

L'iniziativa

I mercati coperti ai consorzi privati

“Non solo cibo ma eventi e cultura”

ZITA DAZZI

Il mercato come luogo di socialità e di cultura, dove far la spesa, ma non solo. Dove eventualmente consumare del cibo fatto al momento, o dove gustare un aperitivo, assistendo ad una presentazione di un libro. È al modello dei mercati gastronomici coperti di Madrid o di Bologna che pensano il sindaco Giuseppe Sala e l'assessora al commercio Cristina Tajani spiegando la rivoluzione in vista per i vecchi mercati rionali milanesi, specie quelli di periferia, come quelli di Zara (piazzale Lagosta) e Monserchio (largo Guerrieri di Gonzaga, zona viale Ungheria), dove ieri sono state presentate le linee guida approvate dalla giunta per l'assegnazione a consorzi privati della gestione dei mercati. Assieme a quello liberty di piazza Wagner, frequentato dalle signore della Milano bene che qui trovano tartufi e altre rarità, anche Monserchio e Zara sono destinati a rinascere, grazie a progetti che coniughino la vendita dei prodotti con eventi culturale o ricreativo, così da far tornare il mercato un centro vitale per la vita del quartiere, soprattutto nelle zone oltre la cerchia della 90/91. «Oggi si cambia epoca sui

mercati coperti – ha detto il sindaco Sala –. Abbiamo sentito il bisogno di modernizzare le regole, per far diventare questi luoghi sempre più di aggregazione. Credo che la cosa più significativa riguardi il passaggio dei contratti che dureranno 20 anni. Partiamo da tre mercati con questo progetto e poi l'intenzione è insistere su tutti».

Nelle linee guida si parla di assegnazione a soggetti privati della gestione dei primi mercati coperti (Wagner, Morsenchio e Zara) con lo stanziamento di 120 mila euro per la realizzazione di progetti di animazione culturale e sociale, un po' come avvenuto in Santa Maria del Suffragio, Darsena o Lorenteggio. Ai nuovi gestori verrà data una serie di vincoli per garantire i posti di lavoro di chi è già all'interno dei tre mercati, le loro attività e prodotti. Ma il mandato è quello di cambiare lo stile generale del contenitore-mercato facendolo diventare un luogo dove passare del tempo, non facendo solo la spesa. Il segretario generale di [Confcommercio Marco Barbieri](#) plaude: «È un piacere lanciare questa iniziativa in un mercato di una zona periferica, è un messaggio importante»,

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Sala con l'assessora Tajani al mercato comunale coperto di Monserchio

