

Città, mercati, scambi:
presentazione della ricerca FIERI-
Camera di Commercio 2010

Maurizio Ambrosini,
FIERI e università di Milano

Mercati e città: una lunga storia, una vicenda attuale

- Mercati locali e commercianti forestieri: una peculiarità urbana, un dispositivo di circolazione di merci, conoscenze, innovazioni
- Tra diffidenza e attrazione
- I mercati all'aperto tra economia e società: ricerca di convenienza e tessitura di relazioni

I luoghi della ricerca

- -analisi quantitativa (Claudia Villosio)
- - analisi etnografica (Melissa Blanchard)

Tre piazze:

- Porta Palazzo
- Piazza Madama Cristina (S.Salvario)
- Corso Racconigi

Gli operatori stranieri nel commercio ambulante

- - nel 2009, 350 nuove attività avviate da immigrati (hanno superato per la prima volta gli italiani nei nuovi avviamenti)
- - aumentati di 25 volte in provincia di Torino dal 1997
- - sono oggi 1670
- - prima nazionalità: Marocco (45%)
- - alivello nazionale: 53.000 nel 2008, pari a un terzo delle licenze (dati FIVA)

Consumatori multiculturali

- Gran parte del commercio ambulante punta sul fattore prezzo
- Si registrano però anche i primi segni della ricerca di nuovi prodotti, sapori, atmosfere
- C'è una fascia sociale che cerca anche e forse soprattutto, scambio e relazione
- Gli stessi immigrati sono poi, e in maniera crescente, clienti dei banchi: caso dei rumeni e dei corredi

Mercati diversi

- Porta Palazzo: è quello che subisce di più l'impatto della crisi, della cattiva reputazione, dell'etnicizzazione della clientela
- Piazza Madama Cristina: malgrado la riqualificazione del quartiere, registra una diminuzione del giro d'affari e della reputazione
- Corso Racconigi: collocato in un tradizionale quartiere popolare, regge meglio e presenta maggiore ottimismo

Gli operatori immigrati: tra rifugio e promozione

- Per una parte dei titolari immigrati, il banco di vendita è un ripiego e una scelta improvvisata
- Percorsi di carriera: inizio a Porta Palazzo, spostamento verso mercati meno affollati e con maggiori margini
- La funzione ambivalente delle reti etniche
- La ricerca di promozione “mettendosi in proprio”: una tradizione che si rinnova

Mercati e socialità: l'integrazione di ogni giorno

- Clienti italiani e venditori stranieri
- Venditori italiani e venditori stranieri
- Venditori stranieri e clienti stranieri
- Venditori italiani e clienti stranieri
- Le relazioni quotidiane che si intrecciano nei mercati in parte riproducono gli stereotipi, in parte li rimescolano e li pongono in discussione
- Nei mercati, prende forma la Torino del futuro