

QUINDI

Periodico del master in giornalismo dell'Università IULM - Anno 5 - Numero 3 - 16 febbraio 2018

Quanto è grande la zona grigia

Un'impresa su dieci in Lombardia
a rischio infiltrazione mafiosa

NONO
MAFFIA

Fenomeno mafioso in crescita a Milano

Secondo la ricerca del Comitato Antimafia del Comune di Milano è in aumento l'infiltrazione della criminalità organizzata nelle imprese lombarde

di BEATRICE BARBATO e ANTONIO LOPOPOLO



I beni tolti alla criminalità fanno bene alla comunità

Dieci i progetti vincitori del bando del Comune
Storie di riqualificazione di immobili sottratti alla mafia:
dall'edicola al social market, come luoghi di sostegno

di GIULIA DIAMANTI e GIULIA GALLIANO SACCHETTO

SOCIAL MARKET, DA BOUTIQUE MAFIOSA A EMPORIO PER I POVERI: TERZA SETTIMANA RI-VINCE IL BANDO

La bottega di via Leoncavallo 12 un tempo apparteneva alla criminalità. Le saracinesche del locale, con due stanze ora adibite a negozio e magazzino, 15 anni fa furono chiuse perché in quella che di facciata era una semplice boutique, la mafia organizzava il

traffico di droga tra Palermo e Milano. Adesso queste quattro mura hanno una seconda vita: e sono diventate gli spazi del Social Market, un luogo di speranza per chi ne ha bisogno, dove si trovano beni di prima necessità a prezzi bassi. I beneficiari che possono usufruirne sono segnalati da enti pubblici o centri di ascolto e vengono inseriti in una lista, che può



VOLONTARIE

Patrizia ed Elisabetta sono due delle volontarie del Social Market. Le vendite di prodotti a basso costo, il sorriso e le buone parole, per molti sono diventati un punto di riferimento a Milano. La bottega di via Leoncavallo 12 un tempo apparteneva alla criminalità organizzata.

ampliarsi. I volontari dell'Associazione Terza Settimana, con il Social Market, le vendite di prodotti a basso costo, il sorriso e le buone parole, per molti sono diventati un punto di riferimento.

I sette volontari sono il valore aggiunto di una realtà che si interfaccia con situazioni di drammatica povertà. Patrizia, Lucia e Piera, le veterane del social market, sono presenti sin dall'apertura, invece Elisabetta, Gigliola, Salvatore e Angelo sono entrati a far parte dell'associazione da circa tre anni.

Sembra di trovarsi in un negozio di alimentari di paese, lontani anni luce dai supermercati freddi e impersonali che si trovano in città. Sugli scaffali solo beni di prima necessità: pasta, olio, barattoli di pomodoro, fagioli, tonno in scatola, caffè, latte, carta igienica, sapone. I prodotti vengono acquistati tramite piattaforme da cui si serve Iper, l'azienda di grande distribuzione e arrivano in negozio col furgone della Fondazione Mike Bongiorno. Ogni spesa per il cliente bisognoso è di massimo 10 euro. I prezzi sono di molto inferiori rispet-



LO SCAFFALE

Nel Social Market si trovano solo elementi di prima necessità come pasta, olio, caffè, tonno in scatola e barattoli di pomodoro.

to a quelli di mercato, in diversi casi sono la metà. Con la collaborazione del Rotary club è stato finanziato il fondo per il “progetto carne” – ogni tre settimane, in accordo col Simply di fronte, con soli tre euro se ne possono comprare più di 2 kg; il giovedì invece si regalano frutta e verdura. A

breve inizierà anche la collaborazione “Abitabile” con Leroy Merlin – i beneficiari potranno presentare planimetrie del progetto che vogliono realizzare nella loro casa, e il social market darà loro la vernice e in comodato d’uso gratuito gli strumenti utili (martelli, trapani) per ristrutturare la propria abitazione.

“La clientela è soprattutto extracomunitaria – ci racconta Patrizia - Gli italiani si sono affacciati da poco e le prime volte entravano a testa china per la vergogna. Offriamo il tè e parliamo con persone che a volte ridono, altre piangono”. Elisabetta racconta poi due storie di mondi tra loro lontani: una nonna italiana e una ragazza sudamericana. “L’anziana, abituata ad una vita agiata, si è trovata con una figlia tossicodipendente in carcere, 4 nipoti sulle spalle e l’unica pensione del marito. Si vergognava di fare la sua spesa da 10 euro”. La storia di Patricia, sudamericana, è quella di una giovane che stava per realizzare il suo sogno: un lavoro, un marito, 2 figlie e una casa. “Ma la vita non è andata secondo i suoi piani, ed è rimasta da sola con le bambine, senza un tetto che le proteggesse. Con il progetto carne le sue figlie, che mangiavano solo pasta da due anni, hanno potuto assaggiare qualcosa di diverso”.

“Le persone ci restituiscono il senso del nostro lavoro – spiega la coordinatrice dell’associazione Elena Talenti- ri-inviandoci tutto il supporto e l’aiuto che hanno ricevuto. Quella che si innesca è una rete di solidarietà, per fare un esempio in molti ci consegnano vestiti che appartenevano ai loro bimbi consentendo ad altri di usufruirne. Di solito è uno scambio che si risolve all’interno delle mura domestiche, di fratello in fratello. Qui le mura sono il Social Market”.