Malpensata, il Comune “mette in riga” il mercato. La Fiva: una svolta

Non è un restyling o chissà quale progetto innovativo, è semplicemente un riaffermare vecchie regole andate dimenticate, ma il segnale che vuole dare è forte. Il mercato della Malpensata è stato letteralmente “rimesso in riga” dal Comune di Bergamo, che ha recentemente concluso un percorso piuttosto lungo e impegnativo, durato sei mesi, per riportare negli spazi previsti dalle concessioni i banchi che, senza troppi complimenti, avevano col tempo preso l’abitudine di “allargarsi” creando confusione e ostacoli al passaggio, in un contesto già di per sé affollato. L’operazione ha nel contempo consentito di liberare una parte del parco dalle bancarelle, che sono state ricollocate negli spazi del piazzale recuperati riportando alle corrette dimensioni le piazzole.

«I posteggi – ha spiegato l’assessore alle Attività produttive **Enrica Foppa Pedretti** nel corso della conferenza stampa di presentazione tenuta durante il mercato – sono passati da 251 a 247 per effetto del piano delle aree mercatali, grazie al quale ora è possibile per il Comune decidere di non mettere a disposizione le autorizzazioni che sono state revocate o alle quali gli operatori hanno rinunciato». La riorganizzazione ha fatto scendere da 37 a 26 i posteggi nel parco, tutti collocati sull’asse centrale che da via Mozart arriva al piazzale, mentre è rimasto libero il viale laterale che si apre sulla sinistra. All’interno del piazzale i posti sono saliti da 109 a 113 nella parte sinistra e da 105 a 108 in quella destra. «Dopo vent’anni di “Bronx”, era un’operazione che andava fatta – ha continuato l’assessore –. La nuova definizione degli spazi rende il mercato più ordinato e garantisce un percorso di visita più fluido ed è anche una risposta al quartiere che chiede che il parco possa essere

percepito e vissuto in maniera diversa. L'obiettivo finale è liberare completamente il parco dai banchi e restituirlo alla città». «Il lavoro non è stato semplice – ammette – e l'accompagnamento delle associazioni di categoria degli ambulanti è stato importante. Con la collaborazione dell'Atb, i nostri Uffici hanno inventariato tutti i banchi, confrontato le assegnazioni con le posizioni di fatto e provveduto a contattare ogni operatore». Il risultato è una nuova segnaletica orizzontale, di un giallo fresco di vernice, entro la quale oggi ogni banco rientra con precisione.

Con il riordino si vuole anche migliorare la sicurezza. «Quella del mercato è una situazione complessa, che comprende anche problemi come la viabilità e l'abusivismo commerciale – ha ricordato il comandante della Polizia Locale **Virgilio Appiani** -. Maggiore ordine significa maggiore sicurezza e da parte nostra c'è la massima attenzione nel presidio, realizzato sia con agenti incaricati di controllare le attività commerciali sia con pattuglie di supporto per la viabilità sia con agenti in borghese per contrastare l'abusivismo. Rinnoviamo inoltre l'invito alle associazioni di categoria ad una collaborazione sulla prevenzione».

«Era un intervento richiesto da tanti anni – ha evidenziato il presidente della Circoscrizione 1, **Alessandro Trotta** -. C'era l'esigenza di beneficiare di un parco che non fosse sempre riconducibile al mercato, ma che potesse essere riconosciuto come un vero polmone verde del quartiere».

Dolci (Fiva): «Verso un mercato moderno e vivibile»

La Fiva-Ascom ha promosso e collaborato fattivamente al progetto del Comune. «Dopo l'installazione delle prese per la corrente elettrica di qualche anno fa – evidenzia il presidente degli ambulanti **Mauro Dolci** – questo è un altro passo nella direzione di un mercato più moderno, che vuole proporsi al cittadino come uno spazio vivibile, in cui girare tranquillamente». «Con la riorganizzazione dei posteggi – rimarca – si sono allargate le corsie e c'è più ordine, ma

soprattutto sono state messe ben in chiaro le regole, che tutti gli ambulanti devono rispettare allo stesso modo e che mettono in un angolo senza possibilità di difesa chi vuol fare il furbo. Dietro ad un'operazione che può sembrare semplice, c'è un forte messaggio di legalità, un messaggio che può da solo contribuire a migliorare la sicurezza al mercato». Dolci non si riferisce solo alla maggiore possibilità di controllo, ma anche al fatto che, eliminando l'"anarchia", si possa scoraggiare in partenza la microcriminalità. «I borseggiatori non sono un fenomeno esclusivo del mercato della Malpensata – tiene a precisare -. Vanno dove c'è gente e, naturalmente, sono più attratti dalle situazioni in cui c'è più caos e assembramento, in questo senso un mercato meglio organizzato può già essere un deterrente».

Non nasconde comunque le difficoltà incontrate nel raggiungere l'obiettivo – a cominciare dalla contrarietà di chi è stato spostato, preoccupato di perdere la clientela abituata "al solito posto" – e la necessità di proseguire l'impegno perché le nuove regole continuino ad essere rispettate. «Come associazioni – annuncia – stiamo pensando di realizzare dei cartelli in più lingue che informino gli operatori della necessità di osservare le regole, non solo per evitare di incorrere nelle sanzioni, ma per far sì che il mercato possa funzionare al meglio. Il cambio di prospettiva deve essere netto: non l'esigenza del singolo operatore ma quelle dei consumatori, che sono i nostri "primi azionisti". Solo offrendo un ambiente piacevole e sicuro potremo conquistarli». C'è anche la consapevolezza che non si tratta di un punto di arrivo. «Siamo soddisfatti perché è partito con il piede giusto un confronto ed un impegno che dovrà affrontare anche altri problemi, come quello dei parcheggi – ricorda -. Un percorso che non va abbandonato se si vuole riqualificare un appuntamento importante come questo».

GLI AMBULANTI

«Ma da troppo tempo l'appuntamento ha perso il suo richiamo»

Si dibattono tra crisi e progressiva perdita di appeal dell'appuntamento gli ambulanti dal mercato della Malpensata del lunedì mattina, un momento che con poco meno di 250 attività rappresenta pur sempre un'interessante occasione per trovare tutto e per tutte le tasche. Dai fiori alla frutta, passando da formaggi, salumi e dagli immancabili fritti, dai cappelli agli articoli per la casa, dalla biancheria alla merceria e poi calzature e abbigliamento, nel contesto di un'offerta complessiva che si è però appiattita rispetto ai tempi in cui il mercato era meta ambita di chi cercava qualità e convenienza, con l'avvento di banchetti, per lo più gestiti da extracomunitari (sono circa il 40% del totale degli operatori e si occupano di attività non alimentari), che fanno a gara ad esporre il prezzo più basso. Confusione, microcriminalità e atmosfera "multietnica" hanno fatto il resto nel modificare la platea dei frequentatori. «Era il mercato più bello della Bergamasca – rileva la signora Franca del banco che vende solo calze, presente da 46 anni -. Ora stare qui è desolante. È frequentato solo da stranieri che non sono interessati a questi articoli, cercano solo ciò che costa meno». A poca distanza le fa eco **Gianluigi Moretti**, commerciante di abbigliamento, da 42 anni alla Malpensata: «È un appuntamento in caduta libera. Noi ci siamo sempre dedicati a prodotti di una certa qualità e oggi ci manca la materia prima, ossia i clienti che sappiano apprezzare la nostra offerta e, di conseguenza, la differenza di prezzo. Purtroppo ora si è perso ogni riferimento – dice -, non si capisce che una scarpa può costare cento e non dieci euro e anche davanti ad un bel banco ordinato ci si avvicina per rovistare e buttare tutto all'aria». Il riordino degli spazi? «Credo sia troppo tardi, ormai si è guastato il rapporto tra gli operatori, tra chi rispetta regole come l'orario e chi fa quello che vuole». Anche sull'effettiva valenza commerciale del mercato ha qualche dubbio: «Più che per fare spese sembra un centro di raccolta per chi vuole passare il tempo», è l'amara constatazione, mentre le ancora di salvataggio «sono la clientela coltivata nel tempo e il fatto che negli altri

mercati dove siamo presenti, invece, l'interesse continua ad esserci». Al banco di borse, cappelli e accessori le cose vanno un po' meglio: «Abbiamo prezzi più alti perché sono prodotti made in Italy, ma è anche un'offerta particolare, che non si trova altrove, e questo ci salva», mentre sulla presenza di extracomunitari, venditori o clienti, il giudizio è equidistante: «È un cambiamento della società in atto e non può essere fermato». Lo conferma **Cesare Barbieri** che viene da Cremona e vende abbigliamento firmato a prezzi di stock: «Anche in altre città la clientela del mercato è cambiata con l'arrivo degli stranieri – ricorda -. La nostra, tuttavia, è una di quelle offerte che continuano ad attirare la gente, qui a Bergamo siamo in tutto due o tre con questo genere di proposta. Certo la crisi si sente e si cerca di attutire il colpo facendo in primo luogo attenzione agli acquisti». **Mostafa Sellami** è alla Malpensata dal '98 con un banco di abbigliamento: «In questi anni il mercato è andato peggiorando. Sono d'accordo sulle regole per i posteggi – afferma –, c'è più spazio, ora però servirebbero anche più controlli perché i clienti non possono rischiare di non trovare più il portafoglio». Più scettici all'autonegozio **Maccalli** di pane e dolci, anche loro collocati nel parco. «Ora il passaggio è sgombro – constatano i due dipendenti – ma c'è da scommettere che la prossima settimana sarà di nuovo invaso da abusivi con le loro esposizioni improvvisate. Le vendite? Un tempo eravamo in quattro a servire, oggi siamo in due, i nuovi frequentatori del mercato non sono molto interessati alle nostre proposte». Stessa visione condita da una buona dose di crisi dei consumi all'autonegozio di pesce fresco e fritto di **Danilo Brusadelli** di Lecco, presenza storica sulla piazza. «Ormai non è più questione di fine o inizio mese – dicono **Alessia e Sandra**, nuora e suocera – non si spende più e basta. Anche nel pesce, per la verità, si possono trovare prodotti poco costosi da portare in tavola, qui però siamo penalizzati dalla clientela, che ormai è quasi tutta composta da extracomunitari e non fa molto uso di pesce». Se le difficoltà aguzzano l'ingegno, a **Igor Trocchia**, da 16 anni

alla Malpensata con macelleria, polleria, salumeria e rosticceria, le idee per attirare l'attenzione non mancano. Cartelli con le offerte speciali e colorate combinazioni di menù sono in bella mostra: «Ormai si vende solo quello che è in offerta – rileva -, ma non manco di esplorare ogni possibilità per farmi conoscere». Ad esempio ha deciso di fare pubblicità sul giornale, cosa piuttosto rara per gli ambulanti, con il gustoso slogan "Trocchia il pollo che scrocchia" «e se capiremo che Internet è un mezzo che ci può aiutare, sfrutteremo anche quello».