

L'altra faccia dell'economia: gli street vendors e l'uso dello spazio urbano nell'area metropolitana di Cagliari

Roberta Floris, Anania Mereu

(Dottoranda di ricerca in Ingegneria del Territorio Roberta Floris, Università degli Studi di Cagliari, via Marengo 2, roberta.floris@unica.it)

(Dottoranda di ricerca in Ingegneria del Territorio Anania Mereu, Università degli Studi di Cagliari, via Marengo 2, ananiamereu@gmail.com)

1 ABSTRACT

L'attività del commercio ambulante ha svolto un ruolo di primaria importanza nell'evoluzione della definizione concettuale dell'economia informale: oggi, nell'era della globalizzazione, tale fenomeno rappresenta una fetta importante dell'economia sia nei paesi in via di sviluppo sia nei paesi sviluppati. Gli attori principali del settore informale sono gli street vendors, i quali occupano spazi urbani nello svolgere la loro attività di vendita, caratterizzata per lo più da alimentari e oggettistica varia.

Tale fenomeno è un aspetto "poco esplorato" dal punto di vista della pianificazione urbana. Questo infatti fa parte di quella faccia della città globalmente riconosciuta in quanto facente parte della vita di tutti i giorni, ma mai compresa sino in fondo per la complessità della sua natura. Anche in piccole realtà quale è quella di Cagliari, è possibile riscontrare la presenza dei venditori ambulanti.

Dopo un breve excursus sullo stato dell'arte, il paper analizza il fenomeno circoscritto all'area metropolitana di Cagliari, interagendo direttamente con gli attori protagonisti. Infatti parte importante della metodologia seguita è stata la conduzione di interviste dirette previa realizzazione di un questionario semi-strutturato, a specifiche categorie: venditori informali locali, venditori informali stranieri, venditori formali.

Dai dati raccolti è emerso un quadro di problematiche che influisce non solo sulla tipologia dei rapporti tra attori dell'economia informale e dell'economia formale ma anche sull'occupazione dello spazio urbano.

2 INTRODUZIONE

L'attività del commercio ambulante ha svolto un ruolo fondamentale nella storia della definizione concettuale dell'economia informale.

Con il termine economia informale si intendono quegli aspetti dell'economia del Paese che, seppur a fini legali, non vengono dichiarati, in tutto o in parte, ai pubblici poteri. L'economia informale rappresenta una sorta di ammortizzatore sociale per i problemi legati alla disoccupazione e una possibilità di sopravvivenza per quella parte della popolazione più vulnerabili o già in condizioni di povertà (Zurru,2005).

Sia chi si occupa di paesi in via di sviluppo che di paesi a capitalismo maturo, descrive il commercio ambulante come un meccanismo fondamentale di sussistenza per le persone senza alcuna possibilità di guadagnarsi un posto negli spazi formali dell'economia o come uno strumento di contrasto contro le logiche dominanti del sistema capitalistico moderno.

Il commercio ambulante ha quindi la peculiarità di risultare quel settore escluso dall'economia formale; in termini di capitale è caratterizzato da basse barriere all'entrata, la conduzione è prevalentemente familiare con livelli tecnologici quasi totalmente inesistenti (Bellanca,2008).

L'immagine immediata che può suscitare la vendita ambulante è quella di un mondo caotico, animato da un numero difficilmente stimabile di attori. Questi, fondamentalmente mossi dal forte bisogno, decidono di vendere qualcosa per strada, in competizione con gli altri attori, per conquistarsi qualsiasi spazio urbano che possa garantire la possibilità di racimolare le risorse utili alla propria sopravvivenza giornaliera. Al fine della sopravvivenza uno spazio di vendita vale l'altro per qualsiasi ambulante. Ciò comporta una disposizione caotica degli attori nello spazio urbano ed una forma complessiva dello spazio fisico occupato che riflette la capacità dei singoli attori di gestire al meglio le proprie risorse.

In passato gran parte degli spazi dove avvenivano le transazioni erano subordinati a rigorosi controlli istituzionali, e gran parte della letteratura storica fa rimandi continui alla centralità e specificità degli spazi fisici per l'attuazione delle transazioni economiche, definendo i meccanismi di limitazione che forze sociali e politiche comportavano per la libera azione economica dei singoli.

La localizzazione fisica del mercato appare un elemento intimamente legato alla sua esistenza: i mercatini locali posti alle porte della città e le fiere rappresentano le prime forme di localizzazione fisica del mercato; quando raggiungevano un certo livello di importanza, venivano contrassegnate anche dall'identità temporale, con la definizione di una precisa cadenza periodica per le vendite. L'elemento chiave di questo processo diviene così il luogo in cui avvengono le transazioni: lo spazio urbano (Bagnasco, 1988).

In questo lavoro si analizzerà il settore del commercio ambulante nella città di Cagliari dando particolare attenzione alla dimensione dello spazio urbano.

I temi dell'indagine sono stati trattati con metodologia qualitativa in due momenti: nella prima fase esplorativa e di ricostruzione del contesto, tramite una mappatura del fenomeno in città e la conduzione di interviste agli attori chiave; nella seconda fase come approfondimento dei risultati più complessi e problematici emersi dal questionario. Nei paragrafi che seguiranno verrà spiegata nello specifico la metodologia adottata. Il censimento degli street vendors di frutta e verdura principalmente, ha consentito di disegnare la disposizione spaziale quotidiana degli ambulanti e la forma urbana complessiva di questo mercato irregolare, come pure alcune caratteristiche socio anagrafiche degli attori protagonisti (Angioni, 1982).

La continuità temporale delle transazioni economiche irregolari viene concepita in questo paper come problematica, privilegiando un tipo di analisi orientata all'ottenimento del dato spaziale: il luogo di lavoro diviene infatti uno spazio urbano occupato in modo irregolare per la vendita irregolare.

3 EVOLUZIONE DEL COMMERCIO AMBULANTE

3.1 Il mercato alimentare storico

Lo scambio delle merci è stato da sempre uno degli elementi essenziali del processo evolutivo umano, ne sono state testimonianza le più antiche civiltà. Successivamente l'agricoltura, sistema produttivo primario, ha innescato il processo di passaggio dal nomadismo alla stanzialità e, con esso, ha messo in evidenza le variegata esigenze legate alla conservazione dei prodotti eccedenti, a quelli da consumare e a quelli destinati allo scambio di altri beni (Roma, 2001).

Da tale primitiva organizzazione è scaturita la necessità di strutture per il deposito delle merci e di spazi atti a contenerle per essere successivamente utilizzate, barattate con altre o vendute. Queste esigenze hanno dato vita ai mercati e ai primi commercianti: i mercanti.

Il mercato ha sempre rappresentato un punto di riferimento per quel ruolo di relazione e di scambio che ne costituisce dalle origini il substrato portante, imponendosi come simbolo non solo del commercio dei prodotti, ma anche come spazio di relazione e di scambio delle diverse culture locali (Anderson, 1996).

Nonostante l'evoluzione dei tempi e gli inesorabili processi di cambiamento e di trasformazione che hanno mano a mano interessato le città, il mercato ha continuato a vivere, adattandosi e modellandosi secondo le esigenze imposte dai moderni ritmi di vita.

3.2 Il commercio ambulante nella società post-moderna

Pur essendo specificatamente regolata dalla legge, la gran parte della vendita per strada di beni quali quelli alimentari, frutta e verdura, si svolge in città in modo abusivo. Ma a differenza di tante altre attività sommerse, per poter svolgere normalmente la loro attività, gli attori necessitano di ampia visibilità per la domanda, generando nei confronti delle istituzioni tese al controllo e alla repressione dei fenomeni di irregolarità. A fronte di questa enorme possibilità repressiva è evidente che un commercio ambulante abusivo viene istituzionalizzato nella vita sociale della città, quale mercato che si è affermato come spazio quotidiano di relazioni contraddistinto da proprie regole specifiche.

Il commercio ha quindi creato spazi che generano nuovi rapporti sociali secondo un modello sempre più avulso da quello diretto che un tempo intratteneva il "consumatore-cliente e il venditore-amico", basato essenzialmente su un rapporto personale e di fiducia, caratterizzato da un approccio del tutto impersonale che riflette la diversa organizzazione commerciale: ieri per ramo merceologico, tipico dei negozi specializzati a conduzione familiare, oggi con un assortimento vario riposto negli scaffali dei moderni complessi commerciali.

In tale nuovo contesto gli Enti Locali sono chiamati a risolvere i problemi relativi alla convivenza del dualismo commerciale attraverso una politica volta allo sviluppo delle medie strutture di vendita e alla qualificazione del commercio ambulante.

L'esistenza di questo mercato irregolare è possibile in città grazie al controllo dello spazio di vendita. La spazialità delle aree di mercato è contenuta all'interno di particolari quartieri, vie e piazza, ed è regolata da norme informali, prodotto di relazioni sia tra i diversi attori economici, sia tra questi e quelli politico/organizzativi. (Bagnasco, 1986)

L'estrema facilità di intraprendere l'attività di vendita e i bassi costi iniziali ne fanno un ambito frequentatissimo. Ma se l'ingresso al settore appare abbastanza semplice, non possiamo dire la stessa cosa riguardo la permanenza al suo interno. Questo perché l'occupazione dello spazio non è una condizione che può dirsi definita una volta per tutte; i decisori politici infatti garantiscono l'uso della superficie di vendita agli ambulanti per la loro sopravvivenza tramite una concessione elastica, vincolata da strutture normative informali abbastanza rigide ed utilizzata "strumentalmente" come merce di scambio per ottenere consenso politico; ne consegue che certi spazi vengono concessi e altri negati perché ciò che è in gioco sono i diritti degli altri cittadini e il decoro della città (Roma, 2001).

L'immagine che gli attori politici vogliono fornire alla città, influenza anche l'operato degli organismi che devono tradurre operativamente questo elemento: la Polizia Municipale. In tal caso, alla forza del diritto alla sopravvivenza, quale elemento che orienta l'azione dei vigili urbani, si affianca il deficit organizzativo interno, che limita l'applicazione letterale della legge e consente un uso illegale degli spazi agli ambulanti.

4 LA FORMA URBANA DEL MERCATO IRREGOLARE

La vendita di prodotti e oggettistica varia che avviene per la strada, è un fatto talmente quotidiano da apparire normale e quindi parte integrante della vita quotidiana della città. La presenza degli ambulanti diventa quindi una cosa utile e scontata e capace di soddisfare i bisogni economici di una vasta clientela (Bagnasco, 1988).

Nonostante questa attività possa essere svolta in modo regolare, in spazi e tempi ben definiti, l'esperienza di qualsiasi cittadino richiama la presenza diffusa in diverse zone della città di street vendors abusivi.

Così, per la mancanza di autorizzazione di vendita, per il mancato pagamento della concessione del suolo, per la vendita di prodotti non previsti dalla tavola merceologica comunale e per la mancanza di rilascio al cliente di qualsiasi ricevuta fiscali, un numero considerevole di street vendors viene tagliato fuori dal sistema di regole che disciplina l'attività.

Altro problema da non sottovalutare sono le continue proteste e lamentele dei negozianti stanziali nei confronti degli abusivi, visti come concorrenti sleali.

La particolarità del commercio ambulante è che, a differenza di altre attività irregolari, per esercitare la propria attività hanno bisogno di visibilità. Esporre i propri prodotti in uno spazio pubblico, come marciapiedi strade e piazze è la condizione primaria per poter lavorare: la visibilità della postazione deve quindi essere massima (Zurru, 2005).

Come verrà ben esposto nel paragrafo che segue, nella città di Cagliari questo tipo di vendita si effettua nei giorni feriali in spazi bene delimitati e circoscritti all'area dei mercati rionali; nei giorni festivi invece le piazze e una quota rilevante del quartiere di Sant'Elia vengono occupate dalla vendita di beni alimentari.

Per cui ogni tipologia di street vendors è definito un singolo spazio e quindi un proprio angolo di visuale. Le mappe che seguiranno consentiranno di capire meglio la complessità spaziale del fenomeno.

5 METODOLOGIA ADOTTATA E MAGGIORI RISULTATI OTTENUTI

Dall'analisi bibliografica del fenomeno, e dalla sua proiezione nel contesto metropolitano di Cagliari, sono emerse una serie di zone caratterizzate dalla presenza degli ambulanti, che hanno mutato nel tempo la loro forma: per esempio, alcune aree in cui prima si riscontrava la presenza degli street vendors ora risultano essere non occupate, altre che prima erano caratterizzate da una disposizione lineare e continua dei venditori ambulanti ora risultano averla frammentata, altre ancora invece sono di recente occupazione.

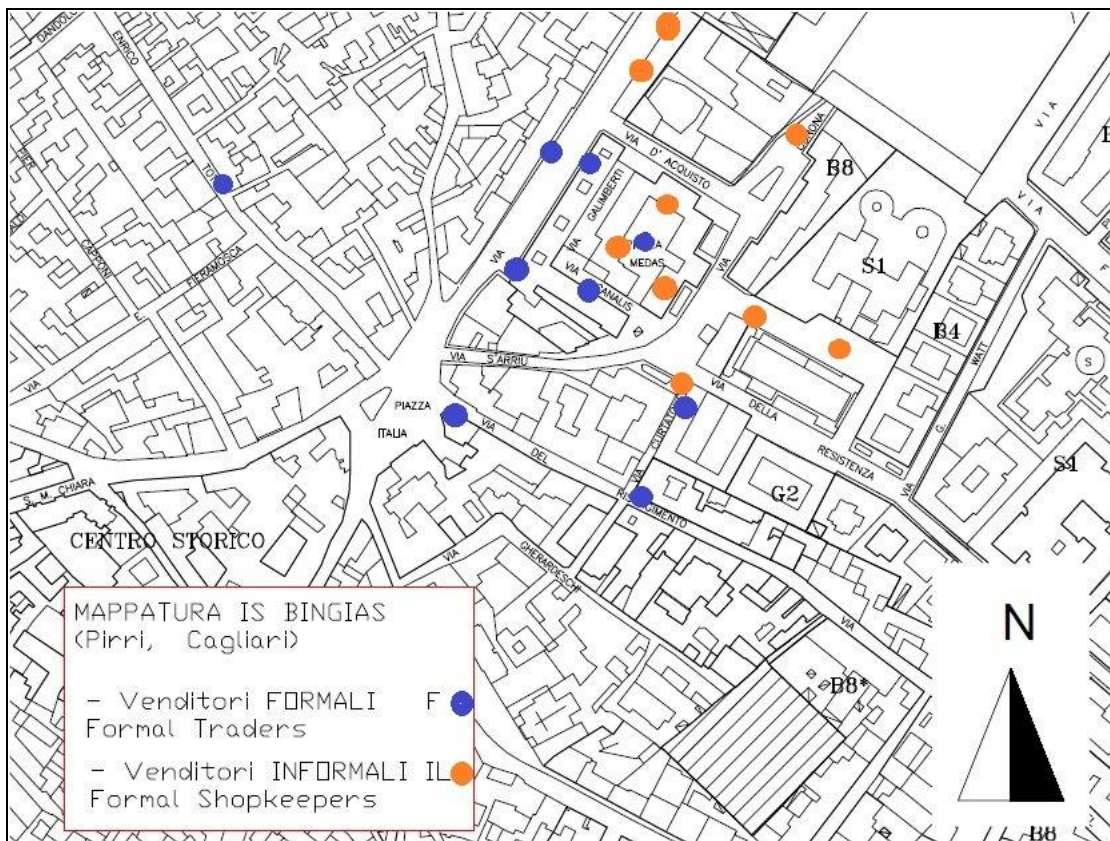


Fig. 1: Mappatura venditori formali e informali intervistati.



Fig. 2: Mappatura venditori informali internazionali intervistati e foto.

Ciò mostra come tali aree siano in continua evoluzione sia per il cambiamento di scelta sul dove svolgere l'attività da parte dei venditori, sia per l'intervento del Comune al fine di salvaguardare l'immagine e il funzionamento di alcuni aspetti cittadini quali ad esempio il decoro e la circolazione fluida delle auto.

Per avere un resoconto, almeno parziale, dell'evoluzione delle aree interessate dalla presenza di venditori ambulanti, la prima parte della metodologia è stata quella della mappatura del fenomeno in alcune zone dalla posizione urbana favorevole allo sviluppo di tali attività informali (Zurru, 2005).

Una è l'area di Piazza San Michele – Is Mirrionis, uno dei quartieri popolari di Cagliari, un'altra è quella della Località Is Bingias, in prossimità del mercato civico di Pirri e infine quella del quartiere della Marina, nel centro storico della città, e del Centro Commerciale “Le Vele”, sito nel comune di Quartu Sant'Elena.

In prima istanza la mappatura mirava a identificare la disposizione spaziale dei venditori ambulanti ed è stata completata mediante un'analisi visiva e fotografica supportata dalle seguenti informazioni reperite:

- l'età approssimativa e genere del venditore;
- la tipologia di merce venduta,
- il grado di complessità tecnologica (complessità attrezzatura) a supporto della vendita;
- il numero di addetti alla vendita.

A titolo esemplificativo si riportano qui sotto due tra le mappe realizzate; la Figura 1 mostra la posizione occupata dai venditori informali e formali intervistati nell'area di Is Bingias, la Figura 2 rappresenta la mappatura dei venditori informali intervistati nell'area di San Michele con alcune foto esplicative.

Al fine di ottenere risultati il più possibile realistici, parte integrante della metodologia è stata l'elaborazione di due differenti questionari semistrutturati: uno per la categoria dei venditori informali locali e stranieri, e uno per quella dei venditori formali (Zurru, 2005).

Obiettivo principale del questionario era quello di ottenere informazioni riguardanti i benefici economici del lavoro svolto, il rapporto tra questo e l'area in cui esso viene esercitato, nonché eventuali variazioni logistiche e tipologiche dell'attività svolta e le esigenze lavorative di tali venditori.

Per quanto riguarda invece i venditori formali locali, è stata condotta un'intervista con l'intento di individuare: gli impatti che la presenza di venditori informali nelle vicinanze delle attività formalizzate può determinare sui guadagni nonché sull'immagine di tali attività, gli impatti sulla città, ed eventuali situazioni problematiche. Sono stati intervistati 9 venditori informali e 9 venditori formali locali nella zona di San Michele, altrettanti nella zona di Is Bingias, mentre nei quartieri di Marina, del Poetto, di San Benedetto e del centro commerciale “Le Vele” sono stati intervistati 28 ambulanti internazionali. Complessivamente sono state condotte 64 interviste.

6 DATI REPERITI

6.1 Tipologia delle merci vendute e grado di tecnologia adottato

Per quanto riguarda le interviste condotte ai venditori informali locali e ai venditori formali è utile considerare i dati separatamente per le due aree di San Michele e Is Bingias, dato che si tratta di aree molto differenti per posizione occupata. I risultati ottenuti complessivamente sono i seguenti:

Venditori informali		
	Area Is Bingias (Tot. Intervistati 9)	Area San Michele (Tot. Intervistati 9)
Genere	Donne 5 Uomini 4	Donne 3 Uomini 6
Età	Tra i 35 e i 54 anni 7 Superiore ai 54 anni 2	Tra i 25 e i 34 anni 1 Tra i 35 e i 54 anni 5 Superiore ai 54 anni 3
Numero addetti alla vendita	Un addetto 8 Due addetti 1	Un addetto 7 Due addetti 2
Tecnologia usata per la vendita	Furgone e bancarella 4 Macchina e bancarella 2 Ape Piaggio 3	Furgone e bancarella 2 Macchina e teloni 2 Ape Piaggio e teloni 3 Bagagliaio auto 1 Tavole e cassette 1
Tipologia merce venduta	Frutta e verdura 3 Abbigliamento e calzature 3 Piante 2 Biancheria per la casa 1	Frutta e verdura 3 Abbigliamento e calzature 3 Oggettistica varia 2 Pupazzi e libri 1
Provenienza merce venduta	Italia Cina Olanda Belgio	Italia Cina
Clienti abituali	Residenti del quartiere Passanti Turisti	Residenti del quartiere Passanti Turisti

Vantaggi	Vicinanza al mercato civico Brevi distanze dalla propria abitazione Quartiere residenziale Centralità della zona	Zona di passaggio Quartiere popolare Brevi distanze dalla propria abitazione
Svantaggi	Assenza di parcheggi Assenza di vigilanza	Assenza di servizi (parcheggi, acqua corrente)

Table 1: Risultati interviste ai venditori informali locali

Venditori formali		
	Area Is Bingias (Tot. Intervistati 9)	Area San Michele (Tot. Intervistati 9)
Genere	Donne 5 Uomini 4	Donne 4 Uomini 5
Età	Tra i 25 e i 34 anni 1 Tra i 35 e i 54 anni 7 Superiore ai 55 anni 1	Tra i 35 e i 54 anni 7 Superiore ai 55 anni 2
Merci	Alimentari 2 Cartoleria 1 Abbigliamento 3 Articoli da regalo 1 Gioielleria e bigiotteria 2	Alimentari 3 Cartoleria 1 Abbigliamento 2 Articoli da regalo 1 Ferramenta 2
Clienti abituali	Residenti del quartiere Passanti Turisti Venditori ambulanti Altri negozianti	Residenti del quartiere Passanti Turisti Venditori ambulanti
Vantaggi	Centralità della zona Vicinanza ai venditori informali locali	Ambiente tranquillo (pacifica convivenza)
Svantaggi	Assenza di parcheggi Problema della vigilanza	Disordine Cattivo aspetto della zona Intralcio del passaggio nelle vie principali

Table 2: Risultati interviste ai venditori formali

Per quanto riguarda i risultati delle interviste ai venditori internazionali, la tabella che segue mostra quelli complessivi:

Venditori Informali internazionali	
	Viale Marconi – San benedetto – Marina – Stampace (Tot. Intervistati 28)
Genere	Donne 1 Uomini 27
Età	Minore di 18 anni 1 Tra i 18 e i 24 anni 9 Tra i 25 e i 34 anni 13 Tra i 35 e i 54 anni 5 Superiore ai 55 anni 0
Nazionalità	Senegal 18 Bangladesh 9 Ghana 1
Merci	Accendini Fazzoletti Cd Abbigliamento e calzature contraffatte Oggettistica (Cover telefoni, occhiali da sole, souvenirs) Bigiotteria
Provenienza merci	Cina Italia Bangladesh Africa Nessuna risposta India
Piano di lavoro	Macchina Buste/borsoni Teli Cartone e cassette Tavole di compensato
Clienti abituali	Passanti Turisti Parcheggiatori Residenti del quartiere Altri venditori ambulanti Negozianti
Vantaggi	Passaggio di persone
Svantaggi	Fenomeni di razzismo Assenza servizi

Table 3: Risultati interviste ai venditori informali internazionali

L'analisi visiva e fotografica, nonché quella svolta mediante la somministrazione del questionario semi-strutturato ha permesso di ottenere una serie di dati che vengono riassunti qui di seguito. Per quanto riguarda i venditori informali locali dell'area di Is Bingias, essi hanno un'età media di 50 anni, leggermente superiore a quella dei venditori di San Michele (45 – 50 anni), ma di molto più elevata rispetto a quella dei venditori informali stranieri (25 – 28 anni). A Is Bingias è presente una buona rappresentanza femminile, superiore a quella della zona di San Michele, rappresentanza che risulta annullarsi quasi completamente tra i venditori informali internazionali.

Per quanto riguarda le merci vendute, in entrambe le aree di local street vending troviamo frutta e verdura, abbigliamento e calzature. A Is Bingias si vende anche biancheria per la casa e piante, mentre nella zona di San Michele oggettistica varia, pupazzi e libri. I venditori stranieri invece si limitano alla vendita di oggetti e di abbigliamento. La provenienza delle merci è all'incirca la stessa per i venditori locali: principalmente da Cina e Italia.

Per i venditori internazionali è più varia e come ci potremo aspettare in parte proviene dall'Africa e dall'India. Come attrezzatura a supporto della vendita, a Is Bingias solitamente per il trasporto usano o il furgone o l'Ape Piaggio o la macchina, mentre per la vendita allestiscono delle bancarelle con tavole.

A San Michele si possono riscontrare gli stessi mezzi di trasporto, mentre per l'esposizione della merce si usano metodi, oltre alle bancarelle, meno tecnologici tipo teloni e cassette per terra, o addirittura direttamente il bagagliaio dell'auto.

Per i venditori stranieri la tecnologia di vendita è ancora meno avanzata di quella già menzionata in quanto caratterizzata principalmente da teli e buste e solo qualcuno dispone di una macchina per il trasporto. I clienti abituali sono solitamente residenti del quartiere, passanti e turisti, per tutti i venditori informali, ma per i venditori stranieri possono essere annoverati tra i clienti anche i parcheggiatori.

Per quanto riguarda i venditori formali, essi presentano caratteristiche simili nelle due aree considerate: il numero di donne e uomini all'incirca si equivale, l'età media è compresa tra i 35 e i 54 anni.

Le merci vendute sono abbastanza varie; il maggior numero di attività è rappresentato da negozi alimentari e di abbigliamento, da cartolerie, da articoli da regalo, da gioiellerie e da ferramenta. I clienti abituali sono principalmente, come per i venditori informali, residenti del quartiere, passanti e turisti, ma anche venditori ambulanti e altri negozianti.

6.2 Gli impatti riscontrati

Ulteriori dati ricavati hanno permesso di individuare una serie di elementi importanti che hanno permesso di comprendere meglio la complessità del fenomeno. Quasi sempre quello del venditore ambulante è l'unica fonte di sostentamento della famiglia, infatti gran parte delle persone intervistate e/o osservate svolgevano la loro attività singolarmente.

La disposizione spaziale in cui viene svolta l'attività di vendita viene legittimata seppur con le dovute restrizioni e in certi casi tollerata dalle Autorità e dalle Amministrazioni Locali. Essa innesca una serie di situazioni che hanno immediata ripercussione in termini di vendita. La maggior parte dei venditori locali intervistati, la ritiene strategica nonchè la migliore in cui possano vendere, in quanto, si trovandosi in quartieri abitati principalmente da persone di ceto basso o medio-basso, la clientela non manca mai e costantemente acquista prodotti a prezzi più accessibili.

Rappresentando essenzialmente dei luoghi di passaggio o luoghi in prossimità di attrattori come importanti attività commerciali, per coloro che dall'hinterland cagliaritano si spostano verso il centro della città e viceversa diviene più facile fermarsi per acquistare qualcosa.

Tra gli aspetti negativi conseguenti l'occupazione di spazi urbani per la vendita informale il problema più sentito è sicuramente la scarsa presenza di parcheggio nelle immediate vicinanze, che determina necessariamente una clientela inferiore rispetto a quella che si avrebbe qualora gli automobilisti potessero sostare più facilmente.

Altro problema è la scarsa presenza di servizi igienici sia per i venditori sia quelli necessari per ripulire la zona occupata, dopo lo svolgimento dell'attività.

In ultima istanza, per quanto riguarda le relazioni tra i venditori informali locali e i venditori formali, molto spesso si manifesta una sorta di collaborazione indiretta tra essi e inoltre dalle interviste è emerso come i

negozianti regolari considerino un vantaggio avere nelle vicinanze venditori informali che svolgono la loro attività in quanto essi attraggono una maggiore clientela.

7 CONCLUSIONI E POSSIBILI INTERVENTI DI MITIGAZIONE

La vendita ambulante abusiva appare un settore economico strutturale nella nostra società, in quanto piena dimostrazione della rivendicazione del diritto di sopravvivenza reclamabile da qualsiasi cittadino. Il diritto alla sopravvivenza degli street vendors viene riconosciuto non tanto come diritto civile ma come diritto umano.

È proprio il tentativo di salvaguardare i diritti di tutti, in concorrenza tra loro (quelli degli ambulanti, dei cittadini e dei negozianti) che orienta il comportamento politico e organizzativo, in una sorta di concessione elastica all'esercizio di vendita: alcuni luoghi vengono concessi altri proibiti.. anche in quei luoghi che vengono concessi il diritto alla vendita informale non è un scontatoma strettamente dipendente dalla policy altalenante.(Zurru,2005)

In questo spazio irregolare tutte le relazioni sono messe in gioco giorno per giorno, tutto è altalenante, ma nonostante la sua precarietà la struttura dell'informale regge oramai da diversi anni; gli ambulanti continuano ad occupare certi spazi e a caratterizzare certi luoghi urbani e a tessere strategie relazionali che consentono la persistenza del mercato sommerso nella sua fisicità.

Nei paragrafi precedenti è emerso come il coinvolgimento degli attori chiave ha avuto innanzitutto un'utilità strumentale, perché ha permesso di ottenere informazioni sul contesto locale e definire alcuni punti di intervento di intervento. Inoltre il coinvolgimento della comunità dei venditori ambulanti e non ha avuto anche un ruolo costruttivo, perché ha permesso agli attori di decidere autonomamente secondo quali priorità verranno gestiti i processi di trasformazione territoriale dello spazio urbano che gli riguarda e di appropriarsi di una strategia di intervento.

Le possibili soluzioni, emerse dal confronto diretto con gli attori protagonisti sono le seguenti:

- L'aumento dei controlli da parte delle autorità vigilanti in modo che non vengano occupati senza nessuna autorizzazione ulteriori spazi pubblici ed eventuale modifica degli spazi attualmente concessi, al fine di evitare un ulteriore aggravamento del problema dell'intralcio del passaggio delle auto e del disordine. Sarebbe opportuno che tutti i venditori possedessero una licenza di vendita e dichiarassero ai fini fiscali i propri guadagni; questo porterebbe la maggior parte dei venditori a cessare con la propria attività in quanto, posti dinanzi all'obbligo di una regolarizzazione, non riuscirebbero a sopravvivere, rappresentando questa l'unica fonte di guadagno familiare.
- La creazione di spazi appositi per i venditori informali con annessi servizi igienici, contribuire a migliorare l'aspetto delle zone considerate: dalle interviste infatti è emerso tale deficit e la realizzazione di questi servizi potrebbe contribuire a migliorare l'aspetto delle zone considerate, permettendo agli ambulanti stessi di ripulire e tenere ordinata l'area al termine della giornata di vendita.
- la Creazione di nuovi parcheggi o concessione di aree per svolgere l'attività di vendita che siano servite da parcheggi, in modo tale che coloro che intendono acquistare prodotti dai venditori informali possano sostare tranquillamente, riducendo di conseguenza il problema del traffico veicolare.

La pianificazione urbana, all'interno di un contesto postmoderno deve essere fondata sulla conoscenza del fenomeno e capire chi tenere in considerazione quale soggetto che conosce. La conoscenza viene socialmente costruita e richiede la validazione di una comunità di soggetti che conoscono. I processi politici e culturali fanno parte del costituirsi di quella comunità.

L'approccio consiste nella necessità di una negoziazione che sia specifica rispetto al contesto. Negoziare significa che tutti i protagonisti del processo di pianificazione, siano essi decisori o beneficiari delle strategie, conoscano una varietà di modi di conoscere e comunicare. Un modello basato sulla pianificazione esperta, che definisce l'interesse pubblico attraverso una deliberazione nazionale non è adatto ai nuovi contesti multiculturali (Sandercock, 2004). Una pianificazione più democratica e culturalmente inclusiva deve attingere a molti modi di conoscere e deve sviluppare una sensibilità che sia in grado di individuare quali siano i modi più utili per conoscere e in quali circostanze metterli in atto.

Dall'esperienza sintetizzata in questo paper, emerge come le conoscenze siano state acquisite verso il dialogo, attraverso il confronto con l'esperienza dei veri attori protagonisti e con la lettura specifica delle testimonianze concrete.

8 REFERENCES

- AA.VV, "Controversy: on the hidden economy", *The Economic Journal*, 109, 335-389. (1999)
- N. ANDERSON, "Hobo. Sociologia dell'uomo senza dimora", Donzelli, Roma (1996)
- G. ANGIONI, "Rapporti di produzione ecultura subalterna", Edes, Cagliari (1982)
- A. BAGNASCO, "L'altra metà dell'economia: la ricerca internazionale sull'economia informale", Liguori, Genova (1986)
- A. BAGNASCO, "La costruzione sociale del mercat. Studi sullo sviluppo di piccola impresa d'Italia", il Mulino, Bologna, (1988)
- N. BELLANCA, "Le forme dell'economia informale. Percorsi di costruzione sociale dell'attività economica", in M. PAVANELLO – N. BELLANCA – M. BIGGERI – R. LIBANORA, *Le forme in economia e l'economia informale*, Editori Riuniti, Roma, (2008).
- EUROPEAN COMMISSION "Communication of the Commission on undeclared work", Brussels, COM(98) – 219. (1998)
- M. MERELLI, M. RUGGERINI, "Le paure degli «altri» sicurezza e insicurezza urbana nell'esperienza migratoria", *LeNove, studi e ricerche sociali*, Roma
- G. ROMA, "L'economia sommersa", Editori Laterza, Bari. (2001)
- L. SANDERCOCK, "Verso cosmopolis: città multiculturali e pianificazione urbana" Edizioni Dedalo, Bari (2004)
- M. ZURRU, "L'economia sommersa. Il gioco del formale e dell'informale", Franco Angeli, Milano, (2005).