

# La cucina, i negozi, le relazioni La ricetta per la ripresa nelle città

Oltre la crisi: da **Urbanpromo** il modello per ripartire nella tavola rotonda coordinata dal Giorno

di **Daniele Monaco**  
 MILANO

**Ripartire** dal basso, dai quartieri e dalla valenza sociale dei pubblici esercizi nelle comunità, alimentando il dialogo tra associazioni di categoria e pubblica amministrazione, su tre parole chiave: «Territorio, cibo e città». È il tema del convegno di ieri di Confcommercio ad **Urbanpromo** 2020, rassegna annuale organizzata da Urbit, società dell'Istituto nazionale di Urbanistica, con una tavola rotonda online su «Convivialità e spazio pubblico», moderata da Sandro Neri, direttore del Giorno. Al centro del dibattito, punti di vista e strategie per salvaguardare i tessuti economici dalla desertificazione commerciale, sui nodi movida, smart working ed e-commerce, ai tempi della crisi Covid-19.

«I pubblici esercizi sono la rete distributiva della socialità, un valore immateriale che scopriamo quando vengono chiusi per priorità sanitaria - osserva Lino Stoppani, presidente Federazione italiana pubblici esercizi -. La rigenerazione delle città non è solo materia di ingegneri o architetti, ma anche di chi ci vive e lavora e a Milano, ad esempio, manca un milione di city user al giorno. Oltre alle ricadute dello smartworking, ci sarà un problema di negozi sfitti: abbiamo chiesto al Governo interventi strutturali per alzare i requisiti professionali di accesso al settore e una programmazione qualitativa per i pubblici esercizi contro la 'malamovida'».

«Servono strumenti normativi per affiancare alle attività di vicinato la valorizzazione degli spazi ibridi, dove un mix di funzioni incentivi le relazioni, che l'e-commerce non può dare: l'innovazione si esprime anche nelle formule di proposta al pubblico delle anime nascoste della città - spiega Cristina Tajani, assessora alle Attività produttive e commercio di Milano -. È uno dei temi del piano 'Milano 2020' e lo dimostra anche la riqualificazione dei mercati coperti».

Un esempio viene dal «Mercato centrale», «risto-retail» di Firenze, Roma, Torino e presto Milano: «Cibo e cultura si uniscono per vocazione, l'obiettivo non è ampliare la scelta al consumatore, ma far incontrare le persone - spiega il fondatore, Umberto Montano -. San Lorenzo, Termini e Porta Palazzo erano spazi vuoti e destinati a creare problemi. Li abbiamo recuperati con le artigianalità alimentari, gli eventi e un effetto traino per le attività intorno».

«I ristoranti attraversano un momento difficile, abbiamo investito per adattare i locali e siamo pronti ad accettare maggiori controlli sulla movida - spiega lo chef stellato Claudio Sadler -. I clienti locali hanno permesso al settore di sopravvivere dopo il primo lockdown, ma è mancato il flusso di turisti e il pubblico delle fiere. Molti purtroppo non riapriranno più».



Livio Stoppani, presidente Fipe



**I pubblici esercizi sono la rete distributiva della socialità**



Claudio Sadler, chef stellato



**Siamo pronti a altri controlli sulla movida**



Umberto Montano, fondatore Mercato Centrale



**Cibo e cultura si uniscono per vocazione. L'obiettivo è far incontrare la gente**



Cristina Tajani, assessore Comune di Milano



**Servono strumenti normativi per valorizzare gli spazi ibridi**

