

## Viaggio dietro le “quinte” fra storie di ieri e di oggi I molti volti di “Piazza Europa”

Ogni piazza in un giorno di mercato, sia di una grande città o di un piccolo paese, si sa, è fatta di volti, esperienze e storie diversi.

Non sfugge a questa realtà neppure “**Piazza Europa**” dove, tralasciando la festosa visione d’insieme che questa offre, non è poi così difficile scorgere come la manifestazione abbia tanti protagonisti, in uno scenario che ospita numerosi attori, anche parecchio diversi fra loro, impegnati però su un unico palcoscenico.

“Intanto – come spiega a questo riguardo **Lino Madotto**, che vanta un’esperienza su piazza quasi quarantennale – l’ambulantato è un modo diverso di fare commercio; il dialogo, la battuta e l’attenzione per il cliente sono aspetti fondamentali non solo per effettuare una vendita, ma anche e soprattutto per creare quell’atmosfera che è indispensabile perché un mercato abbia una sua anima e risulti essere vitale ed appetibile.

E poi non dimentichiamo che il commercio su piazza, oggi, sta vivendo, almeno sotto certi aspetti, una sorta di seconda giovinezza. La gente ha bisogno di esprimersi, di parlare, di condividere, cose che ovviamente non sono possibili all’interno di un grande centro commerciale dove, sotto questo punto di vista, le compere spesso si fanno in un’atmosfera asettica. E poi – conclude ancora Madotto - l’ambulante di oggi è diversissimo da quello di ieri, specie grazie al ricambio generazionale, con giovani formati, di buona cultura, attenti al mercato, al marketing su piazza, alla disposizione dell’offerta, tutti elementi che hanno fatto fare un balzo di professionalità nel nostro settore”.

Tornando a quanto si accennava in apertura, uno dei segreti del successo di “Piazza Europa” è dato dall’eterogeneità dell’offerta, che vede affiancati il piccolo banco, quasi artigianale, con prodotti che magari profumano ancora di terra e lo stand dove campeggiano invece le ultime meraviglie della tecnologia.

Viene da chiedersi che cosa possa accomunare due realtà così diverse che pure dividono lo stesso palcoscenico.



“Una risposta, in questo caso, c’è, - afferma convinto **Emanuele Mura**, imprenditore nel settore della telefonia del gruppo TIM – in quanto ad esempio una delle strategie aziendali del nostro marchio è quella di agire sul territorio, personalizzando al massimo il rapporto con il cliente o con il potenziale tale, nei contesti a lui più familiari com’è il caso di Piazza Europa, che abbiamo peraltro voluto anche sostenere a livello di sponsor.

Si tratta infatti di un appuntamento abituale ed atteso in città, frequentatissimo e che, non

dimentichiamolo, gode di seguito ed attenzione da parte dei media con tutti gli elementi positivi che da ciò derivano”.

D'altronde, se a Piazza Europa c'è spazio per il “nuovo” od il nuovissimo, in termini di prodotti offerti, è altresì innegabile che, in vari casi, le bancarelle celino esperienze e storie di lunga data

“Siamo alla quarta generazione di ambulanti - spiega infatti **Marco Giangrosso** che ha letteralmente spopolato con i suoi prosciutti e formaggi toscani - e la prima apparizione del banco di famiglia su un mercato, alle Cascine precisamente, a Firenze, risale a 91 anni fa, grazie al mio bisnonno che, con un piccolo carro, trainato da un cavallo, offriva finocchiona e pecorino ai signori che transitavano sui birrocci provenienti dalle ville sulle colline. In verità, commerciava anche in coltelleria, attività che abbiamo comunque mantenuto a tutt'oggi. Poi, dopo la Grande Guerra, sono venuti i mercati rionali e, ancora più in là, quelli distanti qualche decina di chilometri, appena però nel secondo dopoguerra, con tanto di barre di ghiaccio avvolte in degli stracci per mantenere fresca la merce.



Noi non dimentichiamo che i frighi, i camion, gli apparecchi per la merce "sottovuoto", tutto ciò che possiamo fornire oggi ai clienti, inizia in realtà da quel carro, dai “nocchini” (*pacche*) sul collo dal pater familiae se l'apprendista di turno, me compreso, non tagliava le fette di prosciutto in base alle indicazioni del cliente e da quelle barre di ghiaccio”.

Spostando ora il focus in un'altra direzione, “Piazza Europa”, però, non è solo vendita ed acquisto, ma racchiude un'altra componente, essenziale, da sempre presente negli scambi emporiali all'aperto. E' quella dell'arte di strada, chiamata un tempo anche “arte povera” che, in realtà, invece, è tutt'altro che tale, in quanto frutto di capacità non comuni e comunque acquisite pescando in repertori e abilità di antica data.



“Storicamente - conferma a questo riguardo **Eros Goni** che con il suo spettacolo di bolle di sapone fa soffermare grandi e piccini – le esibizioni di questo tipo in occasioni di mercati e fiere, ma anche in corti e manieri, hanno radici antichissime e, anzi, erano indicativi dell'importanza di un evento o della disponibilità economica di un padrone di casa o di un signorotto”.

E poi, posso dire che l'artista di strada, forse stride dirlo nell'attuale epoca ipertecnologizzata e globale,

costituisce anche una scelta e una filosofia di vita romantiche, un osservatorio privilegiato sul mondo e sulla gente che lo popola e sulle sue emozioni.

Al di là delle capacità, infatti, occorre immediatezza nel percepire il pubblico, sapersi “mettere in ascolto”, tenendo poi sempre presente che devi realizzare in fretta quelle che sono le aspettative di chi hai davanti. Capacità, credo, che devono essere proprie anche del venditore ambulante con il cliente, pronto ad allontanarsi. E' l'attimo fuggente dove non ci sono seconde possibilità. Sono due figure, che, sotto questo aspetto, si assomigliano molto”.

