



AVVISO PUBBLICO DI MANIFESTAZIONE DI INTERESSE FINALIZZATO ALL'INDIVIDUAZIONE DI OPERATORI ECONOMICI DA INVITARE ALLA SUCCESSIVA PROCEDURA NEGOZIATA AI SENSI DELL'ART. 187, COMMA 1, DEL D.LGS. 36/2023, PER L'AFFIDAMENTO DELLA GESTIONE IN CONCESSIONE DEL MERCATO AGRICOLO DI LARGO DI LARGO MANNI ATTRAVERSO UNA VALUTAZIONE DI PROPOSTE PROGETTUALI

Allegato - PROGETTO DI FATTIBILITA'

Il Comune di Terni è proprietario del Mercato Comune sito in Largo Manni, costruito nell'anno 2011 nell'area comunale censita al Catasto Fabbricati foglio 117 particella 890, quale struttura commerciale inserita all'interno del Programma Urbano complesso PUC 2.

Il Mercato situato al Centro Storico della città, rappresenta un punto di riferimento per l'attività di vendita giornaliera di prodotti agro alimentari;

Dal momento della realizzazione dell'opera, conclusa nell'anno 2012, il Mercato ha subito un costante e progressivo declino vedendo progressivamente ridursi il numero degli operatori in esso presenti, orientati verso forme di vendita più moderne ed efficienti registrando al contempo un calo di interesse da parte della collettività;

Il luogo del Mercato Coperto deve essere inteso quale luogo deputato a svolgere un ruolo di eccellenza nell'ambito del processo di riqualificazione del Centro Città assumendo un ruolo privilegiato all'interno del sistema delle attività commerciali, generando maggiore senso di appartenenza al luogo ed imprimendo dinamicità e valore al centro stesso.

L'idea è quella di dare un nuovo volto al Mercato Coperto che conservi ed integri essenzialmente la funzione mercatale con quella ricreativa-culturale, sviluppandone il significato in chiave più moderna ed attuale, anche mediante l'inserimento di alcune funzioni complementari, attraverso l'organizzazione di eventi di promozione dei prodotti tipici e divulgazione delle buone pratiche alimentari. Si rileva inoltre particolare interesse sulle produzioni locali a Km 0, sui prodotti tipici e di tutta l'eccellenza della produzione enogastronomica del territorio.

Considerato che è obiettivo di questa amministrazione:

1. promuovere politiche volte al rinnovo generazionale anche attraverso la ricerca e la selezione di imprenditori interessati alla valorizzazione del tessuto commerciale del territorio;
2. adottare politiche innovative e formule commerciali al passo con una nuova strategia di sviluppo mercatale introducendo elevati standard qualitativi e tipologici di offerta dei prodotti tipici locali DOP, IGT, DOC, incrementando le attività offerte;
3. promuovere tematiche collegate alla cultura del cibo, della salute e dell'ambiente;

4. individuare all'interno della struttura uno spazio di coworking con l'obiettivo di ospitare, accelerare e incubare start up operanti nei settori dell'agrifood.

E' necessario prevedere in via prioritaria, di affidare in concessione ad imprenditori agricoli in forma singola o associata, una più efficace conduzione dell'intera struttura mercatale, anche in sinergia con gli operatori esistenti, ivi compresa l'organizzazione di iniziative ed eventi che possano incrementare l'attrattività della struttura e valorizzare l'offerta commerciale, con particolare riferimento ai prodotti tipici locali e ai prodotti di filiera corta;

Tenuto conto di quanto stabilito dalla Legge 17 maggio 2022, n. 61, recante "Norme per la valorizzazione e la promozione dei prodotti agricoli e alimentari a chilometro zero e di quelli provenienti da filiera corta", volta a valorizzare e a promuovere la domanda e l'offerta dei prodotti agricoli e alimentari a chilometro zero e di quelli provenienti da filiera corta, favorendone il consumo e la commercializzazione e garantendo ai consumatori un'adeguata informazione sulla loro origine e sulle loro specificità, prevede infatti che i comuni riservino agli imprenditori agricoli e agli imprenditori della pesca e dell'acquacoltura marittima e delle acque interne, singoli o associati in cooperative, esercenti la vendita diretta dei prodotti agricoli e alimentari, almeno il 30 per cento del totale dell'area destinata al mercato;

In considerazione del fatto che nella medesima Legge 17 maggio 2022, n. 61, si stabilisce che i comuni, nel caso di apertura di mercati agricoli di cui all'articolo 22 della legge 28 luglio 2016, n. 154, possono riservare agli imprenditori agricoli, singoli o associati in diverse forme di aggregazione, esercenti la vendita dei prodotti agricoli e alimentari a chilometro zero e di quelli provenienti da filiera corta, appositi spazi all'interno dell'area destinata al mercato;

Tali disposizioni di legge sono state già recepite, nei loro principi generali, nel Regolamento del mercato comune di Largo Manni, come novellato dalla deliberazione di CC n.39 del 27.03.2023; risulta quindi necessario procedere alla attuazione di quanto stabilito, predisponendo i criteri e definendo le procedure per l'individuazione, dei concessionari in forma associata e del gestore dei servizi accessori del mercato;

La concessione di cui trattasi dovrà, in via generale, contribuire a riqualificare il tessuto economico e sociale

del centro storico mediante l'incentivazione e la valorizzazione di prodotti locali e servizi innovativi.

È in particolare intenzione dell'Amministrazione Comunale realizzare un format che faccia del mercato coperto di Largo Manni un Hub dedicato alla produzione, al commercio, alla somministrazione e al consumo di prodotti agroalimentari, in grado di promuovere al suo interno attività formative, creative, espositive e divulgative della cultura artigianale e delle eccellenze enogastronomiche della città e del territorio. La futura gestione dovrà sviluppare diverse aree tematiche, che rappresentano driver culturali di tendenza, finalizzate anche alla promozione del turismo e di attività di intrattenimento ed educazione: benessere personale legato all'attenzione al biologico e alla domanda di cultura e conoscenza sul cibo e alla produzione artigianale, industriale e agricola locale, con spazi di co-working dedicati al tema; benessere collettivo e tutela dell'ambiente e quindi attenzione al Km 0 e all'ecosostenibilità; nuove logiche di offerta in termini di specializzazioni e personalizzazione del consumo; comunicazione *in-store* finalizzata al racconto dei prodotti, realizzata con l'ausilio della tecnologia.

Il concessionario dovrà provvedere a individuare, selezionare e, successivamente, coordinare le attività che verranno ivi insediate, in modo che lo stesso compendio immobiliare possa contribuire a riqualificare il tessuto economico e sociale del centro storico mediante l'incentivazione e la valorizzazione di prodotti locali e servizi innovativi.

Il progetto di valorizzazione del mercato dovrà quindi essere sviluppato attraverso una serie di interventi – da dettagliare in fase di proposta progettuale definitiva – che devono garantire il raggiungimento dei seguenti obiettivi, per i quali – secondo i criteri riportati nell'avviso – verrà effettuata una valutazione da parte della commissione in sede di procedura di affidamento:

- **Valorizzazione del mercato nel suo insieme (parte agricola e parte commerciale), attraverso:**
 - Apertura del mercato agricolo per almeno 3 giorni/settimana:
 - Mantenimento, abbellimento, e cura delle aiuole e del verde esterno:
 - Organizzazione servizio interno di pulizia compresi i servizi igienici:
 - Organizzazione servizio portierato
 - Iniziative di pubblicizzazione tramite social, manifesti pubblicitari, annunci radiofonici
 - Installazione impianto videosorveglianza

Massimo numero di box liberi inclusi nella proposta di riorganizzazione e nella richiesta di concessione

Differenziazione dell'offerta commerciale

Sostenibilità ed economicità della proposta, attraverso un piano economico finanziario che minimizzi i tempi di ammortamento

Promozione dei prodotti di qualità (etichettatura dei prodotti, cartellonistica esplicativa e infografica presso i punti vendita, marchiatura di qualità, informazione e formazione degli operatori ecc...)

Promozione dei prodotti di filiera corta, con iniziative finalizzate alla promozione dei prodotti di filiera corta (a titolo di esempio: etichettatura dei prodotti, cartellonistica esplicativa e infografica presso i punti vendita, marchiatura di qualità, informazione e formazione degli operatori ecc...)

Promozione dei prodotti tipici del territorio, attraverso iniziative finalizzate alla promozione dei prodotti del territorio (a titolo di esempio: etichettatura dei prodotti, cartellonistica esplicativa e infografica presso i punti vendita, marchiatura di qualità, informazione e formazione degli operatori, promozione delle cultivar locali ecc...)

Iniziative di divulgazione delle corrette pratiche alimentari, attraverso iniziative finalizzate alla promozione dei prodotti del territorio (a titolo di esempio: etichettatura dei prodotti, cartellonistica esplicativa e infografica presso i punti vendita, marchiatura di qualità, informazione e formazione degli operatori, promozione delle cultivar locali ecc...)

Eventi e iniziative che possano incrementare la vendita, anche in occasione di eventi, ricorrenze cittadine e giornate festive in grado di attrarre visitatori nel centro storico (Natale, San Valentino, fiere storiche cittadine, domeniche tematiche ecc..)

Organizzazione del mercato per favorire l'inclusione sociale, attraverso iniziative o allestimento finalizzato all'inclusione sociale e alla accessibilità e alla fruibilità del mercato (eliminazione barriere architettoniche, allestimenti che facilitino l'inclusione sociale, spazi di ristoro e di sosta, assistenza, consegna a domicilio, prenotazioni delle merci ecc..)

Organizzazione logistica e operativa per favorire gli accessi pedonali al mercato (attività promozionali, informazioni sul servizio di TPL, organizzazione di consegne a domicilio, organizzazione e flessibilità degli orari di vendita ecc..)

Accordi con operatori commerciali delle aree limitrofe per incrementare l'attrattiva commerciale in sinergia, attraverso iniziative o accordi finalizzati a promuovere il mercato nel contesto commerciale della zona (iniziative promozionali, pannelli informativi indicanti le altre attività commerciali presenti nella zona, accordi con gli altri operatori del mercato, ottimizzazione e flessibilità degli orari di vendita, organizzazione di consegne a domicilio in accordo con altri operatori ecc..).

