INTELLIGONEWS
intelligo ut credam, credo ut intelligam
quotidiano di informazione indipendente

| | |
|---|---|
| Data | 27 marzo 2015 |
| Testata | IntelligoNews |
| Periodicità | quotidiana |
| Città | Roma |


# MERCATO METROPOLITANO: IL MEGLIO DEL MADE IN ITALY ALIMENTARE ARRIVA A MILANO

## Mercato Metropolitano: il meglio del Made in Italy alimentare arriva a Milano

*27 marzo 2015, intelligo*

**Un nuovo format per un mercato agricolo, dove 15mila mq ospitano il meglio della filiera agroalimentare italiana, una vetrina per il mondo, tra materie prime ricercate, prodotti lavorati e le ultime proposte di attività legate al mondo del cibo e dell'agricoltura.**

Non è un caso che l'essenza della vera cultura alimentare italiana e delle sue meraviglie alimentari arriva nel cuore di **Milano**e che lo faccia da maggio, in concomitanza con l'inizio dell'**Expo**.

In uno spazio di **15mila mq** ricavati da una brillante rivalutazione dell'ex deposito ferroviario e del suo parcheggio nel quartiere di Porta Genova, il Mercato Metropolitano: un grande progetto targato Unaproa e Qualitàlia, la società costituita da UNAPROA e dai suoi soci per valorizzare la filiera agroalimentare italiana come vero "made in Italy" del cibo, favorendo le relazioni con i diversi soggetti della filiera per un rapporto sempre più stretto tra produttore e consumatore.

L'idea nasce dall'incontro tra **Ambrogio De Ponti,** presidente di Unaproa (che associa 128 organizzazioni di produttori ortofrutticoli ) e **Andrea Rasca**, con il

duplice scopo di fornire a Milano uno spazio dove i piccoli artigiani dell'agroalimentare e non, possano essere rappresentati durante l'Expo, e di creare uno nuovo modello di acquisto sostenibile, un vero mercato, non un negozio di lusso, studiato ad hoc per offrire alla clientela esigente una filiera corta, prodotti freschi, bontà a prezzi, appunto, da mercato. Un'occasione perfetta per raccontare a tutto il mondo la vera ricchezza dell'Agroalimentare Italiano, mettendo in mostra l'intera filiera, e quella ortofrutticola in particolare, esaltando attraverso il marchio *"5 Colori del Benessere"* le caratteristiche salutistiche della filiera stessa. Il piano - che viene annunciato dal Giappone per sottolineare il suo carattere di internazionalità - prevede il coinvolgimento di produttori, artigiani e coltivatori nella prima catena di spazi di vendita, somministrazione e formazione, su base agricola, artigianale, a filiera corta. Una vetrina perfetta per raccontare a tutto il mondo l'eccellenza del made in Italy alimentare, mettendo in mostra l'intera filiera agroalimentare italiana ed ortofrutticola in particolare e favorendo l'accesso a nuovi mercati. L'occasione è ideale per diffondere ed esaltare i principi e i valori legati ai "5 Colori del Benessere", Marchio Collettivo di proprietà di UNAPROA che garantisce provenienza e tracciabilità di frutta e verdura che arrivano sulle nostre tavole.

Da maggio a settembre questo innovativo mercato agricolo sarà ai **Navigli**, trovando una concomitanza ideale con l'**EXPO 2015** - che ha già concesso il suo patrocinio all'iniziativa -, **dedicato al cibo e alla sostenibilità dell'agroalimentare**. Questa vasta area ormai in disuso torna a nuova vita per ospitare un format del tutto innovativo di vendita al dettaglio, arricchito da un susseguirsi di eventi e corsi di cucina, di agricoltura urbana, di artigianato, di attività formative per bambini e ragazzi e manifestazioni gastronomiche, fiere, degustazioni e mercati tipici, oltre ad attività culturali e di intrattenimento, con cinema tutte le sere, mostre, spettacoli e concerti che si svolgeranno in un anfiteatro appositamente dedicato.

Protagonisti di questi 15mila mq recuperati (il progetto ne prevede 1200 al coperto e 14mila all'aperto) sono i prodotti che rendono la nostra tradizione gastronomica la più apprezzata e conosciuta al mondo, selezionati secondo semplici ma rigidi criteri di bontà, qualità, artigianalità, naturalezza e filiera corta, venduti direttamente dai loro produttori: coltivatori, artigiani, piccole aziende orgogliosi di ciò che fanno.

Prodotti veri, persone vere, cibo vero, quello di tutti i giorni, coltivato, preparato ed offerto da persone che amano il loro lavoro, e per le quali la soddisfazione di fare bene il proprio mestiere è la gratificazione piu grande che si possa avere, dei veri artigiani insomma.

Nello spazio interno è ospitato il mercato agricolo coperto, con l'area del fresco e della gastronomia, l'area scaffali e l'area somministrazione, dove i visitatori potranno gustare le deliziose tipicità proposte con un servizio rapido e a prezzo contenuto. All'esterno, invece, vi è la parte destinata al mercato all'aperto, con 100 piccoli negozi indipendenti di esposizione e vendita di consorzi Dop e Igp, produttori diretti e orti urbani.

*"Con questa nuova avventura del Mercato Metropolitano* – ha spiegato da Tokyo Ambrogio De Ponti, presidente di UNAPROA – *la nostra Unione vuole creare le condizioni per le sue OP di allargare i propri orizzonti, ampliando l' area di azione a un più vasto raggio di prodotti, per un'attività sempre più integrata e competitiva, che può rappresentare un'opportunità non solo per il mondo dell'ortofrutta, ma per l'intera filiera agroalimentare. Questo progetto è l'occasione ideale per raccontare a tutti l'importanza per la salute di uno stile di vita alimentare che abbia al suo fondamento la sicurezza e la qualità dei cibi, delle quali UNAPROA si fa garante verso il consumatore. Con questo scopo e promuovendo un'alimentazione che abbia frutta e verdura come protagonisti, come raccomandato da tutte le più recenti ricerche scientifiche* – ha proseguito De Ponti -, *UNAPROA utilizza una vetrina così strategica quale volano di diffusione del proprio Marchio di qualità "5 Colori del Benessere", Marchio Collettivo che garantisce la salubrità e l'origine dei prodotti ortofrutticoli commercializzati, raccontandone la storia, passaggio dopo passaggio, dalla coltivazione alla lavorazione, dalla selezione al confezionamento. Il nostro Mercato Metropolitano mette in mostra il meglio dell'agroalimentare, partendo dall'Italia per parlare a tutto il mondo. È proprio per esaltare la vocazione all'internazionalizzazione insita nel progetto* – ha illustrato il presidente di UNAPROA - *e ribadire l'importanza di promuovere l'agroalimentare italiano all'estero, dando corpo alle enormi potenzialità del settore che troppo spesso si infrangono contro una mancata propensione all'export, che abbiamo deciso di lanciare il Mercato Metropolitano dal Giappone"*.

*"L'idea* – ha spiegato invece **Andrea Rasca**, esperto di progetti di internazionalizzazione ed ideatore del **Mercato Metropolitano**– *è quella di riportare alla ribalta la bellezza del piccolo, uno stato mentale più che una misura fisica, molto rappresentativo della realtà italiana. Vogliamo riabilitare il significato del piccolo – piccolo produttore, piccolo agricoltore, piccolo artigiano – inteso come orgoglio di un contatto diretto con tutte le fasi del proprio lavoro e di un'attività che non perde mai il senso del rapporto umano, del valore delle persone e del loro operato. La sfida* – ha continuato **Rasca** – *sta proprio nell'esaltare e salvare la migliore italianità traghettandola nella modernità, per essere competitivi in uno scenario mondiale completamente mutato e costantemente in movimento"*.

Ad animare questo progetto la vocazione verso un'economia sostenibile, che sostenga la crescita di artigiani, agricoltori e piccoli produttori, aiutandoli a trovare canali di vendita nel mondo, attraverso la formazione e la capacità di fare squadra. Il**Mercato Metropolitano** vuole contribuire concretamente al raggiungimento di tre degli otto "millennium goals" delle Nazioni Unite: sradicare la povertà estrema e la fame; assicurare la sostenibilità ambientale; sviluppare una partnership globale per lo sviluppo.