

I nuovi mercati di città

Dopo Bologna, Firenze e tante capitali internazionali anche Milano scopre i banchi del mercato, gli orti aromatici, le panetterie "a vista": un richiamo irresistibile per turisti e non solo

Rivoluzione verde, popolare, a portata di mano (ma non sempre di portafoglio) in città.

Grazie a Expo 2015 e al fermento che ha portato, Milano si arricchisce ogni giorno di nuovi posti dove mangiare, trovare ristoro, conoscere e assaggiare prodotti tipici italiani o internazionali.

E, ulteriore buona notizia, spesso in spazi che aspettavano da tempo di essere riqualificati.

Il progetto più bello è sicuramente quello del Mercato Metropolitano , in via Valenza 2, che grazie a Expoincittà e Unaproa (Unione nazionale produttori ortofruttilicoli agrumari e frutta in guscio), nei circa 15mila mq degli ex magazzini della ferrovia di Porta Genova ha portato banchi e botteghe alimentari che vendono cibo e bevande, alcuni prodotti DOP e IGP, rispecchiando nel modo più accurato possibile la filosofia della filiera corta.

Oltre allo spazio al coperto, dove si trova anche un negozio dove acquistare oltre che alimenti anche libri e accessori per la cucina, nell'area circostante ci sono un grande mercato di frutta e verdura, orti di erbe aromatiche, stand dove fare l'aperitivo, foodtruck e perfino il cinema all'aperto gestito da Arianteo (spaziocinema.info).

A fine giornata Banco Alimentare recupera da Mercato Metropolitano le eccedenze alimentari e le mette a disposizione delle famiglie più bisognose, una notizia che forse può far digerire più volentieri i prezzi a volte eccessivi, unica nota dolente di questa realtà.

<http://d.repubblica.it/cucina/2015/06/08/news/>

A Milano dovrebbe essere imminente anche l'apertura del rinnovato Mercato di Piazza Santa Maria del Suffragio , il cui bando è stato vinto da Davide Longoni, panificatore artigiano (panificiodavidelongoni.com) e autore del volume "Il senso di Davide per la farina", manuale-bibbia di chi vuole realizzare pane e dolci a base di pasta madre.

Qui sono previsti un panificio, una pizzeria, uno shop generale, una gelateria, una macelleria, un negozio di frutta e verdura e uno spazio per incontri culturali.

Posizione invece già prestigiosissima e centrale per il progetto, firmato Autogrill, Il Mercato del Duomo , aperto da maggio e realizzato in collaborazione con l'Università degli Studi di Scienze Gastronomiche (UNISG) di Pollenzo che ha selezionato prodotti e alcune eccellenze lombarde come la panetteria Grazioli di Legnano e la pasticceria C'era una torta...

di Seregno.

Qui in 3000 metri quadrati su quattro livelli si traduce in seriale e riproducibile il mercato caratteristico, con banchi dedicati a prodotti come pane, carne, pesce, e con filosofie di consumo molto diverse, dal fast-food allo slow.

In questa sede il 3 giugno 2015 ha aperto anche Spazio, ristorante-laboratorio della scuola di formazione di Niko Romito (Niko Romito Formazione) , dove si possono mangiare tre piatti firmati dallo chef abruzzese a soli 40 euro.

Dopo gli esempi di successo di Firenze dove ha aperto, un anno fa, il Mercato Centrale a San Lorenzo e del Mercato di Mezzo di Bologna , anche Milano quindi ha capito che uno dei modi più conviviali, e in effetti benefici, per trattenere in un territorio i turisti (ma anche gli stessi cittadini non solo) è quello di mettere "pezzi da novanta" italiani, come tipicità, artigianalità, regionalità, nella belle vetrina del "genuino e naturale" che è diventata tanto di moda negli ultimi anni.

Il turista assennato, e con disponibilità economica, accurato come un selezionatore di personale nello scorrere il curriculum del candidato, si sofferma sempre sul volto gastronomico di una città, contemplando non solo ristoranti e locali tradizionali, ma anche mercati e botteghe dove mangiare e acquistare un pezzo della sua esperienza sensoriale, che sia stata un vino, una fetta di pizza, un olio.

L'Italia comincia a fare i primi passi in questa direzione, colmando questo vuoto non tanto di prodotti, quanto di strutture e comunicazione, che ci separava da esempi come il Borough Market di Londra (boroughmarket.org.uk), il San Miguel di Madrid (mercadosanmiguel.es) o il Torvehallerne di Copenaghen (torvehallernekbh.dk).

Che sono ancora fonte d'ispirazione, per pulizia e chiarezza della comunicazione e immagine coordinata, aspetti ancora sottovalutati da noi, in nome del genio creativo, del campanilismo forse, italico.