

Lo spazio pubblico è l'anima della città; la sua adeguatezza è la rappresentazione fisica del *welfare*, e il commercio è a sua volta indice e presidio della sua vitalità.

Nell'area mediterranea lo scambio assume da sempre una fenomenologia informale legata al rapporto interpersonale diretto, determinante nella formazione della cultura e dell'immaginario delle nostre città. Tanto importante da surclassare spesso la definizione fisico-morfologica del luogo in favore di una interpretabilità ove è la funzione stessa a fare, e a farsi, spazio.

Se è vero che il mercato è una costruzione sociale caleidoscopica e mutevole, costituita da una sostanza fluida ed effervescente alla base della quale c'è la vita comunitaria, è evidente che il luogo che questa vita ospita e rappresenta dovrà essere prima di tutto un luogo relazionale, in grado di dare forma e figura alla ricchezza e alla diversità del tessuto sociale nella pluralità delle sue manifestazioni. Il volume raccoglie gli esiti di una ricerca per la riqualificazione dei quattro mercati plateatici del IX Municipio di Roma, estesa ai rispettivi contesti di riferimento: Vigna Murata, Laurentino, Spinaceto, Tor de' Cenci. È un libro-progetto che nasce dalla richiesta di trasformare questi luoghi in *agorà* contemporanee, una sfida che abbiamo raccolto con entusiasmo, tentando di aprire scenari verosimili e possibili per una città pubblica migliore.

euro 24,00

Fabrizio Toppetti (Todi, 1964) è architetto e professore ordinario alla Sapienza Università di Roma, dove insegna Progettazione Architettonica e Urbana. Tra i suoi libri: *Non è un paese per architetti* (2012), *Architettura al presente. Moderno contiene contemporaneo* (2018), *Dal paesaggio al mondo. Un breviario* (2025).

ISBN 978-88-229-2432-2

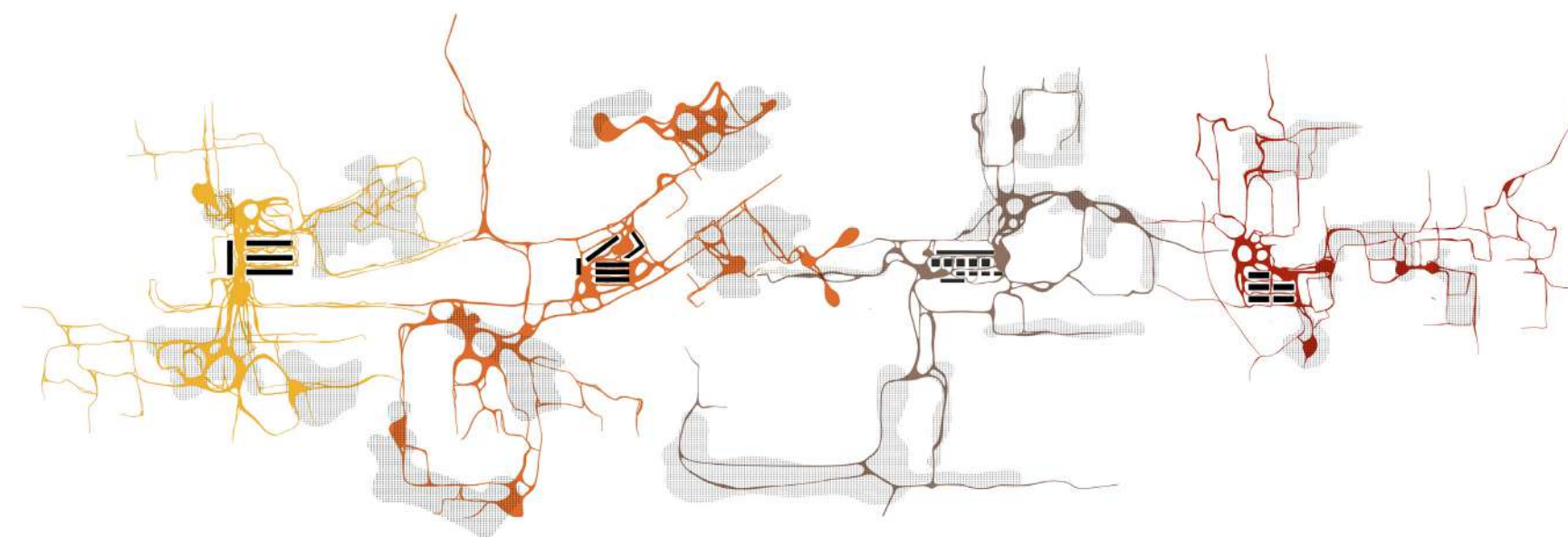


9 788822 924322

Quodlibet

I'm a market
a cura di Fabrizio Toppetti

DIAP PRINT / PROGETTI 30

I'm a marketa cura di
Fabrizio ToppettiRestyling dei mercati plateatici
del IX Municipio di Roma

Quodlibet DIAP PRINT / PROGETTI 30

DiAP Dipartimento di Architettura e Progetto
Direttrice Alessandra Capuano

Sapienza Università di Roma

DIAP PRINT / PROGETTI
Collana a cura del Gruppo Comunicazione del DiAP
Responsabile Manuela Raitano

COMITATO SCIENTIFICO

Roberta Amirante
Carmen Andriani
Pepe Barbieri
Jordi Bellmunt
Renato Bocchi
Gioconda Cafiero
Giovanni Corbellini
Isotta Cortesi
Paolo Desideri
Giovanni Durbiano
Loredana Ficarelli
Nicola Flora
Imma Forino
Luigi Franciosini
Carlo Gasparrini
Paolo Giardiello
Luca Lanini
Sara Marini
Tessa Matteini
Annalisa Metta
Luca Molinari
Gianluigi Mondaini
Alessandra Muntoni
Rosario Pavia
Efisio Pitzalis
Franco Purini
Alessandro Rocca
Andrea Sciascia
Zeila Tesoriere
Marco Trisciuglio
Ilaria Valente
Herman van Bergeijk

Ogni volume della collana è sottoposto alla revisione di referees esterni al Dipartimento di Architettura e Progetto scelti tra i componenti del Comitato Scientifico.

© 2025
Quodlibet srl
via Giuseppe e Bartolomeo Mozzi 23
Macerata
www.quodlibet.it

PRIMA EDIZIONE
maggio 2025

ISBN
978-88-229-2432-2

IN COPERTINA

Studio preliminare dei flussi tra i quartieri e i mercati (elaborazione grafica Giuseppe Geraci).

Questo volume presenta gli esiti di una ricerca progettuale svolta nell’ambito della convenzione tra il Dipartimento di Architettura e Progetto della Sapienza Università di Roma e il IX Municipio di Roma Capitale.

Presidente del IX Municipio, Roma
Titti Di Salvo

Vicepresidente del IX Municipio, Roma
Augusto Gregori

RESPONSABILE SCIENTIFICO
Fabrizio Toppetti

RESPONSABILE UNICO DEL PROCEDIMENTO
Mario Sica

PROGETTAZIONE ARCHITETTONICA E URBANA
Fabrizio Toppetti (coordinamento)
Viola Bertini
Elisa Donini
Giuseppe Geraci
I grafici sono di Elisa Donini e Giuseppe Geraci, le immagini dei progetti sono di Luana La Martina

PROGETTAZIONE TECNOLOGICA E AMBIENTALE
Eliana Cangelli (coordinamento)
Michele Conteduca
Elnaz Benham Kia
Alessandro Coppola
Valerio Fonti
Hassan Zaiter

SERVICE DESIGN
Loredana Di Lucchio (coordinamento)
Mariia Ershova
Miriam Saviano

VALUTAZIONI ECONOMICHE E FINANZIARIE
Francesco Tajani (coordinamento)
Rossana Ranieri

FOTOGRAFIE ORIGINALI
Flavia Rossi

REDAZIONE
Elisa Donini
Giuseppe Geraci

I progetti sono stati sviluppati collegialmente e sono da attribuire ai gruppi di lavoro rispetto alle competenze specifiche, mentre i testi, anche quelli di carattere descrittivo, sono ascrivibili ai singoli autori.

Indice

Presentazioni e introduzione

- 8 IL SENSO DEL CAMBIAMENTO POSSIBILE
Titti Di Salvo
- 10 RINASCITA URBANA. I MERCATI PLATEATICI COME AGORÀ CONTEMPORANEE
Augusto Gregori
- 11 SCENARI POSSIBILI PER I MERCATI DEL IX MUNICIPIO DI ROMA
Alessandra Capuano
- 13 PROSPETTIVE FUTURE PER I MERCATI RIONALI
Mario Sica
- 16 INTRODUZIONE
Fabrizio Toppetti
- 1. Ricognizioni preliminari
- 22 IL CONTESTO
Fabrizio Toppetti
- 35 PERMANENZE URBANE DEL MERCATO COPERTO
Elisa Donini
- 45 IL MERCATO MODERNO COME NON-TIPO DELLA CONTEMPORANEITÀ
Giuseppe Geraci
- 55 TRE MERCATI CONTEMPORANEI
Viola Bertini

2. Verso nuovi mercati

- 68 QUESTIONI DI METODO
Fabrizio Toppetti
- 80 BREVE STORIA DELLA TECNOLOGIA NEL PROGETTO DEI MERCATI
Eliana Cangelli
- 86 PROGETTARE PER LE PERSONE. L'APPROCCIO DEL SERVICE DESIGN AL PROGETTO DEGLI SPAZI PUBBLICI
Loredana Di Lucchio
- 89 USER EXPERIENCE: I MERCATI COME CONTESTI D'USO
Loredana Di Lucchio, Viola Bertini, Mariia Ershova, Miriam Saviano

3. Studi e proposte

- 102 VIGNA MURATA
- 112 LAURENTINO
- 122 SPINACETO
- 132 TOR DE' CENCI
- 142 VALUTAZIONI ECONOMICO-FINANZIARIE
Francesco Tajani, Rossana Ranieri

4. Approfondimenti

- 156 SOSTENIBILITÀ
Michele Conteduca
- 158 ASPETTI AMBIENTALI
Elnaz Benham Kia, Alessandro Coppola
- 164 IL PROGETTO DELLE COPERTURE
Hassan Zaiter
- 170 I BOX
Valerio Fonti
- 174 IL PROGETTO DELL'IDENTITÀ E I SERVIZI PER LA COMUNITÀ
Loredana Di Lucchio, Mariia Ershova, Miriam Saviano

182 Bibliografia

Presentazioni e introduzione

Titti Di Salvo
Alessandra Capuano
Augusto Gregori
Mario Sica
Fabrizio Toppetti

3. Studi e proposte

Fabrizio Toppetti

Viola Bertini

Elisa Donini

Giuseppe Geraci

Francesco Tajani

Rossana Ranieri

Viola Bertini
Elisa Donini
Giuseppe Geraci

STATO DI FATTO

Il contesto. Il mercato plateatico si trova in un'area privilegiata del quartiere costruito grazie alle agevolazioni della legge 167 del 1962. In particolare, l'edificio costituisce un tassello all'interno di un parco pubblico posizionato lungo il viale che interseca a ovest il segno di una grande esedra residenziale, la quale definisce l'ampiezza totale del tessuto. Ne consegue un ambito urbano fortemente riconoscibile, tenuto insieme dai numerosi spazi pubblici e semi-pubblici di pertinenza degli edifici residenziali o esterni, come il parco della Cecchignola, di grande valore ambientale e naturalistico. Considerando il mercato al centro di una circonferenza percorribile a piedi in 15 minuti, nell'area sono presenti edifici scolastici, attrezzature collettive, impianti sportivi e il complesso religioso di Santa Giovanna Antida Thouret. Le fasce basamentali di alcuni edifici residenziali presentano attività commerciali disposte

lungo il fronte stradale o nelle gallerie interne.

Per localizzazione e qualità degli spazi adiacenti, il mercato costituisce un elemento di grande valore per la comunità, non solo per l'acquisto di prodotti, ma anche e soprattutto per il consumo in loco di pasti, vista la presenza di un ampio spazio pubblico e la vicinanza con uffici e luoghi di lavoro. In virtù della presenza di percorsi e spazi pubblici che incoraggiano la camminabilità, la quasi totalità degli utenti si reca al mercato a piedi. Tale caratteristica invita a un ripensamento del mercato come spazio pubblico, migliorando la qualità dei suoi spazi interni e riprogettando i fronti di interfaccia con il quartiere, gli accessi, i percorsi, i parcheggi.

L'utenza. I questionari, somministrati a un campione di 50 persone, attestano la fruizione principalmente pedonale del mercato, confermando la sua attrattività soprattutto per gli abitanti del quartiere. La maggior parte degli utenti – che in misura

considerabile sono fra i 40 e i 60 anni –, nonostante ad oggi frequentano il mercato per lo più giornalmente nella fascia oraria 8:00-12:00 per acquistare prevalentemente alimenti freschi, qualora ve ne fosse la possibilità frequenterebbe spesso il mercato per la pausa pranzo. Il pregio della sua condizione attuale invita perciò a prefigurare un mercato in grado di soddisfare le esigenze della comunità, in particolare quelle legate alla volontà di configurare uno spazio di ritrovo e di ristoro per l'utenza, senza stravolgere impianto e sistema distributivo, ma in relazione diretta con gli spazi pubblici già ben riusciti ad esso adiacenti.

Aspetti tipologico-distributivi. Il mercato assume una forma rettangolare allungata, arretrata rispetto al fronte stradale. Le due gallerie lungo cui si distribuiscono i box non ne permettono una chiara riconoscibilità e soprattutto non garantiscono l'individuazione di spazi per la sosta e per il consumo dei cibi. La relazione con il parco è del tut-



Vista dell'accesso al nuovo mercato.

to assente lungo il prospetto nord, a causa della presenza di un muretto che assorbe il salto di quota, mentre a est e a ovest un doppio sistema di scale riconnette le discontinuità topografiche, ma non permette un'adeguata permeabilità degli spazi.

Il blocco servizi è il primo elemento del mercato visibile dall'asse di via Meldola, si tratta di un corpo seriale e indifferente al contesto, che copre per buona parte l'accesso al mercato e dà origine a due fronti anonimi. Il posizionamento lungo il fronte stradale non arricchisce la caratterizzazione del blocco, e il raddoppio rispetto alla disposizione lineare dei box contribuisce a frammentare l'impianto e l'accessibilità del mercato.

L'attuale recinzione impedisce la permeabilità del mercato durante l'orario di apertura e una più diretta relazione con il parco che lo circonda, oltre a rappresentare un ostacolo visivo che non consente, dal parco e dalla strada, di percepire la distribuzione e l'articolazione spaziale interna. Il mercato appare come un edificio anonimo e indifferente rispetto agli adiacenti spazi e alle emergenze urbane. Inoltre, la posizione della recinzione, non aderente ai box, bensì di poco distaccata, genera sul retro delle attività commerciali spazi di risulta non fruibili e impiegati come depositi.

Le unità commerciali presentano un consistente grado di personalizzazione principalmente esterna, per quanto riguarda l'estetica delle

Diagramma planimetrico del quartiere Vigna Murata nell'ambito dei 15 minuti



Diagramma strategico del quartiere Vigna Murata nell'ambito dei 15 minuti



Sistema degli spazi aperti

Costellazione dei servizi di quartiere

Rete dei flussi pedonali



1



2



3



4



5



6

1. Ingresso al mercato. L'accesso principale si presenta privo di una copertura che possa offrire riparo agli utenti in caso di pioggia o sole intenso. L'assenza di una chiara definizione dello spazio d'ingresso, unita a una gestione poco curata dell'area antistante, penalizza l'accoglienza e la percezione complessiva del mercato, riducendone l'attrattiva e il comfort per i visitatori.

2. Un fronte poco riconoscibile e poco accessibile. Il blocco dei servizi, posizionato sul fronte principale del mercato, interrompe la continuità visiva e funzionale dell'edificio. L'aspetto chiuso e poco curato non comunica la presenza delle attività commerciali, riducendo l'attrattiva del mercato. Inoltre, ostacola l'accessibilità e la permeabilità dell'area, elementi essenziali per un luogo che dovrebbe favorire il flusso di persone e l'interazione con lo spazio pubblico circostante.

3. Spazi interni non utilizzati. Le aree interne, al di fuori delle gallerie commerciali, risultano scoperte e prive di qualsiasi attrezzatura che ne permetta un utilizzo funzionale. La mancanza di arredi o soluzioni adeguate impedisce di destinare questi spazi alla sosta o al consumo sul posto, limitando le possibilità di socialità e il prolungamento della permanenza all'interno del mercato.

4. Accesso piccolo e nascosto. Gli ingressi al mercato sono costituiti da strette scale che ostacolano l'accessibilità per molti utenti, in particolare per le persone con disabilità. Inoltre, la loro posizione defilata li rende poco riconoscibili, mentre la pavimentazione, mal gestita nel passaggio tra spazi pedonali e aree verdi, crea discontinuità visive e funzionali.

5. Spazi per il consumo e la sosta mal organizzati. Le aree destinate alla sosta e al consumo sono poco curate, spesso create in modo informale dai venditori, senza una progettazione coerente, che favorirebbe una fruizione più comoda e funzionale da parte dei visitatori.

6. Recinzioni e fronti secondari. Gli edifici pubblici dovrebbero trattare tutti i fronti con pari importanza, evitando che uno venga relegato a secondario e gestito come magazzino. Questo compromette l'accessibilità e l'integrazione dell'edificio con l'area circostante.

insegne e l'esposizione delle merci. Gli elementi di arredo forniti, quali sedute e pergolati lignei, risultano inadeguati alla fruizione quotidiana. Le coperture sono costituite da strutture in travi reticolari d'acciaio preassemblate, sulle quali i correnti trasversali sostengono teli in PVC. L'uso di tale sistema non garantisce un'adeguata durabilità nel tempo rispetto a opere più complesse e stratificate.

Il sistema di illuminazione – composto da plafoniere a led in parte appese alle coperture delle gallerie e in parte sopra dei box commerciali – è di qualità architettonica molto scarsa e, sotto il profilo impiantistico, presenta numerosi punti di criticità. La pavimentazione in masselli di cemento risulta facilmente deteriorabile ed esige costante manutenzione con aggiunte puntuali che rendono la superficie discontinua e fragile.

Attività. Nel mercato sono presenti 51 box commerciali, il 18% dei quali (9) è attualmente inutilizzato. Il 45% dei box (23) è occupato da banchi alimentari che presentano di norma un fronte – o in pochi casi un fronte raddoppiato – interamente aperto dove è collocato il bancone, talora angolare nel caso di box esposti su due fronti. I banchi per la vendita di frutta e verdura occupano spesso anche parte del camminamento antistante. Il 37% dei box (19) è occupato da attività per la vendita di altre categorie merceologiche, che funzionano perlopiù

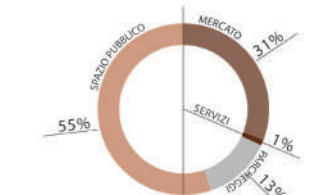
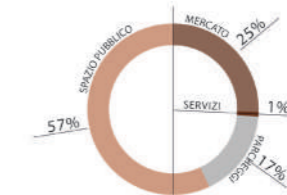
come negozi, con vetrina e porta d'ingresso. Sono già presenti nel mercato alcuni box – gastronomie, pastificio, pizzeria – che offrono un servizio di vendita, degustazione e somministrazione di cibi pronti.

PROGETTO

Strategie insediative. Il nuovo mercato si estende su una superficie totale di 15.472 mq, dei quali 5.058 mq dedicati alle attività di vendita e 9.325 mq destinati a spazio pubblico.

Il nuovo intervento riprende per forma e dimensioni l'assetto preesistente, riconfigurandone però gli ambiti di accesso, gli spazi interni e la copertura. La scelta di mantenere l'area di sedime del corpo di fabbrica preesistente, riproponendo un impianto rettangolare sviluppato in direzione est-ovest, è determinata dalla peculiare condizione che assume il mercato all'interno del quartiere. All'area d'intervento si giunge attraverso i percorsi pedonali esistenti che bordano il fronte su strada e penetrano nel parco. L'area di parcheggio si estende lungo il fronte sud, ricalca la posizione attuale e consente sia il carico/scarico merci che l'accesso diretto per gli utenti che vi si recano con mezzo privato.

Gli ingressi al mercato sono progettati traendo vantaggio dai dislivelli presenti nel sito: lungo il fronte ovest, l'accesso avviene attraverso tre rampe di scale – di cui quella più a sud larga il doppio delle altre (10



ESISTENTE

superficie totale
superficie mercato
superficie blocco servizi
superficie parcheggi
superficie spazio pubblico

14993 mq
4186 mq
150 mq
1225 mq
9700 mq

posti auto

98

PROGETTO

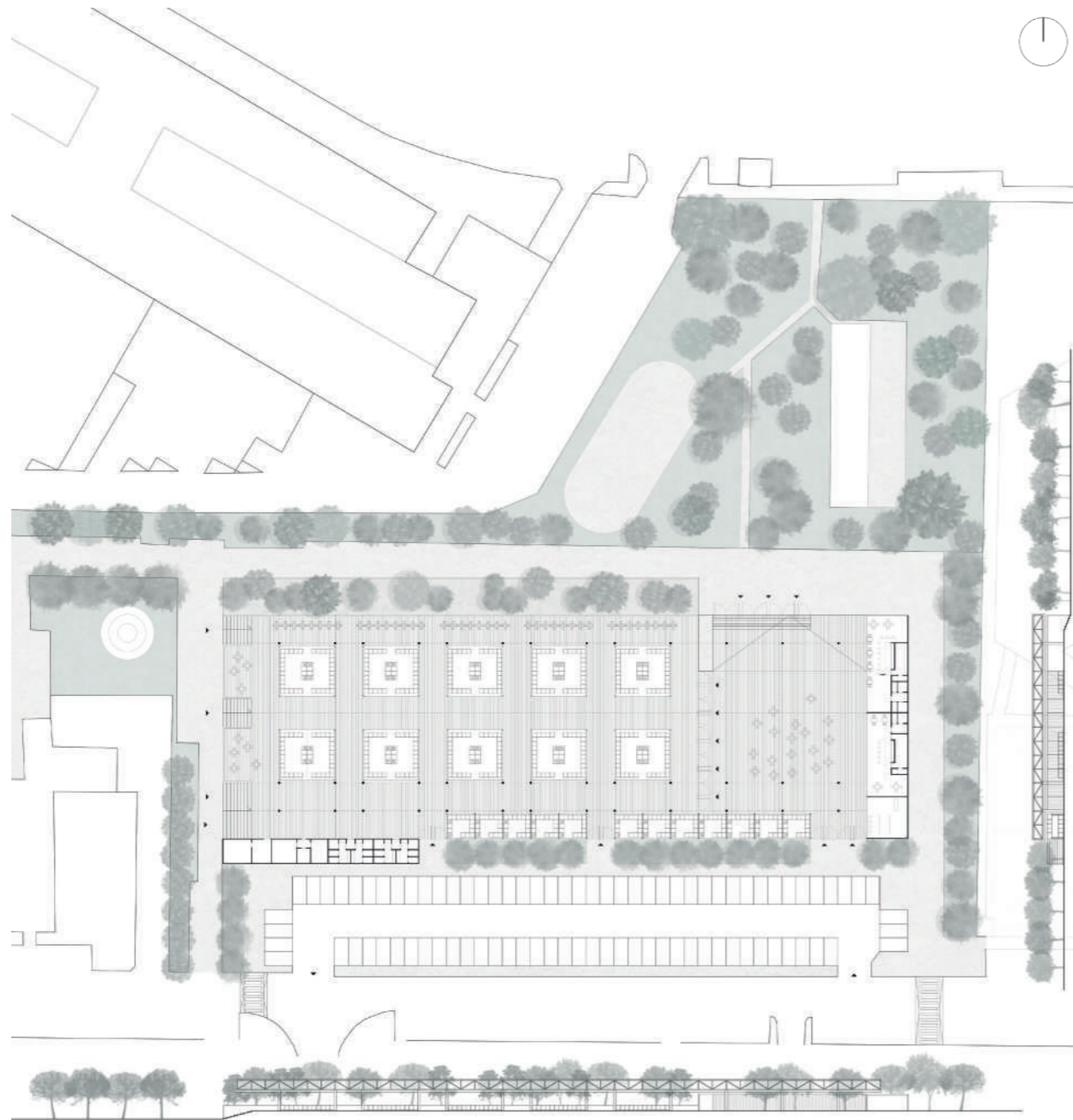
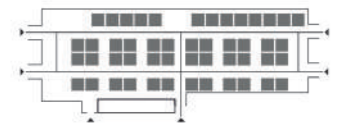
superficie totale
superficie mercato
superficie blocco servizi
superficie parcheggi
superficie spazio pubblico

15472 mq
5058 mq
150 mq
1062,5 mq
9325 mq

posti auto

85





Pianta e sezioni del nuovo mercato

Schemi tipologici del mercato: in alto, stato di fatto; al centro, prima ipotesi di progetto; in basso, seconda ipotesi di progetto. In grigio chiaro sono colorati i banchi aperti e bassi, in grigio scuro i banchi chiusi e alti, in bianco il blocco servizi.

Vista del mercato in orario diurno: tre ampie scalinate conducono alle gallerie commerciali, caratterizzate da box bassi e aperti e da una copertura che filtra la luce.



e 5 m); sul fronte nord, un'ampia gradonata conduce ad una piazza coperta, di pertinenza del mercato stesso e rialzata di 1,5 m rispetto al livello del parco; sul fronte sud, infine, che nella condizione attuale funziona come ingresso principale, si trovano tre accessi puntuali in relazione col parcheggio. A est, un corpo che ospita attività commerciali di ristorazione – aperto verso la piazza coperta e chiuso sul retro – assorbe la differenza di quota tra

il piano stradale a quello del parco. L'impianto di progetto, sebbene morfologicamente analogo a quello attuale, riordina per fasce gli spazi al di sotto della copertura. Le tre scale sul fronte ovest vanno in continuità con i basamenti commerciali degli edifici residenziali prospicienti e definiscono l'ampiezza delle gallerie commerciali interne al mercato. Gli obiettivi dell'intervento sono: elevare la qualità architettonica

del mercato, già posto in un contesto di pregio, e riconnetterlo sia al sistema di servizi e spazi pubblici che si trovano nelle vicinanze – fra i quali la parrocchia di Santa Giovanna Antida Thouret e la sede dell'INAIL, anch'essi posizionati all'interno del parco – sia alle funzioni collettive alla scala di quartiere – fra le quali si contano soprattutto plessi scolastici e sportivi.

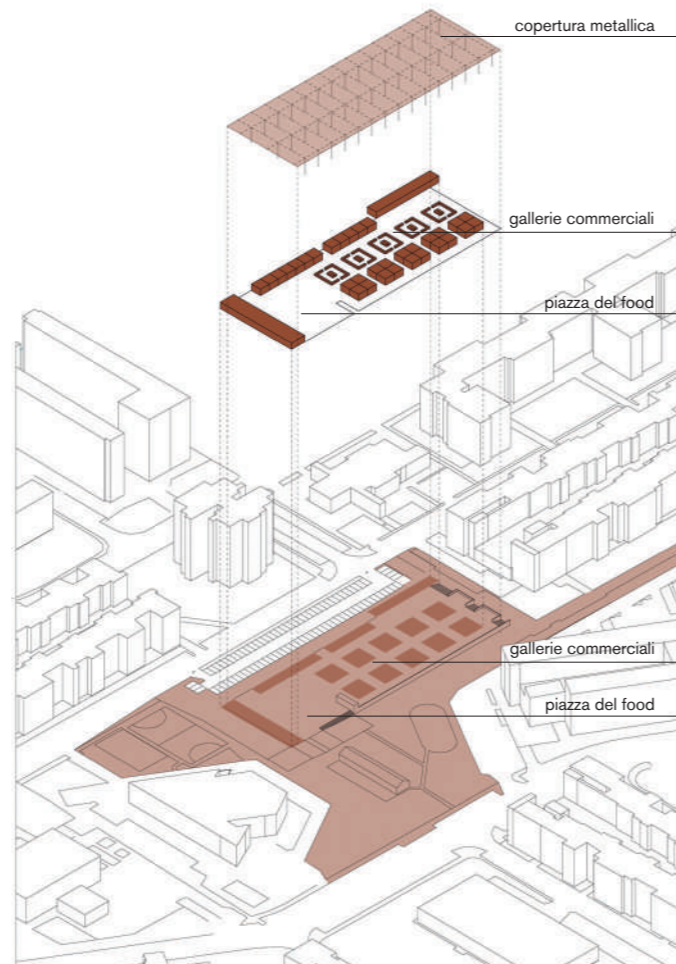
Aspetti tipo-morfologici. Rispetto all'organizzazione esistente, della quale si ricalca l'impianto, il nuovo assetto tipologico razionalizza gli spazi mercatali e stabilisce nuove relazioni con il contesto. I box del mercato vero e proprio occupano la porzione ovest e sono disposti lungo tre gallerie larghe 5 m. La galleria nord affaccia direttamente sul parco e ospita tavoli amovibili per il consumo di alimenti e bevande; essa è bordata da una fascia di *insulae* composte nella prima soluzione progettuale da 4 box chiusi, ciascuno aperto su due fronti e nella seconda da altrettanti banchi bassi e aperti. Una seconda fascia di *insulae*, qui in entrambe le opzioni composte da 4 box commerciali aperti, occupa longitudinalmente la fascia centrale del mercato e si interpone tra la galleria centrale e quella a sud. Il fronte sud è invece bordato dal blocco servizi – che si distingue volumetricamente perché arretrato in direzione dell'area destinata a parcheggio e rispetto al filo della copertura – e da una sequenza di box chiusi, che presentano, fatta eccezione per quelli collocati in corrispondenza degli ingressi, un solo fronte aperto sulla galleria.

In entrambe le ipotesi progettuali la porzione est del mercato è occupata da un'ampia piazza coperta, dedicata al food e concepita come un nuovo spazio pubblico. Tale piazza affaccia sul parco preesistente ed è pertanto interamente aperta con una scalinata lungo il fronte nord;

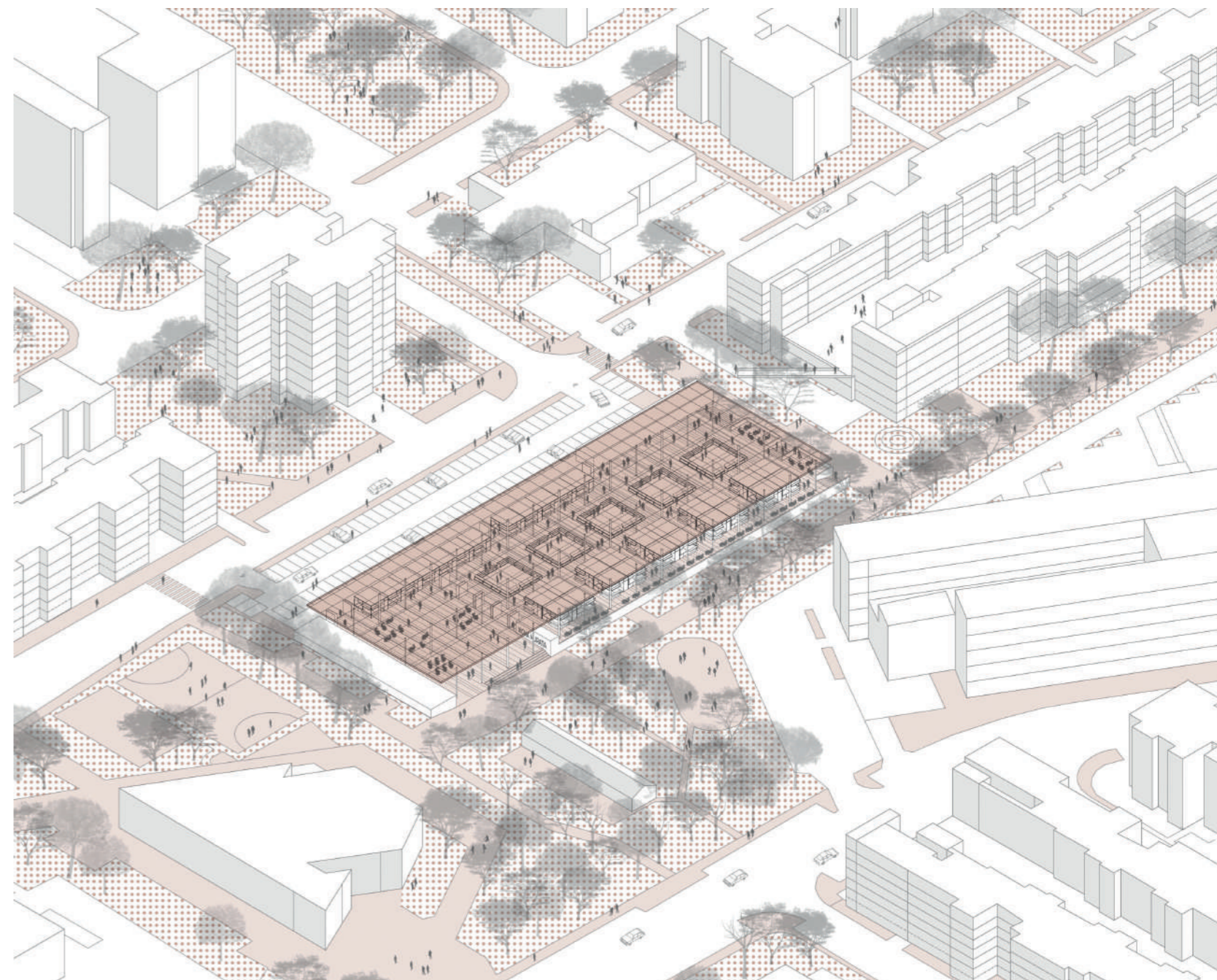
a sud, in direzione del parcheggio, essa presenta un ampio ingresso fra i box; a est, chiude lo spazio un volume commerciale con profondità di 7,5 m. La nuova piazza sopraelevata si distingue dalle gallerie commerciali come ambito dedicato al consumo di alimenti e spazio di ritrovo e di sosta, anche durante le ore serali.

I due ambiti, seppur distinti per articolazione e funzione, sono parti costitutive della nuova architettura, a sua volta composta da due elementi principali: i box di due tipologie e i pilastri a sezione circolare che sostengono la copertura. Per quest'ultima si propongono due soluzioni alternative: l'una piana, sottile, opaca o traslucida, elevata a 7,5 m dal piano di calpestio; l'altra spessa e reticolare, a 5,5 m da terra e rivestita da pannelli metallici ipotizzati con diversi gradienti di trasparenza. La copertura presenta sbalzi più generosi sui fronti ovest, sud ed est, mentre rimane a filo del perimetro del mercato sul fronte nord.

Prende parte all'insieme il sistema di recinzioni, costituite da elementi dotati di molteplici possibilità di apertura, a seconda della tipologia di spazi e degli orari della giornata. Un fronte continuo divide le gallerie dalla piazza, chiude la parte destinata a mercato e rende la piazza del food autonoma, ponendola in un rapporto di continuità con il parco.



Esploso assonometrico del nuovo mercato



Assonometria del nuovo mercato