

MCCM. Mercati Comunali Coperti Milano

Roberto Rizzi, architettura degli interni e allestimento

Le attività commerciali, gli scambi di merci, beni o servizi, sono da sempre fattore generatore di rapporti sociali e strutture urbane.

Gli edifici e i luoghi nei quali si svolgono queste attività, capillarmente diffusi nella rete degli esercizi commerciali al dettaglio, polarizzati nei grandi centri di vendita dei supermercati o dei centri commerciali, o allestiti transitoriamente negli spazi aperti dei mercati ambulanti, hanno seguito nel tempo le trasformazioni della domanda e dell'offerta e stanno da qualche tempo affrontando le sfide aperte dalla digitalizzazione e informatizzazione dei servizi di vendita e consegna e dalla diffusione di forme di consumo consapevole e sostenibile in diretto rapporto con i centri di produzione.

Fra le differenti forme di vendita e tipologie di edifici vorremmo portare la nostra attenzione sui mercati rionali coperti.

Sviluppatasi su una tradizione di lungo periodo fra mercati periodici, ambulanti o di vendita stabile di precise categorie merceologiche, si sono codificati all'inizio del secolo scorso con l'obiettivo pressoché esclusivo di consentire la vendita al dettaglio di beni necessari a prezzi calmierati. In molte città si sono strutturati in una rete di piccoli edifici diffusi sul territorio che, al di là della qualità architettonica, hanno definito polarità figurativamente riconoscibili e capaci di strutturare relazioni sociali, articolazioni urbane, usi condivisi di brani di città.

Stretti tra direttrici di cambiamento diverse se non contrapposte, i mercati coperti vivono oggi condizioni fortemente diversificate, che variano dalla chiusura, alla stagnazione, a dinamiche positive di riqualificazione, che si agganciano a processi di rigenerazione dei quartieri nei quali sono situati o, viceversa, tentano di stimolarli.

Pur nella loro diversità, i mercati coperti esprimono, in realtà o in potenza, una forte rilevanza sociale. Nella rarefazione del commercio di prossimità, essi costituiscono spesso, nel cuore dei quartieri dove sono collocati, un punto di riferimento per l'utenza tradizionale, invecchiata insieme ai quartieri che li ospitano, ma anche per la popolazione immigrata, che non di rado vi trova esercenti, e prodotti, con le medesime origini.

Come molti esempi dimostrano, l'attività commerciale si integra con funzioni diverse, connesse in prima battuta al consumo in loco del cibo e alla valorizzazione di produzioni locali, e poi all'integrazione con le reti dei servizi di prossimità e con le attività culturali promosse dall'ente pubblico e dall'associazionismo. Il progetto di riuso dell'oggetto "mercato coperto" in quanto edificio pubblico ibrido, con il suo intorno spaziale e sociale, offre dunque un terreno di sperimentazione tra politiche urbane e sociali, il rinnovamento sostenibile di parti di città e del loro patrimonio edilizio e la verifica di come nuove strategie commerciali e culturali possano trovare spazi adatti e integrati.

Si propone un lavoro che, a partire dalla conoscenza della rete dei mercati coperti milanesi, individui alcuni edifici campione sui quali intervenire con un progetto che sia capace di identificare un nuovo carattere dell'edificio nel rapporto con lo spazio aperto circostante, ne ridefinisca il programma funzionale (fra vendita di generi alimentari, consumo di cibi, attività culturali e servizi sociali di prossimità) e ne riconfiguri i corrispondenti spazi, accessi e sistemi distributivi con le relative attrezzature e arredi e le necessarie caratterizzazioni materiche e cromatiche, privilegiando soluzioni leggere, flessibili, in grado di adattarsi ad usi differenti in risposta al mutare delle condizioni, secondo una logica che metta in dialogo la maggior rigidità dell'involucro architettonico con gli allestimenti delle differenti attività.

Il lavoro si avvarrà di contributi di altre discipline che verranno precisati in seguito, anche in rapporto con la struttura del Comune di Milano che gestisce i mercati coperti.