



VALORIZZARE E PROMUOVERE I MERCATI ALIMENTARI NELL'AREA MEDITERRANEA



Gabriel Cazado/Mercats de Barcelona

Il Mar Mediterraneo è stato la culla di numerose culture e civiltà. L'idea di Europa come luogo comune è nata sulle sue coste. Da tempi remoti questo mare chiamato "mesogeios" (che significa "fra le terre" in greco antico) è servito per creare reti e vincoli di unione fra popoli e nazioni.

La creazione di mercati sulle coste del mare risale ai tempi degli antichi Fenici, dei Greci e dell'Impero Romano. Oggigiorno, il commercio nei mercati è molto simile a ciò che è sempre stato e fa parte del caratteristico stile di vita mediterraneo, un modello unico di dieta sana e stile di vita basato sul consumo di prodotti locali freschi venduti nei mercati.

Ancora oggi, nel XXI secolo, i mercati rivestono un ruolo centrale e costituiscono un elemento fondamentale della vita urbana nelle città mediterranee, svolgono inoltre un ruolo attivo in quanto motori commerciali e, al tempo stesso, istituzioni sociali.

IL PROGETTO MEDEMPORION

Le città di Barcellona, Torino e Genova, insieme all'associazione Conservatoria del Piemonte e al *Conservatoire des Cuisines Méditerranéennes*, hanno lanciato il progetto **MedEmporion** per conoscere e

mettere in comune idee e attività e rafforzare così la collaborazione individuando le migliori soluzioni e i migliori modelli per il futuro del mercato.

Nel contesto dell'iniziativa **MED** dell'Unione europea, nei prossimi due anni il progetto **MedEmporion** creerà una rete fra i mercati dell'area mediterranea al fine di identificare e trasferire le migliori prassi di gestione e modernizzazione degli stessi ■

IL PROGRAMMA MED DELL'UE

Il programma **MED** è un programma transnazionale di cooperazione territoriale europea.

È finanziato dall'Unione europea ed è uno strumento della politica regionale. Esso porta avanti la tradizione dei "Programmi europei per la cooperazione" (in passato chiamati INTERREG). Sviluppa l'obiettivo di cooperazione territoriale europea per il periodo 2007-2013. Lo scopo del programma **MED** è quello di finanziare iniziative transnazionali tenendo conto delle linee strategiche comunitarie per la coesione, le strategie nazionali strutturali degli Stati membri, le specificità, le esigenze e i potenziali specifici dell'area mediterranea.

OBIETTIVO PRINCIPALE

Migliorare la capacità dell'area mediterranea di competere sulla scena internazionale al fine di garantire la crescita e l'occupazione per le prossime generazioni, sostenendo la coesione territoriale e intervenendo in materia di protezione dell'ambiente e di sviluppo sostenibile.

Il programma **MED** ha identificato: quattro priorità specifiche, fra cui la quarta è la priorità in cui si inserisce il nostro progetto (promozione di uno sviluppo policentrico e integrato dello spazio mediterraneo). In questo asse 4, il progetto **MedEmporion** rientra nell'obiettivo 4.2: rafforzamento dell'identità e miglioramento delle risorse culturali per una migliore integrazione dello spazio mediterraneo ■



IL PROGETTO MEDEMPORION

Il progetto **MedEmporion** è un'iniziativa promossa e guidata dalle città di Torino, Barcellona e Genova, insieme alla Conservatoria del Piemonte e al *Conservatoire des Cuisines Méditerranéennes* di Marsiglia. L'obiettivo generale del progetto è quello di studiare l'importanza dei mercati alimentari nell'area mediterranea come strumento di sviluppo urbano e promozione economica e di intraprendere una ricerca sull'importanza dei prodotti locali e sul ruolo del mercato come strumento di coesione sociale.

OBIETTIVI

- Identificazione dei potenziali e dei valori comuni dei mercati della zona del Mediterraneo come elementi chiave nel commercio e nell'articolazione delle popolazioni.
- Promozione dei prodotti alimentari locali e promozione del rapporto fra campagna e città: sostenibilità, slow food, sovranità alimentare.
- Miglioramento della responsabilità sociale dei mercati nel loro ambiente sociale.
- Creazione di una rete di scambio di buone prassi, formulazione di raccomandazioni e guide per migliorare il commercio e gli scambi.

ATTIVITÀ

- Organizzazione di quattro festival alimentari a Marsiglia, Torino, Barcellona e Genova per diffondere la realtà dei mercati mediterranei, i loro valori e i loro prodotti caratteristici fra il grande pubblico e consentire un contatto fra i commercianti dei mercati e gli operatori delle regioni che circondano l'area mediterranea.
- Avvio di quattro progetti pilota per sperimentare nuove strategie volte ad incrementare le iniziative di coesione sociale dei mercati alimentari e la responsabilità sociale.

• Sviluppo di due studi: uno sulla presenza dei prodotti locali nei mercati e un altro sulle sfide e le opportunità dei mercati mediterranei.

• Creazione di una pagina web dei mercati dell'area mediterranea, con informazioni utili che si potranno consultare anche dopo la fine del progetto.

• Pubblicazione di una guida di standard di qualità e di una raccolta di buone prassi per migliorare la gestione quotidiana dei mercati.

• Elaborazione di un documento di proposte per una politica sui mercati rivolto alle autorità europee e locali competenti.

RISULTATI ATTESI

• Diagnosi della situazione dei mercati nella zona **MED** e nell'area mediterranea in generale: dimensioni, situazione attuale e identificazione di buone prassi e opportunità mediante uno studio di base.

• Concettualizzazione del mercato mediterraneo come spazio di relazione, incontro, scambio, lavoro e ricerca. Identificazione di opportunità.

• Creazione di una rete di mercati dell'area mediterranea per lo scambio di buone prassi fra gli agenti di commercio, gli operatori e i commercianti.

• Creazione di un ambito di scambio commerciale fra i mercati partecipanti.

• Miglioramento della gestione dei mercati con l'applicazione di buone prassi dei quattro progetti pilota attuati a livello locale.

• Aumento dell'importanza dei mercati nell'agenda politica.

• Maggiore sensibilizzazione e interesse per l'importanza dei prodotti freschi e dei prodotti locali sul mercato, nell'ambito della politica sanitaria, della tutela dell'ambiente e della sovranità alimentare ■

ATTIVITÀ

STUDI

Sono in corso di realizzazione due studi accademici nell'ambito del progetto **MedEmporion**:

STUDIO GLOBALE SUI MERCATI MEDITERRANEI

Uno studio globale e dettagliato sull'attuale situazione dei mercati nell'area mediterranea. Questo studio analizzerà le condizioni, le sfide e le opportunità dei mercati, e presenterà soluzioni e proposte per la situazione attuale. Lo studio seguirà un approccio integrato, tenendo presenti i punti di vista tecnico, economico, di integrazione sociale e promozione del turismo.

L'analisi terrà conto dell'intera realtà dei mercati mediterranei, per giungere ad un approccio più globale e completo. In quanto tale, tutta l'area mediterranea sarà considerata un ambito di lavoro.

STUDIO DELL'ORIGINE DEI PRODOTTI DEI MERCATI LOCALI

I prodotti locali tradizionali sono venduti insieme a molti altri prodotti dello stesso tipo provenienti dall'estero. La percentuale di alimenti prodotti e commercializzati a livello locale si è ridotta drasticamente negli ultimi anni, anche per quanto riguarda le categorie di prodotti freschi.

Questo studio analizzerà da dove provengono i prodotti, e secondo quali modalità, e si concentrerà sull'importanza di garantire prodotti locali ai mercati alimentari per un'economia sostenibile. Lo studio, inoltre, aumenterà la consapevolezza della sovranità alimentare nell'ambito dell'attività dei mercati.

PROGETTI PILOTA

Il progetto **MedEmporion** comprende l'organizzazione e l'attuazione di quattro progetti pilota, uno in ogni principale città del progetto.

Il loro obiettivo principale è quello di sviluppare delle iniziative per sperimentare nuove strategie volte a rendere i mercati più competitivi e vincolati alla loro comunità e più attivi come strumenti per la coesione e l'integrazione sociale. In altre parole, sperimentare nuove strategie su come approfondire la responsabilità sociale dei mercati nei confronti della comunità a cui appartengono.

Lo sviluppo del progetto pilota studierà l'importanza della cooperazione e dell'interazione con le associazioni locali e le associazioni di quartiere.

Ogni progetto pilota è organizzato a livello locale, ma i risultati e le attività di ciascun progetto saranno discusse e condivise da tutti i partner **MedEmporion**. Il loro successo ed anche le loro difficoltà aiuteranno altri mercati a raggiungere risultati simili.

FESTIVAL

Uno dei maggiori eventi ed un'importante attività del progetto **MedEmporion** è l'organizzazione di quattro festival dei mercati alimentari, uno in ogni principale città del progetto.

I festival abbracciano un ampio ventaglio di eventi e attività:

- Un festival di mercati alimentari, con prodotti provenienti dall'area mediterranea e presentati dai produttori.
- Nei mercati, i commercianti potranno interagire con i clienti attirando la loro attenzione sulla freschezza e sulla qualità dei prodotti mediterranei in vendita e sull'importanza di mangiare alimenti locali, freschi e sani.
- A tutti i clienti e gli abitanti del quartiere che visiteranno il mercato saranno distribuite informazioni sulla storia e sull'importanza, ancora oggi, della dieta mediterranea e della cultura del mercato.
- Chef mediterranei insegneranno come cucinare i piatti mediterranei più famosi.
- Si terranno conferenze con la partecipazione di produttori, commercianti, operatori di mercati e autorità per presentare ricerche, progetti pilota ed altre iniziative intraprese attualmente nell'area mediterranea per promuovere e rivitalizzare i mercati alimentari e i mercati coperti ■



PROJETE MEEMPORION

BARCELONA



Barcellona ha una rete di 46 mercati, 40 dei quali coperti. Sono di proprietà della città e vengono gestiti attraverso l'Istituto municipale dei mercati (Institut Municipal de Mercats, IMMB). Attualmente, i mercati di Barcellona stanno vivendo un processo di rinnovamento per aggiornare le loro strutture, la logistica e i servizi. Il processo di rinnovamento trasforma i vecchi mercati in moderni centri commerciali dove i clienti possono acquistare, secondo un modello 'dell'one-stop shopping', tutto ciò di cui hanno bisogno per la casa, la cucina ed altro. Mantenendo l'aspetto tradizionale dei mercati, organizzati con bancarelle e secondo il principio del servizio diretto e personalizzato, i mercati coperti stanno includendo parcheggi sotterranei e gallerie per caricare le merci, camere frigorifere e depositi per ogni bancarella, e nuovi servizi come ad esempio la consegna a domicilio, le tessere fedeltà e le zone wi-fi.

TORINO



Fra le altre particolarità di Torino vi è, senza dubbio, il gran numero di mercati urbani. Il più importante è il mercato di Porta Palazzo, il cuore del centro storico della città, che è sempre stato un crogiolo di culture a Torino. Oltre a questo, altri 46 mercati, grandi e piccoli, forniscono ogni giorno più del 60% della frutta e della verdura e, ovviamente, tutti gli altri prodotti alimentari e non.

In particolare, negli ultimi anni, la città di Torino è diventata un luogo di eccellenza gastronomica, con la riscoperta delle tradizioni e la collaborazione con imprese, istituzioni e singoli: fra tutti Slow Food, il nuovo centro EATALY, la fiera di Terra Madre con il Salone del Gusto e il Food Market Festival di Torino.

GENOVA



Genova, capoluogo della Liguria, sorge al centro dell'omonimo golfo. È stata chiamata la "città delle città" ed anche la "città dei contrasti", città di mare e montagna, di industrie e servizi, di artigianato e affari, nella quale hanno sempre convissuto diverse culture. Genova è una città ricca di contrasti, bastano pochi passi per trovarsi immersi nel suo glorioso passato o percorrere la strada di nuovi audaci simboli di una città con lo sguardo rivolto al futuro.

La gastronomia della Liguria e di Genova ha delle caratteristiche tipiche di questa zona e della creatività dei suoi abitanti. I genovesi, infatti, hanno una cucina semplice ricca di verdure ed erbe aromatiche, e fanno ampio uso di olio d'oliva: questi elementi, insieme, danno vita a deliziosi piatti non soltanto ricchi di sapore ma, al tempo stesso, anche molto naturali e affascinanti.

CONSERVATOIRE DES CUISINES MÉDITERRANÉENNES

Il Conservatoire è sorto nel 1999 nella zona di Bouches du Rhône a seguito di una decisione della giunta cittadina di creare una nuova rete euromediterranea dedicata al patrimonio gastronomico, turistico e culturale dei paesi mediterranei: *Le Conservatoire International des Cuisines Méditerranéennes* (CICM).

Il Conservatoire è composto da organizzazioni territoriali e professionali, università ed anche singoli di prestigio. Il suo principale obiettivo è quello di rafforzare la conservazione e la promozione dei prodotti alimentari e delle cucine mediterranee. Il Conservatoire sostiene anche lo sviluppo dell'agricoltura e del turismo sostenibile e intraprende iniziative nel campo dell'educazione alimentare.



CONSERVATORIA DEL PIEMONTE



La *Conservatoria delle Cucine Mediterranee* del Piemonte è un'associazione no-profit nel campo della ricerca e della promozione di prodotti locali, dell'artigianato, dei mercati, della cucina di qualità e, più in generale, del patrimonio gastronomico, del turismo e dello sviluppo culturale dei paesi mediterranei. La sua attività si incentra in particolare sull'agricoltura biologica e rispettosa dell'ambiente, sulla qualità alimentare e sul rapporto prezzo-qualità-sostenibilità economica degli alimenti nel contesto del concetto globale di sostenibilità ambientale.

I suoi obiettivi generali sono: sostenere la produzione di tecniche volte a conservare la biodiversità e le risorse naturali, le pratiche agricole rispettose dell'ambiente e l'agricoltura biologica; respingere gli OGM; prestare particolare attenzione alle risorse di montagne e colline pedemontane.

MedEmporion
BARCELONA · TORINO · MARSEILLE · GENOVA

Av. Icària, 145-147, 4a pl
08005 Barcelona
Tel. (+34) 93 402 70 00

www.medemporion.eu
medemporion@medemporion.eu