



LIBRERIA TRAME

Le bancarelle che non ti aspetti

HA TRASFORMATO la sua passione per le bancarelle in un libro, *1001 mercatini in Italia* (Newton Compton Editori), che verrà presentato oggi alle 18, alla **Libreria Trame** di via Goito. Ben 480 pagine in cui la giornalista milanese **Assunta Corbo** rivendica l'anima di una forma commerciale un tempo 'frequentata' o dai meno abbienti o dai radical chic. Ma oggi, la crisi, ha reso maggiormente democratica, e meno snob, la passeggiata tra i banchi di prodotti solidali, di artigianato, collezionismo, 'pulci'. E dell'Emilia Romagna, che «si distingue per accoglienza e calore», la Corbo cita ben 120 realtà. Sfogliando il testo, suddiviso in 19 capitoli tematici, con un indice per città, ci si imbatte nel mercatino dei prodotti biologici di Bologna, in quello del Riuso e del Riciclo di Maranello (Modena), dell'Amore di Rubiera (Reggio Emilia), dell'Antiquariato di Stellata di Bondeno (Ferrara), dell'Antiquaria-

to musicale Il Trovatore di Busseto (Parma), dei Bambini per i Bambini di San Giuliano (Rimini). Un viaggio, quello proposto e compiuto dalla Corbo, che unisce il desiderio degli acquisti e la curiosità per il territorio, gli abitanti e la loro storia.

Qual è la magia dei mercatini?

«Sono l'essenza dei luoghi. Sanno di antico, di tradizione, di genuinità. Non ci si va mai per comprare qualcosa di preciso, ci si va e basta, senza aspettative, lasciandosi sorprendere dall'atmosfera. La merce esposta racconta tradizioni da cui è inevitabile farsi affascinare».

Quelli emiliano romagnoli, in cosa si distinguono?

«A parte la cordialità e la socievolezza degli ambulanti, sempre pronti alla chiacchiera, la vostra è, insieme alla Lombardia e al Trentino, una delle regioni più ricche ed eclettiche. A colpire è la collocazione in piazze raccolte, quartieri, rioni, vicoli. E la grande diffusione del biologico, che testimonia l'attenzione per il cibo di qualità. La buona alimentazione è cultura».

La gente ha pochi soldi, vi si ricorre di meno o di più?

«E' cambiato il cliente, c'è maggiore apertura. Penso soprattutto all'usato, dove c'è anche chi vende il proprio. La verità è che andrebbero valorizzati, non considerati una forma commerciale di serie B. Al contrario, per la loro stessa collocazione, potrebbero essere un volano turistico. E almeno una volta nella vita, andrebbero visitati».

Camilla Ghedini

