

Il **Centro studi sofferenza urbana** (Souq) nasce a Milano, presso la Casa della Carità, dall'esperienza dello psichiatra Benedetto Saraceno e di don Virginio Colmegna, che ne è l'attuale presidente. Tra i suoi obiettivi, creare una rete internazionale di persone, strutture e competenze intorno al tema della sofferenza urbana, e promuovere il confronto culturale allo scopo di organizzare forme di resistenza attiva.

Ritrovare il coraggio delle utopie per ricostruire la speranza nel presente: sono le persone la risposta alla sofferenza urbana e alla marginalità sociale.



A cura di Marzia Ravazzini  
e Benedetto Saraceno

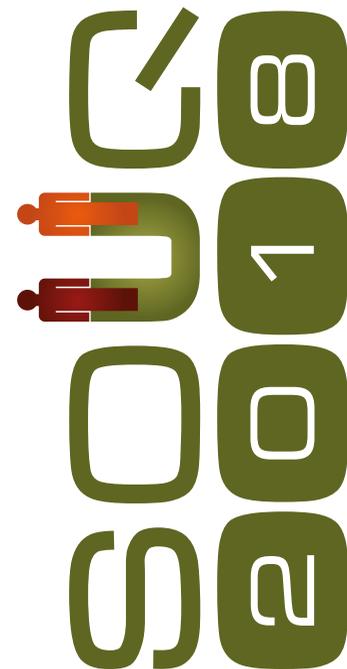
Prima le persone



ilSaggiatore

## Prima le persone

A cura di Marzia Ravazzini  
e Benedetto Saraceno



Razzismo, violenza, chiusura. Come reagire ai venti di populismo e rabbia sociale che negli ultimi anni hanno preso a soffiare sull'Europa? Con che armi combattere insieme l'ingiustizia e la paura, il pregiudizio e l'individualismo, la sofferenza e la propaganda? La risposta non può che essere rilanciare l'utopia. Dall'economia alla medicina, dall'industria alla politica, i contributi di *Prima le persone* mostrano come ora più che mai sia necessario abbandonare gli schemi consolidati e fare del dubbio un metodo, della generosità un imperativo. Ripensare l'ideale nel reale abbandonando ogni certezza e ogni cinismo. Rendere possibile l'impossibile.

Ripartiamo dall'umano, quindi, con urgenza, concretezza e un nuovo coraggio, per riportare l'attenzione sui bisogni più intimi e veri. Le esperienze raccontate in questi saggi, dalla riforma psichiatrica in Brasile alla Falegnameria sociale K\_Alma a Roma, dalla Green Machine di Memphis alla campagna «Ero straniero», ci fanno scoprire un universo di possibilità realizzabili e realizzate che ferisce sotto la coltre ammorbante degli slogan urlati, dei proclami reazionari e degli insulti sui social. Tante occasioni per riflettere sulle disuguaglianze e sui problemi che ci circondano con uno sguardo nuovo: fisso sulla società di oggi, ma già proiettato sull'uomo di domani.



€ 00,00  
ISBN 978-88-428-2532-6

# La Cultura

1211



PRECEDENTI EDIZIONI

Souq 2010  
*Governare confusioni urbane*

Souq 2011  
*Resistenze urbane*

Souq 2012  
*Le sfide della felicità urbana*

Souq 2013  
*Empowerment urbano*

Souq 2014  
*Salute urbana*

Souq 2015  
*Disuguaglianze e diritti*

Souq 2016  
*Emergenze urbane*

Souq 2017  
*Contrastare la ferocia urbana*





Annuario 2018

# Prima le persone

A cura di Marzia Ravazzini e Benedetto Saraceno

**ilSaggiatore**



## Sommario

Introduzione <i>di Silvia Landra</i>	9
La speranza come lavoro politico <i>di Benedetto Saraceno</i>	15
Perché quella di «Ero straniero» è una vittoria importante <i>di don Virginio Colmegna</i>	25
Terremoti e tsunami politici in vista <i>di Robert van Voren</i>	35
Le conseguenze dei mutamenti della situazione politica del Brasile sulla riforma psichiatrica <i>di Claudia Braga</i>	45
Diplomazia soft o denuncia pubblica? <i>di Ambrogio Manenti</i>	63
Impresa sociale: un paradossale successo <i>di Ota De Leonardis</i>	83
La Falegnameria e officina sociale K_Alma <i>di Gabriella Guido</i>	103

La Green Machine di Memphis: una soluzione mobile per l'insicurezza alimentare <i>di Antonio Raciti e Kenneth M. Reardon</i>	109
Perché bisogna dire no <i>di Benedetto Saraceno</i>	127
<i>SouqBiblio: bibliografia internazionale annotata</i> a cura di Benedetto Saraceno	139
<i>Note sugli autori</i>	147

Prima le persone



## La Green Machine di Memphis: una soluzione mobile per l'insicurezza alimentare *di Antonio Raciti e Kenneth M. Reardon*

### *Contesto storico*

Tutto ebbe inizio nell'inverno del 2011: gli abitanti, i rappresentanti istituzionali e le persone elette del quartiere storico Vance Avenue della città di Memphis sono invitati a collaborare con la municipalità e l'edilizia popolare alla preparazione di un bando dedicato alla scelta di pianificazione del quartiere, indetto dal Dipartimento della Casa e dello sviluppo urbano degli Stati Uniti.

Lo scopo principale del concorso è il miglioramento della qualità della vita in generale all'interno della comunità di Vance Avenue, attraverso un insieme di azioni coordinate e di investimenti strategici nel settore abitativo, nell'educazione e nello sviluppo economico.

Nella primavera del 2012, il deputato Stephen F. Cohen annuncia che tra le 109 comunità partecipanti, Memphis rientra nelle 19 designate a ricevere un premio di 250 000 dollari dal Dipartimento della Casa e dello sviluppo urbano. E la città si è impegnata a stanziare la stessa cifra.

Durante quella stessa estate, la municipalità chiede agli abitanti del quartiere, ai rappresentanti della comunità, a un



piccolo gruppo di consulenti e all'Università di Memphis di raccogliere e analizzare un ampio campione di dati ambientali, economici e sociali. Questi sono necessari a programmare un piano di sviluppo di alta qualità per quella stessa comunità, dove il reddito medio è pari a 15 000 dollari e più del 40 per cento della popolazione vive in povertà.

Nell'inverno successivo, i leader della comunità – con l'assistenza dell'Università di Memphis – coinvolgono oltre 150 membri a partecipare a un incontro di mappatura del territorio, con lo scopo di identificare le risorse locali già presenti e utilizzarle in concomitanza a fondi esterni. L'obiettivo dichiarato è quello di affrontare e risolvere le questioni urbane più complesse di questo quartiere storico, dove Martin Luther King venne a sostenere lo sciopero dei netturbini nel 1968.

I ricercatori universitari e i funzionari del comune si aspettano di raccogliere, da parte dei residenti, rimostranze riguardo questioni sociali e urbane di prima necessità, quali il basso livello degli stipendi di base, l'assenza di servizi sanitari idonei e di cure primarie, la mancanza di risorse per le scuole pubbliche, parchi giochi non mantenuti adeguatamente, l'alto tasso di criminalità nei parchi pubblici e per le strade.

Restano, di conseguenza, molto sorpresi quando vedono le proteste focalizzarsi, in primis, sulla penuria di cibo di alta qualità, fresco e biologico.

Gli abitanti infatti raccontano che, a seguito della chiusura di un supermercato nel centro della città, il negozio più vicino si trova a più di tre chilometri di distanza, raggiungibile solo con l'ausilio di mezzi pubblici.

Profondamente scossi dalle sfide rispetto all'alimentazione e al cibo – cui hanno dato voce sia le giovani madri sia le donne anziane presenti all'incontro di mappatura –, i rappresen-



ti della chiesa cattolica di San Patrizio decidono di collaborare con gli studenti e la Facoltà dell'Università di Memphis. È nata così la task force della sicurezza alimentare del quartiere Vance Avenue, con l'obiettivo di individuare soluzioni praticabili a questo problema.

### *Le prime scoperte della ricerca*

Nell'inverno del 2012, quindici stakeholder locali, sotto la guida dei rappresentanti della chiesa di San Patrizio, iniziano a lavorare con i partner universitari per definire un progetto di ricerca dedicato a determinare natura, causa, scopo e impatto della mancanza di cibo fresco e accessibile nel quartiere di Vance Avenue. In seguito a importanti confronti, il gruppo formula una proposta di ricerca così articolata:

- compilazione di dati demografici di base utilizzando il censimento degli Stati Uniti;
- realizzazione di una revisione della letteratura inerente ai cosiddetti *food deserts* (letteralmente «deserti di cibo», luoghi in cui non si trovano alimenti freschi e accessibili) e all'insicurezza alimentare;
- interviste ai rappresentanti delle associazioni locali coinvolte nell'educazione alimentare e nei programmi di accesso al cibo;
- indagine rivolta alle buone pratiche impiegate a combattere l'insicurezza alimentare nelle comunità urbane a basso reddito, simili a quella di Vance Avenue;
- programmazione di una strategia consona alla storia e al contesto per la riduzione dell'incidenza dell'insicurezza alimentare sulla comunità;



- sviluppo di un piano finanziario e strategia di raccolta fondi per un'iniziativa a favore della sicurezza alimentare, con il più grande potenziale di miglioramento del problema.

La prima attività di ricerca della task force condotta da Aury Kangelos, studente al secondo anno dell'Università di Memphis, si concentra sull'analisi della distribuzione di:

- abitanti residenti nella parte sud della città, quella che ha sperimentato un'importante emigrazione a partire dagli anni sessanta;
- singoli individui e famiglie residenti con redditi sotto la soglia federale di povertà;
- persone single con basso reddito e famiglie dipendenti del trasporto pubblico;
- persone single con basso reddito e famiglie dipendenti del trasporto pubblico residenti in quartieri senza un supermercato con reparti alimentari.

I risultati delle analisi demografiche condotte da Aury Kangelos con l'uso del sistema ArcGIS mostrano dati impressionanti. Innanzitutto, l'analisi permette di individuare ben 77 zone all'interno della città di Memphis con tassi di povertà superiori al 40 per cento. In secondo luogo, mostra che solo 11 di queste aree periferiche economicamente disagiate dispongono di negozi alimentari ben forniti o che vendono specialità alimentari con un'ampia scelta di prodotti freschi, quali frutta e verdura, carne, latticini, cibo disidratato e oggetti per la casa.

Questi risultati colpiscono tutti i componenti della task force, fuorché i più poveri, da molto tempo consapevoli della gravità del problema della sicurezza alimentare della città.



Di conseguenza, la task force decide di abbandonare la ricerca di una soluzione per la sicurezza alimentare nel solo quartiere di Vance Avenue, a favore di un approccio di lotta alla fame esteso a tutta la città.

Seguendo l'analisi demografica, i membri della task force approfondiscono l'ampia letteratura sul *food desert* urbano, sugli effetti a lungo periodo che l'insicurezza alimentare provoca sulla salute, e su programmi innovativi e politiche di sicurezza alimentare delle metropoli.

Di seguito, l'elenco delle politiche di sicurezza alimentare specifiche e dei programmi analizzati dai membri e dai partner universitari:

- gli orti di comunità;
- i mercati dei contadini locali;
- i gruppi alimentari di acquisto;
- le coltivazioni urbane;
- l'acquacultura;
- le coltivazioni idroponiche (fuori suolo, cioè senza uso di terra);
- buoni taxi per agevolare le persone a basso reddito ad andare nei supermercati vicini;
- consigli e/o organismi per le politiche alimentari;
- le cooperative alimentari.

Quando il gruppo di lavoro, successivamente, passa in rassegna vantaggi e svantaggi di ogni programma, un abitante dell'ultimo complesso edilizio popolare della città di Foote Homes condivide un articolo della rivista *Oprah*, che sottolinea l'impatto positivo che ha avuto il recente lancio di un'unità mobile alimentare chiamata Fresh moves («Il fresco che



si muove» ma anche «Movimenti freschi») nei quartieri meridionali di Chicago.

Seguendo così la stessa linea direttiva, i membri della task force si interessano sempre più all'idea di esplorare lo sviluppo di un mercato alimentare mobile, per affrontare il problema della sicurezza alimentare emergente nella città di Memphis.

### *La soluzione del mercato mobile*

Poco dopo aver appreso del progetto «Fresh Moves», il gruppo realizza delle interviste rivolte alla commissione dei direttori e a membri chiave dello staff di questa recente organizzazione nata a Chicago senza scopo di lucro. Desiderosi di vedere il negozio alimentare mobile replicato in un'altra città, gli intervistati condividono con generosità la loro ricerca di mercato, il budget operativo, le linee guida operative e la loro prima esperienza di gestione di questo progetto contro la fame.

Successivamente, un membro della task force si reca a Chicago sul bus comunale riadattato a mercato alimentare mobile per intervistare i clienti rispetto alla loro esperienza.

I risultati di questo tipo di ricerca, sommate ad alcune conversazioni con la leadership di una fondazione che ha sostenuto un progetto simile a Nashville, una ricerca nazionale e un centro di assistenza tecnica per i mercati mobili, aiutano gli studenti e i membri della facoltà a produrre un piano di sviluppo preliminare e una proposta di budget, con l'obiettivo di realizzare un mercato alimentare mobile a Memphis.

Tuttavia, la proposta avanzata dalla task force dei volontari dell'università ha alcuni elementi che la distinguono dalle esperienze di Chicago e Nashville. In primo luogo, il merca-



to mobile di Memphis è utilizzato sia come distributore di cibo nutriente e fresco sia come centro educativo per la corretta nutrizione, per la salute e il benessere.

La proposta della task force specifica come un terzo della parte finale del bus sia ben attrezzato e ospiterà un televisore di cinquanta pollici per mostrare brevi video educativi sulle condizioni alimentari e le relative sfide che le famiglie afroamericane a basso reddito devono affrontare.

Rinforzando questo aspetto, viene così consegnato abbondante materiale realizzato e stampato dal Centro per la prevenzione e il controllo delle malattie (Cdc), sulle strategie nutrizionali da attuare per affrontare le malattie connesse all'alimentazione.

In secondo luogo, la comunità, piuttosto che essere un appaltatore commerciale, rigenera il mercato di Memphis attraverso gli sforzi di residenti volontari, il che riduce sensibilmente i costi del progetto e allo stesso tempo crea un forte senso di investimento comunitario e di appartenenza al progetto stesso.

In terzo luogo, il modello della Green Machine promette di raggiungere l'autonomia finanziaria dall'inizio del suo quarto anno di attività, mantenendo i costi bassi e richiedendo ai clienti col reddito più basso di pagare una porzione ragionevole dei costi reali del cibo venduto sul bus. D'altra parte, la proposta del bus risulta particolarmente interessante per le piccole e medie imprese e per le fondazioni che non intendono assumersi un obbligo a lungo termine al di là dei suoi meriti.

Concluso il piano di sviluppo preliminare e ultimata la proposta fondi, i membri della task force presentano la richiesta di un bus pubblico recentemente dismesso alla Commissione dei direttori dell'Agenzia di trasporto dell'area di Memphis (Mata), così da poterlo rinnovare e trasformare in un mercato mobile attraente.



La Commissione, che ha appena ricevuto la fornitura di due dozzine di nuovi bus da riposizionare – così raggiungendo il limite del mandato federale di 500 000 passeggeri –, approva all'unanimità la richiesta della task force di cederle il bus per un dollaro l'anno; inoltre, concorda di collaborare con i suoi fornitori per assicurare l'equipaggiamento e il materiale necessari alla manutenzione del bus, a condizioni di prezzo molto favorevoli; infine, l'agenzia accetta anche di mettere a disposizione della task force le sue officine per le riparazioni fuori orario e a costo zero. I rappresentanti dell'Unione dei lavoratori del Mata, dal canto loro, si impegnano per aiutare la task force a reclutare lavoratori del servizio pubblico ormai in pensione sia in veste di autisti sia di volontari in qualità di «pit-equipaggio», in modo tale da assicurare il funzionamento del bus.

La copertura della stampa generata dalla decisione del Mata di affittare alla task force uno dei suoi bus per una somma nominale spinge i membri della task force stessa a presentare il loro piano di sviluppo e la proposta di fondi alla Community Foundation of Greater Memphis. La presentazione del piano avviene davanti a otto grandi finanziatori regionali richiamati dalla Fondazione e genera donazioni pluriannuali da parte sia di alcune di queste fondazioni legate alla comunità sia di alcuni filantropi, per un totale di oltre 275 000 dollari. Tra questi donatori ritroviamo: Bank of America, Methodist Hospital, Memphis Grizzlies Foundation, Federal Express Company, TruGreen Corporation e Assisi Foundation.

La novità di questi fondi genera due significative donazioni pro bono da parte di aziende del settore privato che fanno avanzare il progetto in maniera sostanziale; fra queste, la Archer Malmo, un'azienda pubblicitaria riconosciuta a livello internazionale, conferma di aiutare la task force a concepire una



campagna di marketing per promuovere l'organizzazione sul mercato. Il risultato più importante di questa campagna è la nomina del progetto «The Green Machine Mobile Food Market».

Inoltre, il secondo contributo pro bono emerso dalla presentazione è la decisione degli architetti del Looney Ricks Kiss di offrire una bozza del disegno di insieme e della costruzione del bus, per trasformare così il bus usato appena ricevuto in un luogo dove fare acquisti e in un centro educativo che possa essere al tempo stesso attrattivo, funzionale e anche facile da gestire.

### *Instradamento del bus*

Durante l'inverno del 2012 e la primavera del 2013, il gruppo collabora con la Food Bank per riunire i rappresentanti di circa due dozzine di organizzazioni non governative impegnate nella consegna di servizi per le emergenze alimentari all'interno della città. I rappresentanti di questi gruppi aiutano la task force nell'individuazione di scuole pubbliche, strutture comunitarie e centri culturali dei quartieri più poveri della città dove la Green Machine potrebbe sostare per vendere del cibo fresco e molto altro.

Facendo seguito a diverse riunioni, questo gruppo – grazie anche all'assistenza dei pianificatori del Mata – progetta cinque rotte giornaliere che possano servire venti differenti strutture della comunità, in modo tale da raggiungere il numero massimo di abitanti che vivono nelle aree difficili del *food desert*. Grazie al supporto di questi servizi, la task force ottiene la possibilità di so-stare il bus per 90 minuti presso ogni struttura, così da garantire un'adeguata assistenza alle famiglie a basso reddito, informandole durante gli incontri sull'insicurezza alimentare.



*Rinnovare il bus 89*

Nel periodo in cui la maggior parte dei membri della task force pone la propria attenzione sulla raccolta fondi locale e sulla pianificazione logistica, altri si impegnano in attività esterne con lo scopo di richiamare giovani e adulti della zona che possano portare avanti il lavoro fisico necessario a trasformare il bus ricevuto in un luogo di vendita attrattivo e in un centro di educazione alla salute.

Dopo aver garantito alcune offerte da parte di aziende specializzate in viaggi organizzati per eventi musicali che hanno superato la somma di 100 000 dollari, Ken Reardon chiede ad Antonio Raciti – a quel tempo un giovane assistente professore in visita dall'Università di Catania per la progettazione dell'Università di Vance Avenue – se ritiene possibile portare avanti il lavoro in autonomia, abbassando i costi. La risposta di Antonio Raciti è positiva: «Assolutamente sì» dice. «Noi ce la possiamo fare!»

Durante la primavera e l'estate del 2013, il professor Raciti e il professor Reardon sviluppano un piano di lavoro dettagliato per la conversione del bus che comporta:

- rimozione dei sedili, delle macchinette dei costi, delle maniglie dall'interno;
- pulizia dell'interno;
- rinnovo dell'interno;
- rinnovo dell'esterno;
- manutenzione delle rampe per ciascuna porta così da rendere il veicolo accessibile ai disabili;
- realizzazione di un murale attraente per l'esterno che catturi l'attenzione dei passanti;



- garanzia dei servizi di un venditore locale per costruire un sistema rimovibile di scaffalatura;
- riprogrammazione degli aspetti elettrici all'esterno del bus affinché siano ben visibili le scritte: «Benvenuti a bordo» e «The Green Machine»;
- pianificazione, copertura e installazione di finestrini resistenti ai raggi ultravioletti, in modo da ridurre la temperatura interna;
- realizzazione di un murale esterno di oltre trenta metri raffigurante musicisti di Memphis mentre suonano strumenti che generano frutta e verdura colorata al posto di note musicali;
- sottoscrizione di un accordo con una compagnia audiovisiva per completare il sistema elettronico necessario a fornire energia al televisore da cinquanta pollici, al registratore di cassa e al lettore di carte di credito e per installare un sistema wi-fi funzionante;
- assunzione di un venditore nazionale capace di installare un sistema wi-fi per accettare carte di credito e realizzare l'acquisto anche telematico di cibo.

Una delle più grandi sfide del progetto rimane quella di assicurarsi un garage o una rimessa grande abbastanza per depositare il bus durante la fase di preparazione. La task force impiega circa un mese per trovare uno spazio adeguato dove ogni fase del lavoro possa essere realizzata: scrostare, verniciare e dipingere la parte esteriore del bus, senza creare disguidi a proprietà limitrofe.

Così, dopo essersi assicurati l'uso temporaneo di un magazzino ampio a sufficienza da parte del proprietario della American Plumbing Supply, Antonio e Ken chiamano a raccolta circa 150 persone tra i volontari della comunità, della chiesa e del



campus universitario, insieme a 4 operai che si mettono all'opera per trasformare e rinnovare il bus 89 offerto dal Mata in quello che chiamiamo il *Green Machine Mobile Market*.

Migliaia di ore di servizio da parte di questi volontari, sommate ai prezzi piuttosto agevolati e quindi molto convenienti stabiliti dagli operai locali e dalle attività commerciali coinvolte, rendono possibile il rifacimento completo del bus a un costo di 23 000 dollari – somma pari approssimativamente al 25 per cento in meno del prezzo stimato dalla task force in accordo con le aziende commercianti di settore.

### *Forniture e personale per il bus*

Dal momento in cui la trasformazione del bus è quasi ultimata, gli studenti dell'Università di Memphis e la acoltà intera assistono la task force nella preparazione di una lista di frutta, verdura e cibo disidratato che pensano possa interessare ai consumatori. Grazie all'aiuto di un dirigente in pensione della catena più grande della regione di negozi di alimentari, il gruppo contatta 6 grandi venditori che coprono la fornitura dei supermercati del Centro-Sud, con l'obiettivo di interessarli al progetto diventando fornitori esclusivi della Green Machine. Nel momento in cui la task force si organizza per far visita a queste aziende, il gruppo riceve una telefonata da parte di David Carter, il presidente della compagnia Easy-Way, una rete di negozi alimentari che opera a Memphis, piccola ma di grande successo e per di più specializzata in frutta e verdura locali.

Il presidente si dichiara interessato a conoscere più a fondo il progetto del bus, riflettendo su come la catena, presente ormai



da quattro generazioni a Memphis, possa essere di supporto al progetto. Così, pochi giorni più tardi, i membri della task force incontrano il signor Carter e il suo personale presso la sede centrale. In seguito a una breve presentazione del business plan della Green Machine, il signor Carter si candida come fornitore a prezzi agevolati, tali per cui la task force possa guadagnare un margine del 20 per cento su ogni elemento venduto sul bus.

Inoltre, si offre personalmente di supervisionare giornalmente il magazzino e l'esposizione del cibo, di svuotare e collocare il cibo invenduto dentro a enormi contenitori frigo a fine giornata e di far pulire e riporre il bus durante la notte nel suo grande magazzino, controllato e ad alta sicurezza.

Nonostante siano rimasti molto impressionati dall'offerta del signor Carter, i membri della task force spiegano di voler incontrare altri venditori della zona prima di accettare o meno la sua proposta; sono così costretti a declinarla momentaneamente. Tuttavia, in seguito a diversi incontri con i più grandi venditori della regione, il gruppo decide di entrare in affari esclusivamente con la compagnia Easy-Way.

Durante lo svolgimento del lavoro, i membri del gruppo dedicano molto tempo a pianificare le procedure operative standard, la formazione necessaria del personale e la descrizione di posizioni lavorative per tre figure full time necessarie al progetto. Dopo aver pubblicato le tre posizioni di project manager, autista professionista e venditore associato in diversi giornali locali, sulle pagine web dedicate al cibo e sulle liste interne della comunità, la task force riceve, seleziona e intervista tre candidati per ciascuna delle tre posizioni, prima di offrire il lavoro alle tre persone più qualificate che accettano la proposta. Per concludere il processo, il gruppo organizza una «due giorni di orientamento» dedicata al personale, con le seguenti tematiche:



crisi della sicurezza alimentare a Memphis; programmazione e marketing; attività promozionali dei punti vendita; selezione, gestione e presentazione del cibo; funzioni di cassa; relazione con la clientela; risoluzione di conflitti; regole del programma di assistenza nutrizionale supplementare.

### *Le prime attività*

Nei primi due anni di operatività (giugno 2013-maggio 2015) la Green Machine si ferma oltre 1200 volte presso i centri comunitari localizzati nei quartieri in cui mancano supermercati full time. Durante questo periodo serve più di 25 000 clienti a basso reddito, che però acquistano oltre 200 000 dollari in frutta fresca, verdura e cibo disidratato.

In aggiunta, più di 40 000 residenti di Memphis e della contea di Shelby visitano la Green Machine in occasione di eventi per la promozione della salute e delle giornate della cultura afroamericana; durante queste manifestazioni gli abitanti ricevono campioni di frutta e verdura fresca, comprese di ricettario, e vengono a conoscenza delle sfide necessarie da affrontare per salute e benessere, confrontandosi con i neri del Centro-Sud che hanno bassi redditi.

Tra i più importanti eventi ricordiamo la parata annuale delle squadre di football classico del Centro-Sud; l'apertura dell'NBA con i play-off dei Memphis Grizzlies; la corsa annuale Gibson 5K, sponsorizzata dalla chiesa di San Patrizio. In questo periodo la Green Machine, brillantemente dipinta, figura come una delle «personalità per la promozione della salute» più celebrate della regione e il bus distribuisce più di 400 000 volantini che sottolineano il rapporto tra il mangiare sano e una buona salute.



### *I risultati del progetto*

La campagna di lancio per la Green Machine contribuisce in maniera significativa a rendere la sicurezza alimentare una delle questioni di politica urbana più ampiamente riconosciute a Memphis. Il Green Machine Food Market aiuta a ripristinare l'accesso al cibo sano, abbordabile e culturalmente appropriato, quale frutta, verdura e cibo disidratato, a decine di migliaia di abitanti dei quartieri residenziali più poveri di Memphis.

Il materiale multimediativo presentato sulla Green Machine sottolinea poi il rapporto critico esistente tra il mangiare sano e il vivere in salute.

Il gruppo responsabile della pianificazione, sviluppo e gestione della Green Machine emerge come una risorsa importante di informazione per le altre città che negli Usa stanno cercando di implementare mercati di cibo mobile come parte del proprio programma contro la fame. L'importanza della Green Machine è sottolineata dal segretario della Salute e del Benessere della Nigeria in visita a Memphis, così come da un servizio di *Al Jazeera News* che lo descrive come un progetto speciale tra le soluzioni innovative della crisi urbana americana sul cibo.

Infine, la collaborazione tra comunità, congregazioni, corporazioni e campus che guida il progetto dalla concettualizzazione all'implementazione dimostra il potenziale di sviluppo di una comunità con una rete ampia che coinvolga le organizzazioni di quartiere, le istituzioni di fede, le aziende locali, i fondi regionali e i campus universitari vicini.



### *Lezioni apprese*

I piccoli margini di profitto che dominano il negozio di cibo al dettaglio rendono questa forma di impresa sociale un'ardua sfida perfino per i più motivati e capaci organismi non profit che intendono intraprenderla. D'altra parte, l'utilizzo di bus del servizio pubblico ormai in disuso come mercati mobili è rischioso per la tendenza di questi mezzi a presentare frequenti problemi meccanici.

Gli sforzi di marketing e quelli promozionali necessitano di una base di clienti solida, che per un mercato mobile non può essere sottostimata. Questo tipo di progetto ha bisogno di un'agenzia operante nel non profit che sia altamente qualificata – al pari del centro di comunità di San Patrizio – così come di una rete di partner in affari intimamente dedicata alla causa.

L'estrema povertà che caratterizza la maggior parte dei mercati mobili che operano nei *food deserts* si manifesta in alti livelli di turnover del personale e nell'instabilità d'impresa tra le organizzazioni di comunità che fungono da contatti primari per gli abitanti e necessitano di un personale sensibile, resiliente e creativo.

L'assenza decennale di cibo salutare nei quartieri più economicamente depressi della nostra nazione ha contribuito a risultati piuttosto scarni in materia di salute e diete povere per molti di coloro che vivono in queste aree.

Una soluzione che abbia davvero significato per superare un problema di quest'ordine necessita sia di un accesso più agevolato al cibo salutare per i poveri e le famiglie della classe operaia sia di una grande campagna di sanità pubblica che sottolinei la complementarità tra il buon cibo e il vivere sano.



### *Riflessioni finali*

La proposta di stabilire un mercato mobile del cibo per migliorare la salute nutrizionale di migliaia di poveri e di famiglie operaie che vivono nei quartieri residenziali malfamati di Memphis è stata avanzata da un singolo residente dell'ultimo complesso abitativo pubblico della città.

Con l'aiuto e il sostegno del quartiere, di una piccola chiesa romano-cattolica, degli studenti dell'Università di Memphis e della facoltà, e grazie a una manciata di corporazioni comunitarie e di fondazioni regionali, questa idea è stata pienamente realizzata, fornendo cibo a più di 25 000 tra gli abitati più poveri della città a cui è stato così garantito libero accesso al buon cibo, sano e salutare.

Questo esempio di cambiamento guidato dai residenti offre un'ulteriore dimostrazione del potere che Margaret Mead dichiarava nel suo famoso suggerimento:

Never doubt that a small group of thoughtful, committed people can change the world. Indeed it is the only thing that ever has.

Traduzione a cura di Marzia Ravazzini.

