



Stefano Lappe

Consigliere comunale della Città di Locarno
Presidente della Sezione PLR Locarno

Orlando Bianchetti

Consigliere comunale della Città di Locarno
Vice-Presidente della Sezione PLR Locarno

Lodevole
Municipio della Città di Locarno
Piazza Grande 18
CH-6600 Locarno

Locarno, 21 aprile 2026

Interrogazione (art. 65 LOC, art. 35 Regolamento comunale di Locarno)

Meno Cina e più Ticino – Per un mercato degno di Locarno

Signor Sindaco, signore e signori Municipali,

a quasi un anno dalla nostra interpellanza del 18 maggio 2025 sul mercato settimanale cittadino, la situazione osservabile in Piazza Grande e negli spazi interessati dal mercato non appare migliorata. Al contrario, quanto visto recentemente sia in occasione del mercato ordinario del giovedì, sia in occasione del mercato straordinario di Pasqua, induce a ritenere che il mercato cittadino versi in una situazione di progressivo degrado.

A. Attuazione marginale degli impegni preannunciati dal Municipio

Nella risposta fornita dal Municipio alla nostra interpellanza di quasi un anno fa si faceva riferimento, tra l'altro, alla volontà di promuovere progressivamente l'utilizzo delle nuove bancarelle, di favorire la sostituzione delle coperture esteticamente meno adeguate, di migliorare la selezione degli espositori abituali, di coinvolgere maggiormente artigiani e produttori del territorio, nonché di definire una strategia accompagnata da un piano di comunicazione entro l'inizio dell'anno successivo, o verosimilmente già entro l'autunno.

A distanza di quasi un anno, tali intendimenti sembrano essersi tradotti solo in misura limitata in risultati concreti, visibili e strutturati. La situazione attuale suggerisce pertanto che il percorso di rilancio non abbia ancora trovato la sua attuazione, né sul piano estetico e identitario, né sotto il profilo organizzativo e strategico.

B. Decoro e qualità visiva

Le fotografie di cui all'**allegato n. 1** documentano chiaramente la situazione. A fronte dell'acquisto, da parte della Città, di nuove bancarelle esteticamente piacevoli, queste risultano tuttora in chiara minoranza rispetto a una massa di gazebi e strutture eterogenee che restituiscono un colpo d'occhio disordinato, scadente e non all'altezza del salotto urbano locarnese. Il problema non è limitato alla tipologia o al colore delle coperture: è l'assenza complessiva di decoro, ordine e cura nell'allestimento. Cartoni, scatole, imballaggi, teli improvvisati, oggetti disposti senza alcuna coerenza visiva e una disposizione casuale della merce contribuiscono a un'immagine complessiva indegna della nostra Città.

Colpisce inoltre che questa situazione persista nonostante l'Ordinanza municipale sui mercati già preveda espressamente che i banchi e le coperture debbano presentarsi in modo decoroso, che gli imballaggi e il



materiale non direttamente connesso con l'attività debbano essere allontanati oppure opportunamente occultati e che debba essere garantita la visibilità delle vetrine dei commerci.

Appare quindi evidente che, sotto il profilo logistico-organizzativo e della supervisione del mercato, qualcosa non stia funzionando in modo adeguato.

C. Il fulcro: l'assenza di identità e di posizionamento del mercato di Locarno

Permane infine un problema ben più profondo: il mercato continua a non avere una vera identità. Prodotti locali, artigianato autentico e offerta alimentare qualificata risultano oggi in netta minoranza rispetto a merce generica, seriale, facilmente reperibile altrove e priva di legame con il territorio, come articoli di bassa qualità prodotti all'estero e privi di qualsiasi valore distintivo.

Un mercato così concepito non distingue Locarno, non valorizza il Locarnese, non racconta il Ticino e non rafforza in alcun modo il posizionamento turistico della città. Al contrario, ne indebolisce l'immagine e ne banalizza l'offerta.

Locarno non ha bisogno di imitare mercati generici già presenti altrove, né di rincorrere modelli senz'anima. Altri contesti, anche al di fuori del Cantone, presidiano già da tempo una tipologia di mercato indistinta e generalista. Locarno, per vocazione turistica, posizione geografica e qualità del suo spazio pubblico, dovrebbe invece proporsi come crocevia tra lago, piano e valli, quale vetrina qualificata del territorio, dei piccoli produttori, dell'artigianato ticinese, della gastronomia locale e della creatività diffusa.

D. Il mercato come attrazione e generatore di indotto

Un mercato ben costruito non è soltanto un luogo di vendita. È un'attrazione urbana, un'esperienza, un fattore di vitalità del centro, un'occasione per far conoscere prodotti e artigiani, un motore che genera indotto anche per i commerci e per la ristorazione esistenti. Proprio per questo il mercato non dovrebbe essere concepito come una voce sulla quale il Comune cerca di trarre profitto – tanto più se si considera che la Città ha nel frattempo proceduto a un aumento dei costi per il mercato nell'ambito del Regolamento per il prelievo delle tasse per l'uso del suolo pubblico – in particolare a carico dei piccoli espositori, bensì come un investimento strategico in termini di attrattiva e qualità urbana.

In questa logica, anche qualora non si raggiungesse un pieno equilibrio finanziario, il mercato dovrebbe essere considerato a tutti gli effetti un investimento pubblico, in grado di generare benefici indiretti e diffusi per l'intero tessuto economico cittadino. È quindi preferibile avere una dozzina di bancarelle di qualità piuttosto che quaranta postazioni, di cui una parte significativa disastrose.

Dai colloqui avuti con operatori presenti sul mercato e con rappresentanti del settore artigianale è emersa una disponibilità di principio a tornare o a venire a Locarno, a condizione che il mercato venga ripensato in modo più coerente e strutturato. In particolare, è stato evidenziato come vi sia un concreto interesse a partecipare a un mercato chiaramente orientato alla valorizzazione di prodotti locali e artigianato autentico, fondato su criteri qualitativi definiti e su condizioni economiche sostenibili.

In tale contesto, la questione dei costi non appare secondaria: a fronte degli attuali livelli, un mercato privo di una chiara identità e di un'adeguata capacità attrattiva difficilmente può risultare sostenibile per i piccoli operatori. Mercati con costi comparabili offrono infatti un valore aggiunto in termini di animazioni ed eventi in grado di attrarre pubblico. In assenza di tale attrattività, si crea una dinamica circolare: meno pubblico comporta meno partecipazione, mentre costi non indifferenti scoraggiano proprio quegli operatori che potrebbero contribuire a migliorarne la qualità. Ne consegue la necessità di un intervento deciso che rompa questa dinamica e rilanci il mercato su basi più solide e coerenti.

E. Impatto su commerci ed esercizi pubblici

Anche gli esercizi pubblici con i quali ci siamo intrattenuti esprimono forte preoccupazione: un mercato esteticamente scadente e logisticamente male impostato non valorizza la piazza, ma la penalizza, ostacola i flussi, compromette l'esperienza complessiva del centro e non crea quella virtuosa interazione tra mercato, negozi e pubblici esercizi che invece dovrebbe essere perseguita.



In quest'ottica, appare opportuno coinvolgere in modo strutturato, accanto ai rappresentanti del settore artigianale, anche gli esercenti, nell'ambito di un patto che consenta una valorizzazione reciproca. Ciò permetterebbe di rafforzare le sinergie tra le attività presenti in centro ed evitare situazioni logistiche inadeguate, come quelle documentate nell'**allegato 1**, con strutture espositive collocate davanti agli esercizi pubblici anziché in aree libere della piazza.

F. Disorganizzazione e mancanza di sistematicità

Si rileva inoltre un ulteriore elemento di confusione organizzativa: negli ultimi mesi il mercato viene talvolta recuperato anche il mercoledì, senza che vi sia però alcuna sistematicità, comunicazione chiara o coerenza nella pianificazione. Ne risulta una presenza discontinua e poco leggibile, con un numero di bancarelle spesso sensibilmente inferiore rispetto al giovedì e una percezione generale di improvvisazione. Un mercato non può funzionare "a intermittenza" o per recuperi episodici: al contrario, necessita di regolarità, riconoscibilità e chiarezza per operatori, cittadini e turisti.

G. Esperienza, animazione e artisti di strada

Un vero mercato attrattivo, soprattutto se straordinario e legato a festività come Pasqua, non dovrebbe limitarsi alla somma di postazioni di vendita, ma integrarsi con dimostrazioni dal vivo, presenza di artigiani al lavoro, animazione diffusa ed eventualmente anche momenti musicali o performativi leggeri, in grado di creare permanenza, atmosfera e valore aggiunto.

In quest'ottica, non è sufficiente una gestione meramente amministrativa e settimanale delle postazioni: appare necessario un approccio proattivo, volto a individuare e promuovere iniziative di qualità, capaci di fungere da vetrina delle eccellenze artigianali e delle produzioni del territorio. Su questo fronte, occorre inoltre interrogarsi sulle condizioni di accesso allo spazio pubblico per tali presenze, affinché non siano disincentivate da costi o prassi eccessivamente onerosi.

H. Necessità di un cambiamento radicale

Alla luce di quanto precede, e considerato che gli impegni preannunciati dal Municipio nella risposta del 2025 non sembrano aver trovato concreta attuazione, non appare più sufficiente un approccio basato su miglioramenti gradualisti. Né può ritenersi adeguato il fatto che, grazie alle nuove bancarelle, una porzione limitata del mercato – in particolare quella antistante il Municipio – risulti talvolta ordinata.

Se il mercato vuole realmente diventare un punto di forza della città, è necessario un ripensamento complessivo della sua identità, della sua qualità estetica, della sua organizzazione logistica e dei criteri di ammissione degli operatori. La Città è quindi chiamata a definire un modello chiaro, condividerlo con espositori, commercianti e con la cittadinanza, dotandosi degli strumenti materiali e regolamentari necessari per attuarlo.

Ciò dovrebbe comprendere anche l'acquisto o la messa a disposizione di strutture espositive coordinate, quali gazebo esteticamente e qualitativamente adeguati, eventualmente dotati di coperture uniformi, così da garantire un'immagine ordinata e coerente del mercato, senza lasciare il decoro alla discrezionalità dei singoli operatori.

A tal proposito, possono costituire un utile riferimento le soluzioni adottate in altre realtà urbane, che coniugano qualità estetica, coerenza con l'identità cittadina e funzionalità per gli espositori, in particolare per coloro che, per la tipologia di merce proposta, necessitano di superfici espositive più ampie rispetto alle bancarelle standard. Si veda, per esempio, la soluzione proposta da Lugano nell'**allegato n. 2**.

A titolo esemplificativo, l'**allegato n. 3** propone un'ipotesi di impostazione del mercato sotto il profilo delle modalità espositive, del percorso e dell'assetto complessivo, al fine di mostrare in modo concreto quale potrebbe essere una soluzione più ordinata, coerente e qualificante per la Città. I rendering sono stati sviluppati con l'ausilio dell'intelligenza artificiale.



I. Coerenza con la riqualifica urbana

Ricordiamo infine che la cura dello spazio pubblico e la qualità dell'inserimento urbano sono temi trasversali, richiamati da più fronti politici, e che i futuri interventi su Largo Zorzi e sul comparto centrale renderanno ancora più urgente elevare lo standard del mercato cittadino, che per sua natura potrebbe costituire uno dei primi e più visibili volani di questa riqualificazione.

J. In sintesi

Da un lato, il mercato cittadino non soddisfa oggi standard minimi di decoro, ordine e qualità visiva, risultando disomogeneo, improvvisato e non coerente con il valore urbano e turistico di Piazza Grande.

Dall'altro lato – ed è l'aspetto più sostanziale – il mercato soffre di una profonda crisi di identità. L'offerta attuale è in larga parte composta da merce generica, seriale e facilmente reperibile altrove, spesso priva di qualsiasi legame con il territorio, con le sue tradizioni o con il tessuto economico locale.

Un mercato con queste caratteristiche non valorizza Locarno, non racconta il Ticino e non costituisce un elemento distintivo dell'offerta turistica cittadina. Al contrario, contribuisce ad appiattirne l'immagine.

Se Locarno vuole avere un mercato credibile e attrattivo, la scelta deve essere chiara: il mercato deve essere orientato esclusivamente verso prodotti locali, artigianato autentico e offerta alimentare di qualità. La presenza di articoli standardizzati di importazione, privi di identità e non legati al territorio, non è compatibile con questo obiettivo.

Alla luce di quanto sopra i sottoscritti Consiglieri comunali formulano la seguente interrogazione:

Mancato cambiamento a un anno dalla precedente interpellanza

1. Come spiega il Municipio il fatto che, nonostante nella risposta del 2025 avesse dichiarato l'intenzione di promuovere l'utilizzo di nuove bancarelle e di imporre progressivamente la sostituzione delle coperture esteticamente scadenti, la situazione attuale continui a essere caratterizzata da un'ampia diffusione di gazebo e strutture visivamente inadeguate?
2. Nella risposta alla precedente interpellanza il Municipio aveva indicato l'intenzione di selezionare meglio anche gli espositori abituali e di orientare i nuovi ingressi secondo criteri di tipologia di merce, qualità e provenienza. Per quale ragione, a oggi, tale miglioramento qualitativo non appare essersi tradotto in una composizione del mercato più coerente con la vocazione turistica e territoriale di Locarno?
3. Nella risposta del 2025 il Municipio aveva altresì richiamato la volontà di coinvolgere maggiormente artigiani e produttori del territorio. Quali passi concreti sono stati compiuti in tal senso nel corso dell'ultimo anno e con quali risultati?
4. Nella precedente risposta il Municipio aveva indicato di essere al lavoro su una strategia e su un piano di comunicazione, con una tempistica di attuazione prospettata entro l'inizio dell'anno successivo o verosimilmente già entro l'autunno. Può indicare con precisione quali misure siano state effettivamente adottate, quali contenuti siano stati sviluppati e per quali ragioni tale strategia non risulti oggi chiaramente percepibile?

Criticità del mercato straordinario pasquale e problematiche logistiche/organizzative del mercato

5. Nonostante le prescrizioni già contenute nell'Ordinanza municipale sui mercati in materia di decoro, occultamento di scatole e imballaggi e tutela della visibilità di accessi e vetrine, per quali ragioni tali standard non risultano oggi effettivamente rispettati in modo uniforme e rigoroso? Il Municipio intende introdurre, entro un termine preciso, un sistema effettivo di controllo che ne imponga il rispetto?



6. Il Municipio intende rivedere il tracciato e la disposizione del mercato affinché esso non ostacoli negozi ed esercizi pubblici, ma al contrario ne favorisca la visibilità, l'accessibilità e l'interazione, creando un percorso coerente e vantaggioso per tutto il centro?
7. Per quanto riguarda i mercati straordinari, il Municipio intende definire un format preciso che comprenda, oltre alla vendita, anche dimostrazioni dal vivo, presenza di artigiani al lavoro e forme di animazione (artisti di strada, momenti performativi)? Ritiene inoltre che le attuali condizioni economiche e autorizzative per tali attività siano adeguate o è disposto a proporre un regime più favorevole per incentivare l'animazione del centro?
8. Per quali motivi il mercato viene talvolta organizzato anche il mercoledì quale giornata di recupero, senza una chiara sistematicità, e come giustifica il Municipio il fatto che tali giornate presentino spesso un numero ridotto di bancarelle e un livello qualitativo inferiore rispetto al mercato del giovedì? Intende mantenere questa modalità oppure definire un modello stabile, riconoscibile e pianificato del mercato cittadino?

Estetica e disponibilità a introdurre strutture uniformi

9. Alla luce della situazione sopradescritta, il Municipio è disposto ad affrontare la questione in modo sistematico, da un lato valutando la possibilità di proporre al Consiglio comunale un credito per l'acquisto o la messa a disposizione di strutture uniformi – sul modello di quelle adottate a Lugano – e, dall'altro, introducendo sin da subito una linea estetica obbligatoria per il mercato (strutture, teli, colori, materiali, modalità espositive e gestione del materiale accessorio), così da garantire standard estetici e qualitativi omogenei ed evitare soluzioni improvvisate o visivamente scadenti?

Selezione dell'offerta e limitazione dei prodotti

10. Il Municipio intende presentare, entro una tempistica chiara, un progetto di rilancio del mercato cittadino fondato sulla priorità a prodotti locali, artigianato e offerta alimentare qualificata, limitando in modo deciso la merce generica priva di legame con il territorio?
11. Il Municipio è inoltre disposto a introdurre criteri di ammissione significativamente più restrittivi – validi sia per il mercato settimanale sia per i mercati straordinari – privilegiando qualità, territorialità, produzione propria e cura della presentazione, anche a costo di ridurre il numero degli espositori?
12. Il Municipio intende istituire una commissione consultiva sul mercato cittadino, con il compito di definire criteri qualitativi, valutare l'ammissione degli espositori e accompagnare in modo continuativo il rilancio e il monitoraggio dell'offerta?

Aspetti economici e visione strategica complessiva

13. Il Municipio intende rendere pubblico, entro un termine definito, un documento strategico o un cronoprogramma di rilancio del mercato cittadino, con misure immediate, misure per il 2026 e obiettivi verificabili in termini di qualità, decoro, selezione merceologica e integrazione urbana?
14. Alla luce del fatto che il mercato costituisce anche una vetrina promozionale e un'attrazione urbana, il Municipio ritiene opportuno riesaminare i costi di partecipazione ed è disposto a valutare, quale segnale concreto di rilancio, una riduzione significativa – ad esempio fino a una soglia indicativa di CHF 30 al giorno – per piccoli artigiani, produttori locali e operatori qualificati, almeno in una fase iniziale o nell'ambito di mercati tematici e straordinari?
15. Il Municipio intende coinvolgere formalmente commercianti, pubblici esercizi, operatori qualificati e rappresentanti del settore artigianale nella definizione del futuro assetto del mercato? Ritiene inoltre che l'attuale gestione disponga internamente di tutte le competenze necessarie o intende valutare il coinvolgimento strutturato di attori esterni qualificati?
16. Il Municipio condivide l'idea che, qualora non vi siano le condizioni per garantire un mercato coerente, decoroso, qualitativamente credibile e integrato con la vocazione turistica di Locarno, sia preferibile ridimensionarlo in modo deciso piuttosto che proseguire con formule che rischiano di nuocere all'immagine della città?



Con la massima stima.

Stefano Lappe (primo firmatario)

Orlando Bianchetti (primo firmatario)

Cofirmatari: l'intero Gruppo PLR in Consiglio comunale (Michele Martinoni, Franca Antognini, Vanessa Singy, Damiano Cossi, Fabio Clerici, Simone Merlini, Luca Panizzolo, Giovanni Monotti, Mario Campanella, Alessandro Meschiari, Risto Dacev)

- Allegato 1: Fotografie scattate durante il mercato pasquale 2026**
- Allegato 2: Soluzione “gazebo” della Città di Lugano**
- Allegato 3: Ipotesi esemplificativa del mercato di Locarno (rendering AI)**



Allegato 1: Fotografie scattate durante il mercato pasquale 2026













































Allegato 2: Soluzione “gazebo” della Città di Lugano





Allegato 3: Ipotesi esemplificativa del mercato di Locarno (rendering AI)





