

I mercati nella Circoscrizione 7



Iniziativa realizzata da:



Circoscrizione 7 – Torino



Conservatoria delle Cucine Mediterranee

Indice

1. Premessa	2
2. Metodologia	3
3. Quadro sinottico: consistenza numerica dei banchi per mercato, nei giorni di visita	4
4. Schede dei mercati	5
4.1. Mercato di Corso Chieti	5
4.2. Mercato di Piazza Santa Giulia	9
4.3. Mercato di Piazza Borromini	13
5. Resoconto del Focus Group	17
6. Conclusioni	19
<i>Appendice: traccia utilizzata per l'intervista semi-strutturata</i>	<i>21</i>

1. Premessa



Figura 1: Posizione dei Mercati della Circoscrizione 7 (fonte: Comune di Torino)

L'indagine descrittiva ha per oggetto i 3 mercati rionali che si svolgono quotidianamente nel territorio della Circoscrizione 7 della Città di Torino:

- il mercato di Corso Chieti - nel quartiere Vanchiglietta
- il mercato di Piazza Santa Giulia – quartiere Vanchiglia
- il mercato di Piazza Borromini – nel quartiere Madonna del Pilone.

Si è scelto di escludere dalla ricerca il mercato di Porta Palazzo, in quanto polo attrattivo di grande rilevanza e realtà di dimensioni e complessità decisamente non confrontabili e paragonabili con gli altri 3 mercati operanti nei quartieri della Circoscrizione 7.

Gli scopi principali della ricerca sono due:

1. Individuare con precisione e contestualizzare le **criticità** lamentate e le **aspettative** nutrite dagli operatori su Area Pubblica nei confronti delle Istituzioni del settore.
2. Individuare **pratiche positive** già messe in atto che possano essere utili sia agli operatori mercatali nel proprio lavoro che al decisore pubblico nell'attuazione di politiche mirate.

2. Metodologia

La ricerca sul campo, di tipo prettamente qualitativo, si basa sul metodo etnografico e si compone di 2 fasi consecutive che hanno luogo, per ciascun mercato, nell'arco di una mattinata di un giorno feriale. La prima fase è un momento di osservazione di durata variabile, a seconda delle dimensioni, del grado di affollamento e della complessità del lay-out del mercato. Ciascun ricercatore ha in dotazione una griglia per poter rilevare con precisione i dati osservativi che si presentano al momento della visita: conteggio dei banchi, tipi di merceologia, numero e provenienza degli addetti al servizio ai banchi, numero ed età media (stimati) della clientela presente in quel momento.

La seconda fase consiste in una serie di interviste semi-strutturate che vengono somministrate a un campione di esercenti. Le interviste sono anonime e la partecipazione volontaria, perciò il campione può essere variabile a seconda del mercato e della disponibilità di ciascun individuo. In genere, sono stati contattati (o si è stati indirizzati direttamente dagli esercenti interpellati) membri dei direttivi dei diversi mercati, o comunque, esercenti con mansioni di coordinamento. Queste persone, definite "soggetti esperti" sono - per via della costante e talvolta decennale presenza all'interno di quel determinato mercato - portatrici di una maggiore quantità di informazioni, anche storiche, rispetto alla vita sociale e all'evoluzione del mercato stesso. Le interviste somministrate toccano alcuni temi che, come si è visto in una precedente ricerca svolta dalla Conservatoria delle Cucine Mediterranee su un campione di mercati del Piemonte, sono particolarmente sentiti dalla categoria degli operatori mercatali. In questa sede, alcune domande sono state modificate per adattarsi maggiormente alla realtà del mercato regionale e quotidiano, per molti aspetti diversa da quella del mercato cittadino o settimanale. Le tematiche affrontate sono:

- Orari
- Collocazione e composizione
- Rapporto con l'utenza
- Rapporto con le istituzioni e le leggi
- Rapporto tra colleghi (commercio fisso e nuovi arrivati)
- Andamento economico percepito

A conclusione della fase di raccolta dati sul campo, ha avuto luogo un focus group di approfondimento delle tematiche emerse durante le interviste. A quest'ultima fase della ricerca, moderata dai ricercatori della Conservatoria delle Cucine Mediterranee, sono stati invitati tutti gli intervistati - e colleghi eventualmente interessati a esprimere la propria opinione - e i rappresentanti della Circostrizione 7. Scopo del focus group, come metodologia di ricerca, non è quello di creare un dibattito tra le parti, ma di rilevare opinioni e atteggiamenti rispetto agli argomenti presi in esame e di costruire e progettare di comune accordo soluzioni alle problematiche emerse e alle criticità rilevate.

3. Quadro sinottico: consistenza numerica dei banchi per mercato, nei giorni di visita

MERCATO	ALIMENTARI												
	Totale	ortofrutta	contadini	primizie	formaggi	gastronomia	formaggi&salumi	carni	pollame	pesce	tipico	confezionati	Pane&pasticceria

Corso Chieti	19	9	3		1		2	2		1		1	
Piazza S. Giulia	22	7	5			2	4	1	1	1		1	
Piazza Borromini	23	8	2	1		1	5	1	1	1		2	1

TOTALE	64	24	10	1	1	3	11	4	2	3	0	4	1
--------	----	----	----	---	---	---	----	---	---	---	---	---	---

MERCATO	NON ALIMENTARI												
	Totale	generici	abbigliamento	intimo	sportivo/lavoro	Abb. bambini	Stoffe/tende	accessori	pelletteria	scarpe	Fiori freschi	Fiori finti	Fiori freschi&finti

Corso Chieti	17	1	5	3	2	1	2	1	2				1
Piazza S. Giulia	31	7	7	6		2	1	1	3	1	1	1	
Piazza Borromini	24	4	3	3	1	1	2	2	5	1	2		

TOTALE	72	12	15	12	3	4	5	4	10	2	3	1	1
--------	----	----	----	----	---	---	---	---	----	---	---	---	---

4. Schede dei mercati

4.1. Mercato di Corso Chieti

Il mercato di corso Chieti si estende lungo il corso che collega i giardini di piazza E. Toti con corso Belgio. Si trova nel cuore del quartiere “Vanchiglietta”, sobborgo dal passato industriale, ora borgo residenziale costellato di palazzotti di 2 o 3 piani, lambito dalla Dora e separato dal centro e dalla zona universitaria da corso Regina Margherita.

Il layout del mercato è estremamente semplice e lineare: 2 file di banchi che si fronteggiano, suddivisi perlopiù in alimentari e ortofrutta da un lato e non-alimentari sul lato opposto. Ad una prima osservazione, questo tipo di disposizione assicura una totale visibilità di tutti i banchi e un’ottima fruibilità e accessibilità per gli utenti: dato confermato anche dalle interviste agli esercenti. Il numero di banchi durante la settimana rimane quasi sempre lo stesso, con pochissime fluttuazioni: tutti gli esercenti del settore alimentare hanno il posto fisso, mentre i banchi del settore non-alimentare sono di spuntisti e perciò presentano una maggiore variabilità nell’arco della settimana. Al momento dell’osservazione, sono stati conteggiati 37 banchi: 19 alimentari e 18 extralimentari.

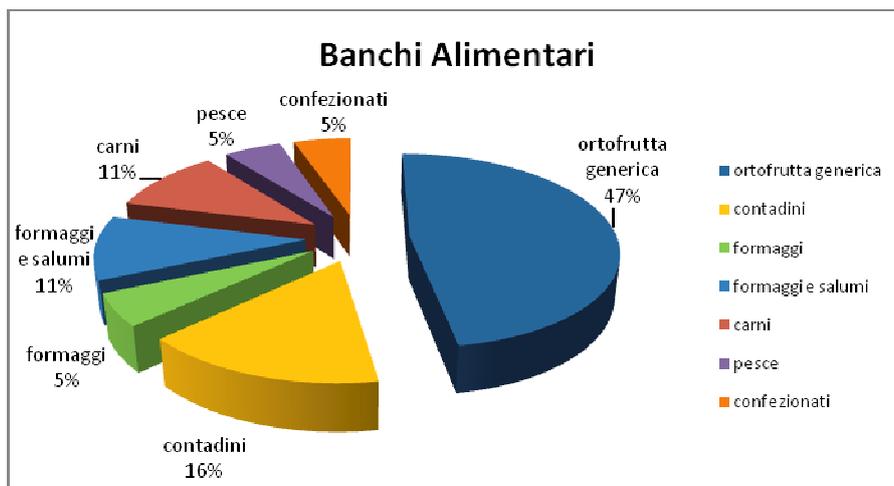


Figura 2: Distribuzione delle merceologie nei banchi alimentari in Corso Chieti

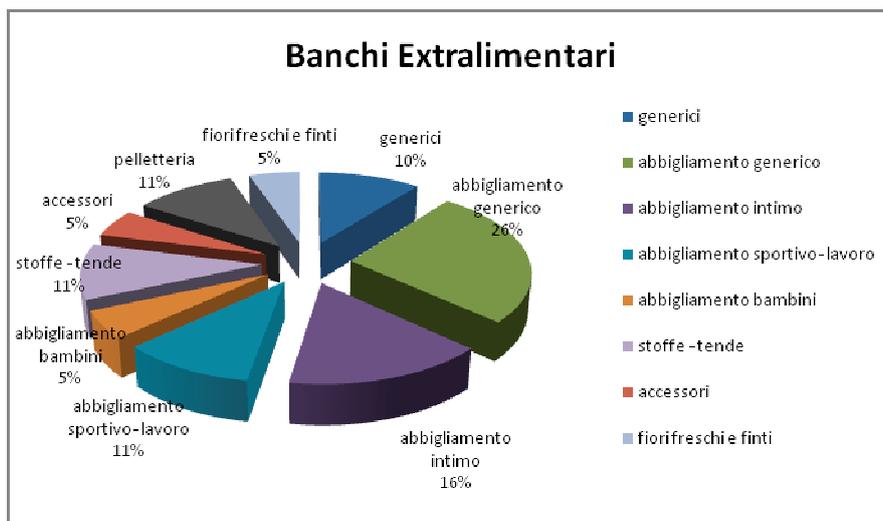


Figura 3: Distribuzione delle merceologie nei banchi non-alimentari in Corso Chieti

Il numero totale di addetti ai banchi è di 57 persone (con una media di 1,5 per banco); la distribuzione degli addetti ai banchi risulta così composta:

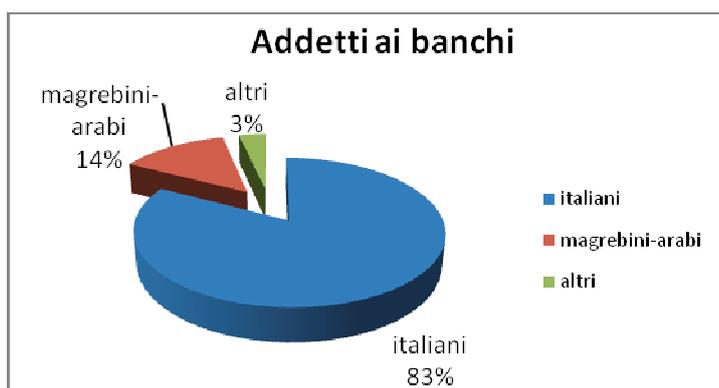


Figura 4: Distribuzione di addetti ai banchi in Corso Chieti



Figura 5: Distribuzione dell'età media della clientela osservata in Corso Chieti

Report delle interviste

Numero interviste: 5

Le risposte degli intervistati saranno riportate in forma aggregata e narrativa, citando alcune dichiarazioni, se necessario, mantenendo la suddivisione degli argomenti descritta nel paragrafo precedente.

Orari

Il mercato di Corso Chieti si svolge dalle 7.00 alle 13 dal lunedì al venerdì e il sabato fino alle 19.30. È stato chiesto agli intervistati se secondo loro gli orari vigenti siano adeguati alle esigenze dell'utenza che frequenta normalmente il mercato. Dalle risposte si evince che l'orario sembra adeguato per la clientela residenziale di età avanzata ma, secondo alcuni, si potrebbero fare alcune modifiche per poter intercettare una clientela più giovane, come ad esempio:

- invertire l'orario del sabato con quello del venerdì: si è visto che al sabato pomeriggio si lavora meno del previsto, mentre il venerdì, al pomeriggio, si potrebbe coprire il momento dell'uscita dagli uffici prima della partenza per il weekend;
- prolungare l'orario settimanale almeno fino alle 14.30 per essere a disposizione di chi è in pausa pranzo e lavora negli uffici limitrofi
- gli spuntisti vorrebbero che venisse anticipato l'orario della spunta (al momento è alle 8) e che venisse riaggiornato il proprio elenco-presenze.

In generale, non si ritiene che una diversificazione stagionale dell'orario possa giovare perché andrebbe a interrompere le abitudini della clientela fidelizzata e i banchi di ortofrutta non potrebbero comunque prolungare l'orario in estate per via del deperimento della merce. Sempre in ragione di questo fatto, alcuni fanno notare che, nei periodi caldi, alcuni banchi "sono costretti" a smontare prima dell'orario stabilito, evento che si verifica spesso anche al sabato pomeriggio quando il calo della clientela è notevole.

Collocazione e composizione

Dal punto di vista estetico, il mercato appare sostanzialmente omogeneo perché gli esercenti sono dotati di tende e ombrelloni diversi per merceologia, forniti dal Comune. Per quanto riguarda l'attuale collocazione, i pareri forniti sono parzialmente discordanti. Secondo alcuni, l'attuale collocazione lungo il corso è la migliore possibile: la suddivisione in file parallele, divise per merceologia, permette a chi viene per acquistare principalmente prodotti alimentari di poter dare un'occhiata anche agli altri banchi ed essere attratti dalle merci esposte. Gli intervistati spiegano, inoltre, che il mercato era stato temporaneamente spostato lungo i marciapiedi perimetrali di piazza Toti (piazza quadrata con giardino centrale, posta a un'estremità del corso) a causa dei lavori di manutenzione del manto stradale e di rifacimento degli impianti: alcuni di essi rimpiangono quella collocazione temporanea perché, sostengono, "in piazza era più comodo, stavamo più larghi". In generale, si evidenzia una certa mancanza di parcheggi per la clientela (fatto che, probabilmente, accentua ulteriormente la composizione sostanzialmente "residenziale" e "anziana" dell'utenza osservata). Anni addietro era stato proposto di unificare i 3 mercati della Circoscrizione, inserendoli nel perimetro dell'ex Opificio Militare sito in C.so Regina Margherita, ma gli

intervistati ritengono che sarebbe stato svantaggioso per il mercato, che avrebbe in tal modo perso la propria clientela affezionata.

Rapporto con l'utenza

Poiché il mercato è frequentato da una clientela sostanzialmente fidelizzata e residenziale, gli intervistati sostengono che gli utenti non cerchino solamente il risparmio rispetto ai supermercati o ai negozi, ma principalmente la qualità e la freschezza dei prodotti: “qui non puoi fregare” dichiara uno degli esercenti. Oltre a ciò, è di grande importanza il rapporto di fiducia e conoscenza, instauratosi in anni di frequentazione (“una signora ha 99 anni”). Per quanto riguarda la presenza dei giovani (<30 anni), in generale è ritenuta trascurabile: “questo non è un mercato di passaggio”; si registra un lieve aumento al sabato, giorno in cui arrivano anche clienti da S. Mauro. L'opinione prevalente rimane quella secondo la quale “i giovani non sanno comprare al mercato perché non sanno cucinare”.

Rapporto con istituzioni e regolamenti

È stato chiesto agli intervistati se ritengono che i regolamenti riguardanti il mercato siano ben chiari e comprensibili per tutti gli addetti: in generale si è dichiarato che questo sia un fattore che varia molto a seconda del regolamento in questione e che dipenda molto dal grado di interesse soggettivo ad approfondire determinati argomenti (“tanti colleghi se ne fregano, poi si trovano le sorprese”). C'è chi ritiene che sia necessaria una maggiore formazione degli esercenti rispetto a tali argomenti. In genere, se si ha qualche problema di comprensione, la tendenza è quella di rivolgersi alle associazioni di categoria per chiedere spiegazioni e chiarimenti. In linea di massima, i principali interlocutori istituzionali degli ambulanti sono considerati i Vigili Urbani; alcuni hanno dichiarato che alcuni anni fa “alcuni addetti del Comune” si occupavano del mercato ma, ultimamente, la comunicazione con le Istituzioni è diventata un po' più difficoltosa. Il mercato ha un Direttivo composto da 3 rappresentanti che vengono rieletti ogni 3 anni: solitamente è il direttivo che si fa carico della comunicazione con le Istituzioni. In generale, si evidenzia una discreta tendenza alla collaborazione tra colleghi per organizzare manifestazioni e feste “in autonomia”: la partecipazione, però, varia molto a seconda dell'impegno economico richiesto.

Rapporto tra colleghi (commercio fisso e nuovi arrivati)

La totalità degli intervistati dichiara che il mercato è un forte attrattore anche per il commercio fisso e che tra negozianti e ambulanti c'è un rapporto di collaborazione e reciproca clientela. Inoltre si segnala che nel quartiere ci sono pochi negozi di alimentari, perciò il mercato si pone come sostituto di questi.

Anche per quanto riguarda il rapporto con i nuovi arrivati, si evidenzia un clima sereno: i principali acquirenti delle licenze sono stranieri, soprattutto marocchini, che in molti casi affittano le licenze lasciate al Comune dai vecchi proprietari. Il rapporto con gli stranieri è collaborativo e amichevole: in questo mercato sono un numero piuttosto esiguo, se paragonato alla media degli altri mercati cittadini. Il grado di integrazione è molto alto: ne è testimonianza il fatto che uno degli ambulanti di origine marocchina è attualmente a capo del direttivo del mercato.

Andamento economico

L'andamento economico è considerato negativo da tutti gli intervistati, con un lento calo di anno in anno.

4.2 Mercato di Piazza S. Giulia

Il mercato di Piazza S. Giulia, in zona Vanchiglia, si trova nel cuore del quartiere universitario che orbita intorno a Palazzo Nuovo. Il mercato, oltre a occupare la piazza rettangolare alle spalle della Chiesa di S. Giulia, si estende in parte in via S. Giulia (nel tratto compreso tra via Buniva e via Vanchiglia) e in parte in via Giulia di Barolo (tra la piazza e C.so Regina Margherita). C'è inoltre una parte ulteriore di mercato, composta unicamente da spuntisti, collocata lungo un tratto di C.so Regina Margherita, completamente nascosta alla vista del visitatore che arriva dalla parte della piazza. Il lay-out, per questo motivo, presenta alcuni difetti di accessibilità e di visibilità dell'offerta generale e la disposizione dei banchi appare, ad una prima osservazione, un po' dispersiva e poco omogenea.

Il mercato è stato visitato in 2 giornate differenti: una prima visita è avvenuta in un mattino infrasettimanale, mentre la seconda visita è avvenuta di sabato, tra la tarda mattinata e l'ora di pranzo. Tale doppia osservazione è motivata dalla necessità di operare un confronto tra 2 momenti della settimana in cui ci si aspetta una notevole diversità di utenza, tenendo conto del fatto che si tratta di un quartiere con un'alta presenza di studenti universitari.

Alla prima visita sono stati conteggiati 54 banchi: 22 alimentari (compresi 5 banchi di contadini) e 32 extralimentari (compresi gli spuntisti nel tratto di C.so Regina Margherita). Alla visita del sabato, si segnala un maggior numero di banchi extralimentari, tra cui 2 banchi di vestiti usati e 4 banchi di articoli vari cinesi.

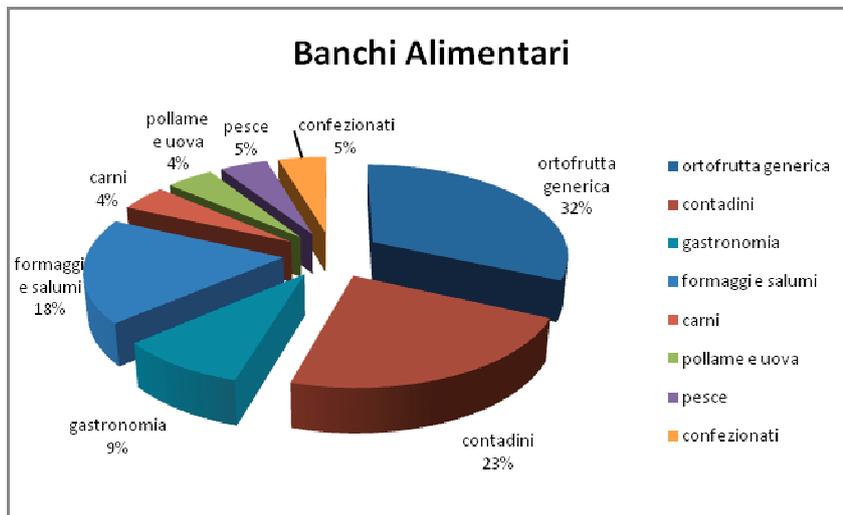


Figura 6: Distribuzione delle merceologie nei banchi alimentari in Piazza Santa Giulia

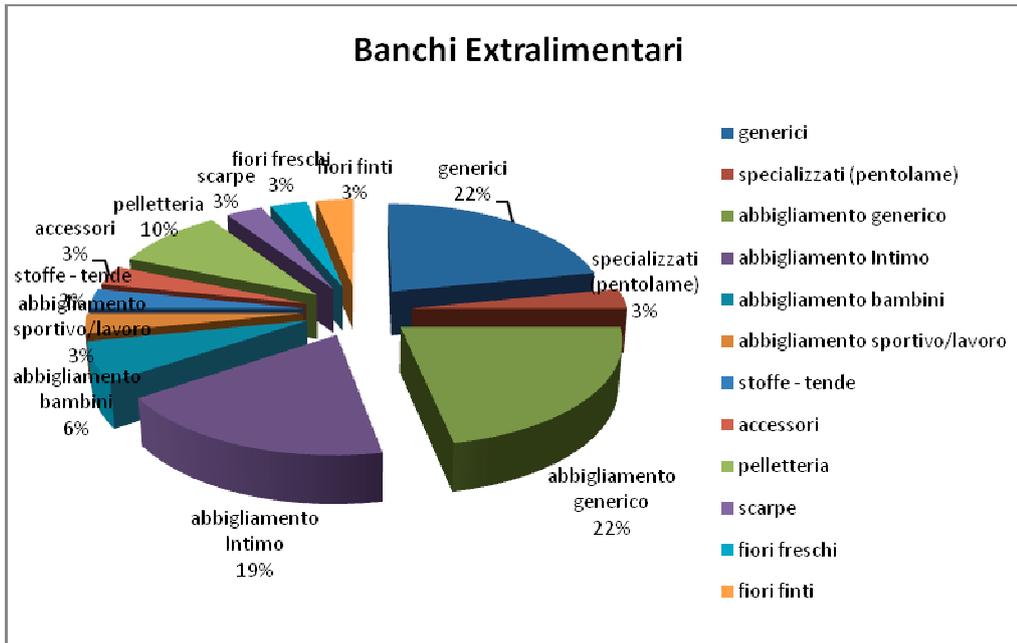


Figura 7: Distribuzione delle merceologie nei banchi non-alimentari in Piazza Santa Giulia

Il numero totale di addetti ai banchi, in settimana, è di 62 persone (con una media di 1,1 per banco); la distribuzione degli addetti ai banchi risulta così composta:

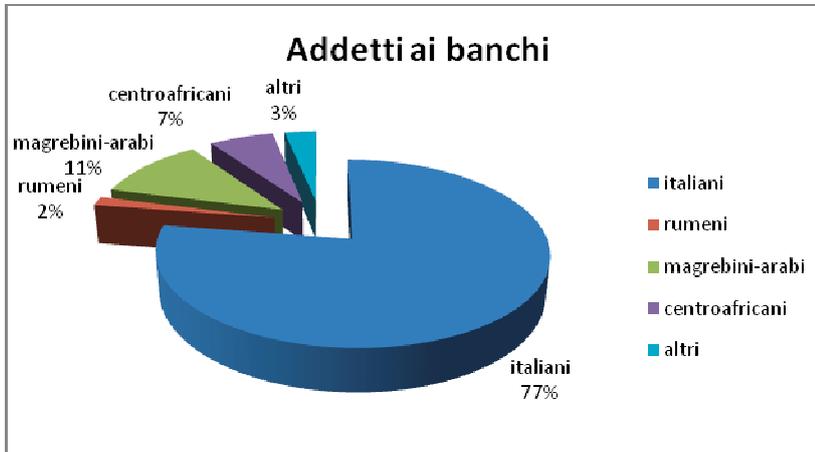


Figura 8: Distribuzione di addetti ai banchi in Piazza Santa Giulia

Come si può notare dal grafico sottostante, durante la settimana, la presenza di clientela anziana rimane decisamente preponderante rispetto ai giovani, anche in un quartiere tradizionalmente universitario. Si è osservato come nell'arco della mattinata, in alcuni momenti, il numero di studenti sia aumentato per brevi periodi (forse in corrispondenza dell'intervallo delle lezioni). Alla visita del sabato, si è registrato un numero maggiore di giovani e di universitari i quali, però, si limitavano a passeggiare per il mercato, senza fare acquisti.

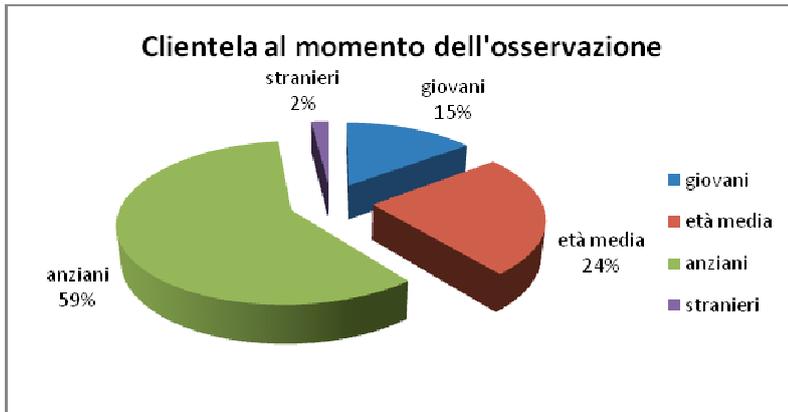


Figura 9: Distribuzione dell'età media della clientela osservata in Piazza Santa Giulia

Report delle interviste

Numero interviste: 6

Orari

Il mercato di Piazza Santa Giulia si svolge dalle 7.00 alle 13 dal lunedì al venerdì e il sabato fino alle 19.30. Gli esercenti ritengono che questi orari non siano adeguati alle esigenze dell'utenza, in particolare il sabato: dopo le 14 la clientela cala vistosamente, fatto che costringe molti a smontare prima del solito. In proposito, sono particolarmente significative le parole di uno degli intervistati: "questo non è un mercato che si viene a visitare al sabato, è un mercato dove si comprano le ultime cose prima di partire per il weekend" ragion per cui si ritiene che sarebbe più consono accorciare l'orario del sabato e aggiungere, ad esempio, il venerdì pomeriggio. Alcuni intervistati proporrebbero un'apertura sperimentale, solo pomeridiana, 2 giorni a settimana per vedere come viene recepita dalla clientela. Altri ritengono che potrebbe essere utile prolungare l'orario fino alle 14 o alle 15 nei giorni feriali. Per quanto riguarda la differenziazione stagionale degli orari, in generale si ritiene che non sia utile: "si potrebbe forse accorciare a luglio e agosto, ma la cosa va studiata bene" [sic.].

Collocazione e composizione

La disposizione dei banchi è stata cambiata nel 2006 per poter assicurare l'accessibilità all'area da parte dei mezzi di soccorso dalla parte di via Giulia di Barolo: tale cambiamento nel layout ha creato un mercato molto più "dispersivo" con diversi "buchi" nelle giornate in cui ci sono meno banchi. Secondo gli intervistati, bisognerebbe cercare di riavvicinarsi il più possibile alla disposizione originaria o, quanto meno, di trovare il modo di poter disporre i banchi alimentari su 2 file, assicurando comunque la fruibilità. Nello stesso periodo, era anche stata anche ripristinata la pavimentazione della piazza e i banchi erano stati temporaneamente spostati in Corso Regina Margherita: uno degli spuntisti, arrivato nel mercato proprio in quell'anno, dichiara che gli affari andavano meglio in quel periodo, quando tutto il mercato si trovava nella stessa area. Questa è un'ulteriore testimonianza di come la zona degli spuntisti sia sostanzialmente nascosta, quasi fosse un mercatino a parte, rispetto al resto del mercato.

Anche i contadini occupano una zona a sé stante del mercato, i banchi sono infatti disposti tra la piazza e l'inizio di via S. Giulia. Originariamente però, i banchi dei contadini si trovavano all'interno della piazza,

insieme agli altri banchi dell'ortofrutta. In seguito alle ripetute lamentele di questi ultimi, i contadini, di concerto con la Coldiretti, hanno concordato di spostarsi in via S. Giulia. I contadini dichiarano di essere soddisfatti di quest'ultima sistemazione, in quanto più funzionale, poiché ritengono di avere più spazio e maggiore libertà di lasciare il mercato se hanno un imprevisto o hanno finito la merce: a differenza di prima, lì non danno fastidio a nessuno e non lasciano buchi. L'intervistato dichiara che gli altri ambulanti dell'ortofrutta adesso li rivorrebbero con loro nella piazza: "così ci portate gente e quello che non avete voi ce lo abbiamo noi". I contadini non sono più disposti a tornare alla collocazione originaria, sia per i maggiori vantaggi di cui godono adesso, sia perché dichiarano di essere "un po' offesi perché prima ci avevano cacciati".

Rapporto con l'utenza

Gli intervistati sono concordi sul fatto che non sia il risparmio il principale motivo di fidelizzazione della clientela ("Porta Palazzo è più conveniente" [sic.]), bensì la prossimità e la vicinanza alle abitazioni. Anche il fatto che le persone comprino quantità molto limitate di prodotti (non c'è più nessuno che fa scorte) fa sì che ci sia un innalzamento dei prezzi. La clientela è perlopiù composta da anziani che abitano in zona e, in misura minore, da persone di passaggio anche per via della carenza di parcheggi. Il settore dei contadini ha una clientela fissa e molto affezionata, tra cui gli studenti universitari, o comunque persone che cercano prodotti non trattati. Conoscendo la collocazione del mercato, ci si aspetterebbe una clientela giovane più numerosa rispetto agli altri mercati della circoscrizione: in realtà non è così. Sia i dati osservati che le interviste confermano che la presenza di universitari rimane molto bassa ("fino a 2 anni fa c'erano più studenti") con un lieve aumento al sabato. In generale, gli intervistati danno la colpa al numero eccessivo di supermercati aperti recentemente nella zona.

Rapporto con istituzioni e regolamenti

Secondo alcuni degli intervistati, alcuni regolamenti riguardanti il mercato "vanno molto a interpretazione" e possono "nascere incomprensioni": la conoscenza e la comprensione di leggi e regolamenti viene in genere lasciata all'iniziativa personale. Anche in questo mercato, i principali interlocutori istituzionali sono i Vigili Urbani; alcuni anni fa – dichiara uno degli intervistati – si vedevano talvolta addetti dell'Ufficio del Commercio. La comunicazione con le istituzioni è considerata ancora abbastanza buona anche se negli anni è peggiorata perché "è aumentata molto la burocrazia". In questo mercato, è il Direttivo (composto da 3 membri) a occuparsi della comunicazione con le istituzioni, raramente c'è stata maggiore partecipazione se non in caso di problemi particolari come, ad esempio, la richiesta di reinserire le doppie file di banchi lungo via Giulia di Barolo e la revisione delle tariffe riguardanti l'occupazione del suolo pubblico.

Rapporto tra colleghi (commercio fisso e nuovi arrivati)

Gli intervistati ritengono che il mercato sia un buon attrattore anche per i negozi del quartiere e soprattutto per i bar. Più difficile il rapporto con la grande distribuzione: secondo gli ambulanti, i nuovi supermercati sono troppo vicini all'area del mercato. Nel mercato di piazza S. Giulia c'è pochissimo ricambio: tra gli italiani, alcuni ereditano le licenze ma la maggior parte le deposita in Comune. Qui gli stranieri sono soprattutto spuntisti (c'è solo un banco di ortofrutta che ha un esercente marocchino) per cui i rapporti sono sereni, ma non molto intensi, anche per via della loro collocazione molto defilata e nascosta dal resto

della piazza. Dalle dichiarazioni si intuisce una certa indifferenza tra settori: i contadini e gli spuntisti sono gruppi separati rispetto al resto degli esercenti.

Andamento economico

L'andamento è considerato dalla maggior parte degli intervistati da costante/negativo a pessimo, anche per via del calo generale dei consumi e per la vicinanza dei supermercati. Diversamente, i contadini riferiscono che per loro gli affari sono sempre andati bene e, anche ultimamente, non hanno sentito l'impatto della crisi.

4.3 Mercato di Piazza Borromini

Il mercato di Piazza Borromini è il più piccolo, come estensione, tra i mercati visitati. Si trova all'incrocio tra Corso Casale e Corso Regina Margherita, sulla linea del 3, in prossimità del ponte, stretto tra il lungo Po e le strade in salita del quartiere pre-collinare di Madonna del Pilone. Il mercato è piccolo ed esclusivo, soprattutto per via della clientela residenziale che lo frequenta e dei prezzi. Il layout è lineare: due file di banchi parallele con la zona dei contadini posta a un'estremità, dopo l'edicola. Nel giorno di osservazione sono stati conteggiati 47 banchi: 23 alimentari e 24 extralimentari, ben distanziati tra loro. Il giorno di punta – ci è stato detto – è il lunedì, giornata in cui il numero dei banchi è quasi il doppio tanto che alcuni hanno difficoltà ad aprire il proprio ombrellone e i clienti faticano a girare tra i banchi. I grafici seguenti riportano il numero modale di banchi in una giornata infrasettimanale.

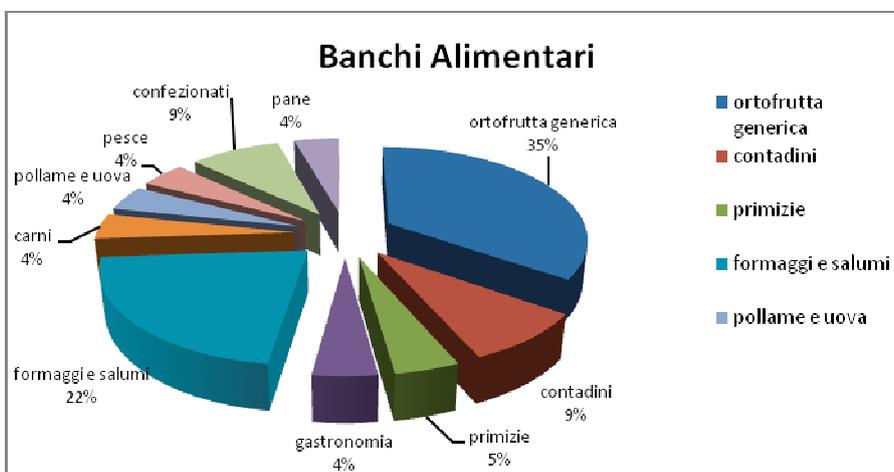


Figura 10: Distribuzione delle merceologie nei banchi alimentari in Piazza Borromini

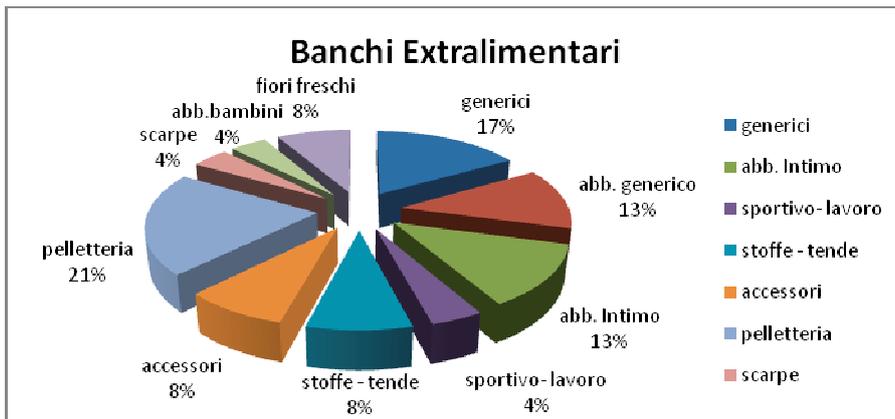


Figura 11: Distribuzione delle merceologie nei banchi extralimentari in Piazza Borromini

Il numero totale di addetti ai banchi, in settimana, è di 49 persone (con una media di 1,04 per banco); la distribuzione degli addetti ai banchi risulta così composta:

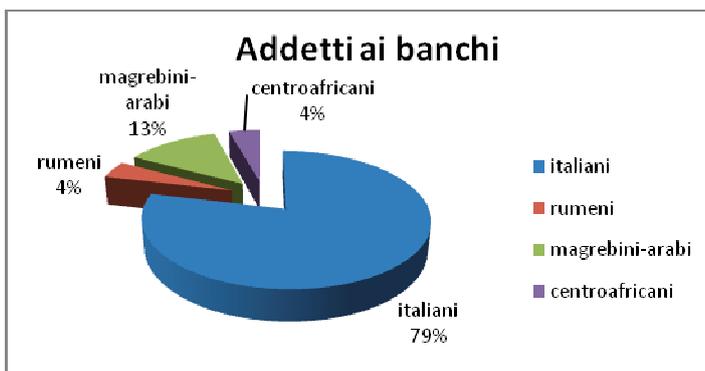


Figura 12: Distribuzione di addetti ai banchi in Piazza Borromini

Come già anticipato, la clientela osservata ha un'età media piuttosto alta essendo prevalentemente residenziale o proveniente dal comune limitrofo di S. Mauro. Da segnalare la pressoché totale assenza di giovani, probabilmente per via della collocazione del mercato, lontano dal centro, dalle zone del "passeggio" e dalle Università.

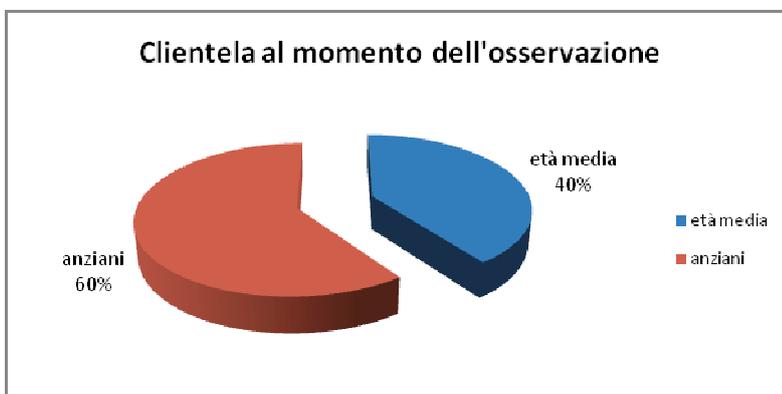


Figura 13: Distribuzione dell'età media della clientela osservata in Piazza Borromini

Report delle interviste

Numero di intervistati: 4

Orari

Il mercato si svolge dalle 7 alle 13 dal lunedì al sabato. Fino al 2007 il sabato aveva l'orario anche pomeridiano, ma poi è stato ottenuto di poter invertire l'orario del sabato con quello del venerdì perché si è visto che la clientela era più propensa a far compere al mercato il venerdì pomeriggio, prima di partire per il weekend. Ora il mercato del venerdì termina alle 16 e alcuni pensano che si potrebbe prolungare ulteriormente di un'ora per intercettare chi torna dall'ufficio. Inoltre, gli intervistati sostengono che si potrebbe aggiungere uno o due pomeriggi in più per non perdere chi fa la pausa pranzo nella zona (uffici, negozi). In generale, gli intervistati ritengono che non sia necessario diversificare gli orari a seconda dei periodi dell'anno.

Collocazione e composizione

Per quanto riguarda la suddivisione per merceologia, gli intervistati ritengono che vada bene quella attuale, in cui non c'è una netta separazione tra alimentari e non. Bisognerebbe assegnare posti fissi ai banchi extralimentari a seconda del numero di presenze: infatti, sebbene la maggior parte del settore extralimentare sia composto da spuntisti, molti di questi si trovano quotidianamente in questo mercato da parecchi anni. Secondo alcuni, andrebbe anche regolamentato più rigidamente il numero di banchi per tipologia merceologica: "qui c'è un solo banco del pesce, che può fare i prezzi che vuole perché non ha concorrenti; in più, se sta male e non può venire al mercato, quel giorno il mercato rimane senza pescivendolo"(cit.). Sarebbe utile rivedere anche le metrature per poter inserire stabilmente 3 file di banchi. La collocazione appare ottimale, anche perché "c'è un buon passaggio dalla collina". Alcuni fanno notare però che i parcheggi per la clientela scarseggiano, perché quasi interamente occupati da chi lavora negli uffici nell'isolato a fianco dove i posteggi sono ancora a pagamento, mentre vicino al mercato sono gratuiti: se fossero a pagamento o a disco orario anche lì vicino, si favorirebbe il ricambio. A livello di infrastrutture, la maggior parte degli intervistati lamenta delle carenze nella manutenzione dell'asfalto e negli impianti di acqua e luce (si vorrebbe passare dalla tassa fissa al pagamento a consumo).

Rapporto con l'utenza

Il mercato di Piazza Borromini è piuttosto "caro": i commercianti sono i primi a dirlo. La clientela è molto fidelizzata per via della comodità e del rapporto di fiducia che si è creato con gli operatori. Per quanto riguarda il settore ortofrutta, a fronte della minore quantità di prodotto acquistata, c'è una forte ricerca, da parte del cliente, della qualità, della freschezza e della primizia particolare e difficile da reperire altrove. Uno degli intervistati, infatti, dichiara di aver venduto praticamente solo carciofi (più di 8000 pezzi) nell'inverno passato. La presenza dei giovani al mercato è pressoché trascurabile durante la settimana, si registra qualche presenza in più al sabato.

Rapporto con istituzioni e regolamenti

Non è presente un Direttivo del mercato: un unico coordinatore si occupa di gestire tutte le iniziative riguardanti il mercato e della comunicazione con le istituzioni e le associazioni di categoria. Rispetto alla

conoscenza e alla comprensione dei regolamenti, alcuni dichiarano che a volte nasce un po' di confusione nell'interpretazione, mentre altri evidenziano un certo ritardo nella comunicazione della direttiva Bolkestein agli esercenti. I principali interlocutori istituzionali sono, come per gli altri mercati, i Vigili Urbani con i quali si è creato un buon rapporto negli anni; anche con le associazioni di categoria c'è buona comunicazione. Il dialogo con le Istituzioni si è, recentemente, indebolito per via di un certo allungamento delle tempistiche burocratiche: "stiamo ancora pagando il plateatico per il sabato pomeriggio" [sic.]. In questo mercato, c'è poca propensione a unirsi per comunicare con la Pubblica Amministrazione tranne che in casi molto particolari, come gli scioperi. Il coordinatore ritiene che sarebbe necessario istituire una commissione di almeno 4 membri per poter avere una maggiore possibilità di dialogo, ma non c'è partecipazione da parte dei colleghi, "che tendono a demandare".

Rapporto tra colleghi (commercio fisso e nuovi arrivati)

Gli intervistati ritengono che i negozi della zona "morirebbero senza il mercato", nonostante ciò, si è instaurato una sorta di "amore/odio" tra negozianti e ambulanti, soprattutto nel caso di chi vende particolari tipologie di prodotto. In questo mercato, il ricambio di licenze è piuttosto basso: i principali acquirenti sono gli stranieri, ma più che altro tra gli spuntisti. I rapporti tra colleghi sono sereni e collaborativi. La presenza degli stranieri rimane decisamente inferiore rispetto agli altri mercati della Circostrizione: si rileva un unico banco fisso (di caramelle) gestito da 2 ragazze rumene.

Andamento economico

L'andamento economico è percepito per lo più come costante, anche se in lieve flessione di anno in anno.

5. Resoconto del Focus Group

Il focus group si è svolto il giorno 20 luglio 2010 ed ha avuto luogo presso il Centro di Incontro della Circoscrizione 7, in Corso Belgio 91. Sono presenti sei partecipanti: 3 rappresentanti dei mercati (2 ambulanti di Piazza Borromini, 1 ambulante per il mercato di Piazza S. Giulia, nessun ambulante, invece, per Corso Chieti) e 3 rappresentanti della Circoscrizione 7, tra cui il Presidente di Circoscrizione.

L'ordine degli argomenti proposti ha seguito, in linea di massima, lo stesso schema delle interviste semi-strutturate somministrate durante la visita ai mercati, lasciando comunque ampio spazio ai partecipanti per introdurre altre tematiche o anche per scegliere quale argomento approfondire maggiormente o su quale criticità soffermarsi per individuare possibili soluzioni. Per ciascuna tematica affrontata, verranno riportate le opinioni espresse riguardo alla situazione dei due diversi mercati, in modo da rendere chiare analogie e differenze.

ORARI

In Piazza Borromini: gli ambulanti si dichiarano soddisfatti di aver abolito la fascia oraria del sabato pomeriggio, che risultava essere troppo faticosa senza che tale impegno fosse ripagato da un maggior guadagno ("non si lavorava"). I partecipanti raccontano di essere giunti a questa soluzione, facendo un sondaggio tra i clienti prima di decidere di fare domanda al Comune per ottenere il cambiamento di orario. Come già dichiarato nelle interviste, il giorno di maggiore partecipazione è il lunedì, in cui sono presenti quattro file di banchi (il doppio rispetto al resto della settimana) e l'afflusso di clienti è decisamente maggiore. Ci si è confrontati, all'interno del focus group, chiedendosi se sia vantaggioso ridistribuire il numero di banchi lungo l'arco della settimana per ovviare ai problemi di spazio e di affollamento, mantenendo tre file di banchi tutti i giorni. È, però, impossibile prevedere se, con questa nuova sistemazione, il mercato possa esercitare sulla clientela la stessa attrazione che esercita attualmente.

In Piazza Santa Giulia: gli ambulanti sono divisi sulla questione dello spostamento di orario che, comunque, non è ancora stata affrontata concretamente. Al momento, rimane in vigore il sabato pomeriggio, anche se è stato rilevato che in questa fascia oraria è poco frequentato dalla clientela e soffre di un progressivo "abbandono" da parte degli esercenti. In generale, gli operatori del settore alimentare sarebbero disposti a fermarsi al mercato in uno o più pomeriggi infrasettimanali, mentre gli operatori del settore extralimentare dichiarano di non essere propensi a questo tipo di cambiamento. I partecipanti ritengono che, per avere il mercato pomeridiano, bisognerebbe disporre di un "nucleo che dia l'idea del mercato" magari intervenendo sull'attuale disposizione per creare un raggruppamento coeso di banchi alimentari, evitando i "buchi" che si vengono a creare nel momento in cui alcuni esercenti lasciano il mercato. "Abbiamo provato a fare un pomeriggio a settimana, ma siamo rimasti in 3, e se il mercato non è compatto, non funziona".

LAYOUT E COLLOCAZIONE

In Piazza Borromini: la collocazione non presenta problemi di raggiungibilità né di accessibilità. L'unico problema rimane lo spazio a disposizione nella giornata di lunedì e le conseguenze che potrebbe avere una eventuale redistribuzione, come si è già detto nel paragrafo precedente. Negli altri giorni della settimana ci sono 40 posti liberi e i partecipanti ritengono che potrebbe essere una buona soluzione ridefinire il mix

merceologico in modo che sia assicurata sempre una adeguata offerta: per i banchi con merceologie “mancanti” o la cui presenza non è costante, bisognerebbe assegnare il posto fisso agli spuntisti. In generale, la mescolanza tra merceologie alimentari e non-alimentari è apprezzata perché “rende vivace il mercato”. “Il plateatico è però troppo alto” [sic.].

In Piazza Santa Giulia: l’attuale composizione e lay-out era stata richiesta, 5 anni fa, dagli ambulanti stessi e sembrava essere funzionale “sulla carta”. Il motivo di questa scelta è dovuto al fatto che lungo via Giulia di Barolo i furgoni delle macellerie hanno maggiore agio nei momenti di entrata e uscita e hanno una maggiore mobilità: se fossero collocati all’interno della piazza del mercato, ci sarebbero più problemi di accessibilità. In via Giulia di Barolo, i banchi hanno la possibilità di avere 5 metri di spazio e sono posti a 2 metri di distanza l’uno dall’altro; mentre i banchi posti all’interno di Piazza S. Giulia, hanno invece 80 cm l’uno dall’altro, dice il rappresentante del mercato: “siamo un po’ più sacrificati, ma per noi non c’è problema”. A cinque anni da questa ristrutturazione, gli ambulanti hanno rilevato che questo cambiamento non ha giovato al mercato: “Ci sono una decina di licenze lasciate in Comune”, “c’è una crisi generale”, “siamo circondati da supermercati: Tre in via Vanchiglia, uno in via Giulia di Barolo, uno in Corso Regina... la torta poi è sempre quella”. Anche la nuova disposizione, con la mescolanza di merceologie (molto apprezzata in Piazza Borromini), pare essere poco vantaggiosa: “Ad alcuni clienti piace, per altri andava meglio prima”. Per provare a risolvere la situazione, i componenti del direttivo del mercato hanno pensato di fornire ad ogni ambulante una piantina del mercato, chiedendo ad ognuno di disegnare come avrebbe voluto che fosse il mercato: una volta individuata la proposta più “realistica”, la si vorrebbe presentare al Comune.

RAPPORTO CON L’UTENZA

In piazza Borromini: il rapporto con la clientela “è saldo, di cordialità e servizio - che non significa prostrarsi”. La clientela è per lo più residenziale ma proveniente anche dai comuni limitrofi come San Mauro, Chieri, Pino T.se, ecc. Negli anni, si è andato creando un altissimo grado di fidelizzazione, tal per cui i rappresentanti raccontano che, in occasione di uno sciopero del mercato, i loro clienti per solidarietà non sono andati a fare acquisti al supermercato, dichiarando che “se c’è da firmare qualcosa, veniamo in Comune a firmare con voi”. I presenti dichiarano che tale rapporto che si è venuto a creare “con un lavoro molto duro di anni, essere gentili, cordiali, cercando di rendere un servizio, dando una mano alle persone anziane, rimettendoci anche dei soldi, a volte. Rapporto umano che non ci può essere in un supermercato”.

In Piazza Santa Giulia: i clienti sono diminuiti rispetto a un tempo. Viene evidenziato il problema dei parcheggi come possibile causa del calo di clienti: come eventuale soluzione si propone di inserire alcuni posteggi nell’area in cui si trovano gli spuntisti in C.so Regina Margherita e spostare gli spuntisti lungo via Giulia di Barolo. Viene segnalato anche un problema di accessibilità per gli utenti: si ritiene che la linea del 3 produca una sorta di “sbarramento”, anche visivo, che in qualche modo nasconde il mercato a chi passa lungo Corso Regina Margherita e ne condiziona l’accesso. “Molti che abitano in C.so Regina hanno a pochi metri Porta Palazzo. In più se al sabato pomeriggio vuoi farti una passeggiata, a pochi isolati sei in via Po... è così il quartiere, è Vanchiglia”; “Abbiamo anche privato a fare della pubblicità. al mercato, con delle promozioni, ma il problema vero è riuscire a mettere d’accordo tutti, diventa difficile”: queste le opinioni espresse dal rappresentante del mercato.

Come già emerso dalle interviste, le situazioni descritte dai rappresentanti dei due mercati presenti evidenziano notevoli diversità riscontrabili anche nel tono degli interventi e delle dichiarazioni fornite dagli operatori mercatali presenti. Il mercato di Piazza Borromini risulta essere un mercato “forte”, che, pur non avendo un vero e proprio direttivo istituzionalizzato, basa il proprio buon funzionamento su una compatta rete di sostegno della clientela fidelizzata e su un generale grado di accordo tra colleghi. Il mercato di Piazza Santa Giulia appare essere il mercato “debole” al confronto, seppur disponga di un grande potenziale dovuto alla sua collocazione nella zona universitaria e allo spazio di cui dispone. L’impressione generale è che le conseguenze della ristrutturazione abbiano avuto anche una sorta di impatto psicologico sugli ambulanti che compongono questo mercato, i quali non godono (al contrario dei colleghi di Piazza Borromini) del sostegno di una rete di utenti costruita negli anni.

6. Conclusioni

I mercati analizzati presentano varie differenze necessariamente dovute al contesto storico, culturale e sociale di ciascun quartiere: se Corso Chieti è una “recente” zona residenziale dal passato industriale, Piazza S. Giulia ha le potenzialità per poter essere il cuore di quella zona universitaria di cui urbanisticamente fa parte ma della quale, al momento, non rappresenta un polo d’attrazione. Più decentrato, quello di Piazza Borromini, è un mercato basato principalmente sulla fedeltà e sull’affetto della clientela fissa, riferimento per un quartiere quasi prettamente residenziale. All’interno di ciascun mercato, gli ambulanti sono stati in grado, negli anni, di apportare soluzioni ad alcuni problemi che man mano si sono presentati. Ad oggi – come si è visto dai report delle interviste –, ognuno di questi spazi, presenta ancora alcune difficoltà la cui soluzione deve tener conto dei diversi fattori che intervengono nel funzionamento e nell’integrazione di un mercato nel suo contesto urbano: ambiente, utenza, fasce orarie, utilizzo degli spazi a disposizione, regolamenti.

Un ulteriore approfondimento ha avuto luogo nell’ambito del focus group, organizzato come fase finale della ricerca, spazio nel quale i diretti interessati hanno potuto confrontarsi sui diversi punti di forza e di debolezza di ciascun mercato e tentare di trovare insieme soluzioni condivise anche con i rappresentanti di Circostrizione, nel rispetto della specificità di ciascun mercato. Poiché, la partecipazione al gruppo è libera e non ha carattere di obbligatorietà per i soggetti della ricerca, non è stato possibile avere una rappresentanza dei tre mercati presi in esame: il confronto è avvenuto tra le realtà di Piazza S. Giulia e Piazza Borromini, essendo assenti i rappresentanti del mercato di Corso Chieti.

Quello che emerge dalla ricerca è, comunque, un panorama complesso che presenta sicuramente diversi punti di forza dei vari mercati che vanno conservati. I punti di debolezza non sono necessariamente tali, ma possono essere considerati potenzialità non ancora del tutto espresse che presentano ampi spazi di intervento grazie alla messa in atto politiche di sviluppo mirate e fortemente contestualizzate, che vedano la partecipazione, tanto del decisore pubblico quanto dei diretti interessati. Ad esempio l’ipotesi del prolungamento dell’orario in uno o più giorni feriali, proposta talvolta dagli stessi operatori, può essere sperimentata in alcuni mercati al fine di verificare l’impatto sulla clientela. La sostituzione del sabato pomeriggio, con l’apertura pomeridiana del venerdì fino alle 16 nel mercato di piazza Borromini, è una buona pratica che potrebbe essere riproposta anche negli altri due mercati oggetto dello studio. È da sottolineare come questa decisione sia stata il risultato di un precedente sondaggio tra la clientela fissa e dalla constatazione che il sabato pomeriggio risultasse poco frequentato. Il coinvolgimento nelle politiche

riguardanti i mercati anche della clientela fidelizzata può essere a sua volta una buona pratica utile da proporre in altri contesti. Come più volte sottolineato, i punti di forza di un mercato, possono non essere gli stessi di un altro. E' necessario dunque tenere conto del contesto urbano e sociale in cui il mercato è inserito, in particolare se si tratta di un quartiere con una forte presenza di uffici, in questo caso sarebbe utile infatti riflettere su un prolungamento degli orari che possa coprire l'uscita per la pausa pranzo degli impiegati.

Un altro elemento che potrebbe tornare utile immaginare in particolare per il mercato di Via Santa Giulia, situato nei pressi di una zona universitaria, è una campagna di comunicazione del mercato soprattutto a inizio anno accademico, con lo scopo di attirare la clientela composta da studenti che abitano o stanno iniziando a vivere nel quartiere. Avere inoltre la possibilità di un riscontro da parte degli acquirenti su quale sia la loro domanda rispetto all'offerta che propone il mercato, quest'ultima oggetto della presente analisi, potrebbe dare un quadro più completo e fornire delle indicazioni ulteriori di come possa eventualmente essere adattata l'offerta rispetto alla domanda.

Appendice: traccia utilizzata per l'intervista semi-strutturata

Ricerca sui mercati ambulanti: traccia di intervista basata sulle tematiche emerse nella precedente ricerca sul Territorio Regionale

Orari

1. In questo quartiere, gli orari del mercato sono adeguati alle esigenze dell'utenza?

sì no

Perché? _____

In che modo andrebbero cambiati?

spostati in avanti

prolungati

suddivisi lungo la giornata

differenziati a seconda delle merceologie

creare mercati pomeridiani

2. Gli orari andrebbero diversificati a seconda del periodo dell'anno?

sì no

Perché _____

3. In questo mercato, gli orari di inizio e fine vengono generalmente rispettati dagli esercenti?

sì no

Perché _____

Collocazione e composizione

4. E' meglio dividere rigidamente settore alimentare da settore non alimentare?

sì |_| no |_|

Perché _____

5. Ritieni che questo mercato potrebbe\dovrebbe avere una diversa collocazione all'interno del quartiere?

sì |_| no |_|

Perché _____

Rapporto con l'utenza

6. La clientela, nel mercato, cerca principalmente il risparmio?

sì |_| no |_| non solo |_|

Perché _____

7. La clientela, nel mercato, cerca principalmente la freschezza dei prodotti? **per gli alimentari*

sì no non solo

Perché _____

8. La presenza di clientela giovane (studenti) ha un peso all'interno di questo mercato?

trascurabile

discreto

i giovani sono circa la metà della clientela abituale

i giovani sono la maggior parte della clientela abituale



Rapporto con le istituzioni/leggi

9. Le leggi che regolano il mercato sono chiare e comprensibili per gli ambulanti?

sì no alcune sì e altre no

Perché _____

10. Chi sono i principali interlocutori istituzionali degli ambulanti?

Vigili Urbani

rappresentanti della Circoscrizione

addetti dell'Ufficio del Commercio

altro _____

11. Come considera la comunicazione con le Istituzioni ?

insufficiente

difficoltosa

buona

ottima

dipende dalle situazioni

Perché _____

12. Secondo lei, i venditori ambulanti generalmente collaborano tra loro per comunicare con la Pubblica Amministrazione?

sì no dipende dalle circostanze

Perché _____

Rapporto con commercio fisso/nuovi arrivati

13. Il mercato è utile anche ai negozi che si trovano nell'area circostante?

è utile

|_| è un concorrente

|_| mercato e negozi non si “rubano” la clientela

Perché _____

14. Secondo lei, attualmente, i principali acquirenti delle licenze sono gli stranieri?

sì |_| no |_| non c'è differenza |_|

15. Nel mercato dove Lei si trova, com'è il rapporto con i colleghi stranieri?"

|_| ci si ignora

|_| è generalmente difficoltoso

|_| dipende da persona a persona

|_| è collaborativo

Perché _____



Andamento economico percepito (negli ultimi mesi)

Negativo-----Costante-----Positivo

Commenti conclusivi: _____

