Il mercato coperto diventa bistrot

img1669-e663cc19

Strutture coperte dove fare la spesa che diventano però anche bistrot e meta di foodie a caccia di prodotti (e assaggi) della gastronomia locale. È l'idea alla base di un fenomeno che si sta facendo largo nei centri storici delle nostre città: la riqualificazione dei mercati coperti. Spesso lasciati a lungo in disuso, questi spazi stanno rivivendo una "seconda giovinezza", all'insegna di una formula ibrida che sembra avere le carte in regola per diventare un modello facilmente replicabile.

IL MERCATO RIONALE DI MILANO

img1674Ultima in ordine di tempo, è la rinascita del Mercato del Suffragio di Milano, una vecchia struttura che Davide Longoni, patron dell'omonimo panificio-caffetteria, si è aggiudicato insieme ad altri 3 imprenditori, vincendo un bando del Comune meneghino dedicato proprio alla riqualificazione dei mercati coperti. I lavori di ristrutturazione, ultimati da poco più di un mese, hanno dato vita a un luogo dove fare la spesa quotidiana acquistando pane, dolci, frutta, verdura, pesce e salumi, ma al contempo dove ordinare anche i piatti del giorno, da consumare poi in loco nei 120 posti a sedere sistemati all'interno e nel bel dehor. Nelle intenzioni dei gestori, il Mercato diventa così un luogo "a cui affezionarsi", complici anche le svariate attività culturali che qui saranno ospitate durante tutto l'anno.

I PRECEDENTI IN ITALIA E ALL'ESTERO

Il caso milanese di piazza Santa Maria del Suffragio non è però certo isolato. La riqualificazione dei mercati coperti conta infatti almeno due recenti esempi in Italia: quello del Mercato Centrale di San Lorenzo a Firenze e quello del Mercato di Mezzo a Bologna, cui si affianca l'esperienza del Mercato Metropolitano che, da Milano, lo scorso dicembre si è trasferito a Torino. Il nostro Paese ha così iniziato a colmare la distanza che lo separava dall'estero, dove la formula del mercatobistrot vanta molti casi di consolidato successo: si pensi solo al Borough Market di Londra, al San Miguel di Madrid, a La Boqueria a Barcellona o al Torvehallerne di Copenaghen. Tutti spazi che hanno trovato nella sinergia tra diversi imprenditori del food e della ristorazione la chiave per ottenere un importante riscontro di pubblico (e di business). Riscontro che, con buona probabilità, le singole attività di

ciascuno di loro non avrebbero potuto raggiungere

[caption id="attachment_98551" align="alignright" width="300"]
I soci del Mercato del Suffragio: da Sinistra, Oreste Pietroni, Roberto Ghezzi, Davide Longoni Ed Erika Fuma

I soci del Mercato del Suffragio: da Sinistra, Oreste Pietroni, Roberto Ghezzi, Davide Longoni Ed Erika Fumagalli[/caption]

Quattro soci per quattro corner

Il Mercato del Suffragio di Milano è stato riorganizzato in quattro corner, ognuno gestito da un socio: si parte con l'angolo del pane di Davide Longoni, che in poco più di 15 mq condensa l'offerta di pani, brioche, torte, biscotti, focacce e pizze; si prosegue quindi con l'area di "Fresco e Buono", il nuovo brand con cui Erika Fumagalli – terza generazione di Fumagalli Danilo, realtà di spicco nel settore ortofrutticolo – si rivolge a chi desidera acquistare frutta e verdura freschissime come pure a chi vuole assaporare particolari gourmandise tutte vegetali. A seguire, si incontrano il corner dedicato al pesce gestito da Roberto Ghezzi di Schooner e la Latteria che fa capo ad Oreste Pietroni e William Legati, fondatori, insieme al socio-chef Roberto Andreoni, di Cool Gelateria Naturale: qui è possibile trovare formaggi, salumi e vini, oltre naturalmente ai gelati Cool.