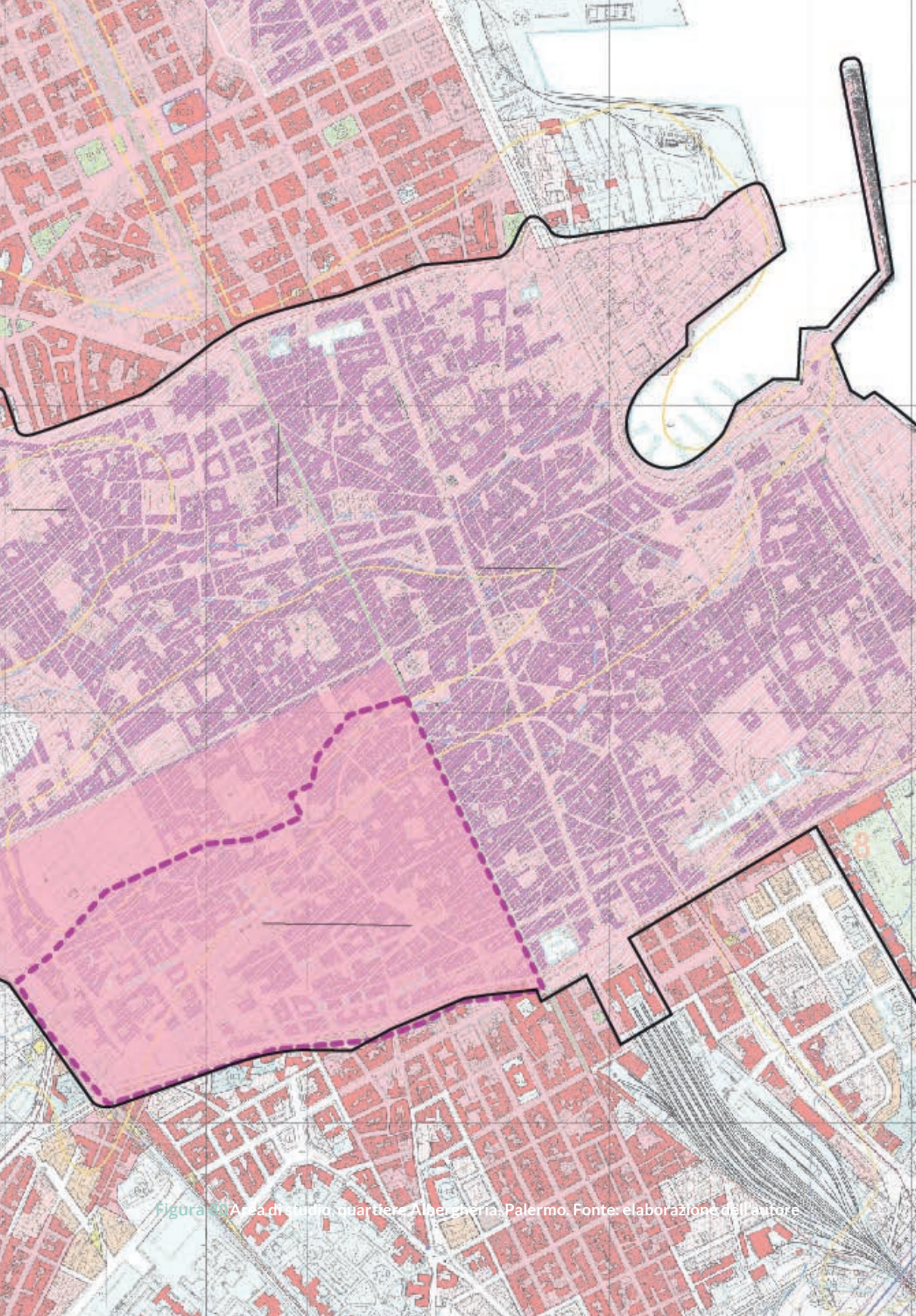


Figura 40 Area di studio quartiere Albergheria, Palermo. Fonte: elaborazione dell'autore

Il capitolo presenta gli esiti del rilievo olistico condotto sull'Albergheria e sul mercato di Ballarò, restituendo la complessità strutturale, sociale e simbolica del contesto. La comprensione del mercato richiede infatti di muovere dall'analisi del quartiere, attraversando la trama storica e morfologica che ne sostiene la vita quotidiana. Una prima questione affrontata è la definizione dei confini, un problema che intreccia piani istituzionali, percettivi e identitari. Sebbene dal punto di vista amministrativo Ballarò rientri nell'Albergheria, all'interno del mandamento Palazzo Reale e della Prima Circoscrizione di Palermo, nella memoria collettiva e nelle pratiche quotidiane il nome "Ballarò" indica un luogo distinto, riconosciuto come unità autonoma dotata di continuità relazionale e simbolica. Questa appartenenza vissuta, radicata nella storia del mercato e nella pluralità delle comunità che lo abitano, definisce un campo identitario che eccede la classificazione ufficiale e si rinnova nella vita sociale. Affrontiamo quindi questo caso studio attraverso un rilievo che mette in luce le relazioni tra mercato, quartiere e città, considerando le dimensioni materiali, ambientali e sociali, e su questa base sarà possibile ritornare sul campo per sviluppare strumenti operativi che, a partire dalle evidenze raccolte, orienteranno gli output della tesi.

Il percorso di ricerca ha articolato tre passaggi principali, iniziando dalla raccolta di dati attraverso fonti documentarie e osservazioni di campo, proseguendo con l'integrazione mediante interviste, rilievi visivi e pratiche partecipative, e giungendo alla sintesi attraverso mappe sistemiche. Questo approccio ha permesso di elaborare una rappresentazione densa e multilivello del contesto, capace di restituire tanto la dimensione storica e identitaria del quartiere quanto i processi contemporanei che ne trasformano le funzioni economiche e sociali, componendo un quadro unitario in cui risorse materiali, flussi energetici, ecologie culturali, relazioni sociali e traiettorie istituzionali vengono analizzati come componenti interconnesse di un unico ecosistema urbano.

5.1 L'Albergheria

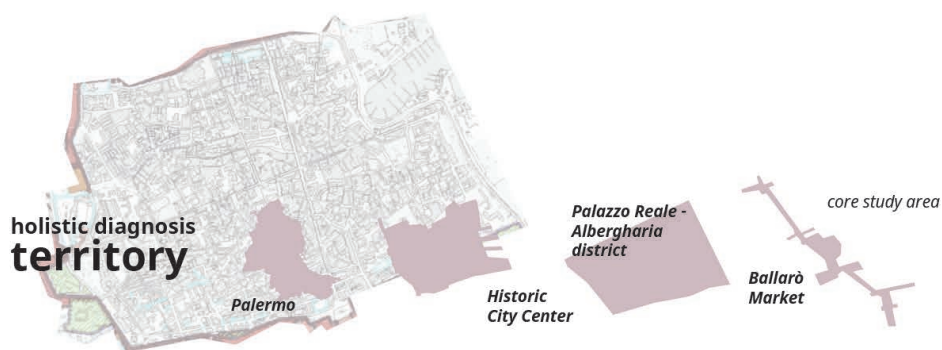
“Se tu vuoi conoscere da vicino la plebe palermitana, la vera plebe, quella che ha fame e che ha freddo, a cui manca l'aria e la luce, vieni con me; io ti conduco al mandamento Palazzo Reale; io ti guido per i meandri dell'Albergheria”

(Onufrio, 1882, pp. 15).

Inquadramento storico e urbanistico

I confini dell'Albergheria si articolano in un sistema di margini ben riconoscibili: a ovest la via dei Benedettini, a sud corso Tukory, a est via Maqueda e, verso nord, un insieme di strade che comprende via del Bastione, via dei Biscottai, piazza Santa Chiara, via V.G.M. Puglia e via G. D'Alessi. Un ulteriore limite interno, rappresentato da via Albergheria, attraversa il quartiere e ne separa idealmente la parte meridionale, comunemente identificata come Albergheria, da quella settentrionale, conosciuta come Ballarò. Questo asse segue il tracciato del mercato fino a corso Tukory, divenendo linea di contatto tra due aree profondamente intrecciate. Le divisioni che ne derivano non hanno un valore amministrativo, ma appartengono piuttosto alla sfera percettiva e simbolica, fondate su un senso di appartenenza condiviso e su memorie radicate nella lunga evoluzione storico-urbanistica della città. Tale articolazione interna ha generato nel tempo una struttura policentrica, composta da piccoli rioni dotati di identità proprie, riflessa anche nella configurazione del mercato, che appare come una costellazione di spazi e relazioni più che come un'entità omogenea.

L'etimologia dei toponimi associati al quartiere rivela una stratificazione linguistica e istituzionale che attraversa le epoche arabe, normanne e sveve, delineando un paesaggio semantico complesso che la let-



teratura storica interpreta come campo aperto di ipotesi concorrenti. Anche la vicenda toponomastica dell'Albergheria risponde a questa logica di sedimentazione: le fonti medievali attestano, già alla fine del XII secolo, l'uso delle denominazioni *Deisin* e *Kemonia* per indicare il sobborgo a sud del Cassaro, un'area definita da morfologie idrografiche e da funzioni mercatali e artigiane. La forma *Albergheria* o *Albergaria* entra nel lessico storico-amministrativo in epoca successiva, a segnare un consolidamento urbano e istituzionale che la storiografia contemporanea collega sia al significato di ospitalità implicito nel termine sia ai processi di riallocazione insediativa avvenuti in età sveva (D'Angelo, 2020). L'ipotesi più diffusa riconduce il toponimo all'antico francese *Albergerie* con riferimento amministrativo alla denominazione "Albergaria Centurbi et Capicii", associata alla ricollocazione forzata di popolazioni etnee nell'area a sud del Kemonia in età sveva, entro un tessuto urbano già strutturato in epoca islamica; in parallelo compaiono, in sedi non specialistiche, interpretazioni che legano la radice alla lessicalità araba per indicare un'esposizione meridionale (*al-bahar* come "mezzogiorno"), che la filologia storica non ha però consolidato in modo univoco. Il consenso storiografico individua quindi con chiarezza il periodo normanno come fase originaria dell'Albergheria, che rimanda al corso d'acqua responsabile della conformazione e dell'orientamento insediativo del quartiere. La configurazione dell'Albergheria si definisce nel XIII secolo nell'area meridionale del Cassaro, in prossimità del monastero di San Giovanni degli Eremiti e lungo il tracciato dell'antico corso d'acqua, stabilendo relazioni di prossimità con la Magione, Porta Patitelli e la Kalsa (Roccaro, 1998). La storia del quartiere si intreccia con la lunga durata delle trasformazioni urbane di Palermo, articolandosi a partire dall'età arabo-normanna, quando qui si sviluppò un insediamento produttivo e residenziale caratterizzato da abitazioni modeste, i *catoi*, abitati da contadini, artigiani e giardinieri. Le condizioni di vita erano segnate da precarietà, aggravata dalle carenze igienico-sanitarie e dalle frequenti esondazioni del Kemonia, che attraversava e al tempo stesso modellava il tessuto urbano. Dalle prime testimonianze documentarie l'Albergheria emerge

Figura 81
Collocazione del caso studio.
Fonte: elaborazione dell'autore

come un quartiere densamente abitato e funzionalmente diversificato, caratterizzato dalla presenza di chiese, abitazioni, taverne, frutteti, orti, macelli e fondaci di vasai, che ne delineano un'economia locale autosufficiente e in grado di rifornire di prodotti ortofrutticoli anche il Cassaro, area residenziale aristocratica a nord, e i Patitelli, nucleo mercantile della città a nord-est. Gli atti notarili riferiti ad Adamo e Bartolomeo di Citella, databili alla fine del XIII–inizio XIV secolo, documentano la variabilità delle delimitazioni memoriali attraverso l'indicazione della chiesa di Santa Trinità ora nell'Albergheria ora nella Kalsa, evidenziando una dinamica topografica che evolve per stratificazioni successive (Di Giovanni, 1889; Roccaro, 1998). La documentazione archivistica restituisce inoltre l'esistenza di micro-unità insediative, come la contrada di San Giovanni o la "discitur de notario", la cui localizzazione rimane sfuggente per la frammentarietà delle attestazioni. La compresenza di nuclei abitativi, funzioni produttive e presenze religiose definisce un tessuto urbano caratterizzato da elevata densità sociale e produttiva, in cui la compagine spaziale si stabilizza attraverso processi accumulativi e ri-significazioni funzionali (Roccaro, 1998). La contrada Ballarò figura nelle fonti come area mercatale stabile e mantiene una funzione distributiva e relazionale capace di consolidare un riferimento identitario per il quartiere, determinando continuità economica e trame di interazione civica che partecipano alla definizione della centralità dell'Albergheria nel sistema urbano palermitano (Roccaro, 1998). Sul finire del XVI secolo, le autorità urbane promuovono un importante intervento di risanamento delle zone attraversate dai corsi d'acqua Kemonia e Papireto, reso necessario per scongiurare i gravi effetti di alluvioni come quella del 1557. In tale occasione il Kemonia fu deviato attraverso la costruzione del cosiddetto "condotto del maltempo" e, sull'alveo ormai dismesso, venne tracciata la Via Castro, che contribuisce a ridefinire la morfologia del quartiere, imponendo un nuovo limite interno riconoscibile lungo l'asse di via Porta di Castro (La Duca, 2006).

Sotto il profilo storico-testimoniale, l'Albergheria si distingue per una ricca sedimentazione di manufatti monumentali che restituiscono le diverse fasi di sviluppo urbanistico e artistico della città. All'interno di questo patrimonio, oggi al centro di strategie di valorizzazione culturale¹, assumono particolare rilievo la chiesa di Casa Professa, con la Biblioteca Comunale annessa, la chiesa di San Nicolò all'Albergheria

1 Dal punto di vista teorico, Le Vie dei Tesori si iscrive nelle pratiche di valorizzazione del patrimonio culturale inteso come "bene comune" che deve essere riscoperto e vissuto anche dai cittadini non specialisti. Il modello proposto combina elementi di turismo culturale, partecipazione civica e rigenerazione urbana. La fondazione che coordina il festival è nata a Palermo nel 2006 con questo mandato: rendere accessibili "tesori" spesso nascosti al grande pubblico, creando un effetto moltiplicatore nel tessuto sociale ed economico locale.

con la sua torre, il complesso monumentale di Santa Chiara, la chiesa del Carmine Maggiore e l'Oratorio del Carminello. Si segnalano inoltre la chiesa della Madonna dell'Itria, risalente al XVI secolo; l'oratorio di San Mercurio, legato alla Compagnia della Consolazione; la chiesa normanna di San Giovanni degli Eremiti, caratterizzata dalle celebri cupole rosse; la chiesa di San Giorgio in Kemonia, a navata unica con cappelle semicircolari; e la chiesa di San Francesco Saverio, edificata tra Sei e Settecento. Accanto al patrimonio religioso si collocano numerosi palazzi di età moderna, tra cui Palazzo Montalbo, Palazzo Mazzarino e Palazzo Morillaro, che definiscono la fisionomia architettonica del quartiere.

Sul margine sud-orientale del quartiere si innesta il mercato informale di San Saverio, che si sviluppa tra via Mongitore, Piazza San Pasquale e Corso Tukory. La sua presenza amplia e complica la configurazione spaziale di Ballarò, aggiungendo un ulteriore gradiente di usi e funzioni. Durante la settimana esso si concentra lungo un asse relativamente contenuto, mentre nel fine settimana la superficie si dilata, inglobando vie e piazze adiacenti e generando una forte compenetrazione con il mercato storico. Gli interventi di regolazione degli ultimi anni hanno cercato di ridurre conflitti e congestioni, introducendo sistemi di delimitazione e numerazione degli stalli per garantire accessibilità e ordine spaziale.

Figura 82
Mappa dei siti di interesse.
Fonte: elaborazione dell'autore



Narrazioni storiche e condizioni sociali del quartiere

Il resoconto di Gaspare Palermo (1800) sull'Albergheria documenta la stratificazione storico-monumentale del quartiere, un intreccio di funzioni centrali, che emerge dall'ingresso solenne di Porta Nuova, un arco trionfale che celebra il potere. Il nucleo centrale è il Palazzo Reale normanno-svevo, luogo di potere politico, ma anche culturale e scientifico, grazie alla presenza della Specola astronomica di Piazza, che proietta la città in una dimensione europea. Il quartiere si definisce attraverso una pluralità di istituzioni, spaziando dai monasteri e dalle chiese ricche di arte, come il Carmine Maggiore e Casa Professa, alle istituzioni civiche fondamentali per il sapere e la cura, quali la Biblioteca comunale, l'Università e lo Spedale Grande dello Spirito Santo. L'Albergheria dell'800 concentra quindi la complessità storica, politica, religiosa, e culturale di Palermo, rivelandosi il cuore di un sistema in continuo rinnovamento, piuttosto che un quartiere periferico (Palermo, 1800).

Tuttavia, altre le fonti storiche descrivono l'Albergheria come uno degli spazi urbani maggiormente popolati dalle fasce più emarginate della società palermitana, segnato da condizioni abitative precarie e da forme di marginalità strutturale che riflettono le disuguaglianze interne alla città. Pitrè (1904) restituisce l'immagine di un rione popolare densamente abitato alla fine del XVIII secolo, caratterizzato da un'intricata rete di vicoli, dove coesistono miseria sociale, memorie criminali, e la vita quotidiana (Pitrè, 1904), evidenziando la litigiosità degli abitanti del quartiere. Per Pitrè, l'Albergheria rappresenta «il tipo» del rione popolare palermitano, un intreccio di

«straducole anguste, meandri tortuosi che si aggirano ed avvolgono, di uscì che mettono in ignoti chiassuoli»

in cui proliferano condizioni di marginalità e pratiche quotidiane radicate, mettendo in evidenza la natura labirintica del quartiere, con i suoi chiassuoli stretti e tortuosi, popolati da figure oscure e da episodi leggendari: dalle violenze di Matteo lo Vecchio durante il breve regno di Vittorio Amedeo, alle pozioni avvelenate della cosiddetta vecchia dell'Aceto, Anna Bonanno, fino ai ricordi d'infanzia di Giuseppe Balsamo, futuro conte di Cagliostro, rievocati da Goethe nel suo viaggio a Palermo. Questo intreccio di memorie oscure e personaggi celebri si

accompagna al persistere di pratiche popolari e di consuetudini considerate refrattarie a ogni innovazione, che definiscono l'identità sociale del quartiere (Pitrè, 1904). Onufrio (1882) descrive l'Albergheria come il luogo in cui si manifesta con maggiore evidenza la condizione della plebe palermitana, popolazione povera e marginale, priva di aria, luce, cibo e dignità.

«Cotesto quartiere dell'Albergheria io tenterei di descriverlo, se potessi, o, per dir meglio, se sapessi farlo. Esso è come il serbatoio delle nostre miserie e delle nostre sozzure, laddove si agglomera una plebe, cui tutto fa difetto: l'aria, il vitto, l'educazione, le vesti, il giaciglio. Albergo di miserie, e perciò fucina di prostituzione e di ladroneccio (...). Bisogna essere attratti dall'acre e malsano desiderio della cose tristi, delle cose brutte, per aggirarsi là in mezzo, spettatore di quel dramma incessante. Ma è anche certo però che la maggior parte di coloro che hanno sentimenti di artista, (...) sono allettati da tutto quanto siavi di caratteristico; bello o brutto, poco importa. (...) Così caratteristica l'Albergheria, nei suoi penetrati più reconditi, con quei cortili quadrati, adorni nel bel mezzo d'una fontana di marmo dalle forme eleganti e dai fregi bizzarri (...). Cotesti cortili son quelli stessi che gli arabi abitavano nove secoli addietro (...). E ogni volta che vo gironzando qua e là per l'Albergheria, io sogno di possedere una martellina incantata, per tracciare in quel quartiere nuove strade e nuove piazze, per dare un po' di luce, un po' d'aria, un po' di sole a quella povera gente» (Onufrio, 1882, pp. 15-18).

In questo quartiere, secondo l'autore, si concentra il volto più crudo della miseria urbana: case basse, anguste e malsane, sporcizia, disoccupazione, sovraffollamento e degrado igienico-sanitario. La descrizione restituisce un'immagine quasi letteraria, in cui l'Albergheria diventa un "serbatoio delle nostre sozzure", luogo di abbandono e privazione in cui il corpo sociale più fragile è condannato a vivere senza prospettive di miglioramento. Il testo insiste sulla dimensione sensoriale e visiva, sottolineando gli odori stagnanti, le strade umide e buie, i bambini scheletrici, le donne invecchiate precocemente e gli uomini senza lavoro e forza. Tale rappresentazione si intreccia con una lettura morale e sociale, che evidenzia la contraddizione tra la ricchezza architettonica e artistica ereditata dal passato arabo-normanno e la condizione miserabile dei suoi abitanti. I cortili e le fontane, pur mantenendo un valore estetico, sono immersi in un contesto di miseria che li priva di ogni funzione vitale, trasformandoli in scenografie degradate. Onufrio interpreta l'Albergheria come un teatro del dolore urbano, un "dramma incessante" che attira l'attenzione di artisti e osservatori mossi dal desiderio di confrontarsi con la parte più oscura della città.

Configurazione contemporanea, problemi e reti civiche

Tornando alla configurazione urbana del quartiere, il taglio della via Maqueda segnò un passaggio fondamentale, determinando la nascita dei quattro mandamenti cittadini, tra cui l'Albergheria, che nei secoli seguenti conobbe un progressivo declino legato al disinteresse amministrativo in età borbonica e, più tardi, ai processi di risanamento urbanistico approvati nel 1898. Le demolizioni delle mura, gli sventramenti e le ricostruzioni mai completate lasciarono una condizione di fragilità strutturale, ulteriormente compromessa dal terremoto del 1968 e dalla crisi economica che investì il centro storico. L'attuale configurazione insediativa dell'area si forma a partire dal cosiddetto "Piano Basile" del 1860, che introdusse la logica degli sventramenti come strumento di ammodernamento urbano (Inzerillo, 1981). Pur restando inattuato nelle sue tre versioni, il piano influenzò le strategie successive, recepite dal Piano generale di bonifica e ampliamento del 1866 e dal Piano regolatore di risanamento e ampliamento di Giarrusso (1886-94), da cui derivano interventi come l'apertura di via Mongitore. Gli interventi di edilizia popolare promossi dall'Istituto Autonomo Case Popolari tra gli anni Venti e il secondo dopoguerra accentuarono la frammentazione del tessuto edilizio, ridefinendo l'area compresa tra via Mongitore, via Di Gristina, le Mura di Porta Sant'Agata e corso Tukory come campo di sperimentazione delle politiche abitative del periodo (Provenzano, 1984). Le fratture morfologiche prodotte in quella fase trovarono continuità nel secondo dopoguerra, quando le strategie di sviluppo e ricostruzione concentrarono altrove le risorse, marginalizzando progressivamente il centro storico².

2 Il centro storico di Palermo, dopo il secondo conflitto mondiale, divenne l'elemento più fragile dell'assetto urbano (Cancila, 1988). Nonostante il primo Piano regolatore del 1944, l'attenzione si concentrò sul Piano di Ricostruzione particolareggiato approvato nel 1947 (Cancila, 1988), che, come osserva Prescia (2012), rovesciò l'impostazione originaria, favorendo l'urbanizzazione accelerata delle aree costiere e periferiche, piuttosto che il recupero del nucleo storico. Tale meccanismo di facile speculazione sui nuovi terreni, facilitato da un contesto di collusione tra politica, imprenditoria, e organizzazioni mafiose, diede luogo al cosiddetto "sacco di Palermo" (Cancila, 1998), comportando la demolizione e la periferizzazione delle aree centrali. L'abbandono del centro storico derivò da un perdurante disinteresse politico e imprenditoriale, che dirottò investimenti verso l'espansione settentrionale, lasciando il cuore antico in uno stato di degrado e privo di servizi (Prescia, 2012). Quartieri come l'Albergheria e la Vucciria furono trasformati in serbatoi di manodopera e bacini elettorali. Il Piano Regolatore Generale del 1962 e il Peep del 1966 confermarono questo orientamento, mirando a delocalizzare la popolazione verso insediamenti periferici e rinunciando al recupero dell'edificato storico, un orientamento che si mantenne fino all'approvazione del Piano Particolareggiato Esecutivo (Ppe) per il centro storico nel 1989 (Di Benedetto, 2000; Cannarozzo, 2000). Tuttavia, anche il Ppe, pur sancendo l'abbandono della dottrina dello sventramento, è rimasto sostanzialmente incompiuto, lasciando irrisolta la rigenerazione auspicata (Di Benedetto, 2000; Cannarozzo, 2000).

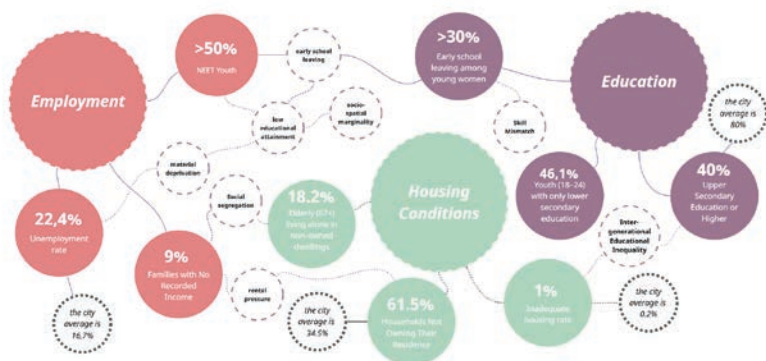
La vulnerabilità strutturale del quartiere va quindi letta dentro un più ampio processo di governance urbana che, dal secondo dopoguerra in avanti, ha diretto investimenti e interessi verso l'espansione periferica, riducendo la continuità del patrimonio edilizio storico (Cancila, 1988; Prescia, 2012). Nel caso dell'Albergheria, il posizionamento periferico rispetto al nucleo storico monumentale e la prossimità alla stazione centrale hanno acuito la distanza dalle politiche municipali e rafforzato l'attrazione esercitata dalle nuove polarità urbane emergenti nella città in espansione, indebolendo ulteriormente la connessione con i circuiti istituzionali centrali. Guarrasi ha evidenziato come le condizioni di esclusione sociale, economica e politica abbiano contribuito a consolidare dinamiche interne di gerarchizzazione e asimmetria, cui gli abitanti hanno reagito mediante strategie relazionali e organizzative basate su economie informali e su reti parentali capaci di garantire forme minime di stabilità e sostentamento³.

L'analisi quantitativa dell'Albergheria, evidenzia la persistenza di un ciclo di vulnerabilità strutturale, come illustrato in dettaglio nella tabella e nel grafico del vulnerability loop che seguono. I dati (ISTAT 2024) descrivono una struttura demografica giovane (30% under 24, contro il 24,5% comunale) e un'altissima incidenza di popolazione straniera (201 per mille, rispetto al 38,4 cittadino). A queste dinamiche si associano criticità socio-economiche marcate: il tasso di disoccupazione raggiunge il 22,4% (media comunale 16,9%), la condizione giovanile appare fragile, con oltre metà dei 15-29enni NEET, e l'abbandono scolastico precoce è elevato (46,1% dei 18-24enni con la sola licenza media). La vulnerabilità tocca anche l'abitare, con un tasso di alloggi impropri cinque volte superiore alla media e oltre il 61,5% di famiglie in case non di proprietà, e la struttura familiare (9% delle famiglie con figli senza occupati né pensionati).

I microdati anagrafici (2022) confermano questa tendenza, registrando il 19,7% di cittadini stranieri (197 per 1.000) e qualificando l'area

3 Il lungo vuoto di governance che ha caratterizzato il centro storico dal secondo dopoguerra in avanti, interrotto solo parzialmente dall'attuazione frammentaria del Ppe, ha favorito la formazione di assetti marginali simili a quelli analizzati da Vincenzo Guarrasi (1978; 2001) nel Borgo Vecchio e tuttora riscontrabili, seppur con tratti mutati, anche nell'area di Ballarò. Guarrasi ha evidenziato come le condizioni di esclusione sociale, economica e politica abbiano contribuito a consolidare dinamiche interne di gerarchizzazione e asimmetria, cui gli abitanti hanno reagito mediante strategie relazionali e organizzative basate su economie informali e su reti parentali capaci di garantire forme minime di stabilità e sostentamento. Nel caso di Ballarò, il posizionamento periferico rispetto al nucleo storico monumentale e la prossimità alla stazione centrale hanno acuito la distanza dalle politiche municipali e rafforzato l'attrazione esercitata dalle nuove polarità urbane emergenti nella città in espansione, indebolendo ulteriormente la connessione con i circuiti istituzionali centrali.

Figura 83
Vulnerability
Loop del
quartiere
Albergheria.
 Fonte: elaborazione dell'autore



come polo migratorio centrale. Accanto a queste criticità, l'area mantiene una forte centralità urbana e di servizi, ospitando sei musei e un ospedale con pronto soccorso. L'Albergheria delinea così uno spazio di forti tensioni tra marginalità e vitalità collettiva, dove il mercato di Ballarò agisce come centro alimentare e luogo di relazione che accoglie le trasformazioni sociali. Il richiamo etimologico del toponimo "Albergheria" all'idea di ospitalità acquista un valore particolare, in sintonia con la composizione attuale del quartiere, dove convivono comunità migranti provenienti da più aree del mondo e realtà di accoglienza come il centro dei Salesiani di Santa Chiara⁴. A partire dagli anni Settanta infatti, ondate migratorie provenienti dal Maghreb, e successivamente da altre aree dell'Africa, dell'Asia e dall'isola di Mauritius, hanno trovato nel quartiere possibilità di insediamento, dando forma a una composizione sociale multietnica che riflette la capacità di accoglienza degli abitanti del quartiere (Firrone e Bustino, 2017). Il mercato di Ballarò si è affermato come principale spazio di inserimento economico e relazionale per le comunità migranti, un luogo in cui la prossimità lavorativa con i palermitani ha favorito la costruzione di legami quotidiani e di pratiche di convivenza.

4 L'Oratorio di Santa Chiara e lo spazio ad esso circostante hanno attraversato un processo di progressiva rifunzionalizzazione che riflette le trasformazioni sociali del quartiere. Per decenni lo spazio ha rappresentato un punto di riferimento per gli abitanti, grazie all'oratorio e alle attività promosse dai Padri Salesiani, ma con il venir meno di quella funzione tradizionale ha assunto un ruolo crescente nell'accoglienza dei migranti, offrendo servizi di base, occasioni di incontro e opportunità di integrazione. Nel 1995, con la nascita dell'Associazione Santa Chiara, parte della rete nazionale "Salesiani per il sociale", l'impegno educativo e comunitario si è consolidato attraverso una programmazione mirata a sostenere minori a rischio e famiglie vulnerabili, affiancando sin dall'inizio attività di accoglienza e assistenza rivolte ai migranti. La piazza antistante, un tempo spazio di passaggio e di socialità per gli abitanti del quartiere, si è trasformata nel principale luogo di aggregazione delle comunità africane e medio-orientali, ospitando anche l'associazione dei cittadini ghanesi.

Tabella 7
Analisi
quantitativa del
quartiere.
Fonte: dati ISTAT,
elaborazione
dell'autore

Indicatore	Valore Quartiere
Quota popolazione <24 anni	≈30%
Indice di vecchiaia	Più di 1 under 14 per ogni over 64 (molto inferiore alla media comunale di 159,1)
Incidenza stranieri	201 per 1.000 abitanti
Tasso di disoccupazione	22,4%
Quota NEET (15-29 anni)	Oltre il 50%
Giovani 18-24 con solo licenza media	46,1%
Tasso alloggi impropri	1% (media comunale 0,2%)
Famiglie in abitazioni non di proprietà	61,5% (media comunale 34,5%)

La dimensione cosmopolita che oggi caratterizza il mercato si innesta sulla memoria storica e sulle pratiche economiche e sociali che ne animano lo spazio, facendo emergere nuove forme di cittadinanza e di partecipazione civica. All'interno di questo quadro, diventa essenziale considerare l'impatto di processi di gentrification che negli ultimi anni hanno interessato l'Albergheria e, in particolare, l'area di Ballarò. La presenza di una popolazione giovane, multietnica e caratterizzata da fragilità socio-economiche ha costituito il terreno su cui si sono innestate nuove dinamiche economiche legate alla valorizzazione turistica del centro storico. La crescente attrattività di Palermo come destinazione culturale e gastronomica ha inoltre incentivato l'apertura di attività commerciali rivolte a pubblici esterni, soprattutto nella ristorazione e nella fruizione esperienziale dello spazio urbano. L'avvio della raccolta differenziata "porta a porta" nel quartiere rappresenta uno dei tentativi di intervento più significativi di modernizzazione della gestione ambientale cittadina. Nel novembre 2024, RAP e Amministrazione comunale hanno presentato un piano di estensione che ha incluso anche l'Albergheria, con particolare attenzione al mercato di Ballarò. Il progetto ha interessato inizialmente oltre 17.000 abitanti e circa 9.000 famiglie, distribuite in più di 400 vie, alle quali si sono aggiunte una cinquantina di strade dell'Albergheria. È stato previsto un sistema capillare di consegna delle attrezzature: kit di ma-

stelli per le utenze domestiche, contenitori carrellati per condomini e attività commerciali, e una rete di centri comunali di raccolta a supporto dei cittadini. Alla dimensione tecnica si è affiancata anche una dichiarata strategia di sensibilizzazione coordinata da RAP insieme alla Prima Circoscrizione e alla SRR Area Metropolitana, con la volontà di iniziare azioni informative mirate proprio presso i mercati storici, tra cui Ballarò, individuati come luoghi chiave di transizione verso pratiche di smaltimento sostenibile (RAP, 2024). Il quadro pianificato, tuttavia, si è rivelato fragile nella fase attuativa. Nel luglio 2025 la stampa locale ha riportato che in piazza del Carmine, accanto alla struttura che dovrebbe ospitare il mercato coperto, tredici cassonetti per l'indifferenziata erano stati collocati e svuotati quotidianamente, nonostante il quartiere fosse formalmente già servito dal porta a porta. La vicenda ha generato un intenso dibattito politico⁵: l'opposizione ha denunciato un inganno nei confronti della città, mentre RAP ha giustificato la scelta come un servizio a supporto dei commercianti del mercato, che però non ne hanno fatto un uso sistematico, lasciando ai residenti il compito di continuare secondo pratiche consolidate di smaltimento indifferenziato.

Questi sono quindi i fattori che, in accordo con una recente analisi di Montagnani (2020), hanno reso l'Albergheria un terreno favorevole ai processi gentrificanti: la precarietà edilizia, i prezzi contenuti degli immobili, la centralità urbana e la presenza di una composizione sociale multiculturale. Il quartiere presenta quindi sia i presupposti del rent gap (Smith, 1987), sia gli elementi che le teorie sul consumo hanno individuato come attrattivi per nuove classi urbane (Ley, 1996). Il diffuso degrado urbano e architettonico, intrecciato con marginalizzazione socio-economica, gestione precaria dei servizi e conflitti nella governance, è il prodotto di anni di inattività istituzionale, stagnazione economica e influenza radicata delle organizzazioni criminali (Settinieri, 2013; Cancilla, 1999) che hanno indebolito l'impegno collettivo. L'Albergheria e Ballarò possono quindi essere letti come luoghi in cui la marginalità, radicatasi come condizione strutturale, e la precarietà materiale hanno circoscritto il campo d'azione quotidiano, spingendo gli abitanti a sviluppare forme alternative di reddito e strategie di sopravvivenza, come le pratiche di riappropriazione degli spazi pubblici decisive per la rigenerazione civica, sebbene questi processi di adattamento convivano con forme di vulnerabilità estrema.

La lunga permanenza nel quartiere, prima da residente durante il

5 Per ulteriori approfondimenti si rimanda a www.comune.palermo.it/novita/dichiarazione-forze-di-minoranza-in-consiglio-comunale-le-opposizioni-in-consiglio-comunale-denunciano-lennesimo-scandalo-rifiuti-a-ballar/

periodo universitario e poi da ricercatrice, ha reso possibile una conoscenza ravvicinata delle sue dinamiche quotidiane, consentendo di registrare direttamente fenomeni legati allo spaccio di sostanze, alla prostituzione e a episodi di conflittualità nello spazio pubblico. Il fenomeno del consumo di crack rappresenta una delle emergenze più gravi che attraversano il quartiere Albergheria. Secondo le cronache locali, il derivato della cocaina, caratterizzato da un costo estremamente basso si diffonde con rapidità tra gli adolescenti, generando una forte dipendenza psicologica e fisica che ha già prodotto conseguenze letali in città (PalermoToday, 2022). La pervasività del fenomeno, associata alla crescita delle attività di spaccio, ha spinto l'associazione Sos Ballarò a promuovere una mobilitazione pubblica, attraverso l'organizzazione di un corteo con l'obiettivo di richiamare l'attenzione delle istituzioni⁶.

In questo intreccio tra vulnerabilità strutturali e pratiche adattive, le associazioni presenti nel quartiere assumono quindi un ruolo rilevante come attori collettivi che operano in un contesto segnato da precarietà materiale e da forme diffuse di vulnerabilità sociale. La loro azione si sviluppa attraverso pratiche che incidono sull'organizzazione dello spazio pubblico, sulla costruzione di reti di prossimità e sulla definizione di modalità condivise di partecipazione civica. Nel paragrafo successivo verranno analizzate le principali realtà associative attive a Ballarò, al fine di evidenziare come esse contribuiscano a modellare il tessuto sociale e a ridefinire le dinamiche comunitarie del quartiere.

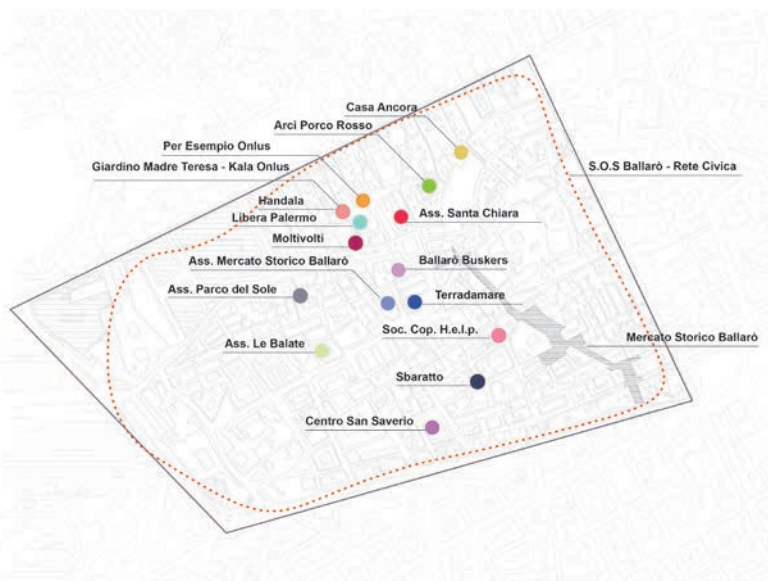
6 Il documento diffuso dall'associazione sottolinea come lo spaccio di crack abbia assunto una dimensione sistemica, radicata nell'economia criminale del quartiere, con un impatto diretto non solo sui giovani consumatori ma anche sull'intera comunità locale, composta da residenti, commercianti, studenti e lavoratori. Viene inoltre evidenziata la progressiva riduzione dei servizi sanitari e sociali dedicati alle dipendenze patologiche: la presenza dei Serd è calata di due terzi, i servizi di prossimità sono stati sospesi e manca del tutto la figura dell'operatore di strada. In questo vuoto istituzionale, la dipendenza da crack si consolida come fenomeno trasversale, mentre le famiglie colpite sono spesso costrette a rivolgersi a comunità terapeutiche situate fuori dalla regione. Sos Ballarò denuncia quindi l'insufficienza di un approccio meramente repressivo e richiama la necessità di strategie integrate che prevedano investimenti educativi e sociali, l'attivazione di percorsi formativi e lavorativi alternativi, la creazione di spazi di cura e il coinvolgimento degli attori locali. Tale posizione mette in evidenza l'urgenza di un'azione coordinata capace di superare la marginalizzazione del tema delle tossicodipendenze e di riportarlo al centro delle politiche pubbliche, contrastando gli effetti devastanti che questo fenomeno produce sulla vita dei quartieri storici di Palermo.

Reti di prossimità nel quartiere Albergheria

Figura 84
Associazioni del quartiere
Fonte: elaborazione dell'autore

Tabella 8
Analisi delle associazioni del quartiere.
Fonte: elaborazione dell'autore

Il quartiere Ballarò presenta un denso ecosistema caratterizzato dalla presenza di una fitta rete di organizzazioni civiche, educative e culturali che operano come un vero e proprio laboratorio di progettualità diffusa, dove l'educazione, il welfare e l'economia comunitaria si intrecciano con strategie adattive dettate dalle condizioni emerse nei precedenti paragrafi. Attorno all'associazione SOS Ballarò, divenuto riferimento per la cittadinanza attiva, si muove una rete di organizzazioni del terzo settore che intrecciano educazione, cultura e azione sociale, alimentando pratiche di resilienza e processi di rigenerazione collettiva dal basso. La presenza storica di realtà come l'Oratorio Santa Chiara o il Centro per lo Sviluppo Creativo Danilo Dolci si intreccia con iniziative più recenti, quali Per Esempio Onlus, Kala Onlus, Arci Porco Rosso, Moltivolti, Terradamare, dando vita a un ecosistema complesso in cui welfare, cultura e micro-economie locali si contaminano e si rigenerano continuamente. L'analisi delle reti associative, con il relativo ambito di intervento, le metodologie specifiche e le criticità emerse, si trova nella Stakeholder Mapping presentata di seguito in tabella. Le riflessioni critiche che emergono dall'analisi delle reti associative, sottolineano tuttavia che la mancanza di un quadro istituzionale stabile espone queste pratiche al rischio di "eventificazione" e discontinuità politica.



Organizzazione	Ambito Primario di Intervento	Metodologie / Progetti Distintivi	Criticità / Tensione / Riflessione Emergente
Terradamare / Ballarò Buskers Festival	Cultura e Ri-appropriazione Spazio Pubblico (Valorizzazione patrimonio, attivazione culturale)	Mappa di comunità (con Per Esempio Onlus), Festival come palcoscenico diffuso che genera momenti di riappropriazione e riflessione critica (es. "Rosalia libera Albergheria", 2024), utilizzando l'arte per interrogare e trasformare il contesto urbano.	La cultura agisce come pratica politica di resistenza che trasforma temporaneamente lo spazio urbano e stimola una riflessione critica sulle sue dinamiche, evidenziando il ruolo effimero ma incisivo degli eventi culturali.
Circolo Arci Porco Rosso	Pedagogie Critiche e Attivismo (Formazione politica, decostruzione asimmetrie di potere)	La Pedagogia come tecnologia sociale, la "Cassetta Pedagogica" [Erasmus+] come archivio vivente di pedagogie critiche (femministe, decoloniali), dove l'apprendimento stesso diventa uno strumento di analisi e trasformazione.	L'apprendimento si configura come atto politico e il sapere si genera attraverso pratiche di ricerca-azione radicate nell'attivismo migrante, definendo la conoscenza come prodotto di un impegno diretto e militante.
SOS Ballarò / Associazione Mercato Storico Ballarò	Governance Civica e Economia Comunitaria (Regolamentazione del mercato, difesa dei diritti, dialogo istituzionale)	Rete ibrida (cittadini, commercianti, associazioni) per la gestione dello spazio pubblico, azione orientata alla tutela delle economie locali (Ass. Mercato), definendo un approccio che lega la tutela economica alla partecipazione.	Tensione costante tra l'autenticità comunitaria e il riconoscimento istituzionale, che riflette la distanza dalla rappresentanza formale all'esperienza quotidiana del mercato, ponendo l'accento sulla necessità di un ponte tra le istanze dal basso e le strutture ufficiali.
Sbaratto	Economia Circolare e Sussistenza (Mercato dell'usato, sostegno a famiglie vulnerabili)	Ibridazione istituzionale e co-progettazione (2017-2019) che ha portato alla creazione dell'Area di Libero Scambio, dimostrando un modello di collaborazione capace di generare spazi di economia alternativa.	Vulnerabilità delle innovazioni sociali: l'interruzione del percorso per cambio amministrativo ha riportato l'esperienza nella precarietà, evidenziando la necessità di cornici istituzionali stabili per la sopravvivenza dei progetti di economia sociale.
Oratorio e Associazione Santa Chiara	Welfare e Inclusione Sociale (Accoglienza minori e migranti, supporto sociale)	Modello educativo comunitario "È cosa di cuore" (2024), che integra scuola, famiglia e comunità in un ecosistema formativo radicato, valorizzando il legame tra le diverse sfere della vita sociale.	Presidio storico con funzione determinante nell'integrazione e nella cittadinanza attiva attraverso un modello educativo consolidato, sottolineando l'importanza di spazi di aggregazione stabili e riconosciuti per lo sviluppo individuale e collettivo.
Kala Onlus	Educazione Interculturale (Contrasto alla dispersione scolastica, socializzazione)	Costruzione di infrastrutture educative (es. Giardino di Madre Teresa), assistenza digitale e distribuzione beni primari durante la pandemia (con SOS Ballarò), focalizzando l'intervento sulla creazione di ambienti di apprendimento e supporto.	Focalizzazione sulla creazione di spazi e strutture per l'apprendimento e il supporto alle famiglie in difficoltà, evidenziando come l'azione si concentri sulla dimensione materiale e strutturale del sostegno educativo e sociale.
Per Esempio Onlus	Rigenerazione Urbana e Giovani (Inclusione sociale e cittadinanza attiva)	"Ri-Generazioni" (rigenerazione come ascolto collettivo), "Una strada parlante" (luminarie come dispositivo narrativo dello spazio), connessione con reti transnazionali (Erasmus+), unendo l'azione locale di ascolto e riattivazione con la dimensione internazionale.	L'approccio combina l'azione educativa e di rigenerazione locale con l'ibridazione di pratiche attraverso la connessione internazionale, mostrando come l'apertura globale possa arricchire l'intervento sul territorio specifico.

Comunità e cibo: il caso studio Moltivolti

Nel quartiere, vista la storica presenza del mercato, il cibo rappresenta un elemento strutturante della vita sociale⁷. In questo ambiente prende forma l'esperienza di Moltivolti, impresa sociale che ha fatto della ristorazione un campo di progetto in cui sperimentare modelli di cooperazione, inclusione e imprenditorialità condivisa. L'osservazione del caso evidenzia come la dimensione gastronomica assuma un ruolo centrale, poiché intrecciandosi a percorsi educativi e processi di rinnovamento sociale, dà forma a un tessuto di relazioni attraverso cui il quartiere costruisce valore collettivo anche in condizioni di vulnerabilità strutturale.

Moltivolti nasce nel 2014 dall'iniziativa di un collettivo composto da quattordici persone provenienti da otto paesi, Senegal, Zambia, Afghanistan, Bangladesh, Francia, Spagna, Gambia e Italia, che hanno scelto di stabilirsi nel cuore di Ballarò con l'intento esplicito di costruire coesione sociale attraverso pratiche conviviali, imprenditorialità comunitaria e sperimentazione progettuale in campo sociale. La collocazione nell'Albergheria, quartiere storicamente segnato da marginalità, degrado infrastrutturale e forte presenza multiculturale, ha assunto un valore strategico: radicare un'iniziativa inclusiva in un contesto fragile significava trasformare un'area percepita come problematica in un laboratorio di innovazione sociale. La struttura organizzativa sin dall'inizio si è configurata come ibrida, integrando dimensioni imprenditoriali, formative e comunitarie, e costruendo nel tempo una funzione civica riconosciuta dagli abitanti e dalle reti associative. Sulla homepage del sito di Moltivolti si legge:

7 Come osservato nel capitolo 2 il rapporto tra alimentazione e società mette in luce la natura duplice del cibo, inteso tanto come elemento vitale quanto come potente mediatore sociale, capace di incidere sulle dinamiche culturali, economiche e politiche. L'assunzione della convivialità come principio progettuale consente infatti di interpretare il cibo come dispositivo narrativo e relazionale, capace di connettere persone e luoghi attraverso pratiche condivise, valorizzando le risorse locali e favorendo forme di apprendimento collettivo (Ferrara, 2011; Massari, 2012; Catania, 2017). Questa prospettiva risulta particolarmente rilevante in contesti caratterizzati da pluralità etniche e da intensi flussi migratori, nei quali il cibo diventa veicolo di continuità culturale e strumento di negoziazione identitaria. Le cucine migranti, inserite in spazi urbani multiculturali, generano processi di creolizzazione e di contaminazione reciproca, dando origine a nuove forme espressive e a inedite sintesi culturali (Bhabha, 1994). In questo senso, la costruzione di comunità multiculturali attraverso il cibo apre spazi di innovazione sociale, ma al tempo stesso richiede strumenti di mediazione e pratiche di dialogo interculturale capaci di prevenire conflitti e di garantire inclusione (Haraway, 2016; Sennett, 2012).

“Siamo un'impresa sociale che promuove il cibo come strumento di dialogo fra persone e culture diverse. Crediamo in un mondo senza frontiere, dove ogni persona abbia il diritto di muoversi per seguire i propri sogni e soddisfare i propri bisogni a prescindere dal luogo in cui si nasce. Il nostro progetto di comunità è connesso col quartiere Ballarò di Palermo. La nostra terra è dove poggiano i nostri piedi”.

Figura 85
La mia terra è dove poggio i miei piedi, interno Moltivolti.
Fonte: foto dell'autore

Moltivolti fonda la propria identità sul cibo quale mediatore culturale che modella tempi e relazioni sociali, con il ristorante come fulcro dell'impresa. Il menù, unendo tradizioni siciliane e ricette dei paesi d'origine dei soci, genera un'offerta che diviene racconto biografico e collettivo. L'approvvigionamento privilegia criteri di sostenibilità ambientale, stagionalità e filiera corta, sostenendo i produttori locali, e la cucina, diretta da Antonio Campo, costruisce narrazioni interculturali capaci di trasformare l'evento conviviale in occasione di apprendimento reciproco e riconoscimento identitario. Moltivolti configura così una scena interculturale dove residenti, migranti, studenti e turisti condividono lo spazio, innescando un dialogo che produce capitale sociale bridging e rafforza il senso di appartenenza collettiva. Accanto alla ristorazione, Moltivolti ha sviluppato un'area di coworking che opera come piattaforma abilitante per la collaborazione, ospitando associazioni del terzo settore, gruppi informali e operatori sociali in ambienti multifunzionali. Il coworking agisce da incubatore di progettualità civiche, favorendo lo scambio di competenze e l'attivazione di reti collaborative, con un impatto che supera la semplice condivisione logistica. Il sostegno di fondazioni come CON IL SUD e Peppino Vismara ha permesso l'ampliamento strutturale, creando spazi come Camera a Sud per studenti e associazioni giovanili, gratuitamente disponibili per incontri e attività culturali. Da questa esperienza si è





Figura 86

Figura 87

Figura 88

Piatti tipici
Fonte: foto
dell'autore

articolato uno Sportello di Supporto alle Associazioni, il quale offre consulenza strategica su gestione organizzativa, fundraising e project management, rappresentando un nodo cruciale di capacity building che dota le realtà locali di strumenti per rafforzare la loro azione. L'offerta formativa di Moltivolti si estende anche al campo educativo e scolastico. I programmi comprendono corsi di lingua italiana per migranti, laboratori digitali, percorsi di orientamento al lavoro, workshop su diversity management e attività interculturali rivolte a bambini e adolescenti. Le scuole del quartiere hanno trovato in Moltivolti un partner stabile per iniziative didattiche innovative: le cooking classes internazionali permettono agli studenti di esplorare cucine di diversi paesi, mentre i percorsi di educazione civica affrontano temi come le migrazioni, i diritti di mobilità e le politiche europee di accoglienza. Queste attività contribuiscono a costruire nuove forme di alfabetizzazione interculturale, producendo competenze professionali ma anche consapevolezza civica e capacità di convivenza. Nel 2022 prende forma Barconi, la gelateria sociale, la quale si avvale del sostegno della Fred Foundation e della Haiku Lugano Swiss Foundation. Il nome, che coniuga il riferimento al bar e alle imbarcazioni dei migranti, definisce immediatamente la missione interculturale del progetto, la cui gestione è affidata a giovani migranti per facilitare l'acquisizione di autonomia e competenze professionali. La dimensione alimentare si struttura come un linguaggio politico: il gusto "Moltivolti", elaborato con il maestro Cappadonia, combina crema di arachidi salata, riso soffiato e scorza di limone, simboleggiando l'incontro tra Africa, culture globali e Sicilia. Inoltre, la reinterpretazione del "pezzo siciliano" in "pezzi dal mondo" (come il khachapuri georgiano o la pita greca) evidenzia una convivialità plurale tramite il medium gastronomico. L'incendio del 2022, che danneggiò gravemente la sede, si pose come episodio decisivo; la successiva mobilitazione comunitaria, con un crowdfunding da oltre centomila euro che consentì la riapertura,

dimostrò la profondità del legame sociale e la resilienza delle reti di solidarietà che sostengono l'esperienza Moltivolti. Nel corso degli anni Moltivolti ha ricevuto riconoscimenti nazionali e internazionali che ne hanno consolidato la visibilità e la legittimazione: il Premio Angelo Ferro per l'Innovazione nell'Economia Sociale (2021), la finale al *European Citizen's Prize* del Parlamento Europeo (2022), il *Rosa Parks Award* assegnato nel 2023 a una componente del team, e la menzione di Gambero Rosso come una delle esperienze gastronomiche solidali più significative del 2022. Questi riconoscimenti hanno rafforzato l'autorevolezza del progetto, consolidando alleanze istituzionali e facilitando l'accesso a nuove risorse.

Figura 89
Insegne gelateria
BARCONI.
Fonte: foto
dell'autore

Volendo muovere delle riflessioni in merito, è possibile evidenziare come l'esperienza di Moltivolti metta in evidenza una capacità di azione multilivello, in cui la dimensione gastronomica diventa veicolo di mediazione culturale e di costruzione di un linguaggio conviviale capace di superare barriere e generare riconoscimento reciproco. Alla ristorazione si intreccia una funzione formativa che produce competenze professionali e alfabetizzazioni interculturali, valorizzando l'apprendimento come strumento di inclusione e di partecipazione attiva alla vita collettiva. Sul piano economico, l'impresa crea occasioni di lavoro e percorsi di imprenditorialità per giovani e migranti, favorendo processi di integrazione sostenibile nel tessuto urbano. Infine, la dimensione comunitaria si manifesta nella funzione di presidio civico, in grado di attivare risorse materiali e immateriali, mobilitare solidarietà e rafforzare le reti di prossimità soprattutto nei momenti di crisi.

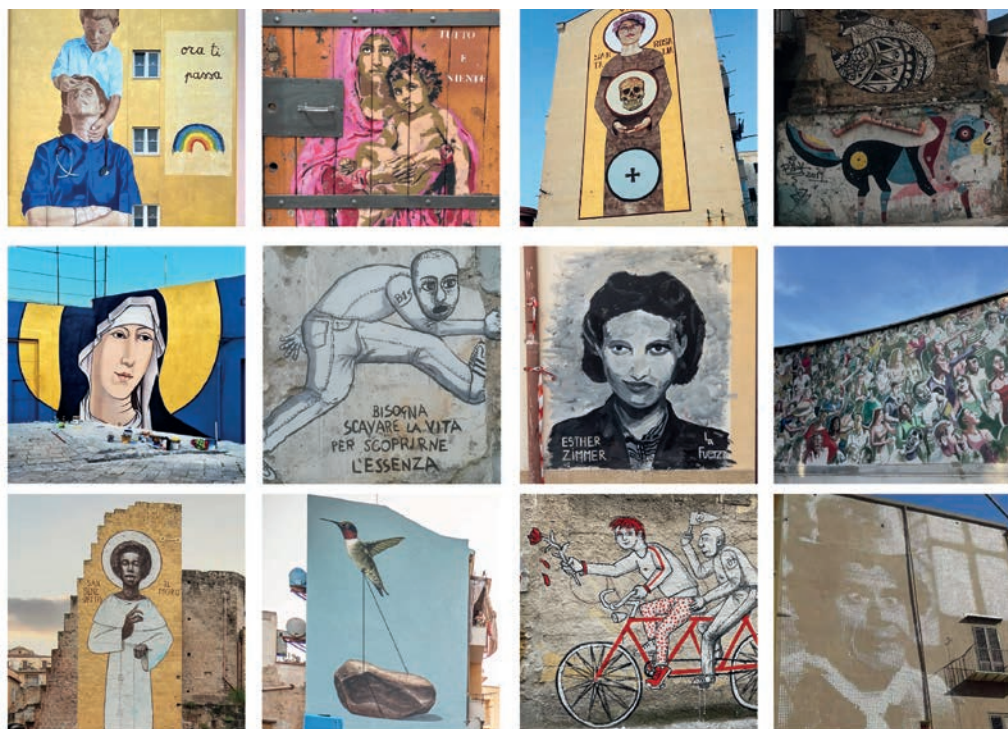


Street art e identità territoriale nel quartiere

L'indagine sulla street art nel quartiere dell'Albergheria si è sviluppata come parte di un percorso di ricerca condotto insieme al professore di filosofia della psicologia e scienze cognitive Carmelo Calì, con l'obiettivo di esplorare i processi di costruzione identitaria attraverso un approccio interdisciplinare che integra design e vision science. Il lavoro ha previsto una ricognizione sistematica del quartiere, articolata in osservazioni sul campo, documentazione fotografica e analisi visiva, finalizzata a comprendere come le pratiche artistiche incidano sulla configurazione dello spazio urbano e sulla produzione di senso condiviso. Attraverso la mappatura e l'analisi semiotica dei murales, si è evidenziato che queste opere operano come marcatori simbolici e cognitivi, trasformando facciate in supporti di narrazione collettiva che rafforzano legami e consolidano appartenenze plurali⁸. L'efficacia di tali interventi deriva dalla loro capacità di mobilitare meccanismi percettivi e cognitivi che intensificano la leggibilità dello spazio urbano. In particolare, i principi della vision science (Palmer, 1999), come la continuità visiva e la segmentazione figura-sfondo, generano un orientamento cognitivo che rafforza la coerenza e la riconoscibilità del tessuto storico-sociale del quartiere, inoltre, i motivi naturali in molte opere agiscono come mediatori biophilici (Kellert, 2008; Beatley, 2012), connettendo la dimensione ecologica a quella sociale e radicando l'immaginario del mercato in un orizzonte ambientale più ampio.

Il murale con la scritta "Si vucia, s'abbannia, Ballarò è magia" costituisce un esempio di come la street art operi come dispositivo semiotico e identitario radicato nella dimensione linguistica, sonora e performativa del mercato. Il testo dipinto richiama l'abbanniata, la pratica tra-

⁸ La percezione dello spazio urbano si definisce come esperienza incarnata, plasmata da fattori culturali, sociali e storici che orientano il significato attribuito ai luoghi, in cui la presenza continua nello spazio pubblico genera sicurezza, coesione e vitalità (Jacobs, 1961; Gehl, 2010; Merleau-Ponty, 1945; Casey, 1997). La street art si afferma come pratica estetica e politica capace di riorientare la percezione collettiva, attribuendo valore simbolico e trasformando aree marginali attraverso processi di resistenza e rigenerazione (Dewey, 1934; Augé, 2009; Burnham, 2010; Cristallini, 2019; Baldini, 2022). Da forma di contestazione ha progressivamente assunto un ruolo nei mercati dell'arte e del design e, più recentemente, nelle strategie di urban branding, rigenerazione e inclusione sociale (Derwanz, 2013; Reinecke, 2012; Gastman, 2005; Baker, 2006). A livello europeo, programmi come EU Street Art e Street Art for Rights, cofinanziati da Creative Europe, hanno impiegato i murales come strumenti di diffusione di valori civici e di promozione della coesione sociale.



dizionale dei venditori ambulanti che con voce alta e ritmata richiamano l'attenzione dei passanti, inscrivendo il paesaggio sonoro come parte integrante dell'esperienza mercatale. La trasposizione di questa formula orale sul supporto murario genera una traduzione semiotica tra linguaggio scritto e linguaggio sonoro, consolidando il legame tra patrimonio immateriale e spazio urbano. La componente verbale, enfaticata da un tratto grafico ampio e da un cromatismo acceso, si intreccia con figure stilizzate e cromie vivaci che rafforzano il carattere immersivo dell'opera, trasformando la parete in un dispositivo multisensoriale che restituisce la vitalità del mercato. L'uso del dialetto palermitano, insieme al riferimento diretto all'atto di abbanniare, consolida un immaginario fortemente situato che riafferma la pluralità mediterranea del quartiere. In questo senso, il murale agisce come atto di riappropriazione simbolica che ancora l'identità di Ballarò alla sua dimensione popolare, celebrando la stratificazione di pratiche che ne definiscono la specificità. L'espressione "Ballarò è magia" produce un effetto performativo che evoca la capacità del mercato di generare quotidianamente relazioni, scambi e forme di prossimità che plasmano la vita comunitaria. Da un punto di vista sistemico, l'opera traduce il paesaggio sonoro e relazionale del mercato in paesaggio visuale: un passaggio che amplifica la riconoscibilità del quartiere, inscrivendo nel tessuto urbano segni che rafforzano la continuità tra tradizione orale, linguaggio artistico e pratiche di abitare.

Figura 90
In foto si osservano: "Ora ti passa!" di Igor Scalisi Palminteri; "Tutto e niente" di Marco Mirabile; "Viva Santa Rosalia" di Igor Scalisi Palminteri; "Grande Volpe" di Gio Pistone + I mangiatori di Patate, "Santa Chiara" di Igor Scalisi Palminteri, "I volti sono luoghi" di Alessandro Bazan, "La Fuerza (Esther Zimmer)" di Flavia Canapa; I Volti sono luoghi di Alessandro Bazan; "San Benedetto il Moro" di Igor Scalisi Palminteri; "Fides" di Andrea Buglisi, Murale di Via Case nuove di Curcio e Romagnoli; Franco Franchi di CrazyOne.



Figura 91
Si vucia, s'abbannia, Ballarò è magia.
Fonte: Foto dell'autore

Il murale Turbo Ballarò di Fulvio Di Piazza esprime con particolare chiarezza le dinamiche osservate in letteratura. L'opera mette in scena un vortice di creature marine che richiama l'identità storica del mercato, attivando un dispositivo percettivo capace di tradurre la vitalità mercatale in una morfologia organica ispirata ai cicli naturali. La struttura spiraliforme che sostiene la composizione visuale opera come principio ordinatore che richiama schemi cognitivi universali, generando senso di movimento e profondità e rafforzando il legame tra l'immaginario ecologico e l'esperienza quotidiana del quartiere. La forza comunicativa dell'opera risiede nella capacità di articolare continuità direzionali, regole di co-circularità e closure, dando vita a un processo di orientamento percettivo che trasforma lo spazio in scena esperienziale. In questo modo la parete diventa interfaccia cognitiva che media la relazione tra abitanti, visitatori e ambiente costruito, inscrivendo la memoria mercatale in un dispositivo visuale che diventa parte integrante del paesaggio urbano. L'intervento di Di Piazza si inserisce inoltre in un quadro più ampio di produzione artistica che, attraverso progetti collettivi come Cartoline da Ballarò, attiva processi sistemici di rigenerazione simbolica. Tale iniziativa, promossa da artisti locali e internazionali, costruisce un museo a cielo aperto che restituisce dignità a superfici segnate dal degrado e rende visibili patrimoni immateriali, rafforzando legami intergenerazionali e reti di prossimità sociale. La partecipazione dei residenti, espressa in racconti condivisi e contributi materiali, rinforza il senso dell'opera collettiva, alimentando forme di cura del territorio e riconoscendo l'arte come bene comune. La documentazione audiovisiva del progetto, come nel film *Prospettiva Ballarò*, estende ulteriormente la por-

tata dell'intervento, collocandolo in un orizzonte di riflessione critica sulla rigenerazione urbana e sulla capacità delle pratiche artistiche di incidere sui processi di produzione identitaria. I murales rafforzano quindi la leggibilità urbana e contrastano la frammentazione spaziale, agendo come landmark e dispositivi semiotici che intensificano la coerenza percettiva del quartiere (Lynch, 1960). Al tempo stesso, configurano un linguaggio politico e sociale che sostiene pratiche di resistenza ai processi di gentrificazione e riafferma la pluralità identitaria del contesto (Burnham, 2010; Gianquitto, 2019). L'integrazione di motivi naturali conferisce inoltre a queste opere una valenza ecologica, traducendo in immagini urbane le dinamiche della biodiversità e della ciclicità naturale, con effetti positivi sul benessere psicologico e sulla percezione di coerenza ambientale (Joye, 2007; Kellert & Calabrese, 2015). In questa prospettiva, la street art diventa strumento di innovazione sociale e culturale, capace di mobilitare saperi locali e reti di prossimità per costruire nuove forme di abitabilità. La produzione artistica si iscrive così in un paradigma di design diffuso e collaborativo che, attivando ecologie relazionali e conoscenze situate (Haraway, 1988), trasforma e modella lo spazio del quartiere.

Figura 92
Turbo Ballarò, F. Di
Piazza.
 Fonte: Foto
 dell'autore





Figura 93 Murales Ingresso Ballarò. Fonte: foto dell'autore

5.2 Ballarò, Palermo

Interpretazione e sintesi 10

Il Mercato di Ballarò

Contesto Storico Urbanistico	Configurazione Fisica e Funzionale	Governance e Regolazione	Dinamiche Sociali, Economiche e Culturali

Il mercato si inserisce nel quartiere Albergheria, estendendosi prevalentemente tra piazza Ballarò e piazza del Carmine, e si prolunga lungo via Chiappara al Carmine fino all'arco di Cutò, con accessi anche da corso Tukory e via Università. Il toponimo “Ballarò” ha origini antiche, ricondotto da alcune fonti alla forma araba Balhara o Bahlara, forse un villaggio vicino Monreale da cui provenivano i mercanti. Fonti d'archivio attestano la sua funzione mercatale già nel XIII-XIV secolo.

Il mercato presenta una configurazione a nodi connessi, articolata in sezioni distinte: la zona di piazza Ballarò mostra una forte pressione turistica con una crescente offerta di ristorazione rapida; l'area centrale di piazza del Carmine è un baricentro ambivalente dove identità convive con il degrado fisico; la “parte alta” verso corso Tukory, pur mantenendo accessibilità per i residenti, mostra anch'essa segni di turistificazione. Emergono criticità infrastrutturali come l'assenza di allacci idrici per il pesce, una gestione carente dei rifiuti organici e l'esposizione dei banchi al traffico veicolare.

Si segnala una Governance grigia, poiché manca un regolamento ufficiale reperibile e una documentazione chiara sul numero di stalli. Questa opacità amministrativa alimenta un'informalità strutturale, che agisce come un'impalcatura tacita del mercato. La vicenda del mercato coperto di piazza del Carmine rappresenta il fallimento del tentativo di formalizzazione del mercato stesso.

Il mercato è il principale spazio di inserimento economico e relazionale per le comunità migranti (bangladesi, maghrebine, africane), generando una “convivenza ostipitale” (accoglienza e distanza). Si rivela una forte tensione tra una “microeconomia di sopravvivenza” legata ai residenti e una “macroeconomia turistica” estrattiva, che causa un aumento dei prezzi e una progressiva sostituzione delle attività tradizionali con ristorazione e banchi di souvenir.

Prossimità	Cura	Sitopia	Misura
Persiste prossimità relazionale e funzionale nonostante deficit evidenti nel sistema di gestione.	Una dimensione percepita come in crisi nel mercato attuale, ma che rimane un valore generativo per alcune reti civiche.	Il cibo rivela le contraddizioni, la resilienza sociale e la fragilità istituzionale, fino a generare “cattiva sitopia” (distorsioni turistiche).	Forte tensione tra la lentezza dei legami comunitari e la velocità dell'estrazione turistica.

lettura interpretativa finale

Ballarò appare come uno spazio liminale e ambivalente, dove la forte dimensione estetica, sensoriale e performativa agisce come garanzia simbolica, ma al contempo maschera profonde vulnerabilità materiali. L'autenticità percepita si fonda su un'economia di “fiducia estetica” piuttosto che sulla trasparenza delle filiere, che rimangono opache. L'informalità agisce come un'impalcatura che garantisce resilienza e accessibilità, ma la vicenda del mercato coperto di piazza del Carmine rivela la distanza strutturale tra le logiche istituzionali e le pratiche del territorio, evidenziando le tensioni irrisolte tra⁷

Nella sua configurazione attuale, il mercato si estende prevalentemente tra piazza Ballarò e piazza del Carmine, su cui domina la chiesa, e si prolunga lungo via Chiappara al Carmine fino all'arco di Cutò, arrivando quasi a intersecare la via Maqueda. Al mercato si accede anche da via San Mercurio, da corso Tukory attraverso l'antica Porta Sant'Agata o da via Università passando per Casa Professa. La morfologia interna del mercato si organizza attorno a polarità distinte. Piazza Ballarò rappresenta il fulcro di connessione con Casa Professa e le vie circostanti, luogo di passaggio e di forte densità sociale, mentre Piazza del Carmine costituisce il centro simbolico e rappresentativo, dove l'immagine del mercato si concentra in una scena di grande riconoscibilità urbana. A questi due poli si aggiunge la cosiddetta "parte alta" del mercato, verso Corso Tukory e l'area di San Saverio. L'insieme produce una spazialità a nodi connessi, in cui ciascuna piazza assume il ruolo di cerniera tra tessuto residenziale e mercato.

L'esperienza del mercato si fonda su una dimensione sensoriale complessa. Le esposizioni a vista, organizzate in cumuli di frutta, cassette di verdura, carni o pesce adagiato sul ghiaccio, costruiscono un forte impatto visivo, mentre le abbanniate e il brusio costante dei visitatori generano un ambiente sonoro caratteristico, che diventa parte integrante dell'identità del luogo. A ciò si aggiungono gli odori intensi delle merci alimentari e delle preparazioni culinarie, che si diffondono nello spazio pubblico rafforzando la natura immersiva del mercato e la sua riconoscibilità percettiva. L'interazione tra queste componenti produce una scena urbana densa, in cui il commercio si intreccia con pratiche di socialità e di fruizione collettiva. La dimensione multisensoriale del mercato, fatta di abbanniate, odori penetranti e una densa stratificazione di stimoli, contribuisce quindi alla produzione di un immaginario urbano che fonde pratiche economiche, memoria collettiva e forme di convivialità, inscrevendo Ballarò in una genealogia di luoghi in cui il commercio popolare si intreccia con la costruzione di identità collettive (Balistreri & Pollaci, 2008). Il paesaggio sensoriale del mercato assume quindi una funzione generativa, poiché organizza memorie condivise, codici culturali e forme di appartenenza, consolidando il mercato come scena civica in cui le pratiche di scambio si intrecciano con la produzione sociale di significato.

Già nella descrizione di Pitre, lo spazio mercatale di Ballarò appare come un ambiente traboccante di attività, dove

«rumoreggiano confusamente i venditori» e una
«sequela interminabile di bottegucce offre un
campionario eterogeneo di merci, dal pane alla carne,

box di approfondimento 6 Il nome Ballarò

Per il toponimo di Ballarò, fonti storiche e ricostruzioni novecentesche richiamano la forma araba Balhara/Bahlara¹, talora collegata a un insediamento in area monrealese da cui provenivano mercanti e derrate, da cui la denominazione "Segel-Ballarath", attestando una memoria lessicale arabo-siciliana della "piazza" mercatale; a ciò si affiancano, nelle tradizioni moderne, altre proposte interpretative che rimandano comunque a un orizzonte semantico di "fiera" e di luogo di scambio. Secondo la ricostruzione proposta da Sorgi (2015), la persistenza del nome è documentata da fonti d'archivio: un atto del 1287 menziona una contrada Ballarò, un altro documento coevo fa riferimento a un macellum Ballaronis e, nel 1327, viene citata una platea publica de Ballarò, ossia un mercato destinato a generi alimentari diversificati e non esclusivamente alla carne. Il primo nucleo mercatale si sviluppava lungo la via Ballarò, originariamente stretta e tortuosa, trasformata nel Quattrocento in un ampio spazio di piazza, compreso tra il monastero di Santa Chiara e il convento del Carmine. A questo asse si collegava la via Albergheria, di impianto medievale, che nel Cinquecento divenne una platea magna, strada commerciale più larga e adatta ad accogliere taverne e il passaggio dei carri. In questa fase il mercato assumeva un assetto ormai stabile, confermando la matrice saracena delle sue origini. Le fonti successive, come lo storico Tommaso Fazello nel Cinquecento, attestano l'uso della denominazione saracina Sege-ballarath, mentre nel XIX secolo Michele Amari, traducendo

1 Villaggio nei pressi di Monreale descritto da Ibn ʿAwwāl, e SegelBallarath, ovvero mercato di Balharā, cioè il luogo in cui i commercianti e i contadini di quel villaggio vendevano i loro prodotti. Cfr. Kitāb al-masālik wa'l-mamālik (Libro delle vie e dei reami), in Amari, Biblioteca arabo-sicula, 4 seconda edizione, testo arabo I, pp. 11-13, 15-16, versione italiana I, pp. 13-17, 19-21.

dalle funi alle stoviglie» (Pitrè, 1904, pp. 41).

Pitrè descrive la dimensione mercatale come cuore pulsante della vita urbana, in cui il frastuono dei venditori si sovrappone al passaggio di carretti carichi di vino, ortaggi e legna provenienti dalle campagne circostanti. Le botteghe, addossate le une alle altre, espongono una varietà impressionante di merci, dalle pentole alla corda, dal pane alla carne, fino agli avanzi di frutta, componendo un paesaggio commerciale denso e affollato. L'esperienza sensoriale del mercato di Ballarò, che si apre come naturale prosecuzione delle strade Maestra e Porta di Castro, viene resa attraverso il clamore dei richiami dei vinaioi e degli artigiani, il vociare di venditori e rigattieri, le contrattazioni serrate delle comari, e il continuo intrecciarsi di attività quotidiane e pratiche rituali. In questo spazio, i cantastorie diffondono leggende religiose e narrazioni popolari, le stampe devozionali circolano tra i caminanti e nuove composizioni poetiche vengono recitate e cantate, alimentando una memoria collettiva in continua trasformazione. (Pitrè, 1904). Anche nella produzione letteraria contemporanea Ballarò viene rappresentato come nodo identitario dell'Albergheria che regola e scandisce i ritmi quotidiani della vita collettiva, diventando scena simbolica in cui la dimensione economica si intreccia con quella

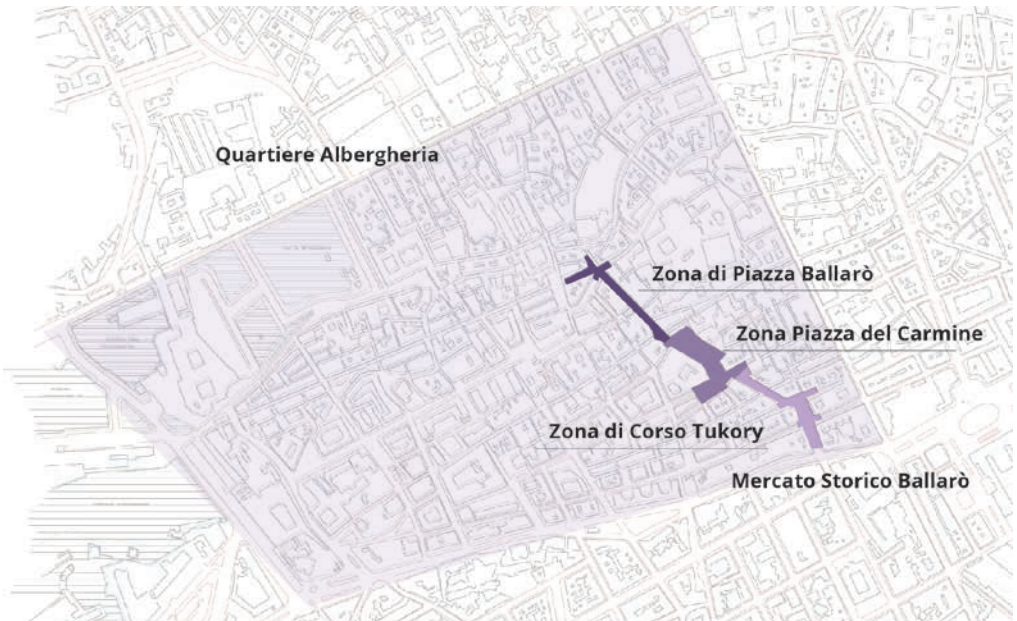
sociale e culturale⁹.

Nel tempo, tuttavia, la configurazione simbolica del mercato di Ballarò è stata attraversata da mutamenti profondi che hanno ridefinito tanto la materialità dello spazio mercatale quanto le forme di vita che vi si organizzano. La natura popolare del mercato ha continuato a garantirne l'accessibilità alle fasce di popolazione a reddito basso, ma parallelamente la scenografia dei banchi, le abbanniate come elemento performativo e l'inserimento sistematico del mercato nelle principali guide turistiche hanno accresciuto l'attrattività esterna, alimentando processi di patrimonializzazione simbolica che trasformano l'esperienza mercatale in risorsa turistica. Tale dinamica si colloca in un quadro strutturale di crisi che, a partire dagli anni Novanta, ha colpito l'intero sistema dei mercati storici palermitani, con la riduzione progressiva delle superfici destinate al commercio tradizionale, la perdita di botteghe storiche e la scomparsa di mestieri legati a economie artigianali locali. Il mercato di Ballarò diviene in questo senso un osservatorio privilegiato per comprendere la compresenza di due vettori apparentemente divergenti: da un lato la persistenza di economie popolari fondate su logiche di prossimità e inclusione, dall'altro la crescente esposizione a forme di valorizzazione turistica che innescano fenomeni di *tourism gentrification*. Quest'ultima si manifesta a Ballarò nell'apertura di attività legate alla ristorazione e alla gastronomia di strada, che si affiancano alle pratiche mercatali tradizionali ridefinendone l'equilibrio, in un processo di ibridazione che modifica la natura stessa dello spazio pubblico. La gentrification, in questo contesto, non segue traiettorie lineari ma assume configurazioni complesse e stratificate, in cui appropriazioni diverse e talvolta conflittuali ridisegnano l'uso dello spazio e le relazioni sociali. La coabitazione di economie popolari e nuove pratiche imprenditoriali produce così un quadro ibrido: Ballarò rimane un luogo essenziale per l'inserimento economico delle comunità migranti e per la sussistenza delle famiglie a reddito basso, ma al contempo diventa una scenografia urbana per un consumo simbolico che risponde a logiche di visibilità e attrattività turistica. Questa duplice condizione si riflette inevitabilmente sulla vita quotidiana degli abitanti, generando tensioni tra vitalità civica e rischio di marginalizzazione di chi dispone di minori risorse, conferendo al mercato una forma liminale, in cui resistenza, adattamento e appropriazione si intrecciano costantemente (Prestileo, 2022). Per

9 In Cortile Nostalgia di Torregrossa il mercato appare come scena sonora della vita quotidiana, attraversata dalle abbanniate e dai flussi di merci e persone. In *Le sette fate* di Youssef di Scaffidi, il mercato è il grande contenitore sociale che segna e regola economie familiari, apprendimenti precoci e pratiche rituali che intrecciano prossimità e appartenenze diasporiche.

comprendere queste dinamiche, risulta necessario considerare come esse si inscrivano nella materialità stessa del mercato, che appare articolato in sezioni distinte, ciascuna caratterizzata da specifiche configurazioni spaziali e relazionali capaci di tradurre in forma concreta le tensioni tra prossimità popolare e valorizzazione turistica. Come già osservato da Gallitano in una precedente tesi dottorale (2018), il mercato non appare infatti come un insieme omogeneo, ma come uno spazio articolato in più sezioni, ciascuna con identità, dinamiche e criticità proprie. Questa interpretazione trova conferma nelle ricerche condotte nel corso di questa tesi, dove la divisione interna emerge in maniera chiara e osservabile. L'articolazione proposta in tre aree, la zona di piazza Ballarò, l'area centrale di piazza del Carmine e la parte alta fino a corso Tukory, costituisce un criterio interpretativo utile per leggere la complessità del mercato e resta coerente con le evidenze empiriche raccolte. Nella prima area, che da Piazzetta Ballarò percorre via Piazza Ballarò fino a via del Bosco, la pressione turistica è evidente e costante. L'assortimento si orienta sempre più verso la somministrazione e la ristorazione rapida, con la sostituzione progressiva delle botteghe storiche da parte di trattorie e locali calibrati sui visitatori. In questo tratto la vitalità serale alimenta economie parallele: da un lato il consumo esperienziale legato ai flussi turistici e culturali, dall'altro la persistenza di circuiti di marginalità che trovano spazio nei vuoti urbani e nelle zone di degrado. La sezione centrale di piazza del Carmine costituisce un baricentro ambivalente. L'immagine di autenticità, che ne rafforza l'attrattività, convive con il degrado fisico e con un'elevata eterogeneità sociale. Qui si confron-

Figura 94
Divisione del mercato in aree, in base ai processi in atto.
Fonte: elaborazione dell'autore



tano quotidianamente pressioni esterne, legate al turismo e alla gentrificazione commerciale, e spinte interne, orientate alla regolarizzazione e alla tutela dell'identità mercatale. L'equilibrio che ne deriva è instabile e continuamente ridefinito dall'interazione tra operatori, istituzioni e reti civiche. La parte alta, che si estende fino a corso Tukory, nelle ricostruzioni precedenti appare come l'area più stabile, sostenuta dalla clientela abituale e dall'integrazione progressiva delle attività avviate da migranti. Le evidenze raccolte nel periodo della ricerca mostrano che anche qui avanzano forme di turisticazione: aumentano i banchi che propongono cibi pronti e prodotti tipici a valore unitario più alto, compaiono spazi di degustazione e si riduce la centralità dei generi destinati alla spesa quotidiana. Allo stesso tempo, questa sezione rimane la più accessibile per i residenti, sia per i prezzi mediamente più contenuti rispetto alle altre aree, sia per la continuità di un'offerta ancora legata al consumo domestico. La sua posizione, a margine del quartiere e facilmente raggiungibile anche da zone periferiche della città, ne rafforza la funzione di soglia popolare del mercato, garantendo una base di frequentazione che, pur trasformata, continua a distinguerla dal resto del perimetro mercatale.

Il mercato costituisce inoltre un osservatorio cruciale delle trasformazioni prodotte dalla presenza migrante nel tessuto urbano palermitano. Nel corso dei rilievi condotti al mercato emerge con chiarezza la presenza di reti migranti stabilmente inserite nel tessuto mercatale. Un commerciante di origine bangladese¹⁰ sottolinea come la coltivazione diretta di ortaggi e spezie in terreni dell'area palermitana permetta di affiancare prodotti esotici a quelli della tradizione locale.

A. (Commerciante bangladese, Ballarò 2024): «Sì, guarda che profumo fa questo basilico (basilico thai, ndr) è coltivato nella campagna di Palermo. Tutta la nostra comunità coltiva e poi io li vendo qui.»

I prodotti non presentano etichette o tracciature di filiera, non è possibile sapere se quello che dice è vero, ma questa interazione restituisce l'immagine di un mercato che continua a essere laboratorio multiculturale, in cui tradizioni alimentari differenti si combinano dando origine a nuovi repertori gastronomici e a inedite configurazioni di convivenza. Tuttavia, la marginalità socioeconomica delle comuni-

¹⁰ Da una conversazione informale avuta con Ahmed, commerciante di origine bangladese attivo a Ballarò (aprile 2024). Ahmed ha sottolineato la continuità del legame con la comunità migrante di riferimento e la collaborazione quotidiana con operatori locali, descrivendo scambi di ricette e modalità di preparazione che intrecciano repertori culinari bangladesi e siciliani.

tà straniera e la precarietà del lavoro informale collocano i migranti in una posizione ambigua: essenziali al funzionamento del mercato, ma con un riconoscimento solo parziale e condizionato. Già Pascoal e Bartholini (2021) avevano interpretato la convivenza tra popolazione autoctona e straniera nel quartiere, come una condizione segnata da pratiche alimentari ambivalenti, nelle quali integrazione e conflitto coesistono. La nozione di “convivenza ostipitale” esprime questa forma di coabitazione fondata su accoglienza e distanza, radicata in equilibri fragili e mai stabilizzati, dove il cibo agisce come mediatore culturale, aprendo spazi di riconoscimento reciproco e rivelando al tempo stesso le linee di frattura che attraversano il mercato.

La complessità del mercato di Ballarò si riflette anche nella sua condizione istituzionale e regolativa. Il mercato non dispone di un regolamento ufficiale reperibile attraverso i canali istituzionali del Comune di Palermo, né di una documentazione univoca che consenta di ricostruire con precisione il numero effettivo delle bancarelle e la loro distribuzione. Questa opacità amministrativa alimenta dinamiche di informalità che si intrecciano con quelle già evidenziate nei capitoli precedenti, delineando un contesto in cui l'assenza di una cornice normativa chiara apre spazi di negoziazione quotidiana tra operatori, istituzioni e abitanti. La natura non formalizzata del mercato produce così un regime di governance grigia, dove forme di regolazione *de facto* emergono dall'interazione tra pratiche locali e interventi episodici delle autorità pubbliche.

È in questo orizzonte che si colloca la vicenda del mercato coperto di piazza del Carmine, la cui analisi nel paragrafo successivo consente di osservare in modo ravvicinato gli effetti concreti di questa ambiguità normativa e le tensioni che ne derivano.

Il Mercato Coperto di Piazza del Carmine

Figura 95
Assonometria
prima e dopo del
Mercato coperto
di Piazza del
Carmine.

Fonte: Gruppo
Lab City, Prof.re
Lecardane, R.A.

Figura 96
Vista dall'alto del
mercato. Fonte:

Foto di La
Repubblica,
Palermo

L'evoluzione del mercato coperto di Ballarò in piazza del Carmine segue un percorso istituzionale e politico che prende avvio nel maggio 2013, quando la Giunta comunale presenta pubblicamente la proposta di Regolamento Unico dei Mercati (RUM). L'obiettivo dichiarato è quello di riorganizzare l'intero comparto mercatale cittadino, includendo al suo interno i mercati storici. Il testo introduce criteri di assegnazione per gli stalli, procedure di esternalizzazione dei servizi, strumenti di gestione condivisa, misure di valorizzazione turistica e nuove disposizioni in materia igienico-sanitaria e digitale, come la copertura Wi-Fi e l'applicazione del sistema HACCP. Allo stato attuale, l'area mercatale di piazza del Carmine rimane chiusa e in abbandono, con recinzioni danneggiate, rifiuti accumulati e un degrado crescente che riflette l'incompiutezza di un progetto nato per regolarizzare e valorizzare il mercato di Ballarò ma che, nella sua evoluzione amministrativa e politica, ha finito per generare nuove forme di sospensione e incertezza.



DataFase	Evento Chiave	Dettagli Quantitativi / Rilevanza
mag 2013	Regolamentazione	Presentazione proposta RUM (Regolamento Unico Mercati). Obiettivo: riorganizzazione mercatale, includendo sezioni sui mercati storici (HACCP, Wi-Fi).
dic 2016	Regolamentazione	Approvazione formale del RUM. Introduzione di misure agevolative (fiscali, deroghe urbanistiche) per la continuità dei mercati.
Dal 2017	Co-Progettazione	Avvio della co-progettazione IACP / SOS Ballarò. Azione sinergica volta a regolarizzare i venditori storici e a rafforzare l'identità del quartiere Albergheria.
apr 2019	Co-Progettazione	Approvazione variante urbana (Fondi PO-FESR). Il progetto assume valore di rigenerazione urbana, differenziandosi dalla turistificazione.
giu 2021	Consegna	IACP consegna l'area riquadrificata. Investimento 600.000 €, 41 stalli totali. Priorità agli operatori attivi prima del 1995.
dic 2022	Attuazione	Emissione bando per l'assegnazione dei 41 stalli. Previsti 215.000 € di contributi a fondo perduto. Priorità agli operatori attivi prima del 1994.
mar 2023	Crisi / Stallo	Giunta revoca ufficialmente il bando (sospeso a Gennaio dagli Assessori Forzinetti/Pennino). Blocco amministrativo; l'area mercatale resta inutilizzata.
mag 2023	Crisi	Denuncia pubblica del degrado (rifiuti, crack). Rappresentazione del sito come emblema di fallimento istituzionale.
mar 2024	Crisi / Revoca	Revoca del finanziamento POC_PA_I_3.1.h. 450.000 € revocati e successivamente riallocati ai servizi sociali.
giu 2024	Crisi / Frattura	Giunta converte il mercato in mercato all'ingrosso. Frattura evidente rispetto al percorso di co-progettazione condotto per sette anni.
lug 2024	Reazione Civica	Assemblea pubblica SOS Ballarò denuncia lo "scippo" e il degrado strutturale. Critica al capannone come "elemento estraneo" che ha deturpato lo spazio urbano.
set 2025	Stato Attuale	Struttura inutilizzata e in stato di degrado. Richiesta della VI Commissione di convocare un tavolo tecnico per superare l'immobilismo.



Tipologie di alimenti a Ballarò: una lettura sitopica

Premesse metodologiche

Le foto che seguono, dedicate a una lettura sitopica del mercato, restituiscono in modo analitico le relazioni tra materialità dei banchi, dimensioni sensoriali e configurazioni socio-spaziali emerse nel corso della ricerca. Le fotografie sono state scattate seguendo la metodologia dell'etnografia visiva di Pink (2015), che privilegia un approccio riflessivo e creativo sviluppato direttamente sul campo, che ha permesso di catturare immagini in modo naturale, evitando pose costruite. In linea con questo approccio, le fotografie sono intese come il frutto di una pratica visiva che produce attivamente conoscenza etnografica, superando la visione della fotografia come semplice "dato" oggettivo.

L'indagine sulle tipologie alimentari presenti al mercato di Ballarò è stata sviluppata nell'arco dei tre anni attraverso un approccio etnografico che ha integrato osservazioni sistematiche, conversazioni informali con i venditori e l'impiego riflessivo della visual ethnography (Pink, 2020). Le visite, distribuite in diversi periodi dell'anno, hanno consentito di cogliere la variazione stagionale delle derrate e l'impatto di dinamiche urbane più ampie sull'offerta mercatale. La produzione e l'analisi di materiale fotografico hanno rappresentato un dispositivo conoscitivo capace di registrare pratiche, forme estetiche e trasformazioni altrimenti difficili da documentare attraverso la sola osservazione partecipante. Seguendo l'approccio proposto da Pink (2020), la documentazione visiva è stata sviluppata in modo riflessivo e situato, riconoscendo le immagini come parte integrante delle relazioni etnografiche e come strumenti co-prodotti nel dialogo con i soggetti coinvolti. Le immagini hanno restituito tanto la materialità delle merci e la gestualità dei venditori quanto i mutamenti estetici indotti dai processi di turisticazione, contribuendo alla costruzione di un archivio critico orientato all'interpretazione analitica. L'assunzione della lente sitopica proposta da Steel (2020) ha inoltre permesso di leggere il cibo come una trama materiale e simbolica attraverso cui la città si rivela, capace al tempo stesso di esprimere la vitalità relazionale e le contraddizioni strutturali che attraversano Ballarò. L'indagine ha prodotto un corpus visivo e descrittivo che, oltre a costituire un archivio critico delle trasformazioni mercatali, è stato sistematizzato

in forma comparativa.

L'ortofrutta di stagione, il pescato giornaliero, le carni e i prodotti trasformati costruiscono un paesaggio merceologico che, almeno in apparenza, mantiene una stretta relazione con la tradizione alimentare palermitana e siciliana. Tuttavia, questa immagine di abbondanza si intreccia con una serie di contraddizioni che emergono chiaramente nella pratica quotidiana e che segnalano fragilità strutturali e istituzionali. Il settore ortofrutticolo costituisce la componente più estesa dell'offerta. Le bancarelle, disposte lungo l'asse mercatale principale, espongono frutta e verdura di stagione con un'estetica che enfatizza l'abbondanza attraverso cumuli piramidali dai colori vivaci. Questa scenografia, studiata da Bonanzinga (2006) come pratica di ostensione, contribuisce a consolidare relazioni di fiducia e a rafforzare l'immagine del mercato come spazio di freschezza e vitalità. Le osservazioni distribuite lungo i cicli stagionali hanno permesso di documentare la rotazione del paniere agricolo siciliano: dagli agrumi invernali ai legumi primaverili, dai pomodori e dalle melanzane estive fino ai fichidindia e all'uva autunnale. Tuttavia, i colloqui con i venditori hanno evidenziato un limite strutturale: alla richiesta di informazioni sulla provenienza o sulla tracciabilità, le risposte si sono rivelate vaghe o evasive. In assenza di produttori agricoli diretti, il mercato si affida a reti di grossisti e intermediari, mostrando una distanza tra l'immagine di prossimità veicolata dall'estetica dei banchi e la realtà di filiere opache, difficilmente verificabili. Questa discrepanza conferma l'idea di una "sitopia imperfetta" (Steel, 2020), in cui il cibo rivela tanto la resilienza sociale quanto la fragilità istituzionale. Il comparto ittico rafforza questa lettura. I banchi del pesce offrono varietà che riflettono la disponibilità stagionale e le pratiche di pesca locale: sarde, sgombri, acciughe, pesce spatola, polpi, seppie, ricci di mare, con la presenza di tonno e pesce spada nei mesi primaverili ed estivi. L'abbondanza e la freschezza sono enfatizzate dall'esposizione su ghiaccio e dalle abbanniate, che richiamano i passanti con un linguaggio performativo. Tuttavia, l'osservazione ravvicinata ha registrato la mancanza di allacci idrici permanenti, che costringe i venditori a soluzioni estemporanee per il mantenimento della merce. Questa condizione, già rilevata in altri mercati popolari (Sorgi, 2015), segnala una criticità infrastrutturale persistente, con implicazioni dirette sulla sicurezza alimentare e sull'igiene. Analoghe tensioni si osservano nei banchi di carne: le mezzene esposte, le frattaglie e i polli ruspanti ribadiscono la continuità di una pratica storica di ostensione che valorizza l'intero animale, ma al contempo rivelano carenze nella gestione dei rifiuti organici e nella conformità alle normative sanitarie. In un contesto dove



1. Uomo davanti a bancarella di frutta



2. Limoni e zucchine lunghe



3. Bancarella di frutta con banane



4. Struttura metallica vuota con cartelli



5. Cassette con zucchine chiare e ortaggi



6. Bancarella di frutta e verdura e manifesti



7. Struttura coperta del mercato



8. Strada del mercato con scorcio urbano



9. Cassette di lumache vive

la normativa sanitaria impone modalità rigorose di stoccaggio, raccolta e smaltimento, queste condizioni testimoniano una contraddizione strutturale: il mercato appare costretto a operare nella zona grigia dell'informalità. I rifiuti organici si accumulano alle spalle dei banchi, penetrando nelle fessure del selciato e mescolandosi agli scarti vegetali dei banchi ortofrutticoli. Nei momenti consecutivi alla chiusura, alcuni operatori provvedono a spazzare in modo sommario, ma non con sistemi differenziati né in orari compatibili con la raccolta istituzionale. I varchi e le vie adiacenti restano spesso sporchi, un segno visibile della debolezza del coordinamento tra gli operatori mercatali e



10. Bancarella "Domenico Frutta"



11. Chiosco di Spritz



12. Murale Ballarò è magia



13. Scritte "Tourist go home"



14. Strada con bancarelle e tendoni



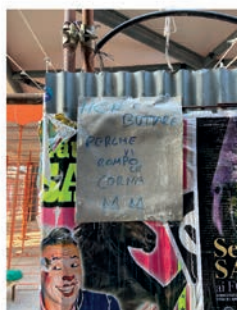
15. Bancarella di souvenir



16. Banco di street food



17. Gatto e piattini



18. Avvertimenti

il servizio pubblico.

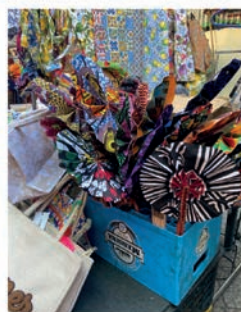
Negli ultimi decenni Ballarò ha visto crescere la presenza di venditori e botteghe gestiti da immigrati, riflettendo i mutamenti demografici del quartiere Albergheria. Oggi all'interno e attorno al mercato storico convivono comunità diverse: oltre ai palermitani si incontrano commercianti e residenti originari dell'Africa occidentale (ghanesi, ivoriani, nigeriani), del Maghreb (tunisini, marocchini), dell'Asia meridionale (bangladesi, pakistani) e persino delle isole Mauritius o dello Sri Lanka. Lungo le vie del mercato le attività commerciali avviate da



19. Cartello di street food



20. Borse turistiche con scritta "Sicilia"



21. Banco di souvenir ghanesi



22. Bancarella di pomodorini



23. Cassonetti con rifiuti notturni



24. Banco di olive e antipasti



25. Strada del mercato con banchi



26. Banco di spezie confezionate



27. Canoli

bengalesi, maghrebini e altri immigrati si sovrappongono alle tradizionali bancarelle palermitane. Questa composizione multiculturale si riflette inevitabilmente nell'offerta alimentare: accanto ai prodotti tipici siciliani compaiono sempre più spesso ingredienti e cibi di provenienza estera. Ad esempio, nei negozietti e minimarket gestiti da stranieri è possibile trovare spezie esotiche (curcuma, cardamomo, curry, peperoncino thai, ecc.), legumi e cereali importati, salse piccanti africane, riso basmati e farine particolari, oltre a ortaggi insoliti per



28. Polpo su finte maioliche



29. Banco di pesce



30. Bancarella del re delle spremute



31. Stiggiole, cibo tipico



32. Verdura locale



33. Sapori antichi



34. Street food "originale"



35. Trattoria tipica



36. Spremuta multilingue

la tradizione locale (come la manioca, il platano o l'okra) destinati al consumo nelle comunità di origine. Sui banchi di Ballarò compaiono anche erbe e piante aromatiche asiatiche, e carni macellate secondo riti religiosi specifici (ad esempio carne halal), a riprova di una domanda variegata espressa dai nuovi palermitani.

La dimensione del cibo pronto al consumo, osservata sistematicamente e documentata fotograficamente, mostra la convivenza tra due tendenze divergenti. Le specialità storiche dello street food, pani cã

meusa, panelle, stigghiole, quarume, continuano a costituire un presidio identitario, alimentando la memoria gastronomica collettiva e offrendo spazi di convivialità quotidiana. A completare la mappa dello street food di Ballarò vi sono i venditori di polpo bollito, che estraggono i molluschi fumanti da pentoloni d'acqua salata e li servono a fettine tiepide condite con succo di limone, e i chioschi di frutta fresca pronta da mangiare: ad esempio il tipico "mulunaru" che in estate vende fette di anguria fredda e babbicciu (gelso nero) o il "citraru" con i suoi bicchierini di succo di limone fresco spremuto al momento. Tra i dolci, oltre alla frutta candita e secca spesso venduta sfusa, spiccano specialità come i cannoli siciliani riempiti al momento con ricotta dolce e gocce di cioccolato, e varie paste di mandorla. Tuttavia, si registra la diffusione di banchi esplicitamente orientati a vendere al turista, caratterizzati da allestimenti estetizzanti con stampe di maioliche, piatti già pronti disposti in serie, listini multilingue e prezzi elevati. Le fotografie raccolte hanno reso tangibile questa trasformazione: le immagini mostrano un cibo che, lungi dal presentarsi come fresco e spontaneo, appare confezionato per un consumo rapido e spettacolarizzato, pensato per visitatori temporanei più che per gli abitanti del quartiere.

Nel corso dell'indagine è stata registrata la performance di Salvuccio, venditore di angurie conosciuto come "mulunaru", la cui abbanniata "il melone c'ha lo zucchero"¹¹ produce un paesaggio acustico che struttura la scena mercatale, attribuendo al melone una funzione simbolica che eccede la sua dimensione alimentare e rappresentando un caso di come l'alimento venga tradotto in linguaggio e ritmo. La performance del "mulunaru" non si esaurisce nello spazio fisico del mercato, ma si estende nella sfera digitale attraverso la circolazione virale del video sulle principali piattaforme social. L'analisi dei commenti che accompagnano tali video rivela un campo discorsivo fortemente polarizzato. Da un lato emergono forme di fascinazione per l'energia performativa e sonora che caratterizza la scena mercatale, riconosciuta come tratto identitario e vitalistico del quartiere; dall'altro si manifestano critiche serrate, rivolte sia alla dimensione economica sia a quella materiale della pratica. I prezzi visibili nelle varie riprese, cinque euro per una fetta di anguria e un euro per un fico d'India, vengono letti come segnali di una dinamica turistica e commerciale percepita come predatoria. Inoltre i riferimenti all'uso del guanto, impiegato tanto per sbucciare i fichi d'India ancora coperti di spine quanto per servire l'anguria ai clienti, sollevano osservazioni sulla gestione igienica

¹¹ L'abbanniata, tradotta come "l'anguria ha lo zucchero", richiama esplicitamente la dolcezza del frutto ed è intonata riprendendo la melodia della canzone "Un bacio piccolissimo" di Robertino.

degli alimenti. Queste valutazioni, spesso espresse in forma ironica o aggressiva, attestano la capacità del cibo di attivare giudizi morali e sociali che trascendono l'atto immediato del consumo. La voce e il canto organizzano lo spazio sensoriale del mercato, trasformando il melone in segno acustico e identitario; tuttavia, i prezzi dichiarati attivano tensioni economiche che producono esclusione e alimentano percezioni di sfruttamento, mentre la circolazione digitale della scena moltiplica conflitti e giudizi negativi. L'abbannata che prolunga il melone nello spazio urbano e mediatico non consolida soltanto appartenenze, ma accentua polarizzazioni, rendendo evidente come il cibo possa ordinare la vita collettiva in modo squilibrato, generando attrazione e contestazione simultanee. In questa stratificazione emerge ciò che Steel definisce cattiva sitopia: un mondo plasmato dal cibo che, anziché rafforzare giustizia e convivialità, produce disuguaglianze, distorsioni economiche e conflitti simbolici (Steel, 2020). L'analisi sitopica rivela qui una tensione tra due forme di "mondo alimentare": una radicata nelle pratiche quotidiane della prossimità, l'altra orientata all'estrazione simbolica ed economica dalla "sicilianità" come brand turistico.

Un ulteriore elemento emerso dalle osservazioni fotografiche riguarda la progressiva diffusione di banchi dedicati a souvenir e oggettistica turistica. Le immagini raccolte nel corso della ricerca mostrano bancarelle colme di borse, grembiuli, ventagli e gadget vari decorati con motivi stereotipati di sicilianità, limoni, carretti, maioliche, vedute monumentali, accompagnati da loghi semplificati come "Palermo" o "Sicilia". Questi manufatti, privi di legame diretto con la funzione alimentare originaria del mercato, testimoniano un processo di riconfigurazione tipologica dello spazio mercatale, che si apre a forme di commercio simbolico orientate prevalentemente ai flussi turistici. In chiave sitopica (Steel, 2020), questa mutazione rivela come il cibo venga progressivamente affiancato o sostituito da oggetti che rappresentano simulacri culturali facilmente consumabili. L'estetizzazione della sicilianità si riduce così a un repertorio di segni grafici standardizzati, capaci di attrarre il turista ma incapaci di restituire la complessità materiale e relazionale che storicamente definiva il mercato. La presenza crescente di queste bancarelle genera un conflitto d'uso dello spazio: il mercato smette di essere soltanto uno spazio alimentare di prossimità per diventare anche un palcoscenico di consumo turistico, dove il valore d'uso degli alimenti convive con un valore simbolico mercificato e semplificato. Questa dialettica tra vitalità quotidiana e mercificazione turistica rappresenta oggi una delle principali tensioni che attraversano Ballarò, e costituisce un nodo cruciale per comprendere le traiettorie future del mercato.

5.3 Interviste agli attori del territorio

La ricostruzione delle dinamiche che attraversano il mercato di Ballarò si è arricchita attraverso una serie di interviste rivolte ad attori che operano direttamente nel quartiere, sia come rappresentanti collettivi degli operatori mercatali sia come promotori di iniziative sociali ed educative. L'obiettivo di questi incontri è stato quello di mettere a fuoco i molteplici sguardi che definiscono oggi Ballarò, cogliendo le tensioni che emergono tra processi di regolazione formale, economie informali, iniziative civiche e traiettorie turistiche. Le voci raccolte restituiscono un mosaico complesso: da un lato l'impegno a dotare il mercato di strumenti di rappresentanza stabili, in grado di mediare tra istanze economiche e sociali; dall'altro la necessità di interrogarsi sul ruolo del quartiere come laboratorio educativo e come scena civica, in cui le pratiche quotidiane si intrecciano con riflessioni più ampie sul destino del Sud mediterraneo. Le interviste con l'Associazione Mercato Storico Ballarò e con Per Esempio Onlus aprono così due linee interpretative complementari: la prima evidenzia le contraddizioni interne al mercato e i tentativi di affrontarle attraverso processi di regolazione e di negoziazione collettiva; la seconda porta lo sguardo sull'intreccio tra educazione, cittadinanza e pensiero meridiano, delineando Ballarò come luogo in cui si misurano le tensioni tra economie di prossimità e logiche estrattive. Queste prospettive, seppur diverse per collocazione e finalità, convergono nel mostrare il mercato come spazio fluido, attraversato da forze contraddittorie e al tempo stesso generativo di forme di resistenza e di innovazione sociale.

Intervista con l'Associazione Mercato Storico Ballarò

L'Associazione Mercato Storico Ballarò è stata fondata il 29 settembre 2016 come esito di un processo collettivo maturato all'interno dell'Assemblea S.O.S. (Storia, Orgoglio e Sostenibilità) Ballarò, assumendo fin dall'inizio una natura apartitica e aconfessionale e collocandosi come espressione della libera volontà dei commercianti, artigiani e imprenditori dell'area. La sua istituzione risponde all'esigenza di dotare il mercato e il quartiere Albergheria di uno strumento di rappresentanza stabile, capace di coniugare la tutela delle attività economiche locali con una visione di sviluppo territoriale orientata alla sostenibilità e alla qualità della vita urbana. In questo senso, l'associazione rivendica un ruolo di mediazione tra gli interessi degli operatori e quelli della collettività, promuovendo forme di convivenza fondate sul rispetto delle regole civili, sulla salvaguardia delle microeconomie radicate nel mercato e sulla valorizzazione delle specificità identitarie che ne costituiscono il patrimonio immateriale. La missione dell'associazione si articola in una pluralità di azioni che spaziano dal miglioramento della vivibilità della zona alla promozione dei prodotti locali, con particolare attenzione a quelli a chilometro zero, intesi come vettori di autenticità e distintività. A questo obiettivo si affianca la volontà di attivare percorsi condivisi con le istituzioni e altri soggetti pubblici e privati, finalizzati alla risoluzione delle criticità più sentite, tra cui la gestione della viabilità, la regolamentazione dell'uso dello spazio pubblico, il contenimento dell'inquinamento acustico e la cura dell'ambiente urbano. Inoltre l'associazione ha definito un campo d'azione orientato anche alla dimensione culturale e turistica, promuovendo eventi, feste di via, mercati tematici e momenti espositivi, nella prospettiva di rafforzare la centralità del mercato come risorsa civica e attrattore urbano. Sul piano organizzativo e strategico, l'associazione ha previsto la possibilità di costruire reti con altre realtà associative e istituzionali, riconoscendo il valore della cooperazione come leva per lo sviluppo territoriale. Il ricorso a convenzioni, contributi pubblici e privati e strumenti contrattuali viene interpretato come mezzo per garantire la continuità delle iniziative e affrontare gli interventi straordinari che possono incidere sulle attività economiche locali.

L'Associazione Mercato Storico Ballarò si presenta quindi come un attore collettivo che, attraverso pratiche di supporto tecnico e di accompagnamento alla regolarizzazione delle attività, mira a consoli-

dare un percorso virtuoso di promozione sociale, economica e civica, rafforzando il legame tra il mercato, la comunità locale e la città¹².

Nel corso della ricerca sono stati organizzati diversi momenti di incontro con il presidente dell'associazione, Natale Ferla. Dalle interviste e dai dialoghi informali, emergono con chiarezza le tensioni che attraversano il mercato, restituendolo come spazio fluido e in costante trasformazione. Le sue parole delineano Ballarò come un terreno di sperimentazione in cui pratiche di economia sociale, processi di regolazione informale e dinamiche culturali si intrecciano, dando vita a forme ibride di produzione e scambio. Ferla sottolinea come questa dimensione sperimentale sia attraversata da contraddizioni: la convivenza tra attività regolari e pratiche informali produce infatti un quadro frammentato, nel quale ogni innovazione incontra la persistenza di regimi economici e sociali poco formalizzati. Un episodio che il presidente porta ad esempio riguarda l'introduzione della raccolta differenziata, avviata nel febbraio 2024. La misura, pensata per migliorare la gestione ambientale, ha coinvolto esclusivamente i titolari di partita IVA, lasciando fuori la maggior parte degli operatori, dato che circa tre quarti delle bancarelle operano senza posizione fiscale. Ferla racconta come questo abbia acuito il divario tra commercianti formalizzati e operatori informali, generando timori rispetto a controlli più stringenti e diffuso scetticismo verso ogni tentativo di regolamentazione. L'associazione, nelle sue parole, ha provato a supportare i mercatali con strumenti informativi, ma il risultato è percepito come limitato, a conferma della difficoltà di tradurre le norme in pratiche condivise.

N. F. (dicembre 2024): Ogni tentativo di innovazione formale, come l'introduzione della raccolta differenziata, incontra un limite strutturale, perché si rivolge solo ai titolari di partita IVA, escludendo di fatto i tre quarti degli operatori che lavorano nell'informalità. Questo approccio, invece di unire, finisce per acuire il divario tra formalizzati e informali, generando diffuso scetticismo verso qualsiasi regolamentazione e il timore di controlli più stringenti, rendendo difficile tradurre le norme in pratiche condivise.

12 Per informazioni più approfondite si rimanda al sito ufficiale dell'associazione www.mercatoballarò.it

Il tema della regolamentazione si intreccia direttamente con la vicenda del bando che prevedeva l'inserimento di 42 nuove attività all'interno del mercato coperto di piazza del Carmine, con l'obiettivo dichiarato di regolamentare e riorganizzare il sistema mercatale.

Ferla conferma quanto già emerso dall'analisi documentale:

N. F. (dicembre 2024): Il progetto pensato per insediare le nuove imprese nella struttura ristrutturata si è arenato, non soltanto per l'assenza di un regolamento operativo, ma soprattutto a causa del cambio di amministrazione comunale, che ha bloccato l'iter procedurale e interrotto il percorso avviato.

Nelle sue parole, il mercato coperto è diventato il simbolo di una frattura istituzionale che ha generato un vuoto decisionale e accentuato la frammentarietà degli interventi, privando il quartiere di uno spazio che avrebbe potuto rappresentare un nodo strategico di regolazione e di prossimità urbana. Dalla testimonianza del presidente emerge così il quadro di un mosaico incompleto, composto da iniziative isolate e non coordinate, che riflettono l'assenza di una visione condivisa capace di mettere a sistema i diversi tasselli.

Per Ferla, la vitalità di Ballarò non risiede in una perfezione formale imposta dall'alto, ma nella capacità del mercato di restare il prodotto delle pratiche concrete e delle volontà collettive dei mercatali, che continuano a definire giorno per giorno l'identità e le traiettorie di questo spazio urbano. Tra i temi che Ferla ritiene più rilevanti vi è la trasformazione funzionale del mercato.

N. F. (dicembre 2024): “Un tema cruciale è la trasformazione funzionale del mercato. Ballarò, che storicamente vendeva frutta e verdura, sta spostando il proprio baricentro verso la ristorazione e il consumo esperienziale. Questa riconfigurazione si è sviluppata senza un quadro normativo preciso, così le forme di abusivismo, anziché essere eliminate, si sono semplicemente adattate alle opportunità create dal turismo. L'aumento dei prezzi che ne deriva sta escludendo progressivamente gli abitanti locali, riducendo la centralità del mercato per la comunità

residente.

Ballarò, storicamente orientato alla vendita di frutta e verdura, sta progressivamente spostando il proprio baricentro verso attività di ristorazione e consumo esperienziale. Questa riconfigurazione, sviluppata in assenza di un quadro normativo preciso, ha riprodotto nuove forme di abusivismo che, lungi dall'essere eliminate, si sono adattate alle opportunità generate dal turismo. L'aumento dei prezzi legato alla domanda turistica ha determinato l'esclusione progressiva degli abitanti locali, riducendo la centralità del mercato per la comunità residente. Ci racconta che questa dinamica si riflette anche nei locali di movida e di street food che si sono insediati a ridosso del mercato, dove spesso i prezzi non vengono esposti in maniera trasparente e i turisti vengono facilmente raggirati con conti esorbitanti. Alcuni episodi lo hanno visto direttamente coinvolto, poiché visitatori che conoscevano la sua figura lo hanno contattato per chiedere intermediazione, dopo essere stati costretti a pagare cifre sproporzionate per porzioni minime di cibo o bevande. Questi racconti restituiscono un quadro in cui il turismo alimenta pratiche speculative, accentuando la frattura tra l'economia popolare che storicamente caratterizza Ballarò e la logica estrattiva che permea alcune attività legate al consumo esperienziale.

Il presidente solleva una domanda cruciale:

N. F. (gennaio 2025): A chi serve oggi il mercato? Se in passato esso era funzionale agli operatori e ai residenti, oggi si rivolge prevalentemente a un pubblico esterno, composto in larga parte da turisti giornalieri che consumano l'esperienza del mercato in maniera rapida e superficiale. Questa fruizione “mordi e fuggi” non genera un ritorno stabile né un radicamento nel quartiere, tanto che molti visitatori scelgono di fare acquisti altrove, nei supermercati, a conferma del fatto che la presenza turistica non si traduce automaticamente in beneficio economico per Ballarò.

La trasformazione investe anche il tessuto urbano circostante. Lungo via Roma si intravedono segnali di gentrificazione e riconversione commerciale, che prefigurano un ridisegno degli equilibri economici del quartiere. Parallelamente, emergono tensioni interne al mercato, con episodi di conflittualità legati a dinamiche di microcriminalità e spaccio, che delineano la presenza di un “mercato nel mercato”, dove

le economie ufficiali si intrecciano a forme sommerse e parallele.

N. F. (gennaio 2025): Quindi, come convivono queste due realtà? Da una parte, fuori dal mercato, vediamo la gentrificazione che avanza in via Roma e i negozi che cambiano. Dall'altra, dentro il mercato, restano forti tensioni, microcriminalità e questa specie di 'mercato nel mercato' sommerso. Come si legano queste due cose e che tipo di equilibrio economico si sta creando per il quartiere?

Dall'intervista emerge la centralità attribuita agli Stati Generali dell'Albergheria¹³, descritti come un passaggio decisivo per restituire al quartiere un ruolo attivo nei processi decisionali. Ferla racconta che gli Stati Generali non sono stati concepiti come un evento isolato, ma come un processo articolato in più tappe, capace di trasformare la protesta in confronto organizzato. Al momento della prima intervista, realizzata nel dicembre 2024, era già stata convocata una prima assemblea pubblica e una seconda era in fase di preparazione, con l'intenzione di avviare ulteriori incontri nei mesi successivi. L'idea, nelle sue parole, consiste nell'attivare un percorso continuativo che, attraverso appuntamenti progressivi, consenta di ricomporre la frammentazione sociale e politica del quartiere in una visione condivisa.

N. F. (gennaio 2025): Gli Stati Generali nascono come una pratica collettiva che riunisce commercianti, associazioni, scuole, parrocchie, realtà culturali e cittadini. Attorno a questi incontri si costruiscono alleanze temporanee, si misurano divergenze e si sperimentano forme di accordo che danno al quartiere

¹³ L'iniziativa "Stati Generali SOS Ballarò: ascolto e azioni concrete per l'Albergheria" ha preso vita in occasione del decimo anniversario dell'assemblea pubblica SOS Ballarò. L'appuntamento, promosso da una rete di realtà civiche, associazioni e parrocchie del quartiere, ha voluto dare vita ad riflessione collettiva sul futuro dell'Albergheria, affrontando temi quali la riqualificazione degli spazi pubblici, il rilancio del mercato storico di Ballarò, la gestione sostenibile dei rifiuti, i processi di regolamentazione del commercio locale, il contrasto alla gentrificazione commerciale e il diritto all'abitare. Il documento di convocazione sottolinea come tali risultati siano stati resi possibili grazie all'ascolto della comunità e al dialogo costante con le istituzioni locali e regionali. Tra i promotori figurano, oltre all'Associazione Mercato Storico Ballarò e SOS Ballarò, anche Ballarò Buskers, Arci Porco Rosso, Casa Ancora, Caritas diocesana, Coop. Terradama, Santa Chiara, Parco del Sole, Opera Don Calabria, Centro Astalli, Moltivolti, Boog, Centro San Saverio, Associazione Sbaratto, Handala, Associazione gambiana, Per Esempio, Cesie e Libera.

una voce più articolata.

N. F. (gennaio 2025): “Francamente, l’idea che ho io, la mia proposta per il futuro, sarebbe quella di riuscire a creare un vero mercato diffuso.”

Dopo la ricostruzione dell’intervista si impone la necessità di segnalare le criticità emerse nel corso del processo, che hanno reso fragile il tentativo di trasformare il dialogo con la presidenza in un percorso strutturato di condivisione e di coinvolgimento diretto dei mercatali. Nella fase iniziale era stato concordato che il presidente avrebbe assunto la funzione di accompagnamento, svolgendo un ruolo di mediazione capace di assicurare gli operatori circa la possibilità di rispondere senza timori a un set di domande definito in forma condivisa. La mediazione dell’associazione lasciava intravedere l’opportunità di superare la diffidenza che accompagna l’informalità delle attività mercatali¹⁴ e di costruire le condizioni per un dialogo regolato, capace di trasformare la disponibilità quotidiana all’interazione informale in un confronto riconosciuto e formalizzato. L’approvazione di un protocollo di domande rappresentava, in questa prospettiva, un passo concreto verso l’apertura di un circuito di riconoscimento reciproco, in grado di introdurre gli operatori in un processo collettivo di legittimazione. Tuttavia, al momento di concretizzare l’accordo, il percorso si è interrotto: per due volte gli incontri fissati non si sono svolti a causa dell’assenza del presidente, vanificando la possibilità di tradurre l’intesa in pratica. Questa battuta d’arresto non va intesa come un semplice incidente organizzativo, ma come segnale della fragilità che accompagna ogni tentativo di formalizzare processi in un contesto dominato da economie informali e da equilibri instabili. L’assenza di una figura di garanzia ha fatto emergere la difficoltà di passare dalla disponibilità espressa alla sua effettiva realizzazione, mostrando come la costruzione di spazi regolati dipenda da mediazioni precarie e da responsabilità difficili da assumere apertamente. In questo senso, la vicenda illumina il potenziale mancato: un’occasione per introdurre i mercatali in un percorso di riconoscimento collettivo che avrebbe

14 La difficoltà di accedere a testimonianze formalizzate trova conferma anche al di fuori del contesto di ricerca. Nel marzo 2025, durante un servizio televisivo di Striscia la Notizia sul mercato coperto mai inaugurato, l’inviata Stefania Petyx e la sua troupe sono state aggredite da alcuni soggetti che hanno interpretato la presenza delle telecamere come un’ingerenza nelle dinamiche del quartiere. L’episodio, ripreso dalle cronache nazionali, mostra quanto sia complesso introdurre dispositivi di osservazione strutturata in un contesto segnato da pratiche abusive e da una forte diffidenza verso forme di documentazione percepite come esterne. Per ulteriori approfondimenti si rimanda a www.striscialanotizia.mediaset.it/video/pugni-e-spintoni-a-stefania-petyx-e-alla-sua-troupe-nei-pressi-del-mercato-ballaro-di-palermo_793506

potuto aprire a forme di condivisione più ampie e, in prospettiva, a futuri processi di co-progettazione.



Figura 97
Il manifesto
dell'assemblea
pubblica
convocata a
Ballarò.
Fonte: Sos
Ballarò

Intervista con Claudio Arestivo- Per Esempio Onlus

L'incontro con Claudio Arestivo, presidente di Per Esempio Onlus, ha permesso di esplorare un punto di vista critico e al tempo stesso profondamente situato sul destino di Ballarò e sulle pratiche educative che l'associazione porta avanti nel quartiere. Per Esempio ha costruito negli anni una traiettoria centrata sull'empowerment comunitario, con un'attenzione prioritaria rivolta ai bambini e alle scuole, attivando un centro educativo capace di intrecciare la dimensione locale con quella europea attraverso progetti di mobilità giovanile e scambi internazionali. Questa fitta rete di relazioni ha consentito di valorizzare esperienze nate nel contesto di Ballarò, proiettandole all'estero, e al contempo di importare nel quartiere strumenti e pratiche maturate in altri ambienti, in particolare intorno ai temi dell'ambiente e della cittadinanza attiva.

C. A. (dicembre 2024): “Io personalmente ho smesso di fare acquisti al mercato, perché lo percepisco come un luogo ‘commercialmente non amico’, privo di quella dimensione di cura e reciprocità che aveva in passato.

Significativa la sua scelta personale di non fare acquisti al mercato, motivata dal percepirlo come un luogo “commercialmente non amico”, privo di quella dimensione di cura e reciprocità che in passato lo caratterizzava.

C. A. (dicembre 2024): “Oggi a Ballarò vedo due economie distinte che convivono in modo contraddittorio. Da un lato, c'è una microeconomia di sopravvivenza, come quella del piccolo fruttivendolo che fatica con le tasse, che è un'espressione di fragilità e resistenza che continuo a sostenere. Dall'altro, c'è una macroeconomia turistica capace di generare grandi profitti senza però restituire equità fiscale e sociale al quartiere.

C. A. (dicembre 2024): “Questa situazione oscura la possibilità di immaginare una visione etica e di lungo

termine.

La convivenza di queste economie genera un quadro contraddittorio, in cui i benefici immediati di alcuni operatori e residenti oscurano la possibilità di immaginare una visione etica e di lungo termine per il mercato.

C. A. (dicembre 2024): “La rappresentanza istituzionale è troppo spesso affidata a soggetti esterni agli operatori, e questo non fa altro che produrre un ulteriore scollamento.”

In questo quadro, diventa cruciale interrogarsi sulle linee di indirizzo che l'amministrazione intende adottare: se concepire il mercato come parte integrante di un tessuto urbano e commerciale diffuso o se assecondarne la trasformazione in un dispositivo ludico-turistico. La distanza tra dichiarazioni formali e pratiche quotidiane rivela, secondo Arestivo, un divario etico che indebolisce la possibilità di riconoscere il mercato come bene comune.

Il riferimento al pensiero meridiano di Franco Cassano diventa, in questo quadro, centrale. Arestivo lo richiama come orientamento teorico e politico per interpretare Ballarò e, più in generale, il ruolo del Sud mediterraneo. Il mercato non appare soltanto come luogo di scambio economico, ma come scena civica attraversata da tensioni tra velocità ed estrazione da un lato, lentezza e permanenza dall'altro. Il pensiero meridiano consente di sottrarsi all'idea del Sud come “non-ancora Nord” e di riconoscere, al contrario, il valore autonomo dei legami comunitari, della prossimità e della cura come risorse generative (Cassano, 2021). Le parole di Arestivo mostrano come la posta in gioco riguardi il riconoscimento del mercato come scena civica, capace di custodire ecologie relazionali che sfuggono ai parametri di efficienza e di competitività. È qui che il pensiero meridiano diventa uno strumento operativo: non un riferimento teorico astratto, ma una lente per leggere la fragilità e la forza di Ballarò, e per pensare a forme di rigenerazione che non imitino modelli esterni ma si radichino nella complessità mediterranea.

5.4 Ballarò, una lettura a margine

Ballarò, osservato nella sua quotidianità, restituisce l'immagine di un sistema articolato, in cui le dimensioni estetiche e sensoriali si mescolano alle tensioni materiali della vita collettiva. L'ordine visivo dei banchi, la luce che attraversa i tendoni, il rumore discontinuo delle abbanniate e l'odore persistente del pesce costruiscono un'esperienza immersiva che tiene insieme gesto economico, relazione e memoria. La disposizione delle merci diventa una forma di linguaggio, un modo di comunicare fiducia e riconoscimento reciproco tra chi vende e chi acquista. In accordo con l'analisi di Sorgi (2015), il mercato si iscrive in una dimensione comunitaria in cui economia, cultura e relazioni sociali coincidono, nel senso maussiano di fatto sociale totale (Mauss, 1925), e in cui l'atto dello scambio, mette in circolo valori materiali e simbolici, genera legami, rinnova appartenenze e rigenera la vita pubblica del quartiere.

Eppure, sotto la superficie di questa potenza sensoriale, si dischiude un tessuto materiale segnato da contraddizioni strutturali. L'assenza di infrastrutture idonee alla conservazione degli alimenti costringe i venditori a soluzioni contingenti, che riproducono pratiche igieniche adattive ma non sufficientemente stabili. L'acqua utilizzata per lavare e rinfrescare le derrate scorre in piccoli rigagnoli lungo il selciato, penetrando tra le pietre antiche insieme agli scarti organici, creando un paesaggio urbano dove il confine tra freschezza esposta e degrado latente si fa labile. La raccolta dei rifiuti segue ritmi irregolari, affidata spesso alla buona volontà degli operatori o a passaggi sommari che lasciano dietro di sé tracce persistenti. Le stesse caratteristiche spaziali del mercato, stretto tra le vie dell'Albergheria e attraversato da un traffico veicolare intenso, amplificano il rischio di contaminazioni ambientali. I prodotti si espongono così a un contatto diretto con gas di scarico, polveri sottili e residui che rimangono sospesi nell'aria o depositati sulle superfici. In questa compresenza si delinea una forma di vulnerabilità quotidiana, che diventa parte integrante dell'esperienza mercatale.

La fiducia che i consumatori attribuiscono alla freschezza e all'autenticità del prodotto non dipende dunque da protocolli sanitari o certificazioni, ma dall'insieme di codici simbolici che il mercato mobilita: l'abbannata che dichiara il pregio del pesce appena pescato, il taglio sapiente della carne esposta a vista, la brillantezza dei colori della frutta. Questi segni performativi agiscono come garanzia implicita, sostituendo o attenuando la necessità di una regolazione formale. In tal modo, la dimensione estetica e identitaria svolge un ruolo ambivalente: rafforza la coesione sociale e l'attrattività del mercato, ma al tempo stesso oscura le criticità igienico-sanitarie e impedisce che esse emergano con la stessa forza nel discorso pubblico. L'energia simbolica diventa quindi uno schermo che copre vulnerabilità profonde, trasformando fragilità materiali in dettagli percepiti come parte del paesaggio ordinario.

Accanto a questa ambivalenza si colloca il tema delle filiere e della tracciabilità. Gli operatori raramente dispongono di strumenti o documentazione che attestino l'origine e la qualità delle merci. Le reti di approvvigionamento si articolano in canali opachi, affidati a grossisti o intermediari che veicolano prodotti da circuiti difficilmente verificabili. Le domande poste ai venditori sulla provenienza degli ortaggi o sulla modalità di pesca del pesce ricevono spesso risposte evasive o generiche, che rinviano a un immaginario di prossimità più che a una garanzia effettiva. Questo scarto tra immagine e sostanza evidenzia come l'idea di autenticità veicolata dalla scena mercatale non coincida con la certezza delle filiere. Il consumatore continua a riconoscere nel mercato un luogo di freschezza e qualità, ma tale percezione si fonda su un'economia di fiducia estetica piuttosto che su un sistema di certificazioni. La distanza tra apparenza scenica e realtà materiale diventa così tratto costitutivo di Ballarò, inscrivendo il mercato in una condizione liminale tra trasparenza e opacità.

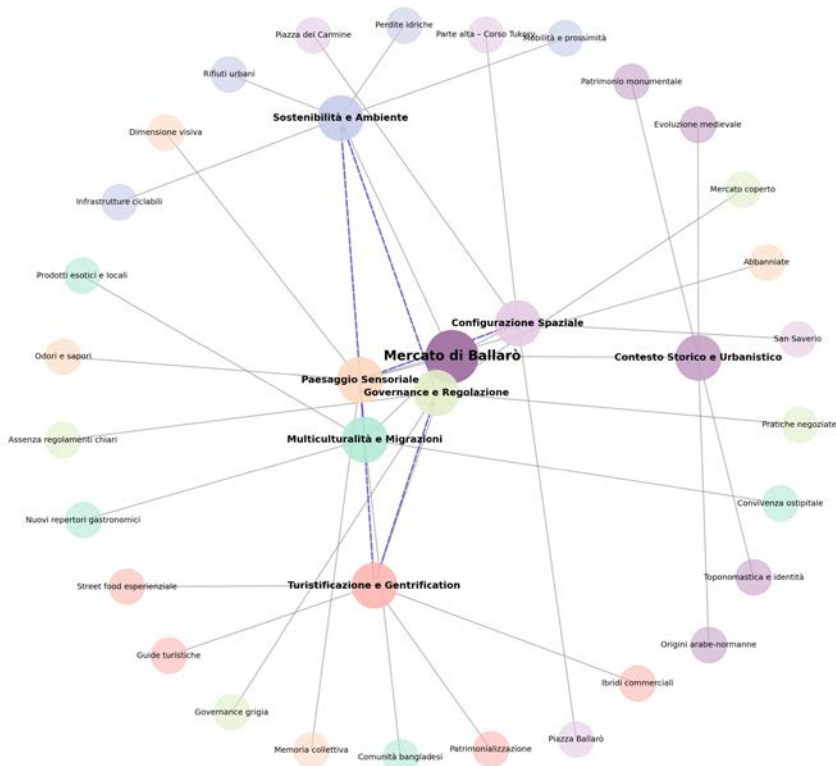
Questa condizione si intreccia con l'informalità strutturale che permea l'organizzazione del mercato. Gran parte delle bancarelle opera in assenza di posizioni fiscali regolari, collocandosi in un regime che sfugge alla piena formalizzazione. Tale assetto produce da un lato una resilienza economica che garantisce accessibilità e continuità, dall'altro una vulnerabilità costante, poiché ogni intervento regolativo rischia di incrinare equilibri consolidati. L'informalità, lungi dall'essere un'anomalia, rappresenta una tacita impalcatura che regge il funzionamento del mercato, e consente di integrare operatori migranti, di ridurre le barriere d'ingresso, di mantenere prezzi accessibili, ma allo

Figura 98
Mappa sistemica
 delle interdipendenze del
 mercato e del suo
 quartiere.

Fonte: elaborazione dell'autore

stesso tempo alimenta un regime di incertezza che espone a rischi sanitari, ambientali e legali. Ballarò appare così come un laboratorio di convivenza tra economie popolari, pratiche sommerse e tentativi intermittenti di regolazione.

Le dinamiche di Ballarò comprendono anche la presenza sotterranea di economie informali e reti di microcriminalità, che si intrecciano con il tessuto quotidiano senza manifestarsi apertamente ma lasciando tracce riconoscibili nei racconti degli abitanti e negli equilibri del commercio locale. Episodi di estorsione, forme di controllo discreto sui flussi di merci e relazioni ambigue tra legalità e consuetudine delineano un campo d'interdipendenze che sfugge alla quantificazione, ma che orienta le percezioni di chi vive e lavora nel quartiere. In questo intreccio, il mercato si presenta come spazio dove convivialità, prossimità e vulnerabilità convivono, generando un equilibrio instabile che ne costituisce insieme la forza e la fragilità: la capacità di resistere e di rigenerarsi attraverso l'adattamento alle condizioni più incerte si accompagna alla persistenza di assetti precari che continuano a modelarne la forma sociale. L'insieme restituisce l'immagine di un mercato



che agisce come spazio liminale, capace di produrre identità collettiva, appartenenza e convivialità, ma che al tempo stesso vive immerso in un paesaggio di rischi ambientali, carenze igieniche e informalità economica. La sua forza simbolica e scenica alimenta attrattività e riconoscibilità, mentre la sua fragilità materiale genera adattamenti quotidiani che assicurano continuità ma mantengono costante la vulnerabilità. Questa ambivalenza rende Ballarò un osservatorio privilegiato delle tensioni urbane contemporanee, poiché in esso si intrecciano estetica e precarietà, memoria e informalità, attrattività turistica e rischio di marginalità.

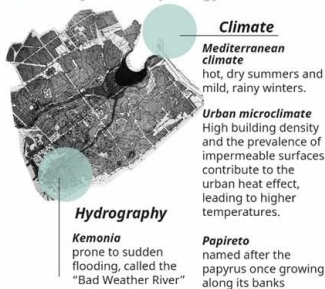
La riflessione a margine su queste dinamiche permette di comprendere come Ballarò non sia semplicemente un mercato storico, ma un dispositivo urbano in cui estetica, sicurezza, informalità e governance intermittente si compongono in un equilibrio instabile. La vitalità del mercato non deriva da un ordine formale imposto, ma dalla capacità di operare attraverso sovrapposizioni e adattamenti che lo rendono al tempo stesso risorsa e problema, scena di riconoscibilità e luogo di vulnerabilità. È a partire da questa ambivalenza che si possono leggere le difficoltà istituzionali e i tentativi falliti di regolazione che hanno accompagnato la vicenda recente del mercato coperto di piazza del Carmine, segnando con chiarezza la distanza tra le logiche del territorio e quelle delle istituzioni.

holistic diagnosis territory



The data outline **Palazzo Reale district** as a central urban area marked by deep socio-economic distress. This condition is evidenced by a critically high unemployment rate, an exceptionally large share of young people disengaged from both education and employment, and persistently low levels of educational attainment. Housing-related vulnerabilities are also significant, with elevated rates of inadequate dwellings and a high proportion of families living in non-owned homes. Despite hosting key cultural and healthcare institutions, the neighbourhood remains characterised by pronounced social and economic fragilities.

Territory and Morphology



Demography

Palermo 630,427 inhabitants
Palazzo Reale 12,496 inhabitants



43,8 average age

interculture

The neighborhood displays a highly diverse ethnic and linguistic composition, with resident communities of Sub-Saharan, Bangladeshi, Maghrebi, Sinhalese, and Filipino origin.

Historical stratification



972 Ibn Hawqal documents the early market



The Albergheria district reached its early urban configuration in this period, as documented in the topographic maps of Bonifazio (1580) and Braun & Hogenberg (1585).

1600

Under Spanish rule, Albergheria was reshaped by military, urban, and religious interventions, including the creation of Via Maqueda, fortified city walls, and widespread Baroque architecture.



1735-1830

During the Bourbon period, Albergheria faced growing urban neglect, with limited construction activity, the extension of the Ballarò market, and the repurposing of former ecclesiastical properties.

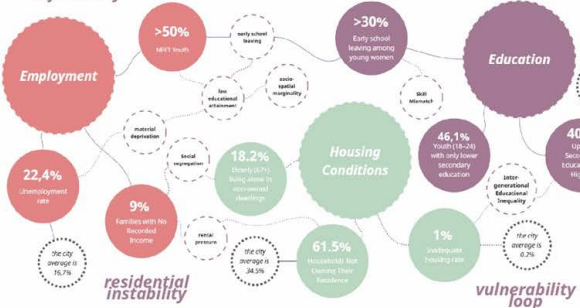
Contemporary Era

In 19th-century public discourse, Albergheria was portrayed as a "hostel of misery", emblematic of the hygienic, housing, and social decline of the historic center.

"Albergo di miserie, e perciò cucina di prostituzione e di ladroneccio" (Onufrio, 1882)

territorial stigma

informality



A dense system of interactions



On the origins of the name "Ballarò"

972 The Arab merchant Ibn Hawqal describes a market located between the Ibn Sīqal mosque and the New Quarter (Harat al Giadidab).

Hawqal attributes the name Ballarò to the nearby village of Bahara, near Baida, from which food supplies were brought. Amari, translating Hawqal, confirms it with Bahara, an Arab village near Monreale.

Segel-ballarèth (Arabic): "site of the fair" or "trading ground".

1287 An archival document refers to a contrada Ballarò and a macellum Ballaronis, confirming the toponym's use in late medieval Palermo.

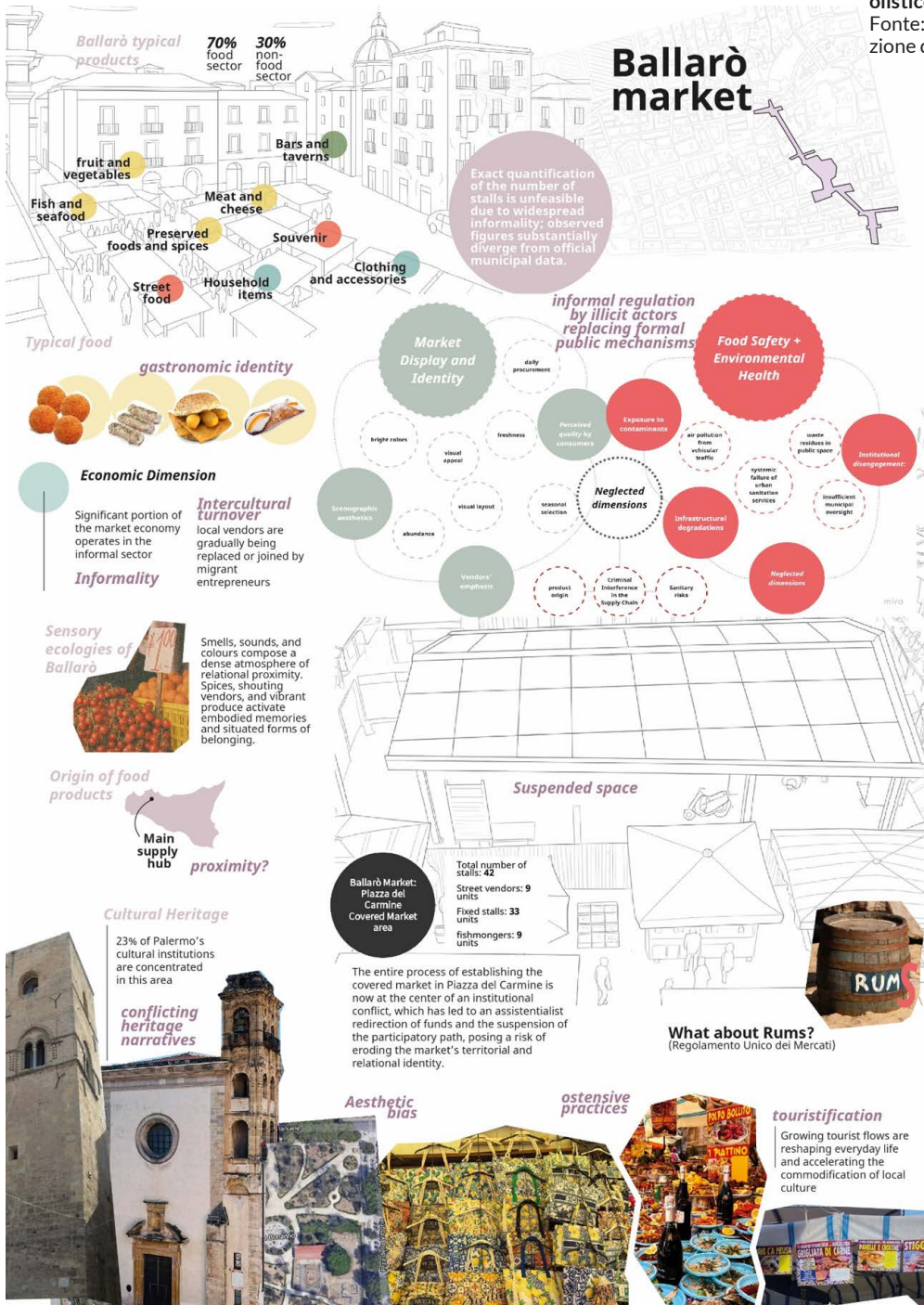
1327 Another record cites a platea publica de Ballarò, a public square designated for the trade of various food and non-food goods.

15th century The original narrow and winding Via Ballarò is widened, becoming an open market square between the Monastery of Santa Chiara and the Carmine complex.

16th century Via Albergheria, of medieval origin, becomes a platea magna - a broader street fit for carts and taverns. Tommaso Fazello confirms the presence of a square named Sege-ballarèth, using the "Saracen voice".



Figura 99
Sintesi del rilievo
olistico condotto.
Fonte: elaborazione
dell'autore



References Capitolo 5

- Balistreri, U., & Pollaci, C. (2008).** I mercati del Centro Storico di Palermo. Istituto Siciliano Studi Politici ed Economici.
- Bartholini, I., & Pascoal, R. (2021).** Il cibo come mezzo per una convivenza ospitale. Gli equilibri fragili del cotto e del crudo fra migranti e popolazione autoctona in un mercato di Palermo. *Mondi Migranti*, 2021/2.
- Beatley, T. (2012).** *Green urbanism: Learning from European cities.* Island Press.
- Bhabha, H. K. (1994).** *The location of culture.* Routledge.
- Bonanzinga, S. (2006).** Il teatro dell'abbondanza. Pratiche di ostensione nei mercati siciliani. In *Mercati storici siciliani* (pp. 85-118). Regione Siciliana, Assessorato Beni Culturali.
- Burnham, S. (2010).** The call and response of street art and the city. *City*, 14(1-2), 137-153.
- Cancila, O. (1999).** Palermo. Laterza.
- Cannarozzo, T. (2000).** Palermo: Mezzo secolo di trasformazioni. *Archivio di studi urbani e regionali*, 67, 1000-1039.
- Capursi, V., & Giambalvo, O. (2006).** Al centro del margine. Standard di vita in un quartiere del centro storico di Palermo. Franco Angeli.
- Catania, A. (2017).** Design e cibo tra cultura e identità. In D. Russo (Ed.), *Identity: The colors of project. Atti del Convegno Internazionale* (pp. 84-89). New Digital Frontiers.
- Commissione parlamentare di inchiesta sulle condizioni di sicurezza e sullo stato di degrado delle città e delle loro periferie. (2024).** Report Comune di Palermo.
- D'Angelo, F. (2020).** Stanzialità e mobilità degli abitanti dei quartieri della città di Palermo nei secoli XII-XIV. *Notiziario Archeologico della Soprintendenza di Palermo*, 55, 1-29.
- Di Benedetto, G. (Ed.). (2000).** *La città che cambia. Restauro del centro storico di Palermo.*
- Di Giovanni, V. (1889).** *La toponomastica antica di Palermo dal secolo X al XV* (Vol. 1). Stabilimento Tipografico Virzi.
- Ferrara, M. R., & Massari, S. (2015).** Evoluzione del concept food design: intersezioni storiche tra cibo, design e cultura alimentare occidentale. *AIS/Design*, 5, 1-17.
- Firrone, T., & Bustino, C. (2017).** Mutations and permanences in ancient Palermo. *AGATHÓN | International Journal of Architecture, Art and Design*, 1, 77-82.
- Gallitano, G. (2018).** *Pratiche del comune: le pratiche di auto-organizzazione come commoning urbano. Le specificità del contesto italiano* [Tesi di dottorato]. Università degli Studi di Palermo.
- Gianquitto, M. (2019).** Reclaiming Public Space: Street Art and Urban Resistance. *Urban Studies*, 56(8), 1345-1361.
- Guarrasi, V. (1978).** *La condizione marginale.* Sellerio.
- Guarrasi, V. (2001).** *La città cosmopolita: geografie d'ascolto.* G. B. Palumbo.
- Haraway, D. (1988).** Situated knowledges: The science question in feminism and the privilege of partial perspective. *Feminist Studies*, 14(3), 575-599.
- Haraway, D. J. (2016).** *Staying with the trouble: Making kin in the Chthulucene.* Duke University Press.
- Inzerillo, S. M. (1981).** *Urbanistica e società negli ultimi duecento anni a Palermo. Piani e prassi amministrativa dall'addizione Ragalmici al Concorso del 1939.* Istituto di Urbanistica e Pianificazione territoriale della Facoltà di Architettura di Palermo.
- Joye, Y. (2007).** Architectural lessons from environmental psychology: The case of biophilic architecture. *Review of General Psychology*, 11(4), 305-328.
- Kellert, S. R. (2008).** Dimensions, elements, and attributes of biophilic design. In S. R. Kellert, J. Heerwagen, & M. Mador (Eds.), *Biophilic design: The theory, science, and practice of bringing buildings to life* (pp. 3-19). Wiley.

- Kellert, S., & Calabrese, E. (2015).** The practice of biophilic design. Terrapin Bright LLC.
- La Duca, R. (1994).** I mercati di Palermo. Sellerio.
- Ley, D. (1996).** The new middle class and the remaking of the central city. Oxford University Press.
- Lynch, K. (1960).** The image of the city. MIT Press.
- Massari, S. (2012, November 7).** Introducing Food Experience Design in the Food Studies Curriculum. In GLIDE'12 Conference Proceedings (Vol. 2, No. 1, p. 3). Baohouse.
- Montagnani, F. (2020).** "Un po' di gentrificazione però ci voleva...": Dubbi e certezze sul rinnovamento urbano. Museo Pasqualino, 3, 63–73.
- Onufrio, E. (1882).** La conca d'oro: Guida pratica di Palermo. Fratelli Treves.
- Palermo, G. (1858).** Guida istruttiva per Palermo e suoi dintorni riprodotta su quella del cav. D. Gaspare Palermo dal beneficiale Girolamo Di Marzo-Ferro. Tipografia P. Pensante.
- Palmer, S. E. (1999).** Vision science: From photons to phenomenology. MIT Press.
- Pink, S. (2020).** Doing visual ethnography. SAGE Publications.
- Pitrè, G. (1904).** La vita in Palermo cento e più anni fa.
- Prescia, R. (2012).** Restauri a Palermo. Architettura e città come stratificazione. Kalós.
- Prestileo, F. (2022).** Gentrification and new economic practices. The case of a street market in Palermo. Territorio, 99.
- Provenzano, I. (1984).** Urbanistica e architettura a Palermo fra le due guerre. S. Pezzino.
- Roccaro, C. (Ed.). (1998).** Palermo medievale: testi dell'VIII Colloquio Medievale. Officina di studi medievali.
- Sennett, R. (2012).** Together: The rituals, pleasures and politics of cooperation. Yale University Press.
- Settinieri, D. (2013).** Migranti, storie di vita, relazioni: Un'etnografia di un quartiere di Palermo [Doctoral thesis]. University Milano-Bicocca.
- Smith, N. (1987).** Gentrification and the Rent Gap. Annals of the Association of American Geographers, 77(3), 462-478.
- Sorgi, O. (2015).** I mercati e i cibi da strada. Regione Siciliana, Assessorato dei beni culturali e dell'identità siciliana, Dipartimento dei beni culturali e dell'identità siciliana.
- Steel, C. (2020).** Sitopia: how food can save the world. Random House.
- Wulff Barreiro, F., & Brito Gonzalez, O. (2020).** The production of intercultural urban landscapes: A multi-scalar approach. Urban Design International, 25(3), 250–265. <https://doi.org/10.1057/s41289-020-00126-6>

Capitolo 6 | OUT 1

Il presente capitolo inaugura la Parte III del lavoro di tesi, dedicata alla restituzione progettuale, e focalizza l'attenzione sul primo output (OUT1), consistente nella costruzione e impostazione di un framework diagnostico integrato. Muovendo dalle evidenze emerse nell'analisi della letteratura scientifica e nell'indagine etnografica, il capitolo procede alla formalizzazione del modello teorico interpretativo delle tensioni mercatali, operazionalizzando tale modello mediante la definizione di due apparati complementari: un set di indicatori interni, derivati dall'analisi qualitativa, e un set di indicatori esterni, sviluppato in collaborazione con ARPA Sicilia per l'analisi del Metabolismo Urbano. La fase finale del capitolo si dedica all'applicazione operativa dello strumento, attraverso la sperimentazione del framework sul caso studio specifico di Ballarò, con l'obiettivo di valutarne l'efficacia e di restituire un'interpretazione dei dati che fondi la diagnosi socio-ecologica del contesto.

6.1 Costruzione e impostazione del framework diagnostico (OUT1)

L'esplorazione condotta nei capitoli precedenti, attraverso l'analisi della letteratura scientifica (Parte I) e l'indagine etnografica sui casi studio selezionati, con un'attenzione specifica e un'immersione profonda nel contesto di Ballarò (Parte II), ha restituito l'immagine dei mercati storici alimentari come realtà intrinsecamente complesse e stratificate. L'indagine ha sistematicamente decostruito una visione romantica o meramente funzionalista di questi spazi, rivelandone invece la natura complessa e profondamente radicata nel metabolismo della città. Lungi dall'essere riducibili a mere piattaforme di scambio economico, questi spazi si sono rivelati ambienti socio-materiali densi e dinamici, in cui si intrecciano in modo indissolubile pratiche economiche (spesso informali), profonde stratificazioni culturali e identitarie, e forme resilienti di prossimità relazionale che strutturano la vita comunitaria. Si è evidenziato inoltre come questi agiscano quali strutture civiche *de facto*, capaci di garantire accesso al cibo, inclusione sociale e riproduzione di capitale sociale, specialmente nei quartieri caratterizzati da maggiore fragilità. Al contempo, l'indagine ha messo in luce con forza le pressioni trasformative che oggi investono questi spazi. Dinamiche potenti quali la turistificazione, intesa come processo sistemico di riconfigurazione dello spazio urbano in funzione del consumo esperienziale, la gentrificazione commerciale e la spettacolarizzazione del consumo alimentare stanno inducendo mutamenti strutturali che ne mettono a rischio le funzioni originarie. L'analisi sul campo, in particolare a Ballarò, ha rivelato un'erosione progressiva dell'accessibilità per i residenti, una mercificazione dell'autenticità culturale, conflitti d'uso dello spazio pubblico e una crescente disconnessione tra l'immagine turistica proiettata e la realtà vissuta dalle comunità locali. A ciò si aggiungono le criticità legate all'inadeguatezza infrastrutturale, alle problematiche igienico-sanitarie irrisolte e ai vuoti normativi o fallimenti nella governance, che ne accentuano la vulnerabilità.

Proprio dalla constatazione di questa complessità multidimensionale, emersa in modo convergente dalla letteratura e dall'esperienza diret-

ta sul campo, si è manifestata l'esigenza metodologica di strutturare un approccio analitico integrato, capace di andare oltre la sola interpretazione qualitativa o settoriale. Sebbene le lenti critiche adottate nella prima parte della tesi siano state fondamentali per comprendere il senso profondo delle trasformazioni, nonché per acquisire quella conoscenza situata, parziale, incarnata e prospettica, che Donna Haraway identifica come unica via per una forma di oggettività responsabile, è apparso necessario sviluppare uno strumento che permettesse di operationalizzare tale comprensione, al fine di rendere possibile una valutazione più sistematica, comparabile e direttamente utile a orientare interventi progettuali efficaci. Si avvertiva, in particolare, una duplice necessità: da un lato, quella di tradurre le evidenze qualitative emerse in parametri valutabili e comparabili; dall'altro lato, quella di ancorare l'analisi delle dinamiche interne del mercato a una valutazione oggettiva delle condizioni esterne del contesto urbano, riconoscendo che il mercato non opera in isolamento ma è profondamente influenzato dall'ambiente fisico, infrastrutturale e normativo in cui è immerso. Mancava, in sostanza, un apparato metodologico capace di integrare organicamente la profondità dell'analisi qualitativa con la robustezza di dati quantitativi e contestuali, al fine di abilitare una diagnosi completa e orientata all'azione.

Nasce da questa precisa esigenza metodologica, maturata quindi a posteriori quale risultato del percorso di ricerca, la struttura valutativa presentata in questo capitolo, corrispondente all'OUT1. Questa struttura è concepita per rispondere alle lacune identificate e fornire una valutazione design-driven, ovvero una diagnosi specificamente orientata a informare l'azione progettuale e le strategie di policy. Per garantire l'integrazione necessaria, la struttura si articola su due componenti distinte ma strettamente interconnesse, sviluppate in sequenza logica:

1. Un framework teorico-concettuale, che formalizza l'interpretazione delle tensioni fondamentali emerse dalla ricerca attorno ai tre assi Turistificazione-Prossimità-Identità. Questo modello rappresenta la sintesi interpretativa a cui si è approdati *dopo* l'analisi on desk e on field.
2. Un set specifico di indicatori. Gli indicatori costituiscono lo strumento operativo per sistematizzare il framework e si articolano a loro volta in due set complementari, rispondendo alla duplice esigenza metodologica identificata:

2.1 Sei indicatori interni al mercato (i1-i6): Questi indicatori sono stati costruiti specificamente per tradurre le princi-

pali evidenze qualitative emerse dall'analisi etnografica in parametri osservabili e valutabili. Questa operazione di "quantificazione del qualitativo" è stata possibile solo a posteriori, basandosi sulla profonda comprensione del contesto acquisita precedentemente.

- 2.2 Dieci indicatori esterni di contesto: Questi indicatori sono stati selezionati grazie alla collaborazione con ARPA Sicilia e forniscono la valutazione oggettiva e scientificamente validata delle condizioni esterne, necessaria per ancorare l'analisi interna al suo contesto. Permettono di correlare i fenomeni osservati *nel* mercato (ora resi più misurabili dagli indicatori i1-i6) alle dinamiche esterne *della* città, abilitando una diagnosi socio-ecologica integrata e superando i limiti di una valutazione decontestualizzata.

L'articolazione del framework concettuale con il set integrato di indicatori interni ed esterni, fornisce dunque uno strumento analitico calibrato per una valutazione *orientata al progetto* del mercato storico e per orientare le future strategie di intervento, nonché gli OUT 2 e OUT 3.

La formalizzazione del modello teorico

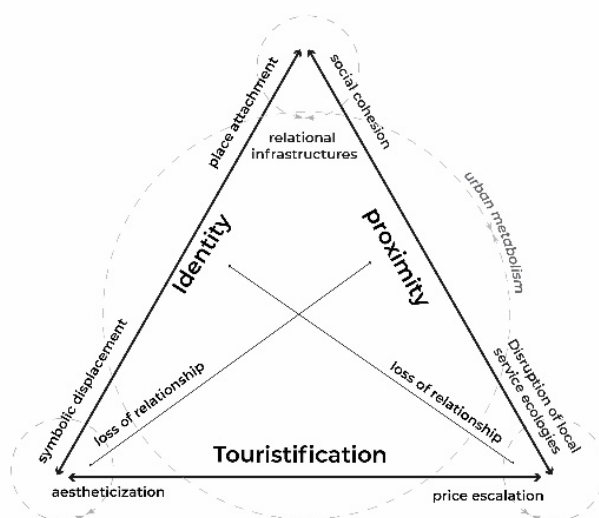


Figura 100
Modello teorico
proposto.
 Fonte: elaborazione dell'autore

Il modello concettuale che costituisce il nucleo del framework analitico emerge quale sintesi delle tensioni ricorrenti identificate nell'analisi della letteratura e confermate dall'osservazione empirica dei mercati mediterranei oggetto di studio. Questo modello articola l'interazione dinamica tra tre assi fondamentali, Turistificazione, Prossimità e Identità, intendendoli quali forze in campo che definiscono lo stato attuale e le traiettorie possibili dei mercati storici. Lo schema triangolare proposto visualizza queste interrelazioni, evidenziando sia le potenzialità generative sia i rischi di frattura sistemica.

Turistificazione: Questo asse intende catturare il processo, ampiamente documentato nella letteratura recente sugli studi urbani e turistici, attraverso cui logiche orientate al consumo turistico ricon-

figurano lo spazio, l'economia e le relazioni sociali del mercato. Tale processo include fenomeni quali l'incremento dei prezzi (*price escalation*), la sostituzione di attività commerciali tradizionali con offerte standardizzate o marcatamente estetizzate (*aestheticization*), la spettacolarizzazione delle pratiche locali e il conseguente rischio di *displacement* fisico, relativo all'espulsione di residenti o commercianti a basso reddito, e simbolico delle comunità residenti.

Prossimità: Questo asse si riferisce alla capacità intrinseca del mercato di funzionare quale struttura portante della vita quotidiana, garantendo accesso a beni essenziali e tessendo relazioni significative a scala di quartiere. Una prossimità robusta è riconosciuta quale condizione necessaria per la coesione sociale e la resilienza comunitaria. Seguendo l'elaborazione teorica sulla prossimità nei sistemi territoriali e urbani, la intendiamo qui in senso multidimensionale: fisica, relazionale, cognitiva, istituzionale.

Identità: Questo asse concerne la capacità del mercato di generare e custodire senso di appartenenza, memoria collettiva e specificità culturale, nonché il legame affettivo (*place attachment*) che connette gli abitanti al loro mercato. Questa capacità si manifesta attraverso la persistenza di pratiche tradizionali, quali rituali o performance orali come le *abbanniate*, la trasmissione di saperi gastronomici legati al territorio e alle sue produzioni, la riconoscibilità di un paesaggio sensoriale specifico fatto di odori, suoni, colori. L'identità, in questa lettura, rappresenta un processo dinamico di negoziazione e riappropriazione simbolica tra passato e presente nel contesto della vita quotidiana, lontano da una concezione puramente folcloristica del mercato alimentare.

Le interazioni tra questi tre assi, visualizzate dai lati e dalle diagonali del triangolo, definiscono lo stato di equilibrio o squilibrio del sistema mercato e le sue potenziali traiettorie evolutive:

- L'interazione virtuosa tra Identità e Prossimità alimenta la formazione e il mantenimento di strutture relazionali: reti di fiducia, pratiche di mutuo supporto, capitale sociale e un denso tessuto di interazioni quotidiane che rafforzano la coesione comunitaria e la capacità del mercato di funzionare quale bene comune.
- La prevalenza della Turistificazione sull'Identità, lungo l'asse che le connette, produce *displacement* simbolico: le narrazioni e le pratiche locali autentiche vengono progressivamente sostituite da rappresentazioni stereotipate, semplificate o estetizzate ad uso turistico; l'autenticità si trasforma in performance commerciale, erodendo il legame profondo tra luogo, memoria e comunità vissuta.

- La prevalenza della Turistificazione sulla Prossimità, lungo l'altro asse di connessione, causa la disgregazione delle ecologie di servizio locali: l'incremento dei costi, come affitti e prezzi al consumo, espelle o rende difficile l'accesso ai residenti a basso reddito; l'offerta commerciale si orienta verso beni e servizi voluttuari o esperienziali a scapito di quelli essenziali per la vita quotidiana, e il mercato perde la sua funzione primaria di servizio accessibile, diventando prevalentemente uno spazio di consumo per utenti esterni.

Questo modello triangolare fornisce quindi una mappa concettuale per leggere le forze in gioco all'interno dei mercati storici, identificare le aree di maggiore tensione o di potenziale sinergia, e orientare l'analisi successiva attraverso la definizione di indicatori specifici capaci di misurare lo stato di queste interazioni. Tuttavia, il sistema di interazione tra i tre assi non opera in un vuoto funzionale, ma risulta strettamente condizionato dalle variabili esogene che definiscono il Metabolismo Urbano della città. Questo si formalizza come un Sistema di Condizionamento Periferico, rappresentando la sommatoria dei carichi ambientali e dei deficit infrastrutturali (rifiuti, acqua, mobilità, energia).

Parametri di Valutazione degli indicatori

Tabella 9
Set Indicatori interni.
Fonte:
elaborazione
dell'autore

Per tradurre il modello teorico in uno strumento analitico operativo, si è definito un set di 6 indicatori specifici, mirati a catturare manifestazioni concrete delle dinamiche di turisticizzazione, prossimità e identità *all'interno* dello spazio mercatale e in relazione al suo contesto. Gli indicatori si basano sull'osservazione diretta di un campione rappresentativo di 15 postazioni alimentari attive, selezionate con campionamento sistematico, garantendo coerenza metodologica.

La metodologia dettagliata per la rilevazione e il calcolo di ciascun parametro sarà approfondita nella sezione successiva; qui ne presentiamo la descrizione fondamentale, raggruppandoli secondo i tre assi del framework.

Asse Turisticizzazione
i1) Incidenza Offerta Commerciale Turistica
i2) Grado di Adattamento Semiotico e Linguistico Turistico
Asse Prossimità
i3) Presenza di Filiere Corte o Produttori Locali
i4) Prevalenza di Offerta Alimentare Essenziale
Asse identità
i5) Persistenza di Pratiche Comunicative Tradizionali
i6) Espressione Visibile di Radicamento Storico-Comunitario

Asse Turistificazione:**i1) Incidenza Offerta Commerciale Turistica:**

Quantifica la quota di postazioni la cui offerta commerciale appare primariamente orientata a visitatori non residenti.

i2) Grado di Adattamento Semiotico e Linguistico Turistico:

Valuta la diffusione di forme di comunicazione (visiva e verbale) specificamente adattate a un pubblico turistico internazionale.

Asse Prossimità:**i3) Presenza di Filiere Corte o Produttori Locali:**

Valuta la quota di postazioni che offrono prodotti riconducibili a produzioni agroalimentari territoriali o alla vendita diretta da parte di agricoltori.

i4) Prevalenza di Offerta Alimentare Essenziale:

Valuta la quota di bancarelle dedicate primariamente alla vendita di beni alimentari di base per la spesa quotidiana dei residenti, quale indicatore della funzione del mercato quale servizio di approvvigionamento primario.

Asse Identità:**i5) Persistenza di Pratiche Comunicative Tradizionali:**

Misura la presenza e la diffusione di pratiche orali e performative storicamente associate alla vendita nei mercati popolari mediterranei.

i6) Espressione Visibile di Radicamento Storico-Comunitario:

Valuta la quota di bancarelle che espongono elementi visivi specifici che segnalano un radicamento nella storia locale, nella comunità o in aspetti culturali distintivi.

6.2 Il set di indicatori interni

Metodologia di Rilevazione e Computazione degli Indicatori interni

La misurazione dei sei indicatori si basa su un **metodo di campionamento stratificato ragionato (Purposive Stratified Sampling)** applicato all'osservazione diretta. Tale approccio è stato selezionato in quanto ritenuto metodologicamente adeguato per contesti quali i mercati storici, caratterizzati da potenziale eterogeneità interna spaziale e tipologica, e spesso da assenza di elenchi completi delle unità (postazioni), condizioni che rendono difficoltosa l'applicazione di campionamenti probabilistici puri. Il campionamento stratificato ragionato combina la suddivisione dell'area di studio in sottozone omogenee (strati) con una selezione intenzionale delle unità all'interno di ciascun strato, finalizzata a massimizzare la rappresentatività delle diverse tipologie presenti pur con una dimensione campionaria ridotta ($n=15$). Questa scelta metodologica si allinea con la prospettiva delle conoscenze situate, riconoscendo che l'oggettività, intesa quale posizionamento responsabile e parziale, non deriva da una presunta neutralità astorica, ma dalla capacità di rendere conto criticamente della propria posizione e degli strumenti utilizzati per "vedere".

La procedura generale prevede:

1. **Stratificazione Spaziale:** L'area mercatale oggetto di studio viene suddivisa preliminarmente in strati geograficamente o funzionalmente distinti, sulla base di caratteristiche morfologiche, di densità, o di specializzazione merceologica identificate tramite osservazioni preliminari.
2. **Allocazione Campionaria:** La dimensione totale del campione (stabilita a $n=15$ postazioni alimentari attive per garantire un buon compromesso tra robustezza e fattibilità) viene ripartita tra gli strati per garantire un'analisi sufficiente all'interno di ogni zona.

3. **Selezione Ragionata Intrastrato:** All'interno di ciascun strato, le unità campionarie vengono selezionate intenzionalmente dal ricercatore, seguendo un criterio esplicito volto a garantire l'inclusione delle diverse tipologie di postazioni rilevanti per gli indicatori da misurare (es. diverse categorie merceologiche, postazioni con caratteristiche specifiche). Questa selezione guidata dall'expertise del ricercatore mira a costruire un campione che, sebbene di dimensioni contenute, rifletta la varietà del fenomeno studiato in modo più efficace rispetto a una selezione puramente casuale o sistematica che potrebbe, in campioni piccoli, omettere tipologie significative ma meno frequenti. Rendere esplicito questo criterio di selezione intenzionale risponde all'esigenza di *accountability* richiesta dalle conoscenze situate: la posizione del ricercatore non è negata, ma resa trasparente e metodologicamente giustificata. L'applicazione dei criteri specifici definiti per ogni indicatore viene effettuata sul campione totale di 15 postazioni così selezionato. Il punteggio finale (su scala 0-5) per ciascun indicatore campionario è calcolato come $\text{Punteggio} = (\text{Numero postazioni positive nel campione} / 15) * 5$. Si riconosce che tale metodo, pur ottimizzando la rappresentatività tipologica, introduce un elemento di giudizio soggettivo nella selezione e i risultati forniscono una stima qualitativamente informata delle tendenze osservate, con i limiti inferenziali propri dei campionamenti non probabilistici.

Dopo aver definito i sei indicatori specifici, è fondamentale esplicitare i criteri operativi per la loro concreta rilevazione sul campo. Per assicurare coerenza metodologica e replicabilità nell'osservazione del campione, si è predisposta una guida analitica (Tabella di seguito) che definisce, per ciascun indicatore, l'esatta "condizione positiva" che il ricercatore deve verificare per attribuire un valore '1' alla postazione osservata. A questa si affianca una proposta di scheda di campo (Tabella 2) per la raccolta strutturata dei dati grezzi, che facilita la successiva computazione del punteggio finale.

Asse / Indicatore	Definizione Operativa (Cosa misura)	Protocollo di Osservazione (Azione del ricercatore)	Criteri di Inclusione (Vale 1 se presenta almeno uno dei seguenti)	Criteri di Esclusione (Vale 0 se si verifica questa condizione)
TURISTIFICAZIONE				
i1) Incidenza Offerta Turistica	Misura l'orientamento della postazione verso il consumo esperienziale in situ (turistico), in opposizione al consumo domestico (residente).	1. Ispezionare la merceologia. 2. Differenziare tra beni "grezzi" (da cucinare) e "pronti" (da consumare). 3. Verificare la modalità di somministrazione.	1. Vendita di alimenti pronti per il consumo immediato (cibo da strada, panini, fritti, porzioni). 2. Vendita di bevande servite per il consumo immediato (spremute, calici di vino, drink). 3. Offerta di degustazioni a pagamento (taglieri, assaggi). 4. Vendita di prodotti gastronomici confezionati per souvenir (vasetti brandizzati, liquori in bottiglie decorative, spezie in confezioni turistiche). 5. Vendita di souvenir (borse, calamite)	La postazione offre esclusivamente beni che richiedono preparazione domestica (es. carne/pesce crudi, verdura grezza) o destinati all'asporto per spesa (es. pane, formaggi a taglio). Nota: Una macelleria (0) che ha un angolo street food (1) viene codificata 1.
i2) Grado di Adattamento Semiotico	Misura la presenza di un apparato di comunicazione (visivo/verbale) progettato per un target non locale e internazionale.	1. Leggere tutti i testi su insegne, cartelli, menu, lavagne. 2. Verificare la presenza di QR code o riferimenti digitali. 3. Valutare l'estetica (vernacolare vs. "estetica mediatizzata").	1. Presenza di testi visibili in lingue diverse dall'italiano (Inglese, francese, etc.). 2. Presenza di un branding formale (logo progettato, immagine coordinata) con estetica moderna/ (es. maioliche, lavagnette curate). 3. Riferimenti espliciti (logo o QR code) a social media (Instagram, Facebook) o piattaforme di recensione (TripAdvisor, Google Maps). 4. Uso di terminologia "esperienziale" in inglese (es. "Food Experience", "Authentic Taste").	La comunicazione è assente o è esclusivamente vernacolare (solo lingua italiana/ dialetto locale, cartelli scritti a mano solo con prezzo/prodotto) e non presenta alcuno degli elementi di inclusione. Nota: L'insegna storica (es. "Macelleria Tizio") non è 1.
PROSSIMITÀ				
i3) Presenza di Filieri Corte	Misura l'esistenza di una connessione dichiarata e visibile tra la postazione e la produzione agricola territoriale.	1. Leggere tutti i cartelli relativi all'origine del prodotto. 2. Ispezionare il packaging (es. cassette). 3. Se possibile, identificare il venditore (agricoltore vs. rivenditore).	1. Presenza di cartelli che indicano "Produzione Propria", "Azienda Agricola [Nome]", "Contadino Diretto". 2. Presenza di cartelli che indicano origine territoriale specifica e circoscritta (es. "Pomodoro di...") diverso da "Origine: Italia". 3. Il venditore è palesemente identificabile come il produttore stesso (es. furgone agricolo, vendita diretta da cassette di campo).	La postazione è un rivenditore generico. L'origine non è dichiarata, è generica ("Italia", "Estero") o la merce è palesemente d'importazione (es. frutta esotica) e non presenta alcuno degli elementi di inclusione.

i4) Prevalenza Offerta Essenziale	Misura la funzione della postazione quale fornitore di beni grezzi o di base per la spesa quotidiana dei residenti.	1. Classificare la merceologia principale offerta e la sua funzione d'uso (spesa vs. consumo immediato).	1. Vendita di Frutta o Verdura (fresca, non trasformata in macedonie/spremute). 2. Vendita di Carne (cruda, escludendo preparati pronti al consumo). 3. Vendita di Pesce (crudo, escludendo preparati pronti al consumo). 4. Vendita di Pane. 5. Vendita di Latticini, Formaggi, Salumi (a taglio o a pezzo per asporto domestico). 6. Vendita di Legumi secchi, Olive, Spezie (sfusi/a peso).	La postazione vende esclusivamente beni non essenziali, voluttuari, per il consumo immediato (street food, souvenir) o beni non alimentari. Nota: Questo indicatore non è mutuamente esclusivo con i1. Una postazione può essere (1) qui e (1) in i1.
IDENTITÀ				
i5) Persistenza Pratiche Communicative Tradizionali	Misura la presenza di pratiche orali performative, ritualizzate e ad alto volume, non meramente transazionali.	1. Effettuare un'osservazione acustica della postazione (si ipotizza un tempo di almeno 120 secondi). 2. Valutare il volume (rispetto al fondo) e la cadenza (ritmica vs. transazionale).	1. (Volume) Uso di un volume vocale significativamente superiore al rumore di fondo, mantenuto in modo proattivo (non solo su richiesta). 2. (Forma) Uso di una cadenza verbale non-transazionale: cantilene in dialetto, canzoni ad-hoc o forme ritmiche ritualizzate (riconducibili alla "abbannata"). 3. (Target) Interazione vocale continua rivolta alla folla.	Il venditore è silente, o parla solo se interrogato, o usa un normale volume di conversazione, o i suoi richiami sono generici e non performativi.
i6) Espressione Visibile di Radicamento	Misura la presenza di elementi visivi autentici (non scenografici) che segnalano un'appartenenza storica, familiare o comunitaria.	1. Ispezionare visivamente l'allestimento (pareti, retro-banco, banco), escludendo la merce.	1. Esposizione di fotografie visibili (storiche, familiari). 2. Esposizione di simboli devozionali o religiosi (es. immagini sacre, rosari) esposti in modo personale e non merceologico. 3. Esposizione di riferimenti comunitari (es. gagliardetti squadra di calcio, simboli di confraternite). 4. Esposizione di cimeli familiari o articoli di giornale storici incorniciati. 5. Insegna storica	L'allestimento è anonimo, puramente funzionale, o "di design". Nota di Esclusione Critica: Elementi "finto-tradizionali" (es. rete da pesca, coppola, carretto siciliano usati come decorazione per turisti) non valgono 1 qui, ma sono indicatori per i2.

Tabella 10
Guida Operativa alla
Valutazione degli Indicatori

Postazione Campione (n=15)	i1 (Offerta Turistica)	i2 (Semiotica Turistica)	i3 (Filiera Corta)	i4 (Offerta Essenziale)	i5 (Pratiche Tradizionali)	i6 (Radicamento Visibile)
Postazione 1						
Postazione 2						
Postazione 3						
Postazione 4						
Postazione 5						
Postazione 6						
Postazione 7						
Postazione 8						
Postazione 9						
Postazione 10						
Postazione 11						
Postazione 12						
Postazione 13						
Postazione 14						
Postazione 15						
TOTALE (Somma postazioni positive)	N. pos. / 15	N. pos. / 15	N. pos. / 15	N. pos. / 15	N. pos. / 15	N. pos. / 15
Punteggio Finale (0-5)	(Totale / 15) * 5	(Totale / 15) * 5	(Totale / 15) * 5	(Totale / 15) * 5	(Totale / 15) * 5	(Totale / 15) * 5

Tabella 11
Scheda di campo

6.3 Il set di indicatori esterni: La collaborazione con ARPA Sicilia per l'analisi del Metabolismo Urbano

La seconda componente fondamentale dell'apparato valutativo è costituita dagli indicatori esterni, selezionati per rispondere all'esigenza metodologica di ancorare l'analisi interna, focalizzata sullo spazio mercatale, al contesto urbano e infrastrutturale in cui il mercato è immerso. Per garantire l'oggettività e la validità scientifica necessarie, la raccolta di questi parametri si affida a dati certificati provenienti da fonti istituzionali, quali le agenzie ambientali (es. ARPA), ISTAT, ISPRA o altri enti preposti al monitoraggio. La definizione del set di indicatori è stata quindi il risultato di un percorso iterativo che ha previsto diversi momenti di confronto con i tecnici dell'Agenzia ARPA Sicilia, finalizzati a garantire l'uso di dati consolidati e validati, e al tempo stesso a individuare parametri in grado di restituire in maniera significativa le criticità e le potenzialità di contesto. A tale processo si è affiancata l'analisi critica della letteratura, che ha orientato la scelta verso dimensioni già consolidate negli studi internazionali, quali l'uso efficiente delle risorse idriche ed energetiche, la qualità dell'aria, la mobilità sostenibile, la gestione dei rifiuti e la disponibilità di spazi verdi.

La scala comunale di riferimento è stata assunta come riferimento operativo, in quanto spesso rappresenta l'unico livello su cui le basi statistiche prodotte da ISTAT, ISPRA e dalle agenzie regionali risultano sistematicamente validate e comparabili. La mancanza di dati strutturati a livello sub-comunale, e in particolare per le aree mercatali o i quartieri specifici, emerge infatti in modo evidente nel corso delle interlocuzioni istituzionali, rivelando un vuoto conoscitivo che conferma la difficoltà dei sistemi di governance urbana a monitorare i contesti a maggiore fragilità socio-ambientale. Questa condizione, oltre a rappresentare una criticità informativa, costituisce di per sé un

risultato analitico, segnalando l'assenza di strumenti di monitoraggio capillare.

Il set di indicatori di seguito definito comprende parametri idrici, energetici, di mobilità, di qualità dell'aria e del rumore, di gestione dei rifiuti e di verde urbano, che consentono di osservare il contesto di studio entro il metabolismo della città.

- I. Indicatore: Perdite idriche totali in distribuzione - percentuale sul volume immesso in rete
- II. Indicatore: Percentuale di popolazione residente coinvolta nella riduzione e sospensione dell'erogazione dell'acqua domestica su parte del territorio comunale
- III. Indicatore: Densità delle piste ciclabili - km per 100 km quadrati di superficie territoriale
- IV. Indicatore: Indice del potenziale inquinante delle autovetture - autovetture a medio o alto p.i. per 100 autovetture a medio o basso p.i.
- V. RDComunale-Palermo (rifiuti, produzione e raccolta differenziata)
- VI. Superamenti dei limiti acustici - incidenza percentuale sul totale dei controlli del rumore effettuati
- VII. Verde urbano - densità
- VIII. Verde urbano - disponibilità
- IX. Qualità dell'aria ambiente urbano
- X. ENERGIA - Impianti fotovoltaici o ILLUMINAZIONE LED

L'apparato metodologico così strutturato verrà quindi sottoposto a validazione empirica nella successiva fase di analisi, attraverso l'applicazione al caso studio specifico del mercato storico di Ballarò (Palermo), al fine di verificarne l'effettiva capacità diagnostica e di orientare i successivi output progettuali.

6.4 Dalla formalizzazione teorica all'applicazione operativa: risultati e interpretazione dei dati nel caso studio di Ballarò

Dopo la formalizzazione del modello, il passo successivo del percorso consiste nella sua messa alla prova empirica. Il framework, costruito per interpretare le tensioni tra Turistificazione, Prossimità e Identità, viene ora testato sul campo per verificarne la coerenza analitica e la capacità di descrivere in modo misurabile le dinamiche osservate. Questa fase rappresenta un momento di validazione operativa, in cui la struttura teorica si confronta con la realtà concreta del mercato di Ballarò. Attraverso questa applicazione, il framework assume un ruolo operativo: da dispositivo teorico di interpretazione diventa strumento diagnostico, capace di generare dati utili alla progettazione e alla definizione di strategie di intervento. Il test sul campo permette così di validare la struttura concettuale elaborata e, al tempo stesso, di restituire una conoscenza empiricamente fondata, capace di orientare i successivi sviluppi del lavoro progettuale e di policy. Il test del framework non ha soltanto funzione dimostrativa, ma costituisce parte integrante del processo di costruzione del sapere. Applicare il modello al contesto significa verificarne la solidità, ma anche osservarne i limiti, le possibilità di adattamento e la sua efficacia come strumento di lettura situata in grado di tradurre quantitativamente le evidenze emerse dalla ricerca.

Postazione Campione (n=15)	i1 (Offerta Turistica)	i2 (Semiotica Turistica)	i3 (Filiera Corta)	i4 (Offerta Essenziale)	i5 (Pratiche Tradizionali)	i6 (Radicamento Visibile)
Strato 1: P.zza Ballarò						
Postazione 1 (Macelleria)	1	1	0	1	1	0
Postazione 2 (Banco Souvenir)	1	1	0	0	0	0
Postazione 3 (Trattoria Tipica)	1	1	0	1	0	1
Postazione 4 (Banco di Spremute)	1	1	0	0	1	0
Postazione 5 (Venditore Street food)	1	1	0	0	1	1
Strato 2: P.zza del Carmine						
Postazione 6 (Pescheria)	1	1	0	1	1	0
Postazione 7 (Banco Verdura)	0	0	1	1	0	0
Postazione 8 (Street food)	1	1	0	0	1	0
Postazione 9 (Domenico Frutta)	1	1	0	0	1	1
Postazione 10 (Macelleria)	1	0	0	1	1	1
Strato 3: Parte Alta / Tukory						
Postazione 11 (Venditore Street food)	1	0	0	0	1	1
Postazione 12 (Banco Verdura)	0	0	1	1	1	1
Postazione 13 (Macelleria)	1	1	1	1	1	0
Postazione 14 (Banco Verdura - Migrante)	0	0	1	1	0	0
Postazione 15 (Banco verdura)	0	0	1	1	1	1
TOTALE (Somma postazioni positive)	11	9	5	9	11	7
Punteggio Finale (0-5)	3,67	3,00	1,67	3,00	3,67	2,33

Tabella 12
Scheda di campo compilata
per il Mercato di Ballarò

Verifica sul campo del modello analitico: risultati e interpretazione dei dati nel caso studio di Ballarò

L'applicazione del framework valutativo al campione di 15 postazioni ha fornito la quantificazione delle dinamiche strutturali di Ballarò, confermando e misurando le tensioni emerse dall'analisi etnografica. I dati restituiscono una configurazione ibrida, dove gli assi dell'Identità e della Turistificazione mostrano una stretta co-evoluzione funzionale e una chiara dominanza, mentre l'asse della Prossimità, pur resiliente, rivela una subordinazione quantitativa e una frammentazione strutturale interna. L'evidenza centrale dell'indagine è la piena equivalenza numerica registrata ai massimi livelli tra l'indicatore i1 (Incidenza Offerta Turistica) e l'indicatore i5 (Persistenza Pratiche Comunicative Tradizionali), entrambi attestati al punteggio di 3,67 (11/15 postazioni). Questo dato quantifica in modo inequivocabile il fenomeno centrale già osservato qualitativamente: l'asse identitario, nella sua manifestazione più performativa e sonora (i5), persiste in modo maggioritario e, contemporaneamente, agisce quale vettore primario e funzionale alla nuova economia turistica (i1), anch'essa maggioritaria. Questo processo convalida l'ipotesi di un "Symbolic displacement", che a Ballarò opera oltre la semplice cancellazione o sostituzione, manifestandosi attraverso una più complessa forma di co-optazione. La performance identitaria (i5) sfugge all'annullamento da parte della turistificazione, venendo piuttosto riorientata e sfruttata quale risorsa chiave per sostenere e veicolare l'offerta esperienziale destinata al consumo sul posto. Questa simbiosi funzionale è ulteriormente supportata dal punteggio elevato dell'indicatore i2 (Grado di Adattamento Semiotico), che con 3,00 (9/15) quantifica la diffusa adozione di apparati comunicativi (branding estetizzante, estetica mediatizzata, comunicazione multilingue) che agiscono come meccanismo di traduzione, rendendo l'identità performativa (i5) leggibile e consumabile per i flussi turistici (i1). I punteggi elevati e correlati di i1, i5 e i2 convergono quindi nel descrivere un unico sistema integrato di performance turistico-identitaria.

Questa configurazione dominante si contrappone direttamente all'asse della Prossimità, il quale, sebbene ancora robusto, risulta quantitativamente subordinato e, soprattutto, strutturalmente fram-

mentato. I dati misurano con precisione una dinamica di “Disruption of local service ecologies” attraverso lo scarto numerico tra l'indicatore $i1$ (Offerta Turistica), a 3,67, e l'indicatore $i4$ (Prevalenza di Offerta Essenziale), attestato a 3,00 (9/15). Questo differenziale ($3,67 > 3,00$) è la misura empirica della transizione funzionale del mercato, dove la funzione di consumo esperienziale ha ormai una prevalenza quantitativa sulla funzione di approvvigionamento quotidiano per residenti. A questa vulnerabilità si aggiunge la profonda contraddizione rilevata all'interno dell'asse stesso: a fronte di una funzione di accesso ($i4=3,00$) ancora solida, la sua radice produttiva, misurata da $i3$ (Presenza di Filiere Corte), crolla al punteggio minimo assoluto dell'intera rilevazione (1,67; 5/15). Questo divario interno ($i4 > i3$) convalida in modo inappellabile l'analisi etnografica sulle “filieri opache”, dimostrando come la prossimità del mercato sia ormai quasi esclusivamente una prossimità di accesso e consumo, avendo perso la sua connessione con l'origine e la produzione diretta dei prodotti venduti.

I dati quantificano quindi il conflitto centrale del mercato: l'asse dell'Identità (con $i5=3,67$ e $i6=2,33$) emerge quale asset conteso, soggetto alla trazione di due circuiti divergenti. Il primo è il circuito virtuoso storico, che lega l'Identità ($i5=3,67$) alla Prossimità ($i4=3,00$). Il secondo è il circuito di valorizzazione turistica, che lega la medesima Identità ($i5=3,67$) alla Turistificazione ($i1=3,67$). L'equivalenza ($i1=i5$) e la superiorità di $i1$ rispetto a $i4$ ($i1 > i4$) indicano che il secondo circuito esercita una trazione maggiore, quantificando la “loss of relationship” tra la performance identitaria e la sua originaria funzione di prossimità. I dati restituiscono quindi la diagnosi di un ecosistema giunto a un punto critico di ibridazione, dove l'asse Turistificazione-Identità ($i1+i5$) ha stabilito una chiara dominanza funzionale sull'asse Prossimità-Identità ($i4+i5$). L'esito quantitativo convalida pertanto un disaccoppiamento strutturale: l'identità performativa ($i5$) mostra un allineamento funzionale primario con l'economia turistica ($i1$), mentre la sua correlazione storica con la funzione di prossimità ($i4$) appare ormai quantitativamente subordinata. Ad emergere è quindi un quadro analitico che documenta come il mercato abbia raggiunto un punto di ibridazione critica, dove i circuiti funzionali del consumo esperienziale ne hanno ridefinito la sua traiettoria evolutiva.

L'applicazione e la verifica sul campo del framework diagnostico hanno permesso di ottenere una quantificazione puntuale delle tensioni che investono il mercato storico di Ballarò, delineando una configurazione critica dove le dinamiche funzionali risultano profondamente ridefinite. Questo esito analitico stabilisce la necessità metodologica di ampliare l'orizzonte di indagine, riconoscendo come la vulnerabilità socio-funzionale del mercato possa intrinsecamente essere legata

alle condizioni del contesto urbano più vasto. Per completare la diagnosi e supportare in modo robusto le future azioni di policy, il percorso di ricerca procede ora ad ancorare i risultati ottenuti sul campo alla valutazione oggettiva delle sfide ambientali e infrastrutturali che circondano lo spazio mercatale di Ballarò. La collaborazione con ARPA Sicilia, in questo senso, diventa fondamentale per introdurre parametri scientificamente validati che permettono di leggere le criticità del mercato all'interno del più ampio metabolismo della città di Palermo. Il prossimo passo, quindi, consiste nell'impiegare questi indicatori esterni per fornire una diagnosi socio-ecologica integrata, superando i limiti di una valutazione focalizzata esclusivamente sulle dinamiche interne al mercato.

L'Integrazione degli Indicatori Esterni e la Valutazione del Metabolismo Urbano con ARPA Sicilia

Il quadro di analisi interno, sviluppato nel contesto del mercato di Ballarò nel quartiere dell'Albergheria, viene ora completato e integrato attraverso una sezione dedicata alla valutazione ambientale del contesto. Come precedentemente anticipato, tale integrazione si è basata sull'impiego del set di indicatori quantitativi definiti grazie alla collaborazione con ARPA Sicilia. Gli indicatori si strutturano attraverso parametri che coprono le dimensioni fondamentali del metabolismo urbano, includendo l'efficienza idrica con le misurazioni relative alle perdite in rete e alla sospensione dell'erogazione, le variabili della mobilità urbana come la densità delle piste ciclabili e l'indice di potenziale inquinante delle autovetture, i dati sulla gestione dei rifiuti con il parametro RDComunale, e indicatori che riguardano la qualità ambientale e la salute, come il superamento dei limiti acustici, la densità e la disponibilità di verde urbano, insieme alla qualità dell'aria ambiente. Il set è completato dal monitoraggio energetico, attraverso l'indicatore energia che considera gli impianti fotovoltaici o l'illuminazione a LED. L'apparato metodologico così strutturato verrà quindi sottoposto a validazione empirica nella successiva fase di analisi.

Indicatore I: Perdite idriche totali in distribuzione (ISTAT)¹

L'analisi delle perdite idriche offre un punto di osservazione privilegiato per comprendere le fragilità strutturali delle reti urbane e le loro conseguenze sui sistemi locali, come il mercato di Ballarò. I dati ISTAT-ARPA relativi al 2022 mostrano che il volume complessivo disperso nella fase di distribuzione ammonta a 3,4 miliardi di metri cubi, equivalenti al 42,4% dell'acqua immessa in rete a livello nazionale. Questo valore, in lieve crescita rispetto al 2020 (42,2%), evidenzia una persistente inefficienza cronica nelle reti di adduzione e distribuzione. Tradotta in termini *pro capite*, la dispersione idrica corrisponde a circa 157 litri al giorno per abitante, un volume che, se recuperato, basterebbe a coprire il fabbisogno idrico annuo di 43,4 milioni di persone, quasi i tre quarti della popolazione italiana. Le perdite idriche derivano da una combinazione di fattori: ci sono le dispersioni fisiologiche, inevitabili in ogni sistema di distribuzione, le rotture delle condotte e la vetustà degli impianti, le quali colpiscono particolarmente le aree meridionali e insulari, e poi le perdite amministrative, connesse a errori di misura e ad allacci abusivi. Questo insieme di elementi crea un gradiente territoriale consolidato, distinguendo nettamente il Nord dal Mezzogiorno e dalle Isole. Nei distretti idrografici meridionali e insulari, le criticità raggiungono valori estremamente alti: la Sicilia registra perdite totali pari al 51,6%, la Sardegna al 52,8%, mentre il valore più basso si osserva nel distretto del Po, con il 32,5%. A scala comunale, i dati confermano il radicamento strutturale di queste fragilità: Palermo registra perdite totali del 49,7%, con un'erogazione *pro capite* di soli 173 litri al giorno rispetto ai 345 litri immessi in rete. Volendo fare un confronto con le altre principali città siciliane, è possibile osservare che Messina presenta una condizione ancora più critica, con perdite pari al 56,5%, mentre Siracusa raggiunge il livello massimo nazionale con il 65,2%. Catania, con valori meno estremi, si attesta comunque al 40,4%, ben al di sopra della media nazionale. Questi dati delineano un quadro infrastrutturale dove l'acqua dispersa sfiora la metà della risorsa immessa nelle reti urbane siciliane, con un impatto diretto sulla continuità dell'erogazione e sulla qualità della vita quotidiana.

1 Fonte dati: ISTAT

Indicatore II: Popolazione coinvolta in riduzioni e sospensioni dell'erogazione idrica²

L'analisi della popolazione coinvolta in riduzioni o sospensioni dell'erogazione idrica offre una misura diretta delle fragilità strutturali della città e consente di interpretare le ricadute sociali e territoriali di un fenomeno sempre più accentuato dalle condizioni climatiche e dalla reti vetuste. Secondo i dati ISTAT, la Sicilia è stata interessata da un marcato deficit pluviometrico nel periodo settembre-dicembre 2023, con precipitazioni inferiori del 60% rispetto alla media climatologica 1991-2020. A ciò si è aggiunto un innalzamento delle temperature e una riduzione delle portate degli invasi regionali, stimata intorno al -30%, che ha aggravato la pressione sul sistema idrico. La risposta istituzionale ha assunto prevalentemente la forma di misure di razionamento, con riduzioni e sospensioni programmate dell'erogazione domestica. L'indicatore mostra in realtà un quadro estremamente eterogeneo tra i diversi capoluoghi siciliani, che si riportano di seguito per ancorare il fenomeno del contesto palermitano ad una più ampia comparazione territoriale delle vulnerabilità strutturali del sistema idrico. Agrigento si colloca nella condizione più critica: la distribuzione dell'acqua è stata sospesa per 208 giorni e ridotta per altri 157, con un coinvolgimento dell'intera popolazione comunale e una turnazione settimanale variabile in base alle zone di distribuzione. A Trapani le riduzioni hanno interessato l'intero territorio per circa 180 giorni, mentre a Messina i disservizi si sono concentrati nei mesi estivi, con riduzioni notturne per 101 giorni, compensate in parte dal ricorso a servizi sostitutivi di autobotte. Caltanissetta e Catania hanno mostrato una condizione intermedia: nel primo caso il 25,6% della popolazione è stato interessato da riduzioni dell'erogazione, mentre a Catania il dato si attesta al 19,8%. Ritornando adesso all'analisi del contesto di Palermo, pur essendo la città più popolosa, questa ha registrato un impatto più limitato, con il 3,3% della popolazione coinvolta in disservizi sporadici e localizzati. Questi valori mettono in evidenza un gradiente territoriale in cui i centri di medie dimensioni risultano più vulnerabili, mentre i grandi centri metropolitani tendono a garantire una maggiore continuità, pur con differenze interne legate alla morfologia urbana e alla capacità gestionale delle reti.

Indicatore III: Lunghezza e densità delle piste ciclabili³

A livello nazionale, nel 2023 i Comuni capoluogo dispongono complessivamente di 5.758,9 km di piste ciclabili, con un incremento del 6,4% rispetto all'anno precedente. La crescita della rete ciclabile, osservata in modo continuativo sin dal 2000, ha registrato un ritmo medio del 7,5% annuo. La densità media è pari a 29,7 km per 100 km² di superficie territoriale, con un valore più elevato nei capoluoghi metropolitani (45,4 km/100 km²). Tuttavia, la distribuzione risulta fortemente disomogenea: il Nord Italia concentra gran parte della dotazione, con una densità media di 69,9 km/100 km², mentre il Centro e il Mezzogiorno si attestano rispettivamente a 19,2 e 7 km/100 km². In Sicilia, il quadro mostra uno sviluppo inferiore agli standard europei. Palermo è passata da 6,1 km di piste ciclabili nel 2005 a 51,4 km nel 2023, con una densità pari a 0,82 km ogni 10.000 abitanti, a fronte di un parametro europeo che per città di dimensioni simili richiederebbe almeno 10 km/10.000 abitanti. Questo divario evidenzia come, nonostante gli sforzi recenti del Comune, tra cui la riqualificazione di tratti esistenti e la progettazione di una nuova pista di collegamento tra la Stazione Centrale, il Policlinico e la cittadella universitaria, la dotazione rimanga ancora distante dagli standard minimi di riferimento. A Catania la crescita è stata più rapida: tra il 2016 e il 2023 la lunghezza complessiva è quadruplicata, passando da 5,3 km a 19,5 km. La densità è oggi pari a 11 km/100 km², ma in rapporto alla popolazione rimane ancora al di sotto dello standard europeo (meno di 1 km/10.000 abitanti contro i 15 richiesti). L'avvio del Biciplan metropolitano e i nuovi tracciati sul lungomare e in corrispondenza dei poli universitari e ferroviari segnano un tentativo di colmare tale distanza. Messina, al contrario, presenta un incremento marginale: tra il 2016 e il 2023 le piste ciclabili sono passate da 7,2 a 7,6 km, pari a 0,35 km ogni 10.000 abitanti. Con soli 4 km/100 km², la città si colloca agli ultimi posti tra i capoluoghi metropolitani italiani. La recente protezione con cordoli di alcune piste esistenti e l'affidamento dei lavori per tre nuovi tratti – tra cui quello sul lungomare di Pace, sostitutivo del segmento crollato per mareggiate – mostrano segnali di avanzamento, ma in un quadro che resta di forte carenza strutturale.

Indicatore IV: Indice del potenziale inquinante delle autovetture - autovetture a medio o alto p.i. per 100 autovetture a medio o basso p.i.⁴

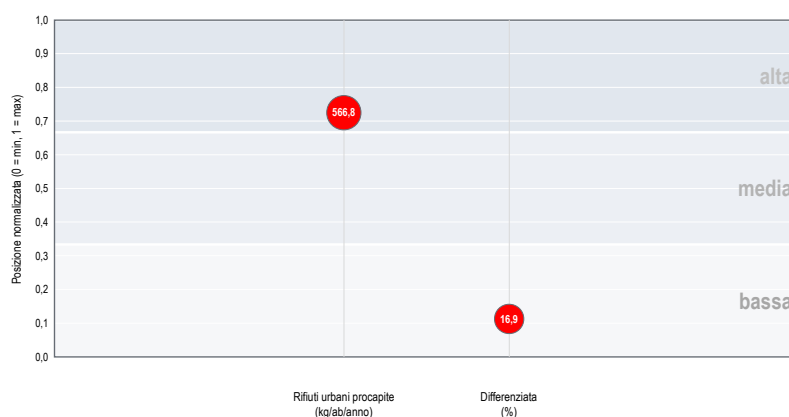
Il potenziale inquinante delle autovetture rappresenta un indicatore chiave per valutare l'impatto ambientale della mobilità urbana e per comprendere le condizioni strutturali del parco veicolare. Misura il rapporto tra le auto più inquinanti (Euro 0-Euro 3) e quelle a basse emissioni, assumendo valori superiori a 100 laddove i veicoli obsoleti prevalgono. L'andamento dell'indicatore negli ultimi anni segnala una tendenza nazionale alla riduzione, ma anche un persistente ritardo delle città del Mezzogiorno. A livello nazionale, l'indice è passato da 138,1 nel 2018 a 110,7 nel 2023, mostrando un miglioramento significativo ma non ancora sufficiente a riequilibrare il rapporto tra veicoli ad alto e basso impatto. La media dei capoluoghi del Nord si attesta a 100,9, prossima al valore di equilibrio, mentre il Centro presenta un indice di 104,2. Nel Mezzogiorno il valore medio rimane elevato (133,6), con un divario di oltre 30 punti rispetto alle altre aree del Paese. Il caso siciliano conferma questa tendenza. Tutti i capoluoghi dell'isola si collocano ben al di sopra della media nazionale, pur mostrando un progressivo calo nel periodo 2018-2023. Catania, con un indice di 208,5 nel 2018 e 163,5 nel 2023, mantiene il primato nazionale di città più penalizzata dalla vetustà del parco veicolare. Palermo scende da 162,6 a 132,4, Messina da 167,7 a 136,6, e Trapani da 168,9 a 133,8. Valori analoghi caratterizzano Agrigento (135,5 nel 2023), Caltanissetta (139,6), Enna (134,7), Ragusa (125,8) e Siracusa (128,9). Dal punto di vista territoriale, l'indice descrive una condizione di ritardo strutturale che si riflette direttamente sulla qualità dell'aria e sulle possibilità di ridurre le emissioni urbane. La forte motorizzazione privata che caratterizza le città siciliane, con valori che superano spesso le 800 auto ogni 1.000 abitanti ad Agrigento e Catania, accentua ulteriormente il peso di un parco circolante obsoleto.

Indicatore V: RDComunale-Palermo (rifiuti, produzione e raccolta differenziata)⁵

L'analisi della produzione e della gestione dei rifiuti urbani rappresenta un passaggio cruciale per comprendere la sostenibilità del contesto e il loro allineamento con i target europei in materia di economia circolare. La Direttiva 2018/851/UE e il D.Lgs. 152/2006 hanno fissato obiettivi stringenti in materia di preparazione al riuso e riciclaggio, ponendo al 65% la soglia di raccolta differenziata da raggiungere entro il 2012 e confermando al 55% entro il 2025 il livello minimo di riciclaggio dei rifiuti urbani. A livello nazionale, nel 2023, la quota di rifiuti oggetto di raccolta differenziata ha raggiunto il 66,6%, con un tasso di riciclo pari al 50,8% (ISPRA, 2025). Tuttavia, il quadro rimane segnato da forti disomogeneità territoriali, con un gradiente Nord-Sud che evidenzia un avanzamento strutturale delle regioni settentrionali e una persistente fragilità del Mezzogiorno e delle Isole. L'analisi dei dati ISPRA (2025) colloca Palermo in una posizione di evidente criticità nel panorama nazionale per quanto riguarda la gestione dei rifiuti urbani. Nel 2023 la città ha prodotto complessivamente 356.475 tonnellate di rifiuti, con una produzione pro capite di 566,8 kg/abitante/anno, superiore sia alla media nazionale (496,2 kg/ab./anno) sia a quella del Sud Italia (449 kg/ab./anno). Questo dato segnala la presenza di un modello di gestione che genera volumi di scarto consistenti, legati a una combinazione di fattori strutturali: alta densità abitativa, flussi turistici crescenti, presenza di attività non regolamentate diffuse e un sistema di raccolta caratterizzato da inefficienze croniche. La serie storica 2014–2023 mostra una dinamica altalenante. La produzione di rifiuti urbani è cresciuta del 3% nell'arco del decennio (+11.000 tonnellate), con un picco nel 2019 (383.636 t), una flessione significativa nel 2020 a causa della pandemia (342.152 t) e una successiva risalita stabile negli anni successivi. La produzione pro capite ha seguito un andamento analogo, passando da 509,2 kg/abitante nel 2014 a 566,8 kg/abitante nel 2023, con un incremento complessivo dell'11%. Questi valori collocano Palermo nella fascia alta tra i capoluoghi italiani, evidenziando un sistema che, pur risentendo delle oscillazioni congiunturali, mantiene strutturalmente una produzione superiore alla media. La gestione dei rifiuti risulta ancora più problematica se osservata attraverso la lente della raccolta diffe-

renziata. Nel 2023 la quota di rifiuti urbani differenziati ha raggiunto il 16,9%, in crescita rispetto al 15,2% del 2022 ma ben lontana dall'obiettivo del 65% fissato dal D.Lgs. 152/2006. La serie storica conferma un lento miglioramento: dall'8,3% del 2014 al valore attuale, con una crescita che ha alternato fasi di incremento a regressioni, segno di una continuità istituzionale debole e di un'organizzazione frammentata. Rispetto alla media dei capoluoghi italiani (56,9%), Palermo evidenzia un gap superiore a 40 punti percentuali, che la colloca tra i centri urbani con le performance più basse a livello nazionale. Questa condizione produce conseguenze rilevanti sia sul piano ecologico sia su quello sociale. Sul piano ambientale, la prevalenza dello smaltimento indifferenziato accentua la pressione sulle discariche e sui sistemi di trattamento, alimentando vulnerabilità legate alla gestione degli scarti organici e al recupero dei materiali. Sul piano sociale, la scarsa efficienza del sistema di raccolta differenziata genera un clima di sfiducia nei confronti delle istituzioni, alimenta pratiche di abbandono irregolare dei rifiuti e contribuisce alla percezione di degrado urbano, con effetti diretti sulla vivibilità dei quartieri.

Figura 101
Percentuale
rifiuti urbani,
Palermo.
Fonte: ISPRA,
2025



La rappresentazione degli indicatori evidenzia quindi una configurazione da attenzionare, caratterizzata da un peso complessivo dei rifiuti molto elevato, sia in termini assoluti sia pro capite, accompagnato da un livello di raccolta differenziata tra i più bassi del campione. La combinazione di questi valori colloca Palermo in una condizione di criticità: da un lato, la città genera quantità di rifiuti che pongono forti pressioni sul sistema locale, dall'altro non riesce a compensare tale carico con adeguate performance di separazione dei materiali. Il quadro che emerge è quindi quello di un sistema che combina volumi consistenti e raccolta insufficiente, delineando un nodo problematico

che richiede interventi decisi e coordinati sia sul piano organizzativo che su quello del coinvolgimento della cittadinanza. Il confronto con gli altri capoluoghi siciliani rende ancora più evidente la posizione di Palermo. A Catania, pur con una produzione pro capite elevata (593,1 kg/ab./anno), la raccolta differenziata ha raggiunto il 34,7% nel 2023, segnando un incremento di oltre 12 punti percentuali in un solo anno. Messina, con una produzione pro capite inferiore (436,4 kg/ab./anno), ha raggiunto il 55,4%, avvicinandosi ai valori medi nazionali. Palermo, invece, combina un livello di produzione alto con una raccolta differenziata tra le più basse del Paese, configurando una condizione critica che la differenzia in negativo rispetto al contesto regionale e nazionale. Le cause di questo ritardo sono molteplici e intrecciano fattori infrastrutturali, istituzionali e culturali. La presenza di una rete di raccolta obsoleta e frammentata, l'insufficienza degli impianti di trattamento, la debolezza delle campagne di sensibilizzazione e la persistenza di pratiche informali costituiscono elementi che concorrono a spiegare l'arretratezza del sistema. Allo stesso tempo, la relazione con il contesto interno al caso studio, evidenzia come la gestione dei rifiuti si intrecci direttamente con le pratiche di vita quotidiana e con le forme di produzione e consumo non gestito e non regolamentato, come già emerso nel capitolo 6.

Indicatore VI: Superamenti dei limiti acustici⁶

L'Unione Europea ha definito un approccio comune per evitare, prevenire o ridurre gli effetti nocivi dell'esposizione al rumore ambientale, prevedendo la mappatura acustica strategica per i centri con più di 100.000 abitanti, al fine di valutare l'esposizione della popolazione a sorgenti come strade, ferrovie, aeroporti e attività produttive. Gli indicatori adottati, sia a livello europeo (Direttiva 49/2002/CE) che italiano (D.Lgs. 194/2005), sono l'Lden (livello giorno-sera-notte) per qualificare il disturbo generale, e l'Ln_{night} (livello notturno) per il disturbo del sonno. ARPA Sicilia ha redatto le nuove mappature acustiche per i quattro agglomerati urbani siciliani nel 2022.

Per il Comune di Palermo, le simulazioni hanno confermato un clima acustico legato al traffico veicolare in linea con le attese e con il quinquennio precedente. Lo studio sulla popolazione esposta ha rivelato uno scenario preoccupante: oltre la metà della popolazione di Palermo convive con un livello di rumore (Lden) dovuto al solo traffico veicolare superiore ai 55 dB. Il 28% dei residenti, pari a oltre 183.000 abitanti, subisce una pressione sonora maggiore di 65 dB, un dato in aumento di circa il 10% rispetto al 2017. Durante le ore notturne, nonostante un'attenuazione fisiologica, i livelli di rumore del traffico restano spesso alti. Quasi il 35% della popolazione è interessato da livelli Ln_{night} superiori ai 55 dB e circa il 4% dei residenti affronta un rumore superiore ai 65 dB sulla facciata più esposta dell'abitazione. Parallelamente alla mappatura, l'attività di controllo di ARPA Sicilia nel 2022 ha compreso 33 controlli (11 dei quali notturni), riscontrando 13 superamenti dei limiti di legge (39%), generati prevalentemente da attività commerciali, di servizio e pubblici esercizi, la cui operatività, spesso notturna, in contesto urbano determina le maggiori criticità.

Indicatori VII e VIII: Verde urbano: densità e disponibilità⁷

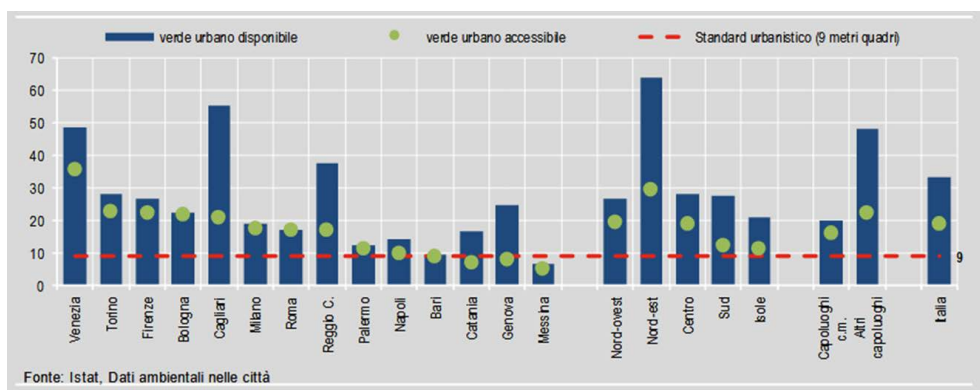
La disponibilità di aree verdi rappresenta un indicatore strategico della qualità ambientale e della capacità delle città di rispondere alle sfide poste dal cambiamento climatico, dall'inquinamento atmosferico e dalla domanda crescente di spazi di prossimità. La normativa europea più recente, in particolare la *Nature Restoration Law* (2023), fissa obiettivi vincolanti: nessuna perdita netta di spazi verdi urbani entro il 2030 e incremento rispetto ai livelli del 2021. Nei Comuni capoluogo italiani, l'estensione complessiva delle aree verdi urbane raggiunge nel 2023 i 584 km², equivalenti al 3% del territorio amministrativo e a una disponibilità media di 33,3 m² per abitante. A questa dotazione si aggiungono le aree protette (EUAP) e i siti della Rete Natura 2000, che portano la quota complessiva a 3.836 km², pari al 19,8% del territorio dei capoluoghi. Le differenze territoriali rimangono molto marcate: il Nord-est presenta i valori più elevati (64 m²/ab.), mentre le Isole si attestano a 20,8 m²/ab., con punte di criticità in diversi capoluoghi siciliani. Il quadro regionale mostra infatti livelli inferiori agli standard minimi di legge (9 m²/ab.) in città come Messina e Catania, che nel 2022 non raggiungono la soglia di accessibilità pro capite. A Palermo la superficie di verde urbano si attesta a 7,67 km², pari al 4,78% del territorio comunale, con una disponibilità media di 12,1 m² per abitante, un valore che colloca la città al di sopra della soglia minima ma ben lontano dalla media nazionale e dai valori registrati nei capoluoghi del Nord. Complessivamente, considerando anche le aree naturali protette, la superficie verde del comune raggiunge i 54,8 km², pari al 34,15% del territorio, un dato che rivela l'ampiezza delle aree non accessibili rispetto a quelle effettivamente fruibili dalla popolazione. L'analisi delle tipologie di verde evidenzia alcune peculiarità: a Palermo la quota di aree di arredo urbano raggiunge il 43,3% del totale, tra le più elevate in Italia, segnalando una prevalenza di interventi puntuali e frammentati piuttosto che di grandi parchi continui. Le aree verdi storiche rappresentano una componente significativa, con un patrimonio che include ville e giardini monumentali, di valore non soltanto ambientale ma anche culturale. I giardini scolastici costituiscono il 9,4% del verde urbano, un dato superiore alla media dei capoluoghi metropolitani, con potenzialità rilevanti sul piano educa-

tivo e comunitario. La disponibilità di verde accessibile rappresenta un ulteriore elemento critico. Secondo le elaborazioni ISPRA basate su Open Street Map e Urban Atlas, soltanto il 9,9% della popolazione palermitana ha accesso a un'area verde pubblica entro 300 metri dalla propria residenza (15,4% entro 400 metri), valori nettamente inferiori rispetto alle città del Nord come Milano o Bologna, dove oltre la metà della popolazione rientra in tali soglie. In termini assoluti, le aree verdi accessibili a Palermo corrispondono a 227 ettari (OSM), pari a 2,6 m² per abitante, mentre le superfici naturali complessive raggiungono 5.882 ettari, con un indice di 67,7 m² per abitante. Il divario tra copertura vegetale e accessibilità effettiva conferma una configurazione caratterizzata da estese superfici verdi non fruibili, in gran parte concentrate in aree periferiche o protette. Il confronto con Catania e Messina rafforza questa evidenza: a Catania il verde urbano ammonta a 5,01 km², pari al 2,24% del territorio comunale e a 16,7 m² per abitante, con valori accessibili ancora più bassi (1 m²/ab. secondo OSM, 0,7 m²/ab. secondo Urban Atlas). Messina presenta una situazione di maggiore squilibrio: 1,3 km² di verde urbano (0,61% del territorio) per una dotazione di 5,9 m²/ab., ma con una copertura naturale molto più estesa (2.709 ettari, 95,3 m²/ab.) quasi interamente esterna al tessuto urbano compatto.

Il caso di Palermo sintetizza efficacemente la criticità delle città metropolitane del Sud Italia: un patrimonio verde potenzialmente ampio, il quale però si scontra con valori *pro capite* di accessibilità bassi. La situazione si caratterizza per una netta prevalenza di aree frammentate e ornamentali rispetto alla presenza di parchi continui, un fattore che crea una distanza evidente dagli obiettivi europei in termini di spazi verdi urbani. Questo squilibrio tra potenziale e fruibilità incide sulla qualità ecologica e sociale della città, limitando significativamente le possibilità di rigenerazione urbana che si fondano sui principi di prosimità, benessere dei cittadini e fornitura di servizi ecosistemici.

verde urbano

Figura 102
Disponibilità Di
Verde Urbano
Nei Comuni
Capoluogo. Anno
2023, M2 Per
Abitante.
Fonte: ISTAT



aria

Tabella 13
Trend della
media annuale
dell'NO2
per Palermo.
Anni (2019-
2024)Fonte:
Arpa Sicilia

Indicatore IX: Qualità dell'aria ambiente urbano

Per descrivere la qualità dell'aria nel Comune di Palermo, sono stati presi a riferimento tre indicatori principali, i cui limiti sono stabiliti dal D.Lgs 155/2010, strettamente correlati con le attività tipiche dell'ambiente urbano: il biossido di azoto (NO2) in media annua, il particolato fine PM10 (media annua, media giornaliera e numero di superamenti), e il particolato fine PM2.5 in media annua. Le criticità principali per la qualità dell'aria a Palermo riguardano il biossido di azoto. Il valore limite per la media annua, fissato a 40 µg/m³ dal D.Lgs 155/2010, è stato superato nell'agglomerato di Palermo IT1911, in particolare nella stazione da traffico urbano PA-Di Blasi, dove è stata registrata una concentrazione media annua di 49 µg/m³. Questo risultato, in linea con le conclusioni dell'Inventario Regionale delle emissioni (aggiornato al 2019), conferma che il traffico veicolare è la principale sorgente emissiva degli ossidi di azoto negli agglomerati urbani. Anche altre stazioni, come PA-Castelnuovo a Palermo e CT-Viale Vittorio Veneto a Catania, hanno mostrato superamenti ripetuti del valore limite. L'andamento storico evidenzia come la stazione PA-Di Blasi registri valori costantemente elevati (49 µg/m³ nel 2019, 50 nel 2021, 53 nel 2022, 52 nel 2023 e 49 nel 2024), mantenendosi sempre oltre la soglia normativa. Per quanto riguarda il particolato fine PM10, nel corso del 2024 la stazione di monitoraggio PA-Boccadifalco ha rilevato un superamento del limite della concentrazione media annua. Inoltre, si è registrato il superamento del limite sulla media giornaliera in tutte le stazioni, con un'eccedenza del numero di superamenti concessi dalla norma (35 giorni) nella stazione di PA-Boccadifalco. Dall'analisi dei trend 2020-2024, si nota che, sebbene il superamento della media annua sia avvenuto solo a PA-Boccadifalco nel 2024, emerge una criticità diffusa nel confronto con i valori guida dell'Organizzazione Mondiale della Sanità (OMS), fissati a 15µg/m³: quasi tutte le stazioni hanno superato questo valore guida in quasi tutti gli

Nome stazione	2020		2021		2022		2023		2024	
	PM10		PM10		PM10		PM10		PM10	
	anno	giorno	anno	giorno	anno	giorno	anno	giorno	anno	giorno
	media µg/m³	n	media µg/m³	n	media µg/m³	n	media µg/m³	n	media µg/m³	n
PA-Belgio			23	13	13	3	22	13	33	31
PA-Boccadifalco	16	3			23	36	27	27	47	93
PA-Indipendenza	23	8	27	15	27	17	26	16	29	18
PA-Castelnuovo	36	8	28	17	30	30	27	18	29	18
PA-DiBlasi	24	7	30	18	32	28	32	25	35	27
PA-UNIPA	20	7	24	23	23	18	22	12	24	15

Nome stazione	2020	2021	2022	2023	2024
	PM2,5	PM2,5	PM2,5	PM2,5	PM2,5
	anno	anno	anno	anno	anno
	media µg/m ³	media µg/m ³	media µg/m ³	media µg/m ³	media µg/m ³
PA-Belgio					
PA-Boccadifalco					
PA-Indipendenza		14	15	14	14
PA-Castelnuovo		14	15	14	14
PA-DiBlasi					
PA-UNIPA	11	12	13	12	12

anni. Relativamente al PM2.5, la media annua è risultata inferiore al valore limite fissato dal D.Lgs 155/2010 (20 µg/m³) in tutte le stazioni. La situazione appare diversa se si considerano i parametri dell'OMS: il valore guida per la concentrazione annua (5 µg/m³) è stato superato da tutte le stazioni, e lo stesso vale per il valore guida sulla concentrazione media giornaliera (15 µg/m³), superato per un numero di volte superiore alle tre consentite. Anche il limite della nuova direttiva europea (10 µg/m³ annui) è stato superato dal 65% delle stazioni.

Tabella 14
Trend
dell'PM10
per Palermo.
Anni (2020-2024).
Fonte: Arpa Sicilia

Le stazioni prossime all'area dove insiste il mercato di Ballarò, ovvero PA-Indipendenza (Piazza Indipendenza) e PA-UNIPA (all'interno dell'Università), presentano concentrazioni dei parametri considerati conformi alla normativa vigente. In alcuni casi, i loro valori risultano più bassi rispetto a quelli delle altre stazioni di monitoraggio della città. Occorre tuttavia osservare che, se confrontati con le Linee Guida OMS, i valori, soprattutto per il PM2.5, evidenziano una qualità dell'aria che richiede attenzione.

Indicatore X: Impianti fotovoltaici o ILLUMINAZIONE LED⁸

L'energia rappresenta un indicatore cruciale della sostenibilità di una città, poiché riflette sia i livelli di domanda di risorse primarie sia la capacità delle città stesse di orientare la propria transizione verso modelli a basse emissioni. Le dinamiche del 2023 nei comuni capoluogo mostrano un quadro complesso, in cui la contrazione dei consumi si intreccia con una crescita significativa della produzione rinnovabile, in particolare del fotovoltaico, e con interventi di efficientamento sull'illuminazione pubblica. Nei 109 capoluoghi italiani, i consumi energetici complessivi (elettricità e gas naturale) si sono ridotti del 7,3% rispetto al 2022, raggiungendo un livello medio di 69,4 tep per 100 abitanti, inferiore anche al valore registrato durante la pandemia (75,2). La diminuzione è stata trainata dalla componente del gas naturale (-11,1%, da 40,7 a 36,1 tep per 100 abitanti), mentre i consumi elettrici hanno segnato un calo più contenuto (-2,7%, da 34,2 a 33,3). Questo andamento riflette un insieme di fattori: la volatilità dei prezzi del gas, le misure di contenimento dei consumi introdotte nel 2022, ancora attive fino a marzo 2023, e le condizioni climatiche particolarmente miti dell'anno di riferimento. La quota del gas sui consumi finali si è attestata al 52,1%, il valore più basso dal 2009, evidenziando una progressiva tendenza all'elettrificazione dei fabbisogni urbani. Il quadro territoriale mette in luce differenze significative. Nei capoluoghi del Mezzogiorno, pur registrandosi cali percentuali analoghi a quelli del Centro-Nord, i livelli assoluti di consumo restano più elevati per l'elettricità, come nel caso di Catania, mentre a Genova permane una maggiore incidenza del gas. Nei grandi centri metropolitani i consumi medi si collocano a 60,4 tep per 100 abitanti, inferiori a quelli degli altri capoluoghi (79,5), confermando la maggiore efficienza relativa delle città più dense. Il 2023 ha segnato una crescita robusta della dotazione fotovoltaica. Nei capoluoghi il numero di impianti è aumentato del 34,1% (da 8,8 a 11,8 per km²), la potenza installata del 17,5% (da 19,3 a 22,7 kW per 100 abitanti) e la produzione netta del 7,7% (da 215,4 a 232,1 kWh pro capite). La crescita, sostenuta anche da incentivi statali, ha raggiunto livelli che non si registravano dal 2013. Le condizioni di irraggiamento meridionali hanno favorito in

particolare i comuni del Sud, dove la produzione media ha raggiunto 347,6 kWh per abitante, superiore alla media nazionale, sebbene con impianti mediamente di taglia più contenuta. Palermo si colloca in una posizione intermedia. Nel 2023 la città ha registrato una densità di 19,6 impianti per km², con 60,9 kW di potenza installata ogni 1.000 abitanti e una produzione netta di 58 kWh per abitante. La gestione è affidata prevalentemente a società partecipate (97,4%), con solo il 2,6% in proprietà diretta comunale. Il dato segnala una dipendenza strutturale da attori esterni nella governance energetica locale, ma evidenzia al tempo stesso un consolidamento della capacità installata rispetto al 2022 (13,6 impianti/km², 45,6 kW/1.000 ab., 47,7 kWh/ab.). Rispetto ai valori medi nazionali, Palermo mostra una buona densità di impianti, ma rimane distante dai capoluoghi del Nord-est in termini di potenza pro capite. Messina raggiunge nel 2023 una densità di 10 impianti/km² con 71,6 kW/1.000 ab. e 67,5 kWh/ab., mentre Catania presenta 10,9 impianti/km², 250,4 kW/1.000 ab. e 268 kWh/ab. Quest'ultima si colloca tra le città con maggiore intensità produttiva, grazie a condizioni ambientali favorevoli e a una dotazione più consistente di impianti per abitante. Un ulteriore fronte di trasformazione riguarda l'illuminazione pubblica. Nei capoluoghi italiani i punti luce hanno raggiunto nel 2023 quota 2,4 milioni (+1,9% rispetto al 2021), con una densità media di 126 lampioni/km². La componente a LED ha raggiunto il 68,7% del totale (+16,5% rispetto al 2021), con punte oltre il 90% in città come Messina e Catania. A Palermo la quota di punti luce a LED rimane inferiore, pur avendo registrato progressi negli ultimi anni. La città risulta quindi in una fascia intermedia, con margini ampi di miglioramento nell'efficienza energetica e nella riduzione dell'inquinamento luminoso, in linea con gli obiettivi europei.

Il quadro complessivo mostra come Palermo, pur avendo consolidato la densità fotovoltaica e avviato interventi sulla pubblica illuminazione, presenti ancora una distanza significativa dai valori medi nazionali in termini di produzione energetica pro capite e penetrazione della tecnologia LED. La città si configura quindi come un contesto in transizione, in cui le politiche di decarbonizzazione e di efficientamento energetico necessitano di essere rafforzate e accompagnate da una governance locale più incisiva.

6.5 Riflessioni a margine

Dalla lettura complessiva degli indicatori interni e di quelli esterni, si possono trarre alcune riflessioni finali che sintetizzano la condizione strutturale del mercato di Ballarò e del suo contesto urbano. Il primo elemento di riflessione è il disaccoppiamento funzionale misurato all'interno del mercato. Tale risultato descrive una traiettoria in cui la matrice identitaria agisce quale vettore di valorizzazione esperienziale, trasformando pratiche performative in risorse tradotte per il consumo esterno, mentre la funzione di accesso quotidiano e il legame di filiera subiscono una ricollocazione secondaria nella gerarchia funzionale del mercato. Questo scenario descrive un mercato che è sì resiliente nella sua performance, ma vulnerabile nella sua funzione sociale e nella sua connessione produttiva. L'integrazione con i dati esterni rivela che tale vulnerabilità endogena si radica in un contesto infrastrutturale caratterizzato da inefficienze croniche e da un diffuso ritardo strutturale rispetto ai *benchmark* nazionali. Le inefficienze idriche, la produzione rifiuti pro capite elevata con quote di raccolta differenziata molto al di sotto degli obiettivi normativi, la densità ciclabile e l'indice del parco veicolare ad alto potenziale inquinante, le criticità relative al verde urbano e gli scostamenti nella penetrazione fotovoltaica delineano una cornice infrastrutturale che orienta e condiziona le funzioni mercatali verso esiti di vulnerabilità strutturale. Tali parametri creano condizioni che amplificano la discontinuità tra performance immateriali (identitarie/esperienziali) e funzioni materiali essenziali (approvvigionamento, filiera), stabilendo un contesto urbano la cui capacità di sostenere pratiche di prossimità risulta compressa anche da deficit infrastrutturali e da carichi ambientali cumulativi.

La relazione causale tra quadro interno ed esterno assume due valenze empiricamente operative. Dal punto di vista diagnostico, la dominanza del circuito Turistificazione-Identità costituisce un indicatore di trasformazione funzionale che richiede misure di governance capaci di ribilanciare le traiettorie funzionali mediante interventi che agiscano simultaneamente su leve culturali, economiche e infrastrut-

turali. Dal punto di vista progettuale, la convergenza di deficit infrastrutturali e di una filiera corta debole suggerisce interventi integrati che articolino politiche di supporto alla produzione locale e procedure di certificazione/trasparenza dell'origine, con misure parallele di efficientamento delle reti idriche, gestione rifiuti e mobilità attiva affinché la prossimità rigenerata risulti sostenibile nel tempo.

Dal punto di vista metodologico il framework dimostra la capacità di operazionalizzare la conoscenza situata in parametri replicabili, consentendo di creare profili comparabili tra mercati storici e di simulare scenari d'intervento. La combinazione dell'approccio qualitativo-etnografico con la quantificazione mirata dei fenomeni (quantificazione del qualitativo) abilita una pratica di policy design-driven che privilegia azioni mirate e monitorabili, la cui efficacia può essere valutata attraverso la ripetizione periodica della rilevazione degli indicatori interni e l'aggiornamento continuo dei parametri esterni certificati.

La sintesi finale mette in evidenza due nodi operativi. Primo, la rigenerazione funzionale del mercato richiede una strategia multi-scala che renda simultaneamente robusta la connessione filiera-mercato e attenui i meccanismi di conversione identitaria esclusivamente destinati al consumo turistico. Secondo, la sostenibilità socio-ecologica del sistema mercatale si costruisce mediante l'allineamento tra investimenti infrastrutturali e politiche locali di governance del cibo che valorizzino relazioni dirette tra produttori e rivenditori, strumenti di tariffazione sociale e programmi di co-gestione partecipata che rafforzino il capitale sociale.

Queste leve potrebbero attivare simultaneamente la ricomposizione del triangolo verso configurazioni di equilibrio in cui Identità, Prossimità e Turistificazione operano in sinergia regolata, con esiti di equità d'accesso e resilienza metabolica per la città. L'emersione di un vuoto conoscitivo a livello sub-comunale costituisce un risultato analitico che segnala la debolezza dei sistemi amministrativi nell'esercitare un monitoraggio capillare sui contesti a maggiore fragilità socio-ambientale. Il quadro complessivo che ne deriva impone che le future strategie di intervento superino la logica di progetto settoriale, adottando una diagnosi socio-ecologica e multi-scalare che affronti congiuntamente la cooptazione funzionale del mercato e l'elevato carico infrastrutturale e ambientale della città, riconoscendo nel metabolismo urbano il fattore limitante primario per la resilienza a lungo termine del mercato storico.

Capitolo 7 | OUT 2

Il settimo capitolo espone il secondo output (OUT2) della ricerca, traslando il focus dell'elaborazione dalla fase diagnostica, conclusasi nel capitolo precedente, alla definizione di una proposta operativa. Obiettivo specifico di questo capitolo è l'elaborazione di una proposta di Linee Guida per il mercato storico di Ballarò, intese quali orientamenti strategici destinati ad attori pubblici e privati; a tal fine, il testo illustra la metodologia e la struttura adottate per la definizione delle linee guida, che si articolano secondo i tre ambiti tematici emersi come cruciali nell'analisi: la sfera del cibo, quella delle relazioni e quella della gestione.

7.1 Una proposta di Linee Guida per il mercato storico di Ballarò

Il percorso sviluppato fino a questo punto, ha restituito l'immagine dei mercati alimentari come sistemi complessi, densi di relazioni sociali, pratiche economiche situate e patrimoni culturali stratificati. L'indagine ha messo in luce la loro capacità intrinseca di funzionare come infrastrutture civiche che garantiscono prossimità, accesso al cibo e coesione comunitaria, ma ha contemporaneamente rivelato le profonde tensioni generate da processi quali la turistificazione, la gentrificazione commerciale e l'inadeguatezza delle cornici di governance. La complessità multidimensionale rilevata, empiricamente e in letteratura, ha imposto la definizione di uno strumento analitico integrato (OUT1) per superare l'interpretazione qualitativa e operationalizzare i dati verso l'azione. Questo framework diagnostico, articolato sul modello concettuale Turistificazione-Prossimità-Identità e su indicatori sviluppati con ARPA Sicilia, applicato al caso Ballarò, ha validato la propria efficacia analitica. L'analisi ha permesso, soprattutto, di quantificare il disaccoppiamento funzionale tra la performance identitaria cooptata dal circuito turistico e la funzione di prossimità del mercato, la quale risulta indebolita sia da connessioni fragili con le filiere produttive locali, sia da significative criticità infrastrutturali del contesto urbano.

È a partire da questa diagnosi specifica, che si sviluppa una proposta di linee guida per il mercato storico di Ballarò (OUT2). Queste non si presentano come soluzioni prescrittive o modelli astratti da imporre dall'alto, bensì come orientamenti strategici e raccomandazioni progettuali radicati nelle evidenze empiriche emerse, pensati per accompagnare processi trasformativi che rafforzino la resilienza socio-ecologica del mercato, ne ribilancino le funzioni a favore della prossimità e ne valorizzino il ruolo di infrastruttura civica al servizio della comunità e della città, nell'ottica di un miglioramento continuo. Le linee guida intendono quindi offrire a policy maker, attori territoriali e progettisti una bussola per navigare la complessità di Ballarò, promuovendo interventi capaci di tenere insieme cura del patrimonio, innovazione sociale e sostenibilità urbana.

Ambiti delle linee guida: cibo, relazioni, materia

L'esigenza di conferire organicità e leggibilità agli indirizzi strategici scaturiti da questa ricerca ha condotto all'articolazione delle linee guida attorno a tre ambiti concettuali interconnessi, emersi dall'indagine come assi portanti: la sfera del cibo (Sitopia), la sfera della comunità (Spazio Plurale), la sfera gestionale (Sistema Mercato). Tali ambiti, pur distinti per enfasi analitica, risultano concepiti come profondamente interdipendenti, in coerenza con la natura olistica del mercato emersa dalla ricerca. Per questo motivo, le linee guida proposte riflettono tale interconnessione, promuovendo un approccio integrato che agisce simultaneamente sulle dimensioni di Sitopia, Spazio Plurale e Sistema Mercato, al fine di guidare una rigenerazione equilibrata di Ballarò, radicata nelle sue specificità e orientata a un futuro più sostenibile e inclusivo.

1. Sitopia

L'ambito "Sitopia" assume il cibo quale matrice interpretativa e progettuale fondamentale per comprendere e orientare le dinamiche del mercato di Ballarò, in accordo con la prospettiva teorica delineata da Carolyn Steel. Il cibo, inteso non come sola merce ma come nesso inscindibile tra ecologia, cultura ed economia, plasma lo spazio mercatale e ne definisce le relazioni costitutive. La diagnosi condotta nel capitolo precedente ha tuttavia evidenziato profonde criticità proprio in questa dimensione: la prevalenza di filiere opache che disconnettono il consumo dall'origine produttiva, la pressione della turistificazione che tende a spettacolarizzare l'alimentazione a scapito della sua funzione nutritiva e comunitaria, e le carenze infrastrutturali che compromettono la salubrità e la sostenibilità delle pratiche. La linea guida mira a intervenire su queste fratture, proponendo azioni volte a ricostruire un rapporto più trasparente, equo e consapevole con il cibo all'interno del mercato. L'obiettivo è favorire la transizione verso una "buona sitopia", in cui il mercato rafforzi il suo ruolo di infrastruttura alimentare al servizio della prossimità, sostenga la biodiversità locale e promuova pratiche di circolarità e di educazione al consumo responsabile, riconnettendo così la dimensione economica dello scambio a quella ecologica e sociale della cura del territorio e della comunità.

2. Spazio Plurale

L'ambito "Spazio Plurale" considera il mercato di Ballarò quale arena sociale complessa e palcoscenico quotidiano, dove si manifesta, si negozia e si riproduce la pluralità culturale, economica e sociale del quartiere Albergheria, andando oltre la sua dimensione puramente fisica. L'indagine ha evidenziato come Ballarò sia uno spazio intrinsecamente ibrido, caratterizzato dalla coabitazione tra comunità autoctone e migranti, dalla sovrapposizione di pratiche economiche formali e informali, e dalla stratificazione di memorie storiche e usi contemporanei. Questa pluralità costituisce la ricchezza del mercato, ma è fonte di tensioni significative, acuite dalla pressione della turistificazione che genera conflitti d'uso dello spazio pubblico, rischi di displacement simbolico e fisico e una potenziale erosione del tessuto sociale di prossimità. La linea guida mira a governare tali tensioni riconoscendo la natura plurale e talvolta conflittuale del mercato, per orientarla verso forme di convivenza più eque e sostenibili. L'obiettivo è rafforzare il ruolo di Ballarò come spazio pubblico inclusivo, capace di valorizzare la diversità come risorsa, di mediare tra interessi divergenti e di garantire che la sua vitalità economica e culturale vada a beneficio primario della comunità che lo abita quotidianamente, preservandolo come "spazio conteso" ma generativo. Per raggiungere questo fine, l'analisi si concentra sul tessuto socio-spaziale, esaminando la progettazione dello spazio fisico, la percezione sensoriale, l'accessibilità, la coesistenza delle diverse comunità (residenti, migranti, venditori storici, turisti), le interazioni sociali, le reti che si formano e i processi di governance (formali e informali) derivanti da questa complessità, coprendo il "chi" e il "dove" del mercato e le modalità per gestirne la convivenza.

3. Sistema Mercato

L'ambito "Sistema Mercato" considera Ballarò nella sua dimensione operativa, infrastrutturale e di *governance*, superando la semplice somma delle sue parti per leggerlo come un sistema, dove, come evidenziato dall'indagine, le pratiche quotidiane, le dotazioni infrastrutturali, spesso carenti riguardo igiene, rifiuti e logistica, e i processi di *governance*, formali e informali, sono profondamente interconnessi tra loro e con il metabolismo urbano circostante. Tale interdipendenza sistemica è cruciale per comprendere le criticità emerse, quali la frammentazione gestionale, le inefficienze nell'uso delle risorse e la limitata integrazione dei principi di circolarità, motivo per cui la linea guida mira a intervenire su queste vulnerabilità operative. Riconoscendo la natura olistica del mercato, l'intervento cerca di orientarlo verso una maggiore resilienza ed efficienza, con l'obiettivo di rafforzare Ballarò come sistema vitale, promuovendo modelli gestionali collaborativi e infrastrutture che migliorino la sostenibilità nel lungo periodo, favorendo la chiusura dei cicli e rendendo il mercato un nodo attivo e rigenerativo per la città. A tal fine, le azioni proposte si concentrano sui processi che ne regolano il funzionamento (*governance*, regolamenti), sulle dotazioni fisiche (reti, impianti, logistica) e sui flussi materiali (merci, scarti), coprendo il "come" e i "mezzi" attraverso cui il sistema mercato opera e può evolvere verso una maggiore sostenibilità integrata.

7.2 Metodologia e struttura delle linee guida

Le linee guida sono sviluppate come uno strumento di *processo*, piuttosto che come un insieme di soluzioni prescrittive. Il loro obiettivo è strutturare un percorso capace di integrare le diverse sfere d'azione: quella agroalimentare e bioculturale (Sitopia), quella socio-spaziale e comunitaria (Spazio Plurale), e quella legata ai cicli delle risorse e all'economia circolare (Sistema Mercato). Al fine di assicurare che le Linee Guida proposte per il Mercato di Ballarò costituiscano strumenti operativi efficaci e verificabili nel tempo, superandone il carattere programmatico, si è definita una specifica metodologia di applicazione, monitoraggio, valutazione e eventuale revisione. Tale approccio si fonda sull'integrazione tra il rigore procedurale caratteristico dei sistemi di controllo formalizzati (mutuato dall'analisi delle procedure del sistema qualità di ARPA Sicilia) e i principi metodologici propri del Service Design.

Si propone pertanto un sistema che consente di:

1. **Operazionalizzare le Linee Guida:** Tradurre azioni strategiche in indicatori specifici e target valutabili, consentendo una misurazione empirica del grado di implementazione e degli effetti prodotti. Tale operazionalizzazione affronta la sfida intrinseca della valutazione nel design dei servizi, dove gli impatti qualitativi ed esperienziali sono predominanti ma richiedono comunque forme di rendicontazione (Morelli et al., 2021).
2. **Abilitare un Processo di Gestione Adattiva:** Fornire dati sistematici per alimentare un ciclo iterativo di apprendimento e miglioramento (Stickdorn & Schneider, 2010). Questo permette di valutare l'efficacia delle azioni e di ricalibrarle in modo informato, promuovendo uno sviluppo continuo del servizio-mercato.

Per assicurare coerenza, leggibilità e una diretta applicabilità, ciascuna delle tre linee guida strategiche (Sitopia, Spazio Plurale e Sistema Mercato) è organizzata seguendo una medesima struttura interna. Questa intelaiatura comune permette di passare in modo chiaro dalla visione concettuale all'azione operativa e al suo monitoraggio.

La struttura di ogni linea guida si articola in quattro componenti fondamentali:

1. **Sfera:** Definisce il dominio tematico e il campo di intervento specifico della linea guida. Indica la prospettiva primaria attraverso cui viene letto e affrontato il mercato.
2. **Finalità:** Esplicita la visione strategica e l'obiettivo concettuale di lungo termine. Questa sezione definisce il "perché" dell'intervento.
3. **Azioni Strategiche:** Rappresentano le leve operative concrete attraverso cui la Finalità viene perseguita. Costituiscono le macro-categorie di intervento che indirizzano la progettazione e la gestione.
4. **Matrice Operativa:** Per ogni Azione Strategica, questa matrice dettaglia il processo di implementazione, definendo con precisione:
 - Obiettivo Generale e Operativo: Il risultato specifico atteso dall'azione.
 - Indicatore (Parametro di verifica): La metrica quantitativa o qualitativa scelta per misurare il raggiungimento dell'obiettivo, mantenendo un legame diretto con il framework analitico (OUT1).
 - Strumento di Rilevazione: La procedura standardizzata (questionari, mappature, analisi documentale) impiegata per raccogliere i dati relativi all'indicatore, mutuando un approccio rigoroso dalle procedure di controllo. Per ogni azione si proverà a formulare una prima proposta di uno specifico protocollo da seguire. La proposta di specifici protocolli mira a garantire replicabilità e coerenza nella raccolta dati nel tempo, essenziali per un confronto attendibile e per la gestione adattiva. Si precisa che, idealmente, la definizione finale di questi strumenti dovrebbe avvenire attraverso un processo partecipato o quantomeno validato con gli attori locali (operatori

del mercato, associazioni), per assicurarne la pertinenza e la praticabilità nel contesto specifico.

- Frequenza: La cadenza temporale con cui la rilevazione deve essere effettuata.
- Target: Il valore-obiettivo misurabile che l'azione si prefigge di raggiungere entro un tempo definito. È importante sottolineare che i tempi proposti non derivano da calcoli deterministici, ma rappresentano stime ragionate basate su una valutazione qualitativa. Questa valutazione considera diversi fattori interconnessi: la complessità intrinseca dell'azione (tecnica, organizzativa), la necessità di processi partecipativi e tempi di negoziazione, i prevedibili tempi amministrativi, le risorse necessarie, la natura del cambiamento atteso (infrastrutturale vs. comportamentale) e le specificità del contesto di Ballarò, incluse le dinamiche informali e le possibili resistenze. Questi tempi vanno quindi intesi come orizzonti temporali indicativi e flessibili, soggetti a verifica e ricalibratura attraverso il monitoraggio periodico previsto dalla metodologia, in un'ottica di gestione adattiva.

Responsabilità e gestione delle linee guida

La responsabilità del ciclo di monitoraggio, valutazione e revisione è attribuita al Presidio di Governance, definito come azione strategica nella Linea Guida 3. Tale organo agisce come unità funzionale preposta alla supervisione del processo, articolando le competenze dei suoi membri. L'Amministrazione Comunale esercita la funzione di garanzia istituzionale e di recepimento formale delle revisioni strategiche; gli attori locali (operatori, associazioni), quali membri del Presidio, forniscono il contributo informativo essenziale, partecipando alla rilevazione dei dati secondo gli Strumenti di Rilevazione definiti, definendo un processo di gestione e innovazione di matrice evidentemente bottom-linked.

L'azione di questo organo si dispiega attraverso due distinti processi di retroazione:

1. **Il monitoraggio operativo:** abilita l'azione correttiva *in itinere* utilizzando i dati raccolti periodicamente (secondo la Frequenza) per confrontare lo stato di avanzamento con i Target attesi. Qualora questo monitoraggio rilevi uno scostamento significativo dalle traiettorie previste, il Presidio di Governance ha il mandato di analizzare le cause e introdurre tempestivamente le necessarie azioni correttive, ricalibrando l'implementazione in modo flessibile.
2. **La valutazione strategica:** interviene al completamento di un ciclo di implementazione (l'orizzonte temporale definito per i Target). A differenza del monitoraggio operativo, che corregge l'azione *in corso*, questa valutazione ha un fine più profondo, ovvero giudicare l'efficacia e la coerenza della strategia stessa. Oltre a misurare il raggiungimento del target, la valutazione analizza perché certe azioni hanno funzionato e altre no, facendo emergere eventuali punti di debolezza concettuali o azioni rivelatesi poco efficaci. I risultati di questa valutazione diventano la base empirica per l'eventuale revisione delle linee guida, permettendo di decidere se modificare le Azioni Strategiche, ricalibrare gli Obiettivi Generali o persino aggiornare gli Indicatori, assicurando che l'intero impianto metodologico diventi uno strumento di apprendimento continuo, capace di evolvere e adattarsi alla complessità del contesto di Ballarò.

7.3 Le linee guida: Sitopia, Spazio Plurale, Sistema

Linea guida n. 1 – Sitopia

Sfera: Agroalimentare e Bioculturale

Finalità

Progettare il mercato come spazio sitopico, riconfigurandolo come luogo pubblico in cui il cibo torna a essere principio organizzatore della vita sociale, ecologica e politica. Contrastare le logiche estrattive delle filiere globalizzate e promuovere un nuovo equilibrio tra cultura, natura e città.

Tabella 15

Proposta di
linea guida
“Sitopia”.

Fonte:
elaborazione
dell'autore

Azioni strategiche

1. Custodia bioculturale: Selezionare attivamente produttori, artigiani e reti contadine impegnate nella custodia di semi, saperi e pratiche locali, privilegiando criteri di prossimità ecologica, appartenenza territoriale e tutela della biodiversità agroalimentare, intesa come valore comune e bene relazionale.

2. Narrazione agroalimentare: Attivare dispositivi comunicativi e allestitivi capaci di restituire visibilità e senso alla filiera agroalimentare, narrando le storie dei prodotti, dei paesaggi e delle comunità che li generano, in una logica di *ecologia dei significati* (Puig de la Bellacasa, 2017).

3. Paesaggi produttivi: Integrare nel mercato micro-paesaggi produttivi (orti urbani, aiuole aromatiche, semenzai collettivi) che trasformino lo spazio in un laboratorio ecopedagogico continuo, alimentando esperienze sensoriali, intergenerazionali e interculturali.

4. Programmazione conviviale: Attivare una programmazione culturale pubblica orientata al cibo come bene comune: laboratori aperti, cucine comunitarie, itinerari del gusto, azioni performative e momenti rituali in grado di generare nuove forme di convivialità urbana e cura condivisa dei luoghi.

5. Esperienza alimentare: Implementare standard per offerta on-site che traccino ingredienti locali, valorizzino ricette autentiche, condividano saperi, integrino riduzione spreco/materiali sostenibili.

Azione Strategica	Obiettivo Generale	Obiettivo Operativo	Matrice Operativa			
			Indicatore	Strumento di Rilevazione	Frequenza	Target
Custodia bioculturale	Valorizzazione del patrimonio bioculturale locale	Istituire una rete di "Custodia Bioculturale" per produttori e reti contadine impegnati nella tutela della biodiversità agro-culturale e dei saperi locali	N° di operatori aderenti alla rete "Custodia Bioculturale".	Protocollo C.1 (Censimento Operatori): 1. Verifica documentale (tracciabilità filiera). 2. Intervista strutturata (origine prodotti, pratiche). 3. Mappatura prodotti.	Annuale	40% degli operatori entro 3 anni.
Narrazione agroalimentare	Sviluppo di sistemi informativi sulla filiera	Attivare dispositivi comunicativi sulla filiera e le storie dei prodotti.	N° di dispositivi narrativi (es. QR code, segnaletica) installati presso operatori "bioculturali" o altri operatori che scelgono di aderire.	Protocollo NA.1 (Mappatura In Loco): 1. Rilevazione visiva e fotografica dei dispositivi. 2. Verifica funzionamento (se digitali).	Semestrale	80% operatori dotati entro 2 anni.
Paesaggi produttivi	Integrazione di micro-paesaggi accessibili	Integrare nel mercato micro-paesaggi (orti, sementi) accessibili.	m² di superficie convertita a "paesaggio produttivo".	Protocollo PP.1 (Misurazione Planimetrica): 1. Rilievo planimetrico aree. 2. Documentazione fotografica.	Annuale	Minimo 30m² nei primi 2 anni.
Programmazione conviviale	Attivazione di una programmazione culturale alimentare	Attivare una programmazione culturale pubblica (laboratori, cucine) sul cibo.	N° di eventi pubblici (laboratori, cucine) realizzati.	Protocollo PC.1 (Verifica Documentale): 1. Analisi calendario eventi. 2. Raccolta report partecipazione/feedback.	Trimestrale	Minimo 3 eventi/anno a regime.
Esperienza alimentare	Migliorare qualità, autenticità culturale e sostenibilità del cibo consumato on-site, rafforzando connessione con prodotti locali e saperi.	Promuovere l'offerta gastronomica in loco valorizzando materie prime locali e ricette autentiche, includendo misure per la sostenibilità e la convivialità.	N° di operatori che rispettano i criteri di sostenibilità e autenticità (tracciabilità ingredienti locali, prezzi, adesione a "narrazione agroalimentare"	Protocollo EA.1 (Censimento Operatori): 1. Audit operatori food on-site (raccolta dati su ingredienti/prezzi, gestione sprechi/materiali). 2. Analisi dati raccolti per rapporto tra accessibilità e adattamento turistico (cfr. indicatori i1, i2, i3, i5, del framework).	Annuale	40% degli operatori entro 3 anni.

Linea guida n. 2 – Spazio Plurale

Sfera: Comunitaria, Fisica e Percettiva

Finalità:

Progettare il mercato come spazio plurale, capace di accogliere e sostenere attivamente la coesistenza di usi, temporalità, comunità e pratiche eterogenee. L'obiettivo è rafforzare tanto la leggibilità, l'accessibilità fisica e la ricchezza percettiva dello spazio, quanto la vitalità del suo tessuto sociale, promuovendo interazioni inclusive e forme di governance emergenti che ne riconoscano e valorizzino la complessità intrinseca del contesto.

Tabella 16

Proposta di linea guida "Spazio Plurale".

Fonte: elaborazione dell'autore

Azioni strategiche

1. Leggibilità e Orientamento: Migliorare l'accessibilità cognitiva e percettiva dello spazio mercatale, spesso caratterizzato da densità e sovrapposizione di stimoli, intervenendo sulla segnaletica (multi-lingue, iconica) e sull'organizzazione visiva dei flussi per facilitare l'orientamento.

2. Spazio Adattivo: Aumentare la flessibilità fisica e funzionale dello spazio per accogliere usi e temporalità eterogenee (es. attività diurne/serali, eventi), progettando infrastrutture leggere e riconfigurabili che favoriscano la coesistenza di funzioni diverse.

3. Promozione dell'Inclusione e della Coesione Interculturale: Valorizzare la composizione multi-etnica del quartiere attraverso iniziative co-progettate (eventi culturali, laboratori) che utilizzino il mercato come piattaforma per l'incontro e lo scambio tra culture, gestendo attivamente le dinamiche di convivenza.

4. Cura: Promuovere interventi integrati per migliorare la qualità fisica (decoro, pulizia straordinaria, manutenzione) e la sicurezza percepita dello spazio pubblico del mercato, gestendo attivamente i conflitti d'uso (es. diurno/notturno) e contrastando i fenomeni di degrado e illegalità, al fine di garantire che Ballarò resti uno spazio accessibile, vivibile e accogliente per tutte le componenti della comunità (residenti, operatori diurni/serali, visitatori).

5. Mitigazione degli Impatti della Turistificazione: Introdurre meccanismi regolativi e incentivanti per preservare un mix commerciale diversificato, tutelare le funzioni essenziali per i residenti, calmierare i prezzi e promuovere forme di turismo responsabile che ne rispettino il tessuto sociale.

Azione Strategica	Obiettivo Generale	Obiettivo Operativo	Matrice Operativa			
			Indicatore	Strumento di Rilevazione	Frequenza	Target
Leggibilità e Orientamento	Migliorare l'accessibilità cognitiva e percettiva dello spazio mercatale.	Progettare e implementare un sistema di orientamento e segnaletica (anche multilingue) chiaro.	1. N° di elementi di segnaletica/orientamento installati. 2. % di copertura dei nodi di accesso e snodi principali del mercato.	Protocollo LO.1 (Mappatura In Loco): 1. Rilevazione visiva e fotografica della segnaletica. 2. Verifica posizionamento (mappatura GIS) e multilingue.	Annuale	Sistema implementato con copertura del 100% dei nodi principali entro 18 mesi.
Spazio Adattivo	Aumentare la flessibilità dello spazio per accogliere usi e temporalità eterogenee.	Installare un sistema di arredi modulari e riconfigurabili (supporto per residenti/anziani e per eventi).	1. N° di installazioni/arredi modulari posizionati. 2. N° di utilizzi documentati per eventi/attività (diverso da sosta).	Protocollo SA.1 (Rilievo Fisico e Documentale): 1. Inventario e mappatura arredi. 2. Analisi calendario eventi/attività per verifica riconfigurazioni. 3. Survey rapida (interviste) su utilizzo (sosta).	Annuale	Minimo 3 aree attrezzate con arredi modulari entro 2 anni.
Promozione dell'Inclusione e della Coesione Interculturale	Rafforzare la coesione sociale e promuovere il dialogo interculturale nel mercato.	Sviluppare un programma annuale di iniziative interculturali (eventi, laboratori) co-gestite dalle diverse comunità.	1. N° di iniziative interculturali co-gestite realizzate. 2. N° di comunità/associazioni attivamente coinvolte nella co-gestione.	Protocollo IC.1 (Verifica Documentale e Partecipativa): 1. Analisi calendario eventi. 2. Raccolta report e verbali di co-progettazione (per verifica "co-gestite").	Annuale	Minimo 4 iniziative/anno co-gestite, con il coinvolgimento attivo di almeno 3 diverse comunità/associazioni.
Cura	Migliorare qualità fisica e sicurezza percepita spazio pubblico mercato.	1. Implementare piano manutenzione/decoro partecipato. 2. Affidare al tavolo di coordinamento o a una sua unità operativa dedicata, la funzione di presidio socio-territoriale per la sicurezza percepita e la mediazione dei conflitti d'uso.	% Area Mercatale con Manutenzione Adeguata. 2. % Utenti che Valutano Positivamente la Sicurezza (Survey). 3. N° Interventi Presidio Territoriale/Tavolo (Report).	Protocollo CS.1 (Monitoraggio Integrato): 1. Esecuzione audit periodico stato fisico (mappatura degrado/pulizia). 2. Somministrazione survey periodica sicurezza percepita (utenti). 3. Analisi report periodici presidio territoriale.	Annuale	1. Raggiungimento 70% Area Adeguata entro 2 anni. 2. Raggiungimento 60% Valutazione Positiva Sicurezza entro 2 anni. 3. Presidio attivo e funzionante entro 18 mesi.
Mitigazione degli Impatti della Turistificazione	Bilanciare la funzione turistica con il servizio per la comunità locale.	Introdurre meccanismi regolativi (es. incentivi/obblighi) per preservare un mix commerciale non turistico.	1. Adozione formale dei meccanismi regolativi 2. % di esercizi commerciali di prossimità (non turistici) sul totale	Protocollo MT.1 (Analisi Documentale e Censimento Commerciale): 1. Verifica atti amministrativi. 2. Analisi Rapporto tra postazioni di vendita essenziale vs. turistico/spettacolarizzato - cfr. indicatore i3/i1 del framework)	Annuale	1. Regolamento approvato entro 12 mesi. 2. Mantenimento/incremento della % di esercizi di "prossimità (indicatore i3)"

Linea guida n. 3 – Sistema Mercato

Sfera Interdipendenze tra Processi di Governance, Dotazioni Fisiche e Flussi Metabolici

Finalità

Superare la frammentazione gestionale e l'inefficienza metabolica rilevate, strutturando un sistema-mercato integrato. L'obiettivo è ri-connettere i processi decisionali (*governance*) alle dotazioni infrastrutturali (l'hardware) e ai flussi materiali (merci, scarti), abilitando una gestione collaborativa, resiliente e realmente circolare.

Azioni Strategiche

1. Integrazione della Governance e Regolamentazione: Affrontare la frammentazione gestionale istituendo un dispositivo di *governance* unitario (presidio operativo) che agisca come regia del sistema, connettendo enti, operatori e attori territoriali, e aggiornando il quadro regolativo per governare attivamente l'interdipendenza tra pratiche, usi dello spazio e gestione dei flussi.

2. Accompagnamento Culturale e Formazione: Promuovere l'adozione delle corrette pratiche quotidiane relative alla gestione dei flussi (riduzione, riuso, differenziata) attraverso un piano formativo mirato a operatori e residenti, riconoscendo la cultura gestionale come componente essenziale del sistema per abilitare l'adozione della raccolta differenziata.

3. Riduzione alla Fonte e Riuso (Prevenzione): Intervenire sull'inefficienza nell'uso delle risorse agendo sulla riduzione dei flussi materiali alla fonte. L'azione promuove la minimizzazione degli scarti attraverso incentivi per l'adozione di pratiche di riuso (borse, contenitori) da parte di operatori e clienti.

4. Recupero Eccedenze: Strutturare la "limitata integrazione dei principi di circolarità" attraverso la gestione operativa dei flussi materiali in uscita, focalizzandosi sull'implementazione di un sistema capillare per il recupero e la ridistribuzione dell'invenduto (eccedenze alimentari).

5. Miglioramento Infrastrutturale: Adeguare le dotazioni fisiche del mercato agli standard igienico-sanitari, di sicurezza e funzionali nazionali, intervenendo su punti acqua, pavimentazione, illuminazione, pulizia e sicurezza.

Tabella 17
Proposta di linea
guida "Sistema
Mercato".
Fonte:
elaborazione
dell'autore

Azione Strategica	Obiettivo Generale	Obiettivo Operativo	Matrice Operativa			
			Indicatore	Strumento di Rilevazione	Frequenza	Target
Istituzione Presidio di Governance Integrata	Superare frammentazione gestionale; istituire governance unitaria e partecipata per orientare sviluppo mercato come ecosistema socio-alimentare.	1. Costituire formalmente il "Presidio di Governance di Ballarò" (tavolo permanente intersettoriale: Comune, Operatori, Associazioni, Residenti, Esperti). 2. Definire mandato e poteri del Presidio (coordinamento LG1-2-3, regolamento, monitoraggio). 3. Aggiornare/approvare Regolamento Mercato (partecipato).	1. Atto istitutivo Presidio e N° sessioni. 2. Definizione formale mandato. 3. Approvazione formale (Delibera) nuovo Regolamento. 4. N°/% operatori che completano percorsi regolarizzazione supportati.	Protocollo GOV.1 (Analisi Documentale e Partecipativa): 1. Acquisizione atto istitutivo/verbali. 2. Acquisizione documento mandato. 3. Acquisizione nuovo Regolamento. 4. Monitoraggio processi regolarizzazione e partecipazione.	Semestrale (Presidio), Una Tantum (Regolamento)	1. Presidio costituito e operativo entro 1 anno. 2. Mandato definito entro 15 mesi. 3. Regolamento approvato entro 24 mesi.
Accompagnamento Culturale e Formazione	Migliorare la gestione dei flussi di scarto (riduzione alla fonte e raccolta differenziata) attraverso la formazione e la sensibilizzazione di operatori e residenti.	1. Realizzare un piano di formazione/sensibilizzazione (operatori, residenti) sulle corrette pratiche di riduzione, riuso e conferimento.	1. N° di operatori e residenti partecipanti ai moduli formativi. 2. % di operatori che aderiscono attivamente al sistema di RD (esponendo i contenitori corretti).	Protocollo FORM.1 (Monitoraggio Adozione): 1. Raccolta registri presenze (workshop). 2. Mappatura in loco (osservazione diretta) dell'adesione degli operatori al servizio RD.	Semestrale	1. 80% operatori formati entro 2 anni. 2. Adesione attiva alla RD del 65% degli operatori entro 3 anni.
Riduzione alla Fonte e Riuso	Minimizzare la produzione di rifiuti e promuovere l'efficienza nell'uso delle risorse.	1. Attivare un sistema premiante (es. sconti) per i clienti che utilizzano contenitori/borse riutilizzabili. 2. Incentivare gli operatori a ridurre gli imballaggi monouso.	1. N° di operatori aderenti al sistema premiante. 2. Riduzione % (stimata) dei rifiuti indifferenziati (plastica/imballaggi).	Protocollo PREV.1 (Monitoraggio e Survey): 1. Censimento operatori aderenti. 2. Stima riduzione tramite analisi merceologica rifiuti (campione).	Semestrale	1. 40% degli operatori aderenti entro 2 anni. 2. Riduzione stimata del 15% della plastica monouso.
Recupero Eccedenze	Implementare la chiusura dei cicli materiali attraverso il recupero dell'inventario	1. Attivare un Hub per il recupero e ridistribuzione delle eccedenze alimentari.	1. Kg di eccedenze alimentari recuperate e ridistribuite.	Protocollo CIR.1 (Monitoraggio Flussi): 1. Dati (pesatura) forniti dal partner (Hub). 2. Analisi dati gestore rifiuti (specifici per il mercato).	Semestrale	1. Sistema recupero attivo (min. 100kg/settimana) entro 1 anno. 2. Raggiungimento 65% RD entro 3 anni.
Miglioramento Infrastrutturale	Adeguare dotazioni fisiche a standard igienico-sanitari/sicurezza/funzionali.	Realizzare interventi mirati su punti acqua, pavimentazione, illuminazione, pulizia, sicurezza.	1. N° punti acqua installati/ripristinati per pescherie. 2. m² pavimentazione riqualificata. 3. N° controlli ASL/Autorità con esito positivo.	Protocollo INFRA.1 (Rilievi Tecnici, Verbali ASL)	Annuale	1. Copertura 100% pescherie con acqua entro 2 anni. 2. Riqualificazione 50% pavimentazione critica entro 3 anni.

Capitolo 8 | OUT 3

Il capitolo conclude la Parte III e l'intero percorso di ricerca, presentando il terzo output (OUT3), un elaborato che amplia la prospettiva dal caso studio specifico a una riflessione concettuale di più vasto respiro. Questo capitolo descrive la costruzione di un Manifesto Plurale, concepito quale esito di un esperimento di progettazione dialogica volto a catturare una definizione corale e “meridiana” del mercato alimentare storico. Viene pertanto illustrata la metodologia impiegata per raccogliere le voci e i saperi situati degli attori che animano i contesti mercatali, superando la definizione puramente accademica o istituzionale al fine di restituire un patrimonio di significati collettivo.

8.1 Costruzione di un Manifesto Plurale. Un esperimento di progettazione dialogica per il Mercato Meridiano

Il percorso di ricerca condotto fino a questo punto ha messo in luce una criticità fondamentale che attraversa tanto il dibattito accademico quanto la pratica istituzionale: l'assenza di una definizione univoca, stabile e condivisa di "mercato storico". Come emerso dall'analisi della letteratura, il termine viene impiegato con accezioni diverse, oscillando tra categorie giuridiche regionali, descrizioni etnografiche e narrazioni funzionali, senza tuttavia restituirne una definizione concettuale organica. Per completare realmente l'indagine sulla natura del mercato storico, si è reso necessario affiancare a queste definizioni analitiche e progettuali una terza dimensione, capace di cogliere ciò che le persone comuni, gli abitanti e gli operatori che vivono il mercato quotidianamente, intendono con questo termine.

La presente ricerca ha quindi identificato la necessità di costruire un ultimo output (OUT3) che rispondesse a questa esigenza, non imponendo un'ulteriore definizione accademica, ma attivando un processo condiviso che permettesse di co-costruire una definizione concettuale plurale, una sorta di "manifesto del mercato meridiano", che scaturisse dal basso, direttamente dalle voci degli attori incontrati nei diversi contesti di indagine, **con l'obiettivo di** creare un'occasione di dialogo trasversale, capace di far emergere la comprensione che le "persone comuni" (operatori, residenti, attivisti) **hanno** di questi spazi.

8.2 Metodologia

Per conseguire il risultato stabilito, l'ipotesi metodologica preliminare considerava la progettazione di un workshop di co-design o, in alternativa, l'implementazione di focus group partecipativi. Questa opzione è stata in seguito abbandonata, dopo un'analisi critica rigorosa che l'ha ritenuta inadeguata dal punto di vista procedurale e potenzialmente fonte di distorsione in relazione alle finalità della ricerca. La specificità dei contesti oggetto di indagine, caratterizzata da attori distribuiti su mercati distinti come Palermo, Catania, Messina e Barcellona, comportava, per l'organizzazione di un evento in presenza, un'impraticabilità di natura logistica e strutturale. Concentrare l'azione su un singolo sito avrebbe invece comportato la rinuncia all'integrità del campione geografico, minando la possibilità di costruire una definizione concettuale corale e, conseguentemente, disperdendo il patrimonio di conoscenza situata e l'identità relazionale emersa in ogni singolo percorso investigativo. Era categorica volontà di questa ricerca evitare di coinvolgere unicamente un gruppo organizzato, pur essendo la via più facile, poiché ciò avrebbe compromesso la ricchezza plurale che si intendeva catturare.

Ancora più rilevante, un workshop avrebbe inevitabilmente riprodotto uno squilibrio di potere e di rappresentanza. Come emerso dalle interviste, la vita dei mercati è animata da una pluralità di soggetti che operano secondo temporalità e abitudini profondamente disallineate come gli orari precari degli ambulanti o le routine dei residenti anziani. Un workshop sincrono avrebbe quasi certamente privilegiato gli attori già strutturati e dotati di maggiore capitale sociale e disponibilità di tempo, finendo per silenziare le voci più frammentate, informali o subalterne, che pure costituiscono l'essenza della conoscenza situata del mercato.

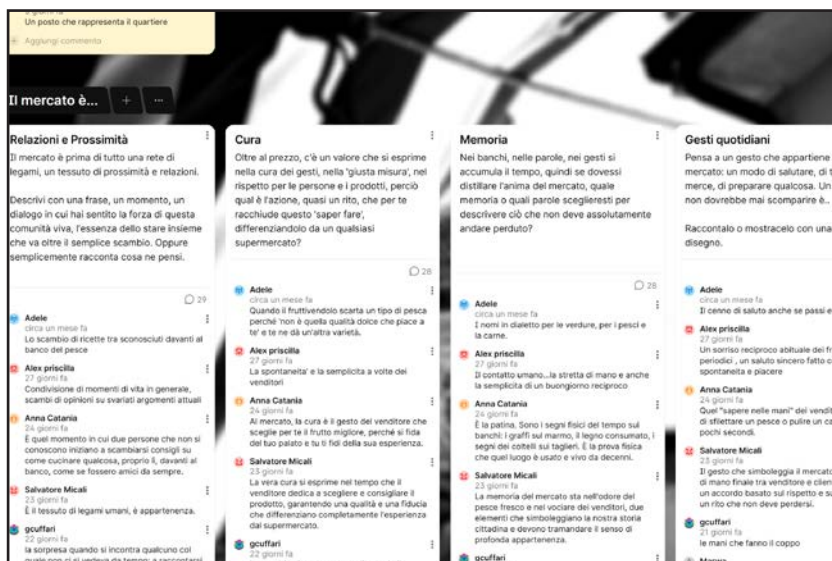
Si è pertanto optato per l'implementazione di una metodologia digitale asincrona, privilegiando un approccio ermeneutico basato su stimoli aperti piuttosto che su un protocollo di domande e risposte standardizzate. La scelta dell'asincronicità è stata deliberata e strategica, poiché permetteva di rispettare le temporalità plurali dei partecipanti, consentendo loro di contribuire nel momento e nel modo

Figura 103
Padlet "Il
mercato storico".
 Fonte: elaborazione dell'autore

ritenuto più opportuno, senza le costrizioni di un appuntamento fisico. Per evitare che lo strumento tecnologico si trasformasse in una barriera, in particolare per le fasce di popolazione più anziana o meno digitalizzata incontrate nei mercati, la somministrazione non è stata passiva. Al contrario, la ricerca ha previsto una mediazione attiva: in molti casi, come per alcuni operatori storici o residenti anziani, si è fatto da tramite, leggendo loro gli stimoli del dialogo e trascrivendo fedelmente le loro risposte sulla piattaforma. Questa mediazione attiva ha permesso di superare il *digital divide*, garantendo che la conoscenza situata di questi attori fondamentali fosse inclusa nel processo dialogico al pari delle altre.

Ricapitolando, questo approccio ha mirato a:

1. **Garantire il Pluralismo:** Raccogliere voci da contesti diversi (Palermo, Messina, Catania, Barcellona, Beirut), creando un dialogo trasversale impossibile in un singolo luogo fisico.
2. **Rispettare le Temporalità:** Offrire uno strumento asincrono che si adatti ai ritmi di vita eterogenei degli attori del mercato.
3. **Co-Costruire Conoscenza:** Utilizzare i contributi come i mattoni per la costruzione collettiva del Manifesto (OUT3), in un processo che riconosce gli attori come co-autori della definizione concettuale.



Strumenti, somministrazione e diffusione

Per quanto riguarda gli strumenti, dopo una fase preliminare di consultazione e analisi delle principali piattaforme digitali che avessero le caratteristiche necessarie per lo scopo, è stata selezionata la piattaforma digitale Padlet, un ambiente web che opera come una bacheca virtuale interattiva e condivisa. Tale selezione si fonda sulle specifiche caratteristiche di accessibilità e flessibilità dello strumento, il quale permette una disseminazione molto agevole tra i partecipanti attraverso la condivisione di un URL univoco, corrispondente nel caso specifico a:

www.padlet.com/mercatoristorico/mercatoristorico

Un aspetto ritenuto determinante per l'indagine ha riguardato la modalità di partecipazione a bassa frizione, poiché la piattaforma abilita i soggetti a inserire i propri contributi testuali o multimediali richiedendo la sola compilazione di nome e cognome per l'identificazione, superando così la necessità di una procedura di registrazione o della creazione di un account. Questa facilità di accesso, unita alle opzioni di personalizzazione utilizzate per adattare la struttura

Figura 104
Padlet "Il mercato storico", ice-breaking.
Fonte: elaborazione dell'autore

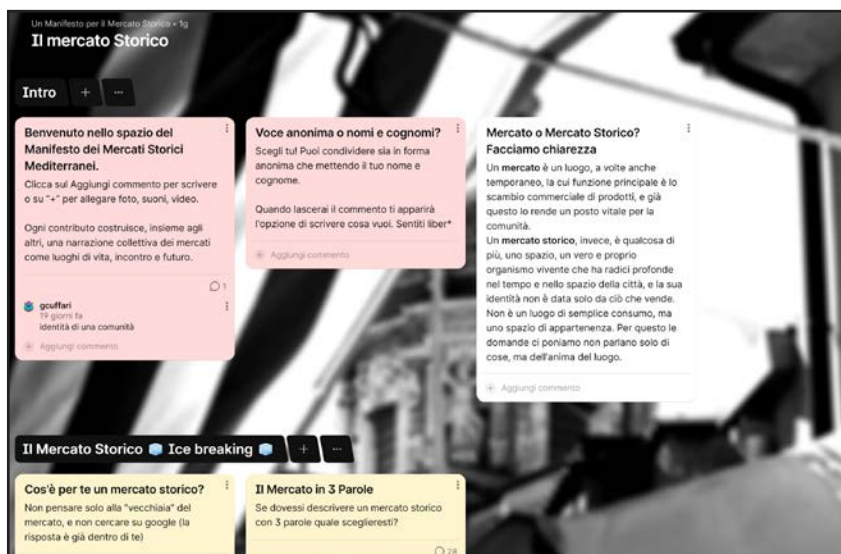


Figura 105
QR code per
accede al padlet.
Fonte: elaborazione
dell'autore

Figura 106
Padlet "Il
mercato storico".
Domanda di
immedesimazione.
Fonte: elaborazione
dell'autore

visiva e organizzativa della bacheca agli specifici obiettivi conoscitivi della ricerca, ha reso Padlet la soluzione metodologica più idonea.

Per quanto riguarda la diffusione e la somministrazione, il link diretto alla bacheca Padlet o il relativo QR code, sono stati distribuiti ai partecipanti. Questi ultimi sono stati intercettati direttamente tra i diversi mercati oppure contattati attraverso le reti relazionali costruite durante l'indagine sul campo. A questi soggetti è stato chiesto di contribuire a una riflessione collettiva rispondendo agli stimoli aperti presenti sulla piattaforma, concepiti per far emergere la loro definizione vissuta di "mercato". La bacheca, come visibile nelle catture di schermata, invita infatti a condividere pensieri, memorie e visioni su cosa renda un mercato "storico", "autentico" o "necessario".

A completamento della documentazione, si allega inoltre il QR code che rimanda direttamente alla bacheca, rendendo visibili sia le domande poste sia le risposte fornite dai partecipanti; di seguito, verranno comunque presentate in dettaglio le domande formulate e le valutazioni qualitative emerse dall'analisi delle risposte.



Trascrizione degli Stimoli

Di seguito si riporta la trascrizione completa degli stimoli nell'ordine in cui sono stati presentati sulla piattaforma:

Ice breaking

Stimolo 1: Cos'è per te un mercato storico?

Non pensare solo alla “vecchiaia” del mercato e non cercare su google (la risposta è già dentro di te)

Stimolo 2: Il Mercato in 3 Parole

Se dovessi descrivere un mercato storico con 3 parole quali sceglieresti?

Valore

Stimolo 3: Relazioni e Prossimità

Il mercato è prima di tutto una rete di legami, un tessuto di prossimità e relazioni. Descrivi con una frase, un momento, un dialogo in cui hai sentito la forza di questa comunità viva, l'essenza dello stare insieme che va oltre il semplice scambio. Oppure semplicemente racconta cosa ne pensi.

Stimolo 4: Cura

Oltre al prezzo, c'è un valore che si esprime nella cura dei gesti, nella ‘giusta misura’, nel rispetto per le persone e i prodotti, perciò qual è l'azione, quasi un rito, che per te racchiude questo ‘saper fare’, differenziandolo da un qualsiasi supermercato?

Stimolo 5: Memoria

Nei banchi, nelle parole, nei gesti si accumula il tempo. quindi se dovessi distillare l'anima del mercato, quale memoria o quali parole sceglieresti per descrivere ciò che non deve assolutamente andare perduto?

Stimolo 6: Gesti quotidiani

Pensa a un gesto che appartiene al mercato: un modo di salutare,

di toccare la merce, di preparare qualcosa. Un gesto che non dovrebbe mai scomparire è... Raccontalo o mostralo con una foto o un disegno.

Stimolo 7: Cibo e materia

Il cibo è il linguaggio dei mercati. Racconta un dettaglio, un colore, un profumo, un ingrediente o un piatto che per te ne esprime l'anima.

Sensoriale

Stimolo 8: Suoni e atmosfere

Quale suono, parola o rumore racconta il mercato che conosci? Puoi scrivere una breve frase, caricare o registrare un audio, allegare un video o aggiungere un'immagine che lo rappresenta.

Critica

Stimolo 9: Ma per chi è il mercato?

Qual è, secondo te, il modo giusto per rendere un mercato accogliente verso l'esterno senza fargli perdere la sua identità profonda? Come si bilancia l'anima autentica del mercato con lo sguardo del visitatore o del turista?

Immedesimazione

Stimolo 10: Io, mercato

Per un momento, prova a fare un gioco con noi. Immagina di non essere una persona che cammina nel mercato, ma di essere il mercato stesso. Sei il pavimento di pietra che ha sentito milioni di passi, sei il legno dei banchi che conosce il peso della merce, sei l'eco delle voci che si sono accumulate per generazioni. Hai visto tutto: la fatica dell'alba, le chiacchiere, le stagioni che cambiano sui banchi, l'avvento dei turisti, le foto, i social, i negozi dei food e la movida. Adesso che sei il mercato, cosa ci racconteresti? Cosa vorresti dire alla città e alle persone che ti attraversano ogni giorno?

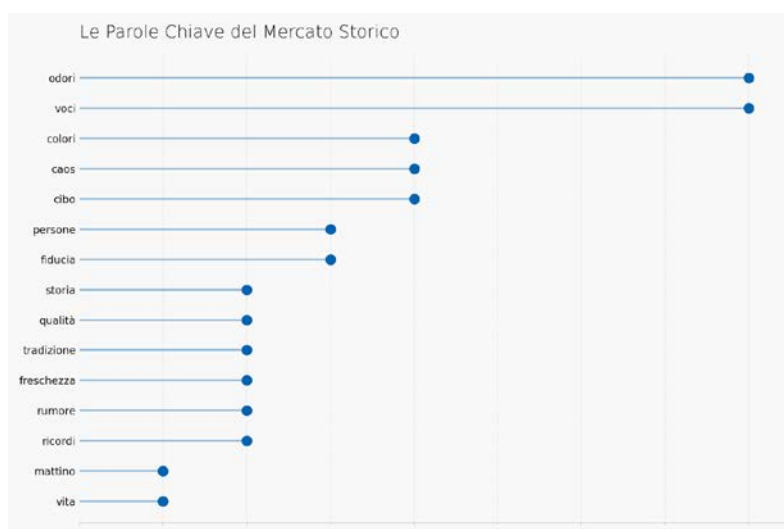
L'analisi che segue non si focalizzerà su una restituzione statistica, ma su un'interpretazione qualitativa dei temi emergenti, delle convergenze e delle tensioni narrative, utilizzandoli come fondamento per la redazione finale del "Manifesto Plurale del Mercato Meridiano", che concluderà il presente lavoro di ricerca.

Risultati

Stimolo 1

L'indagine sullo Stimolo 1, che chiedeva una definizione istintiva dell'idea di mercato storico, ha rivelato come il mercato sia primariamente un organo sociale e relazionale, definito con forza cuore del quartiere e collante sociale, uno spazio di interazione reale al di fuori della virtualità dell'on line dove sentirti parte di qualcosa. Questa funzione vitale si lega indissolubilmente alla quotidianità della prossimità vissuta, poiché il mercato è casa, *il mio cortile di casa, un luogo di rituali (la mia spesa di ogni giorno) e di fiducia (le cose sanno ancora di qualcosa, ti puoi fidare di chi le vende), ponendosi come l'unica vera alternativa al supermercato*. A questa visione si affianca, tuttavia, il necessario ancoraggio alla realtà materiale del lavoro e della fatica, espresso da chi vive il mercato *come sudore e spaccarsi la schiena dall'alba*, ricordando che il mercato dà lavoro e la sua salute determina l'economia della comunità. Infine, la memoria emerge come dimensione ineludibile, sia personale sia collettiva, fino a toccare il concetto di resilienza; una vitalità che, nello sguardo esterno del visitatore, rischia però di tradursi in esperienza estetica, introducendo la tensione tra autenticità e performance turistica che la ricerca ha approfondito.

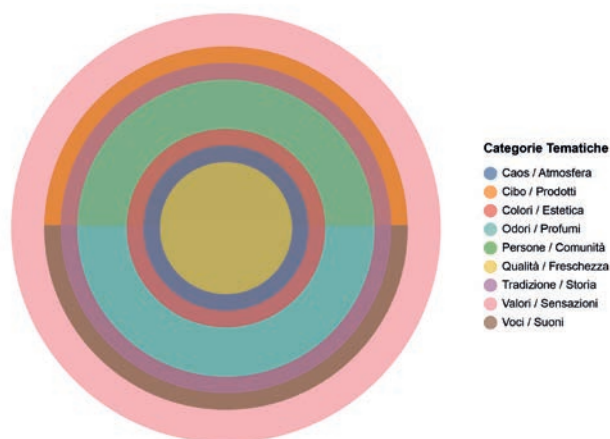
Figura 107
Analisi delle
parole chiave del
mercato storico.
Fonte: elaborazione
dell'autore



Stimolo 2

Figura 108
Visualizzazione
stimolo 2.
Fonte: elaborazione
dell'autore

L'analisi prosegue con lo **Stimolo 2 (Il Mercato in 3 Parole)**, che opera come una distillazione concettuale dei temi emersi nello stimolo precedente, confermando in modo netto che l'identità del mercato si fonda su un **trittico semantico fondamentale**. Il primo e più dominante pilastro è quello **sensoriale**, con una ricorrenza altissima e quasi totalizzante dei termini *Voci, Odori (o profumi)*, e *Colori*. Questa immersione sinestetica, che include anche *rumore, suoni* e *spezie*, è la cifra distintiva del mercato, un'esperienza che viene sintetizzata da molti partecipanti con la parola *Caos*, intesa però in un'accezione positiva, come sinonimo di *Vita*. Il secondo pilastro è la **dimensione umana e relazionale**, che traduce il *collante sociale* (visto nello S1) in termini concreti come *Persone, Comunità, Connessione, volti, incontri* e *friends*. Il terzo pilastro, infine, è il **valore del prodotto e della fiducia**, che definisce la funzione primaria del mercato attraverso *Cibo, Freschezza, Qualità, Terra, stagioni, pesce fresco* e, significativamente, *Fiducia*, parola che emerge come sintesi del rapporto tra acquirente e venditore. Su questi tre pilastri (Sensoriale, Relazionale, Prodotto) si innesta poi la dimensione culturale e temporale, essenziale per la definizione di "storico", attraverso parole come *Tradizione, Storia, Ricordi* e *Identità*, mentre la presenza minoritaria ma cruciale del termine *fatica* ribadisce la dimensione materiale del lavoro.

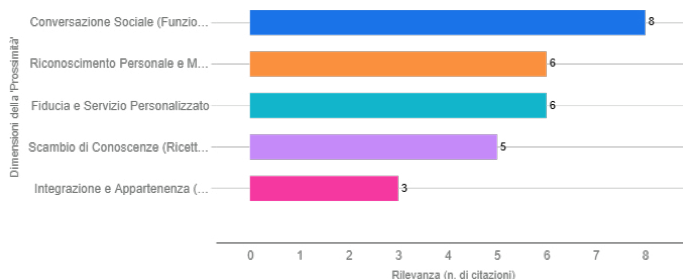


Stimolo 3

L'analisi dello **Stimolo 3 (Relazioni e Prossimità)** approfondisce il pilastro relazionale, spostando l'indagine dal *cosa* (la definizione) al *come* (la pratica vissuta). Le risposte rivelano che la comunità del mercato si fonda su una **fitta rete di riconoscimento reciproco**, un tessuto di legami quotidiani che si manifesta nel *salutare il pescivendolo per nome*, nel *conoscersi tutti* e nel *riconoscersi ogni mattina*. Questa familiarità va oltre il semplice saluto, trasformandosi in una **forma di cura e di servizio personalizzato** che l'ecosistema del supermercato ha cancellato: è il venditore che *già sa cosa voglio prima che apro bocca*, che *ti chiede come sta mio nipote* o che proattivamente aiuta l'anziano con la spesa. La relazione, quindi, si solidifica in fiducia e lealtà, un patto non scritto che si esplicita nella fierezza dell'operatore (*il cliente che torna... perché sa che da me non ne prende fregature*) e nella sicurezza del cliente (*sapere che mercoledì me li tengono da parte*). Accanto a questa dimensione verticale (venditore-cliente), lo stimolo ha fatto emergere con forza la **funzione orizzontale di "piazza"**, dove il mercato diventa il luogo dell'incontro e dello *scambio di ricette tra sconosciuti*, dove ci si ritrova *come se fossimo in piazza per parlare di tutto*, realizzando una piena *integrazione sociale e culturale* che si attiva spontaneamente.

Figura 109
Analisi del concetto di relazione e prossimità nel mercato storico.
Fonte: elaborazione dell'autore

L'Anatomia delle 'Relazioni e Prossimità' al Mercato

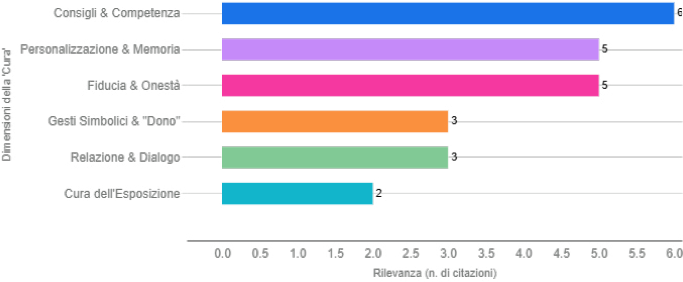


Stimolo 4

Figura 110
Analisi sul
concetto di cura
nel mercato
storico. Fonte:
elaborazione
dell'autore

L'indagine sulla **Cura (Stimolo 4)**, che segue logicamente quella sulla Relazione, permette di identificare le pratiche concrete che differenziano il mercato dal supermercato, definito da un partecipante un luogo di anonimato dove si acquista *un dead product wrapped in plastic*. La cura, al contrario, emerge come una **forma di intelligenza personalizzata**, un “saper fare” che si basa sulla conoscenza dell'altro; è il venditore che *scarta un tipo di pesca perché ‘non è quella qualità dolce che piace a te’*, o che proattivamente chiede *For breakfast, or to cook with?*, dimostrando di *partecipare allo scopo del pasto (participating in the purpose of my meal)* piuttosto che vendere un oggetto inerte. Questa cura si manifesta in gesti rituali, come il *rametto di prezzemolo o di basilico che ti mettono nella busta alla fine* offerto in dono, e si fonda su un'etica della fiducia, dove il venditore offre il *prodotto migliore e non cerca di fregarti*, perché *la fiducia vale più del guadagno*. Un aspetto cruciale emerso è la decostruzione dell'estetica della GDO: la cura del mercato è *the opposite of perfect*, è il gesto di dare il frutto “brutto”, *quello con più sapore*, perché destinato alla cucina e *non a essere fotografato*. È una cura che si esprime anche nella condivisione di saperi, nei *consigli preziosi* su come cucinare un prodotto o nel suggerimento confidenziale, e infine nell'estetica stessa del banco, nei *dettagli con cui i venditori sistemano le cataste di verdura*.

L'Anatomia della 'Cura' al Mercato

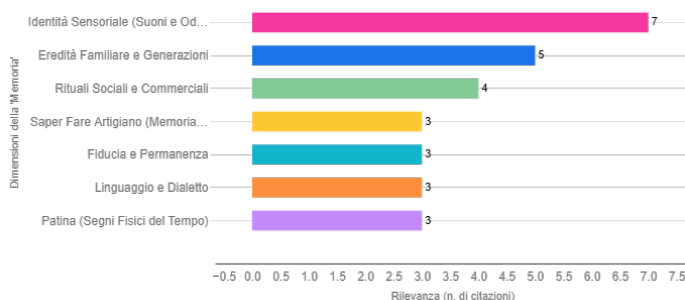


Stimolo 5

L'indagine sulla **Memoria (Stimolo 5)**, che chiede di distillare l'anima del mercato in ciò che *non deve assolutamente andare perduto*, svela un archivio plurale che va ben oltre la semplice nostalgia, definendo il patrimonio in quattro dimensioni interconnesse. In primo luogo, emerge una **memoria sensoriale e sonora** che definisce l'identità acustica e olfattiva del luogo: è l'inconfondibile *odore del pesce fresco*, il *sovrapporsi delle voci*, l'iconica *voce forte del pescivendolo*, o il *rhythmic thud-thud-thud of the butcher's... pestle pounding meat, un sound of specialized craft che non deve essere perduto*. Accanto a questo archivio immateriale, i partecipanti identificano una **memoria fisica e materiale**, la *patina* che è la *prova fisica che quel luogo è usato e vivo da decenni*, visibile nei *graffi sul marmo*, nel *legno consumato* e nei *segni dei coltelli*. Questa memoria fisica è però solo il contenitore della **memoria umana e generazionale**, che costituisce il vero cuore della continuità: è la memoria del *lavoro che si passa di padre in figlio* (*Questo banco. Qui c'era mio padre*), delle *facce dei venditori, che vedi invecchiare insieme a te*, è il *contatto umano*, la *stretta di mano* e la *parola data*, sintetizzata nei concetti di *sempre* e *fiducia*. Infine, la comunità identifica come memoria fondamentale il **sapere tecnico, etico e linguistico**, un patrimonio che include la conoscenza della *stagionalità* (*la gente deve capire che le melanzane a febbraio non si comprano*), il *rispetto per l'anziano* e la tutela dei *nomi in dialetto per le verdure*, un lessico che, come osserva un partecipante, *sembra arabo*, collegando il presente del mercato alle sue radici mediterranee più profonde.

Figura 111
Analisi sul concetto di memoria nel mercato storico.
Fonte: elaborazione dell'autore

L'Anatomia della 'Memoria' al Mercato



Stimolo 6

Lo **Stimolo 6 (Gesti quotidiani)** traduce la memoria e la cura in pratiche fisiche osservabili, rivelando due categorie principali di azione. La prima è il **gesto come riconoscimento sociale puro**, un rituale che definisce lo status di membro della comunità prima ancora di quello di cliente; è il *cenno di saluto anche se passi e non compri, il saluto che ci si scambia da una vita, un saluto sincero fatto con spontaneità* che culmina nella *stretta di mano finale*, descritta come un *sigillo di un accordo basato sul rispetto e sull'umanità*. La seconda categoria è il **gesto come sapere incarnato** (*embodied knowledge*), quel *sapere nelle mani* che è la memoria (S5) in azione: è la *manualità dei venditori nel pulire un carciofo in pochi secondi o nello sfilettare un pesce*, un'abilità che in alcuni casi, come *impacchettare bene il pesce*, appartiene solo a certi venditori anziani. A questi si aggiunge il gesto fondamentale dell'**interazione fiduciaria** con il prodotto, un atto che rovescia la logica asettica del supermercato: è il *gesto di toccare la merce con le tue mani, di annusare... mettere il naso sulla menta e, soprattutto, il gesto dell'offerta, il contatto diretto dell'assaggiare prima di comprare e allungare la mano per prendere un pezzo di formaggio... che ti offrono*.

Stimolo 7

L'indagine sulla dimensione materiale, **Stimolo 7 (Cibo e materia)**, conferma la definizione del mercato come luogo di **autenticità "imperfetta"** e **anti-industriale**, in netto contrasto con l'estetica sterilizzata della GDO. Emerge una forte rivendicazione della materialità grezza, a partire dai contenitori (*La cassetta di legno, non la plastica!*, *Le ceste in paglia*) fino al prodotto stesso, che deve essere *ancora sporco di terra vera*. È proprio l'*odore di terra... che al supermercato non esiste* a certificare la freschezza, insieme a un *colore non perfetto* e a una *frutta un po' più brutta... ma meno trattata*. Questa materialità si traduce in un'esperienza sinestesica, un *mix di odori che... piacevolmente, ti stordisce*, dove la vista è un fattore chiave (*i colori forti, il banco che sembra un quadro, i cavolfiori viola accatastati*), e gli odori definiscono l'identità del luogo: *l'odore forte del mare, il profumo forte del basilico, il colore delle spezie*. Il cibo, infine, diventa l'emblema stesso dell'identità locale, come il *panino con la milza, caldo e unto*, o il *pesce fresco che brilla sul ghiaccio*, materia viva che rappresenta tanto la fatica (*La roba che scarico alle 3 di notte*), quanto la qualità promessa al cliente.

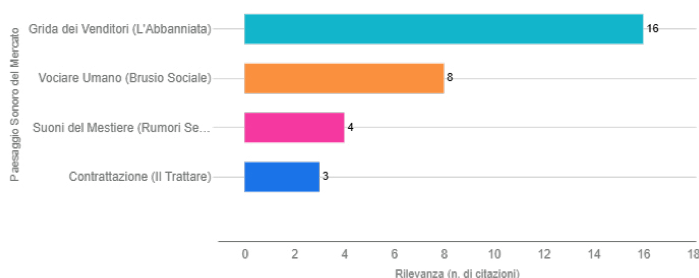
Stimolo 8

Lo stimolo 8 indaga la dimensione sonora del mercato. L'elemento sonoro che definisce il mercato in modo quasi unanime è *l'abbanniata*, un termine che ritorna con altissima frequenza in tutte le sue varianti dialettali (*banniata*, *avvanniate*, *buci*). Questa pratica non viene descritta come semplice rumore, ma come un *canto forte*, una *cantilena*, un *canto ritmico che è musica popolare*, un'espressione *magica* e fondamentale (*senza quello non è mercato*). *L'abbanniata* si specifica nelle grida dei venditori e si inserisce in un paesaggio sonoro più ampio, un *vociare fitto fitto, confuso*, che è la somma del *brusio di venditori e clienti*, delle persone che *parlano tutte insieme* e che *contrattano il prezzo*, un'interazione descritta come una *rapid, high-pitched theater performance*. Accanto a questa dimensione vocale, emerge una terza componente sonora, quella del "mestiere" (S5) e dei "gesti" (S6): è *il colpo secco del coltello sul tagliere* o *il coltello che sbatte veloce sulla pietra per sfilettare*, suoni che identificano il *saper fare artigiano* e completano la firma acustica del mercato.

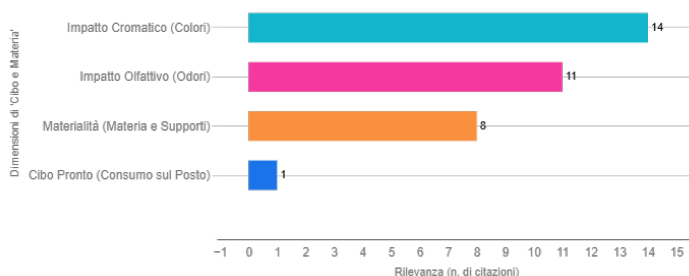
Figura 112
Analisi della percezione sonora nel mercato storico.
Fonte: elaborazione dell'autore

Figura 113 Analisi della percezione sul cibo nel mercato storico. Fonte: elaborazione dell'autore

L'Anatomia Sonora del Mercato Storico



L'Anatomia di 'Cibo e Materia' al Mercato



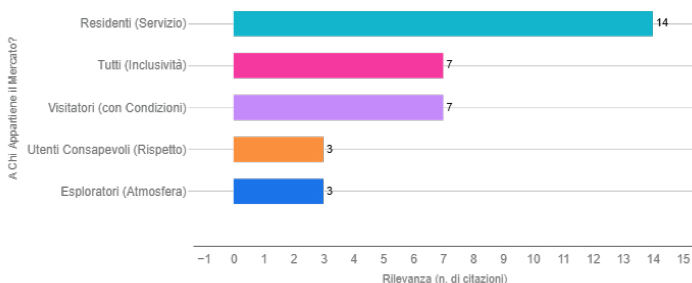
Stimolo 9

Figura 114
Analisi delle
visioni nel
mercato storico.
 Fonte: elaborazione dell'autore

L'indagine raggiunge il suo nodo critico con lo **Stimolo 9**, che porta i partecipanti a confrontarsi con la tensione tra funzione di prossimità e pressione turistica. Le risposte, con una convergenza emotiva molto forte, rivendicano la **centralità della funzione residenziale**: *Ma come per chi è? Il mercato è per noi! Per la gente che ci abita, per le famiglie che devono fare la spesa ogni giorno, per chi deve cucinare tutti i giorni*. Questa priorità funzionale definisce l'autenticità stessa, che *non* è una performance (*che l'identità "non sia messa in scena"*) ma una condizione d'uso: *Autentico vuol dire che ci trovi la signora che ci viene tutti i giorni*. Il rischio, identificato da molti, è proprio la perdita di questa funzione, la trasformazione del mercato in un *clean, silent stage for tourists*.

La comunità, tuttavia, non propone un modello di chiusura, ma piuttosto una **gerarchia di utilizzo e una negoziazione delle condizioni**. La presenza esterna è accettata, a patto che il mercato resti *vero, caotico, functional for daily life* e, soprattutto, economicamente accessibile (*Basta che i prezzi restino bassi per noi*). Emerge così la figura del **"visitatore consapevole"**, che è benvenuto se *compra con rispetto* e si adatta ai ritmi del luogo, comprendendo che si trova in un *posto di lavoro*. La sintesi di questa negoziazione è chiara: il mercato è *di chi lo rispetta e di chi compra*, un luogo *per tutti* coloro che, *turisti o residenti*, ne accettano la natura funzionale e ne tutelano la *genuinità* e la *verità delle relazioni*.

A Chi Appartiene il Mercato? (Analisi delle Visioni)

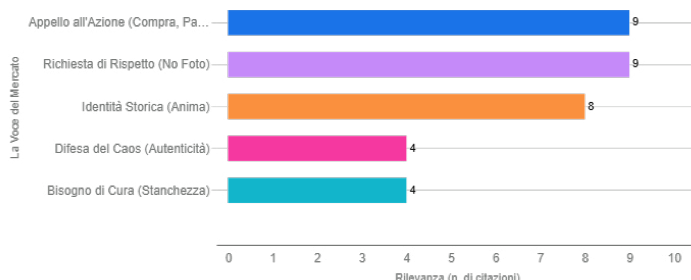


Stimolo 10

L'analisi si conclude con uno **Stimolo sull'immedesimazione con il mercato stesso**. Un esperimento che, chiedendo ai partecipanti di essere il mercato, ne distilla la voce più intima e politica. Emerge un soggetto consapevole, che definisce la propria identità storica e funzionale in netto contrasto con la sua fruizione attuale, rivendicando di essere *storia, contaminazione di popoli lingue e culture* e non *un set fotografico*. La critica alla superficialità dello sguardo esterno è diretta (*mi infastidisce chi fotografa tutto ma non compra neanche un prezzemolo*), poiché questa trasformazione in *parco a tema* o *museo* ne minaccia l'esistenza: *If you make me quiet and clean just to be looked at, I will die*. La voce del mercato esprime la propria stanchezza (*sono vecchio, sono stanco ma sono ancora forte*) e rivendica il rispetto, non per la sua estetica, ma per la sua funzione e per chi la anima (*Rispettate le persone che lavorano duramente, rispettate il mio caos*). Questa voce chiede di essere usata, non osservata, perché solo l'uso la mantiene in vita (*Ho bisogno che veniate a cercarmi, meno foto per instagram e più interazioni umane, Comprate!*), e identifica la propria bellezza proprio nel disordine funzionale (*il mio disordine è la mia bellezza, non mettetemi l'intonaco*). L'appello finale è un patto di reciprocità che lega indissolubilmente il destino del mercato a quello della comunità: *Tenetemi acceso, e io terrò accesa la vita qui fuori*.

Figura 115
Analisi della voce
del mercato
storico. Fonte:
elaborazione
dell'autore

Cosa Chiede il Mercato (Analisi della Voce)



8.3 Manifesto Plurale del Mercato Meridiano

Questo manifesto nasce come espressione corale di una ricerca dialogica che ha preso forma nell'ascolto e nella condivisione. È il risultato di una pluralità di voci che abitano, lavorano e attraversano quotidianamente il mercato, facendone emergere la sostanza viva, irriducibile e relazionale.

- I. Il Mercato storico è il trionfo di un caos vitale.**
È un disordine di colori accesi, profumi forti e voci che si sovrappongono; è la piazza dove le persone si riconoscono e il venditore ti chiama per nome, dove ci si scambia una ricetta tra sconosciuti e dove l'atto quotidiano dello scegliere il cibo torna ad essere un'occasione per attivare connessioni e costruire comunità.
- II. Il Mercato storico è un fatto sociale totale.**
È uno spazio e non solo un luogo, dove l'economia della fiducia si intreccia inseparabilmente con la memoria generazionale, la cultura materiale e la performance, tenendo accesa la vita della comunità.
- III. Il Mercato storico è la celebrazione della materia prima.**
È il luogo dove l'imperfezione non è un difetto ma il segno del suo legame con la terra. È lo spazio dove il cibo "sporco di terra" e "brutto" racconta il sapore autentico, un sapore che nasce dalla fatica dell'uomo e dalla giustizia delle stagioni.
- IV. Il Mercato storico è economia circolare.**
È una scuola di stagionalità dove il rispetto per la terra e la giusta misura diventano la difesa quotidiana della biodiversità contro la cultura dello spreco.
- V. Il Mercato storico è la sua stessa voce.**
Il mercato storico parla in dialetto, canta a voce piena. È l'abbannata che trasforma il vociare fitto e la contrattazione in una performance teatrale, un'opera sonora corale che defini-

sce l'identità viva del luogo.

- VI. Il Mercato storico reclama la sua funzione quotidiana.**
Rivendica la necessità di evolversi per potenziare la sua funzione e la sua salubrità, rifiutando di snaturarsi in una scenografia.
- VII. Il Mercato storico è celebrazione.**
Celebrazione di un'autenticità organica e non omologata, una proposta concreta di materialità dichiaratamente anti-industriale.
- VIII. Il Mercato storico è un archivio vivente.**
È la memoria collettiva che si deposita sulla patina del tempo e risuona nella difesa del linguaggio, proteggendo l'identità di un territorio nelle sue parole e nei suoi saperi.
- IX. Il Mercato storico è l'intelligenza della cura.**
È quel sapere pratico che unisce lavoro, etica e affetto nel gesto quotidiano di mantenere e riparare la complessa rete di interdipendenza che chiamiamo comunità.
- X. Il Mercato storico è un mondo dove molti mondi trovano posto.**
Rifiuta dogma dell'omologazione e manifesta la sua resistenza costante contro ogni modello unico.
- XI. Il Mercato storico è una scelta politica.**
È un atto di resistenza quotidiana alla museificazione che vive di interazioni umane e non di sguardi passivi. È uno spazio che chiede di essere usato, comprato e attraversato nel pieno rispetto della fatica di chi, ogni giorno, lo tiene in vita.
- XII. Il Mercato storico è una scelta di lentezza e misura.**
È una forza capace di sottrarre il pensiero all'integralismo della corsa. È la scelta di un'autonomia che non insegue il futuro, ma lo allarga, custodendo le dimensioni essenziali dell'esperienza: la cura, la riflessione e la convivialità, elementi che l'accelerazione distrugge.

A cura di: *Carmen, Anna, Giuseppe, Adele, Alex, Priscilla, Salvatore, Marwa, Halima, Concetta, Nunzia, Carmela, Luciana, Salvo, Gina, Nino, Giuseppe, Mario, Pippo, Salvo, Agata, Carmela, Siria, Felice, Concetta, Pippo, Karim, Maria, Patrizia, Sara, Thomas, Rosario, Elisa, Andrea.*

Conclusioni

Conclusioni

Il percorso di questa ricerca ha preso avvio dal riconoscimento di una lacuna epistemologica e operativa negli studi di design relativa ai mercati alimentari urbani nel contesto mediterraneo, spazi che, benché centrali nella vita collettiva, risultavano indagati in modo frammentario. L'indagine ha inteso rispondere alla domanda centrale su come una lettura progettuale fondata sui principi di prossimità, interdipendenza e cura potesse contribuire a ridefinire il ruolo di questi spazi di fronte alle crisi sistemiche attuali. Per affrontare tale quesito, si è resa necessaria la costruzione di una postura teorica specifica, capace di distanziarsi dai paradigmi lineari dello sviluppo e di abbracciare una razionalità alternativa (Haraway, 2016). Questa è stata individuata nel pensiero meridiano, che valorizza la lentezza, la consapevolezza del limite e la densità simbolica dei contesti, fornendo la chiave epistemologica per l'intera ricerca. Su questo fondamento, il posizionamento disciplinare ha identificato nel design per l'innovazione sociale, e specificamente nei concetti di cura e prossimità, i principi operativi per un agire progettuale inteso come pratica relazionale e abilitante. L'orizzonte della Sitopia (Steel, 2020) ha infine permesso di saldare questo impianto al campo di indagine, assumendo il cibo come matrice relazionale e culturale attraverso cui leggere le ecologie del mercato.

L'analisi empirica comparativa (Capitolo 4) ha delineato le traiettorie divergenti attraverso cui i mercati mediterranei evolvono nel quadro delle crisi sistemiche contemporanee, restituendo una mappa interpretativa capace di chiarire le tensioni strutturali che li attraversano. L'indagine ha individuato un continuum di modelli che vanno dai sistemi civici resilienti, fondati su dinamiche comunitarie e autogenerative, alle configurazioni dominate da logiche estrattive, in cui la dimensione relazionale è sostituita da una funzione prevalentemente economica e spettacolare. Esperienze come Souk el Tayeb a Beirut o i diversi Mercati Contadini (Slow Food, ADEAR13, Mercats de Pagès) hanno dimostrato come il cibo possa ancora operare quale linguaggio comune e dispositivo di risposta civile, capace di generare prossimità e cura anche in contesti di crisi profonda. Il Modelo Barcelona ha illustrato gli esiti di una governance bottom-linked, mostrando la capaci-

tà di integrare con successo prossimità e cura (come nei casi di Santa Caterina e Sant'Antoni), ma anche il rischio di un fallimento funzionale (La Boqueria) quando la pressione della turistificazione satura il sistema. L'analisi dei casi siciliani ha mostrato la densità e la fragilità che accompagnano i processi di trasformazione dei mercati storici. L'approfondimento sul caso studio di Ballarò (Capitolo 5) ha permesso di indagare questa tensione in profondità. È emerso un contesto di governance grigia, dove l'informalità agisce come tacita impalcatura che sostiene una comunità in equilibrio tra vulnerabilità strutturali e una densa rete civica. La lettura sitopica ha rivelato un mercato alimentare segnato da filiere opache e da una crescente ibridazione tra pratiche di sussistenza e consumo turistico, indagine confermata dalle voci degli attori locali che denunciano la transizione da un'economia di sopravvivenza a una macroeconomia turistica estrattiva.

Di fronte a questa complessità, la ricerca ha prodotto tre output progettuali (Parte III). Il primo (OUT1) è un framework diagnostico che integra l'analisi delle tensioni interne (Turistificazione, Prossimità, Identità) con indicatori esterni sul metabolismo urbano definiti con ARPA Sicilia. L'applicazione del framework a Ballarò (Capitolo 6) ha fornito una diagnosi quantitativa precisa: ha misurato il displacement simbolico del mercato, rilevando che la performance identitaria è ormai funzionale all'offerta turistica, superando la funzione di prossimità. L'indagine ha inoltre confermato un collasso della filiera corta, nonché la correlazione tra questa vulnerabilità interna e i deficit infrastrutturali del contesto. Basandosi su questa diagnosi, il secondo output (OUT2) ha sviluppato una proposta di linee Guida strategiche per il mercato di Ballarò (Capitolo 7), orientate a ricostruire la connessione sitopica (la filiera), a rafforzare lo Spazio Plurale (la comunità) e a istituire un Sistema Mercato (una governance bottom-linked e infrastrutture adeguate). Infine, la ricerca si è conclusa con la costruzione di un Manifesto Plurale del Mercato Meridiano (OUT3) (Capitolo 8), esito di un processo dialogico plurale volto a catturare la definizione mancante del concetto di mercato storico. La costruzione del Manifesto ha rappresentato la fase culminante del percorso, poiché ha reso esplicita la dimensione politica e civile del progetto. Questo ha raccolto e tradotto in forma dichiarativa le istanze emerse lungo l'intera ricerca, trasformando il processo conoscitivo in un dispositivo collettivo di enunciazione, restituendo al mercato la propria voce plurale. Il suo valore risiede nella capacità di condensare in un testo performativo il lessico del mercato meridiano, articolato attorno a parole-chiave che rimandano a una visione relazionale dello spazio pubblico: cibo, cura, prossimità, memoria, pluralità.

La conclusione del percorso ha quindi prodotto una conoscenza di

tipo trasformativo: il design è divenuto strumento di rivelazione e mediazione, capace di costruire senso e orientare il cambiamento a partire dalle pratiche quotidiane (Manzini, 2021; de la Bellacasa, 2017). Ciò che emerge è un sapere situato che restituisce al progetto la sua natura riflessiva e politica, inscritta in ecologie complesse di relazioni. La tesi complessiva restituisce pertanto una duplice eredità e un chiaro mandato operativo. In primo luogo, stabilisce una proposta epistemologica che assume il pensiero meridiano (Cassano, 2021) come fondamento per un sapere progettuale capace di riconoscere la densità dei contesti e di agire entro le loro temporalità lente, fornendo una chiave di lettura generativa opposta alla linearità dello sviluppo. In secondo luogo, offre un insieme di strumenti operativi che trasformano il design in una pratica abilitante, orientata a generare coesione e a valorizzare le economie morali dei luoghi, come dimostrato dalla costruzione degli output. In questo cruciale intreccio, la prossimità diviene una condizione generativa, oltre che un principio etico, la quale permette ai mercati di continuare a essere dispositivi civici e culturali, radicati nella vita urbana e capaci di reinterpretare la modernità attraverso la lente della permanenza. La ricerca apre così un orizzonte in cui il progetto accompagna l'evoluzione dei contesti anziché risolverla con modelli esterni, e rigenera le risorse locali anziché sostituirle, trovando il proprio senso nella capacità della conoscenza accademica di ascoltare, tradurre e restituire la complessità dei mondi che studia.

References

- Cassano, F.** (2021). *Il pensiero meridiano*. Gius. Laterza & Figli. (Opera originale pubblicata nel 1996).
- De La Bellacasa, M. P.** (2017). *Matters of care: Speculative ethics in more than human worlds* (Vol. 41). U of Minnesota Press.
- Haraway, D.** (2016). *Staying with the trouble: Making kin in the Chthulucene*. Duke University Press.
- Manzini, E.** (2021). *Abitare la prossimità: Idee per la città dei 15 minuti*. EGEA.
- Steel, C.** (2020). *Sitopia: How food can save the world*. Random House.

Doverosi ringraziamenti

Tu prova ad avere un
mondo nel cuore

e non riesci ad
esprimerlo con le
parole,

e la luce del giorno si
divide la piazza

tra un villaggio che
ride e te, lo scemo,
che passa.

Grazie **Anna Catania** per aver creduto in me molto di più di quanto abbia mai fatto io, per aver sopportato i miei giorni tristi, per avermi aiutata con le mie paure, le mie ansie. Grazie per avermi capita. Grazie per avermi messa in guardia sul mondo. Vollermi bene non era il suo compito, ma me ne ha voluto dal primo giorno. Grazie per aver reso questo percorso meno difficile.

Grazie **Giuseppe Cuffari** per aver accettato di affrontare insieme questo ennesimo percorso, credo fortemente che nelle pubbliche amministrazioni servirebbero più dirigenti così.

Grazie **Massimo Menichinelli** per aver condiviso con me una parte del suo enorme bagaglio, non avrei mai potuto fare scelta migliore. Auguro ad ogni giovane ricercatore un maestro come lui.

Grazie **Ezio Manzini**, fonte di ispirazione e punto di riferimento per la mia ricerca. Grazie per le parole ispiratrici che ha condiviso con me. Grazie per i preziosi consigli per questa tesi. Grazie per ogni volta che ho avuto un dubbio e ho trovato la risposta tra i suoi libri.

Grazie **Nonna Adele**, perché quel 20 ottobre 2023, nel suo ultimo giorno di vita, si preoccupava che tutti stessero in silenzio perché io stavo affrontando l'esame di passaggio al secondo anno di dottorato. Grazie perché nonostante non sapesse di preciso cosa facessi, sapeva che era importante per me, quindi lo era anche per lei. Fino alla fine. Mi manchi.

Grazie **alla mia famiglia**, per aver condiviso con me gioie e dolori. Grazie a mamma Patty, a mio padre, a quella babba di mia sorella, a Dony e Pippo, ad Andrea e alle piccole pulcine Siria, Adele e Sarah. Grazie **ai miei genitori** per aver sopportato i miei risvegli alle 4 del mattino per andare a Palermo. Grazie per le cene preparate a mezzanotte quando rientravo. Grazie perché ci siete stati in ogni giorno di questo percorso. Dolce **mamma**, per sempre grazie per i bigliettini di incoraggiamento nascosti nella borsa del pranzo.

Grazie **Rosario**, mio dolce fidanzato. Grazie per avermi sempre ricordato che in fondo ne valeva la pena, per aver gioito con me ad ogni traguardo, e per avermi consolata quando mi sembrava che niente andasse bene. Grazie per tutte le cene preparate mentre io stavo lì alle 23 ancora a lavoro.

Grazie alle mie belle e pazienti amiche, **Elisa, Valentina, Chiara, Valeria, Claudia, Serena** per

esserci state in questo percorso. Grazie per esserci state anche quando non ci sono stata io. Grazie Chiara per avermi donato la gioia del piccolo **Edoardo**.

Grazie **Salvatore** per aver condiviso insieme questo percorso. Per tutte le volte che non sapere qualcosa era meno preoccupante perché sapevo di poter chiedere consiglio a lui.

Doverosi "disgraziamenti"

Taormina, provincia di Messina, uno dei luoghi più famosi e visitati della regione, dista circa 250 km da Palermo. Il treno per raggiungere Palermo, impiega da Taormina dalle 4 alle 5 ore, implicando almeno un cambio e il tempo della coincidenza. Quei giorni che all'Università finivo alle 18, arrivavo a casa (Sant'Alessio Siculo, 10 minuti da Taormina) alle 23:00, ma solo se il treno non portava ritardi! Con un'ora di attesa a Messina tra la coincidenza PA-ME e la successiva per arrivare in paese. Nello stesso tempo in cui andavo in treno a Palermo (250 km) sarei potuta andare in treno da Roma a Milano (600 km).

Ogni giorno di ricerca, in cui affrontavo il tema della prossimità, di questo avvicinare i servizi, di questa analisi della città delle distanze, mi chiedevo, ne vale davvero la pena? Vale la pena fare ricerca su dei temi così importanti in un luogo culturalmente e strutturalmente così lontano da quello che spero?

Non lo so, davvero non lo so. Ma io almeno ho fatto la mia parte.

