



IL MERCATO PIU' GRANDE D'EUROPA

Porta Palazzo, simbolo dell'integrazione

I mercati di Torino stanno vivendo una fase di profonda trasformazione, in cui un numero crescente di immigrati affianca o subentra agli italiani, sia come venditori sia come compratori



di **Piera Villata**

Cataste di frutta e verdura coloratissime profumano l'aria e riempiono gli occhi, nulla è introvabile in questo luogo magico, punto di incontro tra civiltà, Paesi e stranezze. E' un mondo in cui tuffarsi, attratti dalla ressa e dal vociare, una sorta di suq mediorientale dove lo zenzero è accanto alle rosse melagrane, le pere martin, la catalogna e il cardo gobbo si fanno amabilmente compagnia e la profumatissima menta riposa sui carretti. Si fa il giro del mondo sotto casa. Siamo nel più famoso e importante mercato torinese: Porta Palazzo, detto anche di Porta Pila.

E' il luogo dell'incontro e dello scambio, è uno spazio di socializzazione, di confronto, di scoperta e di dialogo. È uno dei principali luoghi dove cominciano i processi di integrazione, dove si possono trovare cibi e prodotti di varie pro-

venienze geografiche.

I mercati sono tra i luoghi che maggiormente rivelano le trasformazioni in senso multietnico delle città, gli intrecci, gli scambi e gli apprendimenti reciproci tra persone di origine diversa.

Sono centri naturali di socializzazione e di integrazione, spesso il primo punto in cui gli immigrati cercano contatto sia con persone della stessa origine che con il mondo nuovo in cui si inseriscono.

Torino, con più di 40 mercati rionali fissi aperti tutti i giorni e dislocati in tutti i quartieri, è la terza città d'Italia per imprenditoria straniera e spesso proprio i mercati costituiscono per chi emigra il primo luogo di ingresso: all'inizio come consumatori, poi come lavoratori occasionali, infine come imprenditori. Oggi a Torino un banco su quattro è gestito da un titolare straniero. Porta Palazzo, il mercato in sede fissa all'aperto più grande d'Europa che si tiene dal lunedì al

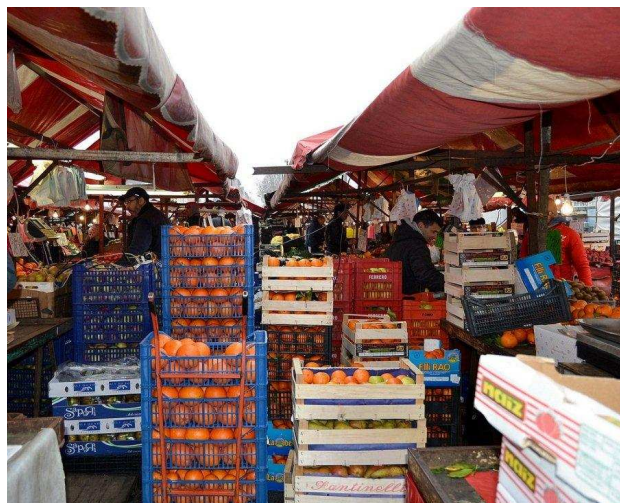
sabato nella grande Piazza della Repubblica con quasi 800 banchi tra l'alimentare e il non-alimentare, rappresenta da sempre un mercato storico della città, punto di riferimento non solo per i torinesi, ma per gran parte dei territori limitrofi.

Se il luogo di arrivo per eccellenza dei prodotti alimentari è il mercato, Porta Palazzo con i 260 banchi dell'ortofrutta, i 346 dell'extra alimentare, i 102 produttori agricoli, i 17 banchi alimentari e 6 di fiori ne è il principale e sontuoso, rappresentante.

L'anima di Porta Pila è qui. Da sempre rappresenta il primo punto di contatto fra la città e i migranti: è qui che i nuovi arrivati hanno trovato qualcuno che parlasse la loro lingua o il loro dialetto, che vendesse i prodotti alimentari tipici delle loro regioni e che sapesse indicare luoghi di accoglienza in cui trovare rifugio.

Anche il XX secolo con l'arrivo di persone da altre regioni, in particolare dal Meridione d'Italia, generò nuove abitudini alimentari, cambiamenti radicali nelle usanze della cucina - dal burro all'olio d'oliva, dalla pasta di grano tenero agli spaghetti, nuove verdure, nuovi vini - e creò a Torino un primo melting pot di sapori e di profumi, e poi di lingue, di abitudini, di matrimoni.

Venendo all'oggi, senza i nuovi cittadini, anche la città non avrebbe la dimensione e il respiro attuali: arabi, maghrebini, rumeni, albanesi e peruviani - che hanno scelto la città per trovarvi lavoro, crescere i propri figli, mettervi radici, contribuendo alla sua economia.



IL MERCATO PIU' GRANDE D'EUROPA



I mercati hanno da sempre svolto una funzione di accoglienza, non solo dei contadini che dalle campagne venivano in città a vendere i loro prodotti, ma anche dei mercanti arrivati da lontano. In tempi più recenti, hanno rappresentato le trasformazioni in atto nella società, hanno visto l'arrivo e l'inserimento di nuove comunità straniere nel tessuto socio-economico delle città, che utilizzano proprio il mercato come possibile via di integrazione e opportunità occupazionale.

A Porta Palazzo i commercianti sono soprattutto uomini di mezza età, sia per quanto riguarda gli italiani, che per la componente straniera, anche se tra i dipendenti troviamo uomini anche più giovani. Le donne non sono molto rappresentate in questa categoria, ma il loro numero sta crescendo anche tra quelle di origine straniera e non solo nell'aiuto al banco: sono molte infatti anche le titolari di licenza.

La piazza è composta da piccole imprese individuali o familiari, dove oltre al titolare dell'autorizzazione amministrativa, trovano impiego di solito un paio di dipendenti - a volte sono coadiuvanti familiari - le cui mansioni possono andare dal servizio ai banchi, al carico e scarico merci.

Mentre ti aggiri tra i banchi colmi di pomodori, zucchine, carciofi e peperoni, incontri facce stanche di chi è in piedi dall'alba, facce allegre, tristi, sorrisi sdentati e occhi vispi. Anziani che camminano coi carrelli e ti pestano i piedi, bambini che corrono, passeggini, borse, ambulanti che urlano, ven-



ditori che ti chiamano a gran voce. Il mercato è fatto soprattutto dalle persone che lo "abitano", dagli scambi di battute, dai battibecchi, dalle urla che sottolineano le offerte migliori e gli sconti, dall'intreccio di lingue, accenti e dialetti: "Due euri, mi voglio rovinare, solo per oggi."

Per quel che riguarda il servizio al banco risulta ancora una maggioranza di commercianti italiani, ma, soprattutto nel mercato dell'ortofrutta, è significativa la percentuale di addetti alla vendita di origine straniera. Qui la prima componente straniera per numero di addetti - sia tra i titolari che tra i dipendenti - è quella nordafricana e in particolare marocchina -, seguita a grande distanza da quella cinese ed est europea.

Nel mercato dell'ittico la maggior parte degli stranieri è occupata nell'aiuto alla vendita ed è principalmente di nazionalità sudamericana, mentre nei due mercati coperti del IV e V alimentare gli stra-

nieri sono soprattutto macellai rumeni, anche se sono presenti alcuni operatori nordafricani. In generale, tuttavia, aggirandosi tra le bancarelle dell'ortofrutta non può sfuggire una continua crescita degli ambulanti stranieri. Da una decina di anni infatti, mentre gli italiani abbandonano, sono proprio i nuovi torinesi, i principali acquirenti delle licenze.

Sono sempre di più i lavoratori autoctoni che hanno affisso un cartello per la vendita del posto, specialmente nel settore ortofrutti-colo, dove si sta verificando un fenomeno di passaggio della proprietà o della gestione dei banchi da commercianti italiani a operatori stranieri.

Molti sono convinti che il ricambio generazionale nel commercio ambulante si sia interrotto e che i giovani preferiscano piuttosto andare a lavorare nella grande distribuzione, senza il rischio d'impresa che comporta aprire un banco al mercato.

Nel mercato di Porta Palazzo questo processo sembra essere avvenuto in maniera spontanea, a causa dell'indisponibilità degli italiani nell'intraprendere questa attività e all'aumento di domanda da parte degli stranieri, come è già accaduto in altre grandi città europee che hanno visto cominciare prima i grandi processi migratori.

La crisi economica si fa sempre più sentire. La contrazione del giro d'affari è imputata all'attuale congiuntura economica, che ha ricadute particolarmente negative su questo merca-



(SEGUEA PAGINA 4)



IL MERCATO PIU' GRANDE D'EUROPA

Youssef, a disposizione di monsù e madamin

Youssef è un giovane ragazzo che tutti i giorni lavora come aiutante in un banco dove si vende principalmente verdura. Tra una spesa e l'altra abbiamo provato a scambiare qualche battuta con lui, per capire meglio il suo lavoro e le prospettive per il futuro.

Ti vuoi presentare?

Sono Youssef, ma qui tutti mi chiamano Giuseppe, sono giovane, ho 22 anni.

Da dove vieni?

Dal Marocco e più precisamente da Casablanca.

Quando sei arrivato a Torino?

Sono arrivato a Torino più di due anni fa, era la fine del 2011. Sono venuto qui con la mia famiglia.

Parli molto bene l'italiano, non hai avuto difficoltà con la lingua?

Solo nei primi tempi, poi l'ho imparata velocemente anche perché stando a contatto con i clienti è necessario sapersi rapportare. Ho anche imparato qualche parola di piemontese e di pugliese dai miei datori di lavoro.

Che mansioni svolgi al mercato?

Io sono un aiutante, quindi monto e smonto il banco, porto le cassette e aiuto i gestori nella vendita.

Sei contento di questo lavoro?

Sì, sono contento e mi trovo bene con i miei datori di lavoro.



Hai mai pensato di metterti in proprio?

No, per adesso va bene così e sono contento di poter lavorare per aiutare la mia famiglia. Certamente non intendo continuare a svolgere questo mestiere. E' un lavoro faticoso perché devi alzarti molto presto al mattino e sei continuamente esposto a tutte le condizioni meteorologiche.

E quindi che progetti hai per il tuo futuro?

Vorrei trovare un altro impiego. Quando ho terminato il mio orario di lavoro vado a scuola. Sto frequentando un corso di informatica e quindi mi piacerebbe lavorare con i computer.

Youssef a questo punto mi lascia, strizzandomi l'occhio. Ha da fare. Deve occuparsi di un'altra "madamin".

Piera Villata

In piazza della Repubblica si fa il giro del mondo sotto casa

(continua dalla terza pagina)

to. In questa situazione economica depressiva, l'imprenditoria immigrata continua a crescere, ma le nuove imprese hanno le proprie radici proprio nell'humus asfittico della crisi.

"Aprire un banco" è, per molti immigrati, una seconda scelta in mancanza di migliori opportunità. Per gli stranieri che hanno rilevato banchi al mercato e licenze di vendita, specialmente gli ultimi arrivati, l'avvio di un'attività di vendita si colloca in uno scenario profondamente ambivalente: può essere un ripiego o un rifugio in un mercato del lavoro depresso, in attesa di tempi migliori, invece che un investimento finalizzato alla promozione sociale.

Il lavoro autonomo, in questo caso, perde le connotazioni di investimento in una prospettiva

di promozione sociale e si rivela un ripiego verso cui si dirigono gli immigrati alla ricerca di un modo onesto per guadagnarsi da vivere. Per i primi immigrati dal Sud Italia degli anni '50 e '60 a Torino, il mercato rappresentava un luogo in

cui trovare i prodotti della propria terra, ma anche un luogo di socialità, un contesto in cui si creano reti di sostegno nei confronti dei nuovi arrivati. Per molti il mercato aveva rappresentato il primo impiego lavorativo diventando, quin-



IL MERCATO PIU' GRANDE D'EUROPA



di, non solo un luogo di consumo, ma un importante elemento di integrazione sociale e lavorativa. In questo scenario, in modo simile al passato, si inseriscono i nuovi migranti provenienti da paesi e culture differenti che oggi lavorano tra le file degli ambulanti. Oggi come allora, lavorare al mercato spesso è una scelta obbligata, mentre altre volte è frutto di una scelta consapevole: si tratta infatti di attività autonome, che, a fronte di una grande fatica fisica, rappresentano contemporaneamente il modo per tessere relazioni a "mettere radici".

Negli ultimi anni, scegliere di puntare su questa attività imprenditoriale è diventato, però, sempre più rischioso. La crisi economica sta colpendo questo settore che è fortemente condizionato dalla concorrenza di altre forme di commercio "più moderne", con un notevole vantaggio di servizi di cui i nostri mercati sembrano essere per lo più sprovvisti. Il mercato però resiste, forte della sua natura di luogo di incontro, confronto e scambio.

Qui sopravvivono ancora le forme "primitive" di commercio, dove col semplice atto dell'acquisto si creano legami e interazioni.

L'elemento di socialità, insieme a quello del conversare scherzoso che gli ambulanti intrattengono con i loro clienti, fanno del mercato un luogo unico, rispetto alle forme anonime e impersonali dei non-luoghi del commercio moderno.

Fidelizzare il cliente e poi stabilire un rapporto con lui, è la più antica chiave di accesso, specialmente nei mercati rionali. Tra



clienti italiani e venditori immigrati, una forma diffusa di avvicinamento all'altro consiste nell'italianizzazione del nome: Mahmoud diventa Mauro, Ahmed diventa Amedeo, Youssef per Giuseppe. Dall'altra parte, i venditori più abili rispondono con complimenti alle signore, con appellativi in piemontese, come il classico "madamin", o con battute dialettali. Alcuni si destreggiano tra più lingue, per venire incontro ad una clientela sempre più multietnica.

In questo microsystema economico è a volte presente un intreccio tra le attività legali con quelle informali dove esiste la possibilità che si inseriscano in particolar modo le fasce più deboli della popolazione: gli immigrati. Alcune delle attività di questa "zona grigia" sono ad esempio la raccolta delle cassette a fine mercato, il servizio alla vendita o il facchinaggio e la pulizia nei banchi, quando avvengono al di fuori di un regolare contratto di lavoro. L'emersione di queste atti-

vità informali è stata, negli anni, oggetto di politiche della Città di Torino insieme a The Gate, attraverso progetti che hanno coinvolto i venditori stranieri di menta, borse e pane ai lati della strada.

Porta Palazzo è molto cambiata: i numerosi progetti di riqualificazione ne hanno trasformato volto e logistica, rendendolo un luogo piacevole e frequentato. A tratti il quartiere viene ancora ricordato come un luogo insicuro, ma la tematica della sicurezza, sia in termini reali che come percezione, riveste comunque un ruolo di primo piano nelle politiche della Città.

Nell'ultimo decennio, Porta Palazzo è stata sede di un'intensa opera di riqualificazione fisica, economica e ambientale, con l'obiettivo di dimostrare che è possibile trasformare un quartiere, migliorare i suoi spazi, senza snaturare la sua atmosfera e la sua vitalità, mantenendo viva la sua storia e la sua memoria.

Per rivitalizzare quest'area istituzioni e cittadini contribuiscono quotidianamente a creare, attraverso azioni tangibili, occasioni di incontro e relazione, segnalando le criticità e riappropriandosi di spazi urbani inutilizzati.

Proprio per rafforzare la vivibilità di questo luogo-simbolo, la Città di Torino, in primavera riproporrà, come era già avvenuto nello scorso autunno, alcune proiezioni serali all'aperto di film e documentari legati alla vita del mercato. Le proiezioni, oltre a promuovere il sistema dei mercati torinesi e avvicinare nuovi potenziali clienti, avranno lo scopo di ridare sicurezza ai cittadini. (pv)

