



Guy Rubin, Nina Jatana, Ruth Potts
**“Il” mercato ... o “un” mercato:
le minacce a un contesto
commerciale vitale dei progetti di
trasformazione urbana**

Capitoli 5-6 da: ***The world on a plate: Queens Market - The economic and social value of London's most ethnically diverse street market***, rapporto New Economics Foundation, giugno 2006; Titolo originale: ***'The' market ... or 'a' market: the threats to a thriving market posed by the redevelopment plans*** - Estratti e traduzione per eddyburg_Mall (<http://mall.lampnet.org>) a cura di Fabrizio Bottini

Il Queens Market è un popolare, valido e vivace servizio locale che genera una serie di effetti positivi dal punto di vista economico, sociale, culturale, sulla comunità. Gli sviluppi futuri di questo mercato potrebbero caratterizzarsi come un dibattito sull'uso dell'aggettivo determinativo o indeterminativo. Il consiglio municipale di Newham nell'ottobre 2005 ha assicurato che *“il mercato sarà mantenuto sul posto”*. In realtà, anche se *“un mercato”* resterà, il progetto di trasformazione rischia di eliminare i caratteri che rendono il Queens Market unico, particolare e riuscito. Il presente capitolo mira a individuare alcune delle minacce principali di impatto da parte dei piani di trasformazione e progetti, dei costruttori privati St Modwen e dell'amministrazione di Newham. Esse si possono riassumere in:

- Modifiche all'attuale forma del mercato con effetti sul numero di visitatori, e qualità dell'esperienza di *shopping*.
- Introduzione delle grandi catene *“clone town”* e marchi a spese del commercio indipendente.
- Riduzione calcolata in 15 milioni di sterline in effetti positivi e flussi monetari nell'economia locale.
- Incremento dei costi per gli operatori attuali nel mercato al chiuso.
- Minore disponibilità di prodotti alimentari freschi in quello che è un *“deserto alimentare”*.
- Ridimensionamento dell'eccezionale varietà di cibi etnici e cucine disponibili nel mercato.
- Aumento degli ostacoli all'ingresso di nuovi imprenditori in seguito all'imposizione di costi più elevati.
- Minori occasioni di sviluppo e ampliamento per le attività esistenti.

- Cambiamenti nell'eccezionale varietà di tipi di esercizio e dimensioni.
- Perdita di varietà e qualità dell'occupazione disponibile per gli abitanti locali.

L'attuale struttura compatta del Queens Market comprende negozi lungo il margine del mercato e bancarelle concentrate attorno allo spazio centrale. Il successo della struttura deriva da una miscela dell'offerta; l'integrazione di negozi e bancarelle completa gli uni e le altre. Molte attività uniscono il negozio e la bancarella adiacenti e contigui l'uno all'altro. Questa flessibilità, economicità e diversificazione di strutture fisiche disponibili viene considerata dagli operatori elemento base per consentire alle attività di crescere e svilupparsi.

Una forma che sarà radicalmente modificata dall'intervento di trasformazione. Nel materiale informativo distribuito a residenti e negozianti, l'amministrazione di Newham afferma *"stiamo costruendo un mercato migliore ... il nuovo Queens Market avrà la STESSA quantità di bancarelle dell'attuale"*. C'è una distinzione, perché il lettore non è necessariamente consapevole di quanto specificato qui, sulla differenza fra negozi e bancarelle. Gli ultimi progetti resi pubblici da St Modwen indicano che ci saranno piazzole, ma la convenzione fermata fra St Modwen e l'amministrazione di Newham in realtà vede una riduzione nel numero dei negozi da 60 a *"non meno di 42"*, ulteriormente ridotti rispetto ai 54 citati dalla stampa nel gennaio 2006.

Dunque ci saranno meno grandi negozi e più piccoli chioschi. È una minaccia diretta alla sopravvivenza e metodo di gestione di molti operatori che indicano come reddito e volume di vendite dipendano dalla superficie aggiunta e spazio espositivo offerto dal negozio; l'attività non sarebbe sostenibile riducendo tutto a un chiosco. Alcuni operatori ci hanno detto che non entreranno nel nuovo mercato.

Il mettere a repentaglio l'attuale riuscito modello di gestione provoca numerose conseguenze. È proprio questa mescolanza ad essere minacciate dalla trasformazione urbana della St Modwen. Tutti coloro che attualmente hanno un negozio non potranno essere presenti nel nuovo mercato. Inoltre, il proponente non ha fornito nessuna garanzia che i negozianti con negozio e bancarella adiacente potranno mantenerli nei nuovi spazi. Ciò non tiene conto delle conoscenze degli operatori del Queens Market rispetto al comportamento dei consumatori. Le conseguenze di separare negozi e bancarelle sarebbero disastrose; la superficie diminuirebbe sostanzialmente e i clienti non potrebbero più guardare spostandosi fra le due componenti.

Alcuni negozianti sono preoccupati per le conseguenze della proposta di sostituire i tradizionali chioschi pieghevoli. Essi consentono una buona visuale al cliente e facilitano gli spostamenti e l'osservazione fra i vari punti. Probabilmente saranno sostituiti da paratie laterali e posteriori rigide, con visuali obbligate e limitazioni al movimento dei clienti. Dunque

sono le qualità sostanziali del mercato e della sua esperienza spaziale ad essere in pericolo di fondamentale compromissione attraverso il progetto e la riduzione del numero di negozi.

Lo riassume così Manesh Patel, negoziante del Queens Market e Presidente della Market Traders Association

“La forma del mercato è fondamentale per come funziona. La posizione di alcune bancarelle organizza le varie sezioni. Attirano le persone. Io ho un negozio e due chioschi. Per me sarebbe disastroso se le mie bancarelle fossero spostate lontano dal negozio. Ho anche dei chioschi a deposito.”¹

Cambiare la miscela commerciale: l'attacco dei cloni giganti

L'idea che la St Modwen possa intervenire a basso impatto sul mercato è in qualche modo idebolita dalle sue stesse dichiarazioni pubbliche. Nick Kay, di St Modwen, ha detto agli operatori che “il vostro mercato è una schifezza”.²

Nelle sue proposte di intervento St Modwen sottolinea che la trasformazione offrirà “un aspetto più coordinato al mercato, mantenendone le vivaci caratteristiche di mescolanza etnica”. Le illustrazioni grafiche scelte da St Modwen per rappresentare la clientela attratta verso il nuovo mercato non ispirano molta confidenza riguardo al loro impegno per una vivace mescolanza etnica. Tutti i clienti rappresentati nell'illustrazione della proposta di intervento St Modwen, nessuno escluso, sono bianchi!

Nel medesimo documento si afferma che “le unità commerciali variano in dimensione da 100 a 250 mq al pianterreno, e sono state progettate per attirare una *varietà di operatori* [corsivo nostro]”.

Questo lascia intravedere le vere intenzioni: uno degli obiettivi espliciti dell'intervento è quello di organizzare una modifica dell'attuale e riuscita mescolanza di negozianti indipendenti e piccoli operatori commerciali. Ciò emerge anche dall'esperienza degli operatori dell'intervento di trasformazione di Elephant and Castle di proprietà della stessa St Modwen. Il negoziante Shammin Uddin dichiara

“Mi sono visto l'affitto aumentare del 100% negli ultimi dieci anni e la St Modwen vuole aumentarlo ancora del 300%. [Loro] hanno intenzione di togliere la maggior quantità possibile di piccoli operatori prima di iniziare i lavori.”³

Al momento, esistono oltre 32 tipi diversi di commercio attivi nel mercato e il 99% dei 140 esercizi è di piccoli negozianti indipendenti, con una sola

¹ TELCO – The East London Citizens Organisation (2006) *Telco Citizens Enquiry Into The Future of Queens's Market, Green Street Newham* (London: Telco Citizens).

² Adams, T (2006) 'What's in store?' *The Observer* 26 aprile 2006.

³ 'The developer accused of strangling market's traders' *Evening Standard* 24 marzo 2006 (London: Evening Standard)

catena multipla, William Hill. Non esiste un metodo più sicuro, per modificare il carattere etnico e miscela inconfondibile, che sostituirlo con i prevedibili multipli e grandi catene, del tipo che si trova in qualunque via commerciale o città-clone britannica, e che è già rappresentato qui vicino nello *shopping centre* di Stratford. Sir Robin Wales, sindaco di Newham e principale sostenitore del progetto di trasformazione urbana, ha dichiarato pubblicamente di immaginarsi un complesso che “rivalleggi con Bluewater”! ovvero un simbolo dell’insediamento-clone commerciale extraurbano, completamente fuori carattere rispetto al Queens Market e alla comunità centrale urbana dello East London.

Arrivano i negozi clone-town, e se ne vanno posti di lavoro e soldi

Una delle più gravi conseguenze della modifica della composizione commerciale e dell’introduzione delle catene commerciali, è il probabile impatto sui redditi, flussi di denaro e impiego a Newham. Uno studio comparativo sui flussi monetari dalle attività di commercio al dettaglio dentro le comunità, condotto a Chicago, ha rilevato che per ogni 100 dollari spesi in un negozio locale si genera il 60% in più di reddito della stessa cifra spesa in un negozio di catena: quelli locali tendono a investire di più, assumere di più abitanti del posto, comprare merci nel quartiere. Tendenze simili sono state individuate anche nel Regno Unito⁴. Uno studio che ha ricostruito i flussi di reddito e liquidità da un dettagliante di verdure della Cornovaglia ha rilevato che quanto speso per alimenti prodotti localmente genera quasi il doppio per l’economia del posto, di quanto speso a un normale *supermarket*.⁵ Ogni 10 sterline ne valgono 25 per l’area locale, contro le sole 14 quando la stessa cifra si spende in un supermercato. Ciò a causa dello “effetto moltiplicatore”, con la medesima cifra che assume valore maggiore se rimane nell’area locale: il valore si incrementa investendola molte volte in spese per forniture, stipendi ecc.⁶ Uno studio degli Amici della Terra sulle attività del settore alimentare riguardante i *farmers’ markets* ha rilevato che il 50% dei ricavi veniva reimmesso e reinvestito nell’economia locale.⁷

Al Queens Market sono state individuate tendenze simili. L’impatto economico locale del mercato è stimato almeno in 15 milioni di sterline l’anno. Ci sono prove di significativi flussi di denaro ed effetti moltiplicatori a seguito di reinvestimenti e occupazione locale per 308 persone. Tutti gli operatori intervistati hanno riferito di spendere e trattare con altri soggetti locali e del mercato. Anche se non è stato condotto uno studio esaustivo

⁴ Mitchell S, (2005) ‘Will Wal-Mart Eat Britain’, discorso alla new economics foundation, 2005 (London: nef).

⁵ Boyde T (2001) *Cusgarn Organics Local Money Flows* (London: nef).

⁶ Ward, et al (2002) *Plugging the Leaks* (London: nef).

⁷ Friends of the Earth (2005) *Good Neighbours: Community Impacts of Supermarkets* (London: Friends of the Earth)

degli effetti di moltiplicazione generate dal mercato, è chiaro che l'introduzione dei negozi di catene, come uno ASDA Wal-Mart *superstore* ridurrebbero questi effetti positivi provocando la perdita di milioni di sterline ogni anno spese localmente a Newham, una delle aree più svantaggiate del paese.

Aumentano gli ostacoli all'ingresso nell'attività



Il Queens Market è un eccellente incubatore per stimolare l'imprenditorialità, i primi passi di un esercizio, consentire la crescita delle attività piccole e medie. Come delineato in capitoli precedenti, il mercato pone pochi ostacoli all'ingresso, offrendo l'accesso a strutture a basso prezzo. La facilità di aggiungere nuovi posti o affittare negozi lo rende ideale per la crescita e ampliamento di attività. C'è una base molto diversificata, con 35 tipi differenti, e di dimensione da

un solo addetto a grandi esercizi che occupano quantità significative di abitanti del posto. È di particolare efficacia nell'offrire occasioni agli imprenditori delle minoranze etniche; il 70% degli esercenti intervistati appartiene a qualche minoranza. Il progetto di nuovo mercato minaccia questi caratteri in molti modi.

La riduzione del numero di negozi disponibili ad affitto contenuto della proposta St Modwen taglia il numero degli spazi e le occasioni di ampliamento dell'attività.

Non ci sono garanzie che gli operatori attuali di negozi e bancarelle annesse li mantengano, secondo la proposta St Modwen. Un certo numero di negozianti che dipendono da alti volumi di vendita con piccoli margini unitari ha dichiarato al **nef** che la perdita dell'integrazione negozio/bancarella avrebbe gravi implicazioni in termini di riduzione della superficie e spazio espositivo rendendo non conveniente l'attività.

È minacciata la caratteristica composizione su varie dimensioni di esercizi. Non trovano posto le attività più grandi. A una di quelle attuali, che occupa 1.300 mq., nel nuovo mercato ne sono stati offerti soltanto 180. La riduzione degli spazi disponibili rende ingestibili le attività, nella forma attuale.

I proponenti la trasformazione hanno detto agli operatori che

introdurranno tariffe sui servizi, oltre all'affitto normalmente pagato dai negozianti. Ciò ha una serie di implicazioni sia per le attività esistenti che per quelle che intendono iniziare l'esercizio al Queens Market. I costi più elevati aumenteranno le barriere all'ingresso, agendo come deterrente in particolare per gli imprenditori delle minoranze etniche, che trovano più difficile iniziare l'attività.

Oltre 8 su 10 operatori del mercato intervistati, hanno dichiarato che un incremento dei costi attraverso le tariffe sui servizi sarebbe un grosso deterrente all'ingresso nel nuovo mercato. Due terzi degli esercenti e tre quarti dei clienti pensano che questi costi più elevati si scaricheranno sui consumatori sotto forma di prezzi più alti. Ciò diminuirebbe gli acquisti, minacciando il sistema delle attività.

Alcuni dettaglianti temono che l'enorme potere economico di ASDA Wal-Mart porterà ad una concorrenza sleale da parte del *supermarket* sotto forma di prezzi predatori e prodotti proposti sottocosto. C'è ampia documentazione sull'uso di queste tattiche utilizzate dai *supermarket*, scoperta ed esposta in *High Street Britain 2015*.⁸

Occupazione

Il mercato esistente è una notevole fonte di occupazione. Si calcola dia lavoro a 581 persone di cui 308 sono abitanti del posto. Uno dei motivi principali della concessione ad un *superstore* ASDA Wal-Mart è la creazione di 200 nuovi posti di lavoro. Il mercato esistente occupa tre volte tanto il *supermarket*. Le ragioni del supermercato da questo punto di vista sono difficili da sostenere vista la solida *performance* del mercato tradizionale nel creare e mantenere posti di lavoro. Inoltre, spicca la densità occupazionale di un posto ogni 10 metri quadrati di spazio del mercato, oltre il doppio rispetto a quanto generato dal *supermarket*. I posti creati dalla grande catena devono essere valutati anche contro quelli andati persi col declino degli esercizi del mercato tradizionale, che non torneranno in quello rinnovato. L'indagine **nef** sugli operatori ha rilevato che alcuni dei principali datori di lavoro attualmente stanno prendendo in considerazione la possibilità di non entrare nei nuovi spazi, per i motivi esposti sopra.

Non ci sono segnali che un nuovo ASDA Wal-Mart sia in grado di raggiungere i livelli di occupazione locale del mercato. Come esposto nei capitoli precedenti, i lavori di "riempimento scaffali" del supermercato, predominanti nell'offerta agli abitanti del posto, perdono al confronto con le varie occasioni occupazionali del mercato, e il loro potenziale come percorso verso l'imprenditorialità e l'autonomia.

Meno bancarelle alimentari, meno frequentatori del mercato

⁸ All Party Parliamentary Small Shops Group (2005) High Street Britain 2015 (London: All Party Parliamentary Small Shops Group)

L'idea di modificare la composizione commerciale si rispecchia nell'affermazione del consiglio di Newham secondo cui "essa subisce la proliferazione di alcuni usi, come la vendita di carni, frutta e verdura". In breve, l'amministrazione sostiene che nel mercato ci sono troppi esercizi alimentari. E pure, negozianti e clientela sono unanimi nel dichiarare che è la scelta ed economicità degli alimentari ad attirare le persone. Oltre il 90% delle persone intervistate dice di visitare il mercato per acquistare cibo. Ridurre la principale attrazione probabilmente significherebbe ridurre la superficie, con implicazioni anche per altri operatori *non-food*: la maggioranza dei clienti ha dichiarato che visita questi esercizi mentre è al mercato.

Scelta e diversificazione degli alimentari

Uno degli elementi di forza dell'attuale mercato è la grande varietà degli alimentari disponibili. Il caleidoscopio delle specializzazioni di esercizio riflette la diversificazione etnica della clientela che visita il mercato. Questa è messa in forse dalla summenzionata strategia di riduzione degli esercizi alimentari, e della loro vitalità attraverso un incremento dei costi e delle tariffe di servizio per chi entra nel nuovo mercato. La riduzione della varietà ridurrebbe sua volta la quantità di destinazioni per la clientela in visita al mercato, modificando la base multi-etnica degli acquirenti. I clienti potrebbero decidere che insieme ASDA Wal-Mart e ciò che resta del mercato non offrono a sufficienza per i loro bisogni, e non tornare qui. Dovranno spostarsi più lontano per acquistare alimenti come *yam* o *cassava* che non si trovano in abbondanza nei supermercati o negozi. Una riduzione nella varietà, freschezza e possibilità di scelta per tutti i consumatori, e qualunque significativo calo nel numero di clienti, avrebbero effetti sui profitti del mercato nel suo insieme.

Riduzione nella disponibilità di prodotti a buon mercato, nel "deserto alimentare" di Newham

Imporre una riduzione nel numero di esercizi alimentari significa anche meno scelta e concorrenza fra i vitalissimi chioschi del mercato, e farà aumentare i prezzi dei prodotti freschi stagionali. Una comparazione dei prezzi fra il Queens Market, ASDA Wal-Mart e Edmonton Market (recentemente trasformato dalla St Modwen secondo linee simili a quanto proposto anche per il Queens Market) rileva che frutta e verdure costano il doppio in media al *supermarket* e oltre il 25% il più allo Edmonton. Ridurre deliberatamente la disponibilità di frutta e verdure fresca sarebbe particolarmente perverso, in una zona molto povera sul versante di questi prodotti, che i *policy-makers* hanno etichettato "deserto alimentare". L'effetto generale, per il Queens Market e Newham, è quello proposto dal rapporto *High Street Britain 2015*, nota ricerca della Camera dei Comuni,

che ha rilevato l'impatto complessivamente negativo del commercio *big box* sul tipo ASDA Wal-Mart:

“Complessivamente e a lungo termine, gli effetti sono nocivi. Comunità locale e circostanti soffrono di un generale declino degli esercizi alimentari e attività correlate, disoccupazione, modifiche nella qualità del lavoro, caduta del reddito e relativa minore disponibilità di risorse nella comunità.”⁹

L'analisi di alcune delle principali minacce per il Queens Market è in vistoso contrasto con le recenti affermazioni dell'amministrazione di Newham, contenute in un volantino distribuito alla clientele del mercato, e che dichiara *“il nuovo Queens Market CONSERVERÀ tutto il buono di quello attuale: ma sarà molto MEGLIO”!*

Abbiamo visto il futuro, e non va: storia del mercato di Edmonton

St Modwen ama sottolineare la propria considerevole esperienza di proprietà e gestione dei mercati. Nel progetto di rifacimento e riorganizzazione presentato all'amministrazione di Newham cerca di rafforzare questo aspetto indicando i risultati positivi nell'intervento allo Edmonton Market nella zona nord di Londra. Gli spazi sono ampiamente presentati sul sito internet della St Modwen come ottimo esempio di intervento con una composizione mista a base commerciale.

La storia dello Edmonton Market è istruttiva, perché fornisce una chiara visione di cosa probabilmente avverrebbe al mercato di Queen se il progetto St Modwen fosse approvato.

L'amministrazione di Enfield vende il mercato a St Modwen nel 2000 e autorizza l'intervento di trasformazione, che sostituisce l'esistente e vivace mercato con un *“market in a mall”* al coperto, al cuore del quale sta un supermercato ASDA Wal-Mart, e sono inseriti altri negozi di grandi catene. Un esercente, Louis Bullen della Moore Fruit dichiara allo *Evening Standard* che St Modwen ha *“succhiato la vita”* del mercato, e paragona la situazione precedente e successiva all'intervento di trasformazione:

“Vendevo 1.000 scatole di banana la settimana. Adesso non credo di arrivare a 50.”¹⁰

I negozianti locali l'hanno soprannominato *“mercato dell'obitorio”* dopo aver visto diminuire superfici e numero di visitatori, e aumentare i costi. Moore deve pagare 80.000 sterline di tariffe di servizio e lo attendono aumenti di affitto ora che è terminato il periodo di blocco. Aumenti e intervento di trasformazione ostile scoraggiano affari e clientela:

⁹ Ibid.

¹⁰ *Evening Standard* op. cit.

“Se la gente vede spazi vuoti non vuole venire”.

La East London Citizens Enquiry (TELCO) preoccupata per il futuro del Queens Market ha studiato la struttura di Edmonton, rivolgendosi alla St Modwen che ha dichiarato di aver attuato una serie di interventi per migliorare il mercato. Alcuni componenti più curiosi hanno visitato personalmente il mercato di Edmonton per valutare queste affermazioni, e concludono:

“Era evidente che il mercato era quasi deserto, in quello che avrebbe dovuto essere un momento di punta un venerdì mattina. La divergenza fra le idee della St Modwen e le percezioni degli esercenti era molto marcata”!

L'alternativa

Pochi mettono in discussione il fatto che il Queens Market abbia bisogno di interventi di riorganizzazione e attenta trasformazione. Ma la sfida è di effettuarli in modo sensibile, puntando sui suoi elementi di forza anziché su un tipo di progetto che come spiegato in altre parti di questo rapporto, ne compromette le qualità essenziali.

L'amministrazione locale sottolinea come segue il senso della trasformazione:

“Anche se il mercato è una zona commerciale molto attiva, soffre di numerosi problemi come criminalità, ambiente di non alta qualità, strutture inadeguate e scarsi investimenti. Nel 2000, l'amministrazione ha commissionato uno studio di fattibilità per verificare la dimensione dei problemi e come si potesse modificare l'organizzazione dello spazio commerciale. A seguito dello studio di fattibilità, nel 2003 l'amministrazione ha ricercato ufficialmente interlocutori in grado di sviluppare un intervento in collaborazione. Uno dei principali obiettivi dello studio di fattibilità era di tutelare il futuro del mercato nel lungo termine, all'interno di un contesto commerciale nazionale in cui stanno scomparendo i mercati tradizionali.”¹¹

Sono argomentazioni che meritano un esame più attento. I problemi di criminalità, ambiente e strutture inadeguate sono in realtà responsabilità dell'amministrazione, in quanto Proprietario. I dettaglianti lamentano la scarsa manutenzione, e che le richieste di migliore sicurezza e pulizia vengano regolarmente ignorate. Quindi l'inerzia dell'amministrazione è una profezia che si autoavvera, in quanto motivo per razionalizzare e

¹¹ London Borough of Newham (2005): *Queens Market – consultation and progress report*, 16 June 2005 (London: London Borough of Newham)

giustificare il progetto di trasformazione. Val la pena sottolineare altri due elementi. La Polizia conferma che la criminalità non è peggiore che nel resto della circoscrizione. Si potrebbe ottenere un ambiente più sicuro, pulito e accogliente attraverso una migliore gestione e qualche investimento. Il mercato al momento attuale fa profitti per 240.000 sterline l'anno, una piccola quantità delle quali potrebbe finanziare questi interventi. Gli investimenti si ripagherebbero in parte grazie all'incremento nel numero di visitatori, attirati dal miglior ambiente commerciale, che conseguentemente aumenterebbe i profitti. L'amministrazione si presenta come protettrice del futuro dei tradizionali mercati di strada, ma in realtà ne minaccia le caratteristiche essenziali e ne indebolisce successo e vitalità del modello per gli esercenti di bancarelle, che attualmente generano reddito per l'amministrazione.

Il **nef** ha chiesto agli operatori di esprimere le loro priorità di intervento sul mercato. 10 su 11 vogliono vedere un mercato più pulito, e maggiori investimenti. Gli esercenti avvertono che la struttura soffre di carenze in investimenti e cattiva gestione, risultando in un ambiente commerciale che necessita di miglioramento. Le priorità di investimento sono le coperture attuali, che lasciano filtrare l'acqua e necessitano di riparazioni, sostituzione con strutture migliori, e migliore illuminazione. Non sono stati sostituiti molti pannelli illuminanti. Molti negozianti notano che i gabinetti sono inadeguati, e quelli pubblici di fronte al mercato sono chiusi. La pulizia è un problema costante, e i negozianti indicano alcune parti del mercato che non vengono pulite da anni. Le offerte da parte loro di intervenire direttamente, sono state decisamente respinte. Esiste una forte sensazione da parte di alcuni operatori, che gestione e manutenzione del mercato siano deliberatamente trascurate, per rafforzare la necessità del progetto di trasformazione St Modwen. L'amministrazione di Newham ha colcolato il costo del *refurbishment* in 6 milioni di sterline, cifra contestata dall'associazione Friends of Queens Market. In realtà basterebbe una somma molto inferiore a risolvere un gran numero di interventi essenziali. È necessario uno studio indipendente sul mercato, per individuare il costo effettivo di questi interventi.

Gli esercenti desiderano un ingresso più attraente, e migliori segnalazioni. Alcuni hanno suggerito una copertura che potrebbe offrire riparo dalle intemperie a tutti coloro che lavora no all'aria aperta di fronte al mercato. Attualmente non esiste alcuna segnalazione alla stazione della metropolitana di Upton Park a orientare i clienti verso il mercato. Al contrario, le indicazioni per lo West Ham Football Club sono visibilissime. Nonostante attiri 400.000 visitatori l'anno, l'amministrazione di Newham non spende nulla per promuoverlo e pubblicizzarlo. James Fergusson, autore di *Kandahar Cockney*, lo descrive come

“uno dei segreti meglio mantenuti di Londra: un’esperienza commerciale straordinaria”

È stato presentato di recente a *Time Out* e *What’s On* e compare su una serie di guide alimentari e pubblicazioni turistiche. La sua particolarità gli conferisce un considerevole potenziale per aumentare l’attrazione di frequentatori e clienti occasionali. Già ora attira clienti che vengono sin da Pechino, o Montreal. I negozianti di recente hanno chiesto all’amministrazione di attivare un sito web del Queens Market offrendo anche consegne gratuite alla clientela, ma sono stati seccamente respinti.

Il lascito della cattiva gestione e della mancanza di investimenti è stato usato dall’amministrazione per giustificare la decisione di vendere il mercato a St Modwen. Come descritto nel presente rapporto, la proposta di St Modwen minaccia una istituzione locale unica e apprezzata. C’è ancora tempo per ripensarci. Non è ancora stata rilasciata alcuna autorizzazione, e deve essere esaminata una alternativa basata sui bisogni della comunità. Si dovrebbe riconoscere il valore insostituibile del Queens Market per la comunità locale, e pensare al vasto sostegno da parte della clientela al mantenimento della struttura, così come manifestato nella raccolta di 12.000 firme alla petizione, e ai risultati dell’indagine indipendente condotta dalla TELCO. Il mercato nella sua forma attuale è redditizio, e attraente per gli investitori. Esiste la forte necessità di esaminare forme di proprietà sociale o comunitaria che uniscano residenti, clienti e dettaglianti. Ciò sarebbe particolarmente opportuno visto che l’indagine indipendente della TELCO mostra come esista scarso consenso all’approccio Amministrazione/St Modwen:

“Non c’è alcun entusiasmo per i progetti dell’amministrazione di invitare un’impresa privata”.

Il Queens Market sembra possedere tutti i pre-requisiti per poter essere gestito come impresa sociale. La pratica del trasferimento di strutture che generano reddito dal soggetto pubblico alla comunità locale è diventata sempre più frequente, e conta numerosi esempi riusciti di cui il più famoso è quello di Coin Street, trasferita dal Greater London Council al Coin Street Community Trust nel 1984. A Newham, i progetti di intervento su St Lukes, Custom House e Canning Town, offrono un esempio di cosa sia possibile ottenere. C’è la possibilità che il London Borough of Newham conceda la superficie in affitto a lungo termine o con accordo su una somma nominale, affitto contenuto o tasso favorevole. Il trasferimento del Queens Market a proprietà comunitaria, sotto forma di Development Trust, offre uno stimolante potenziale di trasformazione delle forme e della gestione del mercato, e ne aumenta il valore per la comunità locale. Il

primo passo dovrebbe essere uno studio indipendente di fattibilità e valutazione, che accerti la solidità finanziaria e commerciale del progetto di gestione e mantenimento, individuando le potenziali risorse anche per gli investimenti.

Conclusione

La faccia di Sharon Osborne guarda da un cartellone pubblicitario alla stazione della metropolitana di Upton Park, vicino al Queens Market. La signora Osborne è comparsa recentemente in una campagna pubblicitaria multimilionaria per la ASDA Wal-Mart. Lo slogan del cartellone recita: *“tutto è shopping”*.

Il dibattito attorno al Queens Market è davvero tutto interno allo *shopping*: due visioni differenti dello *shopping*. Per St Modwen e l'amministrazione di Newham, si tratta di *“un mercato orribile e sporco”* che dovrebbe essere sostituito da un *“market in a mall”* al cuore del quale sta un ASDA Wal-Mart. Ciò rispecchia l'idea dell'amministrazione di come si debba rigenerare l'area, prendendo a modello gli insediamenti commerciali extraurbani di cui Bluewater l'esempio più recente.

Per gli esercenti, la clientele e la comunità locale, il Queens Market ha bisogno di investimenti e di una migliore gestione, che ne rafforzerebbe la posizione di mercato vitale e caratteristico. Come sottolinea questo rapporto, il mercato offre alimentari a prezzi contenuti e altri prodotti, un reddito essenziale e posti di lavoro in un'area svantaggiata, oltre ad ospitare un insieme altamente innovativo di negozi e attività indipendenti. Ma si tratta di qualcosa che va oltre lo *shopping*; riguarda il mantenere un tipo di vita unico, e uno degli spazi più riusciti e vitali dello East London dal punto di vista culturale e sociale, che si è formato, si è adattato a sopravvivere e prosperare in oltre 100 anni. Il valore e l'importanza di questa campagna sono ben riassunti dal poeta e musicista Benjamin Zephaniah che dice:

“Non è questione di soldi, è cultura, e la cultura non ha prezzo”.

Nota: le immagini del progetto inserite sono quelle disponibili al sito dell'amministrazione di Newham, sezione “Regeneration”, e si riferiscono evidentemente al tipo di trasformazione che questo rapporto mette in discussione. Per una immagine da satellite della zona del mercato come si presenta oggi, questo è il link esatto a Google Maps:

<http://maps.google.com/?ie=UTF8&ll=51.534642,0.034507&spn=0.002056,0.004388&t=h&om=1>