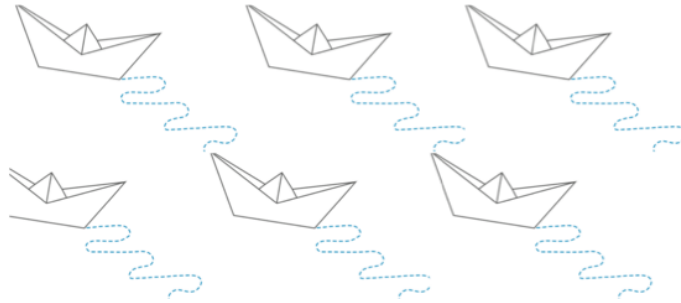


Elezioni Roma 2016



Quello che vogliamo per i mercati rionali

Difendere un patrimonio pubblico e rilanciare i mercati rionali

A cura del gruppo Mercati Rionali di Carteinregola

Nei Municipi di Roma sono presenti oltre 120 mercati rionali – coperti, plateatici attrezzati e su sede stradale o “impropria” - di piccole, medie e grandi dimensioni, di proprietà di Roma Capitale. Ventinove sono le strutture coperte, distribuite nel centro come nelle periferie, che in buona parte versano in uno stato di fatiscenza a causa degli scarsi (o inesistenti) investimenti pubblici per la loro manutenzione e che subiscono una progressiva flessione del numero di operatori. In molti casi gli edifici si trovano in aree prestigiose della città e per questo sono stati in passato oggetto di progetti di interventi privati che li avrebbero ristrutturati – in certi casi abbattuti – per ricavarne cubature immobiliari commerciali, direzionali e residenziali, che ne avrebbero distrutto l’anima e la natura di piazza pubblica, luogo di incontro e cuore dei quartieri. Carteinregola, a cavallo del 2012 e 2013, si è battuta contro le delibere che prevedevano project financing e scambi immobiliari, riuscendo, dopo 4 mesi di presidio in Campidoglio, a fermare i propositi dell’amministrazione. Ma le problematiche dei mercati rionali sono complesse e tuttora irrisolte.

*Abbiamo svolto nel maggio 2015 una ricerca in loco su 29 mercati rionali coperti e 3 plateatici attrezzati, facendo un confronto con la rilevazione del Comune di Roma del 2012. **Gli operatori attivi** rilevati risultano essere 1820 contro i 2240 dell’indagine comunale del 2012, con un calo apparente di circa il 20%. Il calo di operatori per l’insieme dei mercati è stimabile mediamente nel 40% negli ultimi 10 anni.*

***Il canone di concessione di un posteggio o di uno box** oscilla fra 100 e 700 euro/mese. Tutti i mercati hanno attività diverse dall’alimentare (sartorie, tintorie, calzolai, fotocopie, Caf, sportello anagrafe comunale, abbigliamento, casalinghi, regali, elettricisti ecc). Tutti sono dotati di servizi igienici gratuiti per la clientela, pochissimi hanno impianti di climatizzazione.*

*Solo pochi mercati si sono organizzati per tentare di avviare **attività sociali aggiuntive** (mense per bisognosi, corsi di danza, concerti di musica, esposizioni di libri etc) ed hanno sperimentato grandi difficoltà burocratiche, indifferenza degli operatori e anche scarso entusiasmo dei cittadini.*

***La somministrazione diretta di prodotti alimentari**, è episodica, soprattutto perché ostacolata*

da norme e regolamenti che bloccano un fenomeno che sarebbe di grande incentivo alla vita dei mercati coperti e risponderebbe ai bisogni dei cittadini. **L'orario di lavoro** si limita alla fascia 7-14, con poche eccezioni in cui si raggiungono le ore 20, sempre o solo il venerdì.

L'eccessiva facilità nell'ottenere licenze per l'apertura di supermarket e altri esercizi concorrenziali vicino ai mercati, ha senz'altro contribuito a un calo della clientela. **La difficoltà da parte di dirigenti e operatori** a intercettare preferenze e domanda di consumi degli abitanti del territorio di riferimento del mercato.

Il sistema dei bandi di attribuzione delle licenze e dei posti. Promossi dal Comune invece che dai municipi, vengono pubblicati solo ogni tre anni o più e non sono abbastanza versatili per venire incontro alle esigenze dei singoli mercati. Se si considera il meccanismo per cui chi vince può anche non aprire l'attività o aprirla e chiuderla senza restituire la licenza, bloccando così una rotazione che dovrebbe selezionare gli operatori più interessati e motivati, si capisce come si freni a tutti gli effetti l'espansione o la qualificazione di un mercato che invece potrebbe avere richieste per attività diverse, soprattutto da parte di giovani. Manca inoltre un efficace sistema di controllo generale sul rispetto delle regole e su tutto il sistema .

21

La scarsità dei fondi comunali per mantenere le strutture mercatali, spesso fatiscenti e con impianti non a norma, costringe spesso gli operatori ad attivare fondi propri per opere di manutenzione anche straordinaria. In questo quadro, abbiamo constatato, con qualche eccezione, un disinteresse delle istituzioni che non esclude il rischio che prima o poi il Comune decida di ricorrere alla dismissione dei mercati, magari cedendoli a qualche società mista pubblico/privato come il CAR, Centro Agroalimentare Roma, che potrebbe essere il primo passo per la loro progressiva privatizzazione.

Per rendere il mercato non solo un mercato, ma un centro di incontro, di socializzazione, sviluppo di imprenditoria giovanile, formazione, cura del territorio, vicinanza ai cittadini, oltre che sviluppo occupazionale, benessere e qualità del prodotto chiediamo:

- I MERCATI RIONALI DEVONO RIMANERE PROPRIETÀ PUBBLICA Nessuna cessione dei mercati coperti a privati o a società pubblico-private per speculazioni immobiliari che snaturano la struttura mercatale per farne brutte copie di centri commerciali, con un'aggiunta di uffici, negozi, appartamenti

- NUOVA VITA AI MERCATI E' necessario riqualificare le strutture, ma anche riorganizzare l'offerta rendendola più adatta alle esigenze della vita di oggi. Ampliare i servizi offerti e gli orari di apertura.. Diffondere il servizio di acquisto on line e di consegna a domicilio, anche in un nuovo e più moderno rapporto con il Centro Agroalimentare di Roma (C.A.R.).

- PIU' OPERATORI E' necessario semplificare e accelerare le attuali procedure amministrative sia relative alla gestione (trasferimenti, reintestazioni ecc.) sia alla concessione dei banchi rimasti vuoti.

- OFFERTA PIU' QUALIFICATA E DIVERSIFICATA Organizzare corsi di formazione per gli operatori per favorire la crescita verso nuove forme e tipologie di vendita. Mettere in rete i

mercati di Roma con un'offerta di servizi evoluti e strumenti innovativi, tra cui l'e-commerce. Inserire all'interno dei mercati i Centri servizi dell'amministrazione e piccoli ristoranti e introdurre banchi per la vendita di prodotti biologici, di prodotti locali e di prodotti equo-solidali.

- REVISIONE DEL RAPPORTO CON AMA Allestire postazioni per la raccolta differenziata di generi particolari (oli esausti, pile, tessuti, tappi di bottiglia ecc.) e per la preparazione al riutilizzo di rifiuti (in modo da aiutare i cittadini a preparare il materiale di rifiuto per il riciclo).

- MERCATO COME PIAZZA PUBBLICA Ricostruire il rapporto tra mercato e territorio, riorganizzando la struttura per offrire alla cittadinanza e agli operatori spazi per iniziative che possano riallacciare i rapporti tra gli abitanti dei quartieri, rendendola un luogo di incontro soprattutto in quelle zone di Roma dove non esistono più autentici luoghi di

socializzazione.