Pane e caffè, Longoni apre il nono negozio milanese a Chinatown

20250613155404ritrattotatianamoreschiedavidelongoni-01-06-25-savour-395copia-ee2882d6

Dare la stessa dignità che, ormai, qualsiasi operatore dell'ospitalità con un minimo di ambizione dà al pane, anche al caffè. Con queste premesse Davide Longoni (*nella foto con la co-founder Tatiana Moreschi*), ovvero colui che ha alzato il livello su, oltre, la (fin troppo umile) *michètta* nell'empireo del lievito madre e dei cereali "buoni sani e puliti", apre il **nono punto vendita in città**, in via Procaccini 69, ai margini della cosiddetta Chinatown milanese.

PANE E CAFFE'

Siamo stati all'inaugurazione è abbiamo trovato **una finestra aperta su strada, per acquistare al volo pane e caffè, una decina di posti seduti, le forme di pane appese in bella mostra tra barre di legno** e, sullo sfondo, La Marzocco d'ordinanza e il macinino on demand per un caffè firmato Forno Brisa, partner bolognese nel progetto Breaders: si parte con una miscela di specialty monorigine dal Brasile. Il negozio è piccolo, meglio fare poche cose bene, quindi almeno per ora solo estrazione espresso.

La panetteria è giocata su toni del pastello e ideata dalla product designer Astrid Luglio con l'architetto Lorenzo Tremolada. Tocco di classe, le mattonelle in cotto variegato lombardo, realizzate in collaborazione con la Fornace Riva di Briosco e ispirate alle pavimentazioni delle chiese milanesi del Cinquecento.

«*Il caffè è un prodotto agricolo come il grano e combacia molto bene con le tendenze dei panifici contemporanei, che invero da trent'anni non sono più solo rivendite ma luoghi di consumazione* – ci dice Longoni -. *Però il caffè in Italia è stato spesso messo in secondo piano. Quindi stiamo lavorando con forno Brisa [qui e negli altri quattro store dove gli spazi ne consentono la presenza, ndr] per portare un caffè che abbia le stesse caratteristiche del pane, quindi una filiera, una tracciabilità, il racconto dei produttori, e una tostatura rispettosa delle caratteristiche del chicco. Abbiamo fatto*

formazione dei ragazzi che lavorano con noi anche sul caffè, per presentare un prodotto che sia di pari livello con il pane, perché ci vuole coerenza».

PRESENZA CAPILLARE

Longoni non si ferma certo qui. «*La scelta è di fare negozi capillari, piccoli ma inseriti bene nella città. L'obiettivo finale è di creare un equilibrio d'impresa. Non abbiamo una pianificazione stretta, quando c'è un'occasione la cogliamo. Un negozio come questo ha bisogno di 150 persone al giorno che entrino. Adesso siamo lavoriamo in cento nel panificio Davide Longoni e devo dire che le fatiche che si facevano anni fa non sono più accettabili, quindi stiamo creando un modello di impresa dove tutti possano esprimere del talento. L'obiettivo è fare un bel laboratorio sempre più organizzato [il pane di tutti gli store viene realizzato nei due laboratori di via Tertulliano, ndr] e una bella impresa che renda tutti orgogliosi di fare questa rivoluzione del pane. Allison ad esempio, la store manager, arriva dal negozio di Tiraboschi [il primo, aperto nel 2013, ndr]. Qui vendiamo anche il nostro olio e pasta, io e la mia compagna Tatiana Moreschi con la nostra azienda agricola abbiamo preso dei terreni in Abruzzo, con olivi abbandonati e adesso facciamo pure l'olio*».