

Intraina: “Un mercato amico del paesaggio”

Pubblicato: Giovedì 14 Luglio 2011

Riceviamo e pubblichiamo una nota di Diego Intraina sulla presenza dei produttori locali all'interno del mercato cittadino



In questi giorni si parla di un decollo lento nel “grande mercato”, tanto per intenderci quello del mercoledì di Luino, dei produttori locali, sia per la vendita oltre che per la presenza espositiva.

A dire il vero questa condizione non può meravigliare visto come si è deciso politicamente di gestirla. Concedere la sola disponibilità di alcuni posti su un marciapiede anonimo a contatto della strada di maggior attraversamento automobilistico (davanti al Palazzo Verbania), che proprio al mercoledì diventa il più caotico, meno ospitale e interessante luogo del mercato non sembra essere la soluzione più indicata per operare un'azione di marketing territoriale.

Questi pre-investimenti, perché è di questo che stiamo parlando, necessitano di una dovuta enfasi che si può ottenere contrastando, nel nostro caso, una situazione di flusso continuo ad una condizione di quiete, dove l'utente viene “condizionato” a percepire una diversa percezione-emozione che lo predispone ad una condizione di ascolto. È dunque questa capacità di governare le emozioni altrui la forza attiva di un'operazione di marketing.

Non è dunque con l'insufficienza dell'operare attraverso una semplicistica e indifferenziata opportunità di offrire uno spazio presenza che, tra le centinaia di bancarelle, si può creare un'attenzione da parte degli “abitanti del mercato” e dunque dei produttori locali. Le bancarelle e i prodotti in sé non sono, evidentemente, sufficienti per raggiungere lo scopo, dunque si deve intervenire con linguaggi e strumenti di ben altro valore. I prodotti locali, per essere apprezzati, necessitano di una loro contestualizzazione, devono prima “educare” al rapporto che esiste tra il cibo e un determinato paesaggio in cui si “trasforma” diventando specifico. Per instaurare questo tipo di contesto pedagogico diventa necessario, appunto, la creazione di luoghi di quiete.

Come fare dunque? Una possibilità potrebbe essere quella di ospitare nel cuore del mercato/città una parlante “piazza del paesaggio”. L'area alberata della Piazza Garibaldi, potrebbe essere adatta ad ospitare questo laboratorio di creatività e gli istituti turistici presenti nel luinese potrebbero diventare l'incubatoio di idee per definire la sua veste aziendale, oltre che supportare in modo eccellente la gestione (vedesi eccellente impegno antologia Sereni).

Enfatizzare l'utilizzo di una parte significativa della città andrebbe a ri-confermare e rinforzare il senso originario dello strumento della piazza che ritornerebbe a riappropriarsi della sua funzione di relazione e luogo di scambio. Riconoscere la piazza, anche nel momento del mercato, con il suo grande vuoto arredato da tavoli dove il turista può fermarsi a gustare i prodotti locali, dialogare con i produttori del territorio, apprezzare la cartellonistica e raccogliere le informazioni ad un supplementare sportello turistico, la trasformerebbe in un grande e animato cantastorie.

Il grande cuore pulsante della città, diventa così il luogo dell'identità di un'intera civiltà urbana, che si presenta settimanalmente come promotore di un intero territorio capace di ospitare migliaia di persone che, a loro volta, diventeranno i migliori promotori turistici al rientro nel loro paese. Il mercato di Luino è un patrimonio di tutto il territorio Luinese non solo della città.

Redazione VareseNews
redazione@varesenews.it