

Bancarelle stop, ma il Mercatino del Gusto non si ferma

LECCE – **Angelo Inglese**, il sarto dei vip che ha disegnato la camicia nuziale di William d'Inghilterra; **Nicola Marino**, co-fondatore di una startup che sviluppa sistemi avanzati di addestramento chirurgico; **Daniele Manni**, il docente del "Costa Galilei" di Lecce che insegna l'autoimprenditorialità agli studenti; **Floriano Pellegrino**, lo chef che ha portato al Salento del gusto la prima Stella Michelin; **Pamela Raeli**, editrice astigiana di origini salentine della rivista "Food and Travel Italia" e di "Wine and Travel".

Saranno questi, **il prossimo 5 agosto**, i premiati dell'edizione 2020 – la ventunesima – del Mercatino del Gusto, appuntamento clou dell'estate pugliese che si terrà come di consueto a Maglie dall'1 al 5 agosto, ripartendo dalle sue origini – **dal liceo "Francesca Capece"** – ma che quest'anno andrà in scena in versione ridotta per essere in sintonia con le regole sanitarie in tema di allestimento degli appuntamenti pubblici post Covid-19, che hanno imposto un ripensamento organizzativo della manifestazione. Che però non rinuncerà alla sua vera essenza, quella di motore creativo di nuovi modi di pensare il cibo, il vino e tutto l'universo di valori ad essi collegati.

Il filo conduttore del Mercatino 2020, realizzato col sostegno di PugliaPromozione, Regione Puglia (Assessorato all'industria turistica e culturale) e del Comune di Maglie, e con il patrocinio della Provincia di Lecce – Salento d'Amare, sarà infatti **Top&Pop Life**: un tema lanciato alla Bit di Milano nello scorso febbraio, quando in pochi immaginavano quel che sarebbe successo di lì a poco con la pandemia e il lockdown. "Un periodo complesso che lascerà segni profondi in tutti noi, ma anche insegnamenti fondamentali per il futuro. Perché la

sfida del cambiamento e dell'innovazione è sempre stata la stella polare del progetto del Mercatino del Gusto: abbiamo parlato per primi di marketing della bellezza, di cura, di baratto delle idee e dell'immenso valore strategico rappresentato dalla reputazione", spiegano ad una sola voce il giornalista ed esperto di design thinking **Giacomo Mojoli**, il medico gastronomo **Michele Bruno** e il presidente dell'associazione "Mercatino del Gusto" **Salvatore Santese**, ideatori e organizzatori dell'iniziativa.

"Per questo abbiamo deciso di non fermarci, e pur consapevoli dell'attenzione che la situazione impone abbiamo pensato a una "limited edition" del Mercatino, con iniziative capaci di dare comunque forma alla nostra voglia di ripartenza, di rinascita, di qualità della vita, di senso di bellezza generale. E di speranza".

Top & Pop Life è insomma la sintesi di un progetto futuro di promozione e di marketing della bellezza che si basa su di un modello unico e territoriale, che **pensa e agisce in modo locale, ma progetta e ragiona con visione globale**. "Per questo abbiamo immaginato una serie di eventi Top che sapessero ibridarsi con un'esperienza Pop nel modo di stare insieme, una forma leggera ma intelligente ed assolutamente inclusiva di pensare il cibo, il vino, la musica, la birra, il mare e l'accoglienza, l'arte e la cultura", aggiunge Giacomo Mojoli. "Un modello nuovo per guardare al turismo che verrà, all'offerta della ristorazione, al tempo libero, attraverso le lenti colorate della Top & Pop Life: facendoci sempre orientare dal buongusto e dal senso dell'inclusione, per far bene le cose e per far "accadere" le idee future".

E nel rispetto assoluto delle normative anti Covid-19: il programma 2020 del MdG prevede in via esclusiva solo appuntamenti organizzati in luoghi circoscritti e al contempo spaziosi, nei quali sarà facile contingentare il pubblico e controllare rigorosamente ingressi e uscite. Presenti dunque quest'anno la **Piazza del Vino**, le due agorà chiuse dedicate

allo *street food* pugliese e i birrifici, il Caffè letterario, le Cene in Villa, e poi i grandi **“Lab del Gusto”** che si svolgeranno nello storico cortile del liceo “Capece” – ritornando dunque all’antico – nel rigoroso rispetto delle disposizioni governative in materia di tutela della sicurezza e, come di consueto, utilizzando il convivio come occasione per riflessioni “alte”.

I **Lab del Mercatino** affronteranno infatti diversi temi – dallo spreco alimentare alla semplicità di ingredienti come l’uovo, dai formaggi al vino e alle birre, dalle paste artigianali alle straordinarie carni pugliesi, fino alla cultura del pesce crudo giapponese che si confronta con la lunga, analoga tradizione pugliese – con i grandi protagonisti della scena gastronomica, enologica e produttiva regionale. Diventando occasione di approfondimento culturale, di riflessione sul gusto e di gusto, con un coinvolgimento sensoriale ad ampio raggio dove anche la musica e il contesto architettonico diverranno contenuto.

«Abbiamo dovuto rinunciare a malincuore alle bancarelle dei produttori artigiani in nome del rispetto per le attuali disposizioni sanitarie anti-pandemia, ma questa edizione del Mercatino sarà occasione per gettare le basi per il prossimo anno: avremo infatti tempo per ideare una nuova ribalta per gli attori del Mercatino», spiegano ancora Mojoli, Bruno e Santese. «Siamo certi però che anche questa edizione saprà proiettare Maglie, il Salento e la Puglia del gusto in una dimensione di grande qualità, confermando il profilo di una manifestazione storica che coglie l’occasione per rinnovarsi e per dare un segnale di speranza».

La ventunesima edizione del Mercatino è stata presentata stamattina nella sala conferenze della Camera di commercio di Lecce. Ecco, nell’ordine, le dichiarazioni dei relatori intervenuti alla conferenza stampa:

“Riteniamo che in questo momento di grandi difficoltà per il

nostro territorio il Mercatino rappresenti un messaggio di speranza per la ripartenza”, così il nuovo presidente della Camera di Commercio, **Vincenzo Benisi**, che ha rimarcato il suo plauso “al coraggio e alla determinazione degli organizzatori nel confermare questo evento che rappresenta non solo un punto di riferimento per l’agroalimentare, ma anche un laboratorio sperimentale che lancia nuove aziende e si impegna nella riscoperta di tanti prodotti dimenticati nel nostro territorio”.

Salvatore Santese, presidente dell’associazione Mercatino del Gusto, ha voluto ringraziare il Comune di Maglie e la Regione per il grande supporto alla manifestazione quale occasione di crescita e di rinascita del territorio: “La Puglia e il Salento sono diventati celebri nel panorama internazionale, e dunque noi non potevamo non esserci anche quest’anno. Noi ci siamo sempre, anche nei momenti di difficoltà e siamo pronti a ripartire tutti insieme”. Santese ha poi spiegato che gli appuntamenti si svolgeranno nel rispetto delle direttive grazie alla collaborazione di Croce Rossa Italiana, Protezione Civile e delle forze dell’ordine.

Il sindaco di Maglie **Ernesto Toma**: “Il Mercatino nasce a Maglie, e siamo orgogliosi di collaborare per la riuscita di una iniziativa che certamente quest’anno si misura con un’emergenza difficile. Ma in questi vent’anni abbiamo dovuto affrontare e risolvere diverse difficoltà, e lo abbiamo potuto fare grazie alla serietà degli organizzatori. Sono fiducioso che con tutte le misure che saranno rispettate raggiungeremo il risultato”.

Michele Bruno: “Abbiamo deciso tardi di partite, poiché aspettavamo di conoscere i regolamenti regionali. Quando il 15 luglio abbiamo deciso di procedere, abbiamo avuto la conferma che le aziende ci speravano molto. E infatti avremo lo stesso numero di cantine, di aziende di cibo di strada e di birrifici. Certo, abbiamo dovuto rinunciare alle bancarelle dei produttori, che sono l’elemento caratterizzante del

Mercatino, perché non saremmo stati in grado di garantire condizioni di sicurezza per gli operatori e per il pubblico”.

Giacomo Mojoli: “In questi anni sono state ricorrenti cinque parole chiave nel Mercatino del Gusto che oggi sono divenute essenziali per la rinascita. La “cura”, ad esempio, che mai come adesso deve essere elemento di ogni progetto che riguarda i territori. E poi la “gioia”, tema di qualche edizione fa, che oggi decine di studi internazionali indicano come il desiderio generale delle comunità; la “bellezza” non solo come qualità estetica ma quale elemento pragmatico: ciò che è sostenibile e fatto con cura non può che essere bello; Il “baratto”: in questi mesi abbiamo capito che il confronto, il barattare competenze ed esperienze, è necessario per risolvere l'emergenza. Infine, la “reputazione”, aspetto fondamentale per ogni attività, è una delle parole chiave: le competenze sono indispensabili e solo queste possono dare reputazione. Tutto questo non solo garantisce la durabilità di ogni evento ma confluisce nel tema di quest'anno: TOP e POP Life. Tutto ciò che è TOP, frutto cioè dell'eccellenza deve portare dentro qualcosa di POP, di facilmente fruibile così come tutto ciò che è POP deve imparare dal TOP ad essere unico. Il Mercatino ha sempre pensato localmente ma agito in maniera globale facendo leva sull'unicità. Unicità gastronomica, di prodotto, di fare impresa. La Puglia ha una ricchezza indefinibile di unicità, tanto da poter parlare l'esperanto del buon gusto. I turisti in questi anni di Mercatino hanno colto le qualità intrinseche di un piatto, di un vino o di una birra, ma ne hanno colto anche il pensiero che ha generato quei prodotti”.

“Abbiamo scelto di fare il Mercatino anche quest'anno – ha spiegato l'assessore regionale **Loredana Capone** che ha **annunciato la presenza del presidente Michele Emiliano al taglio del nastro di sabato primo agosto (piazza Aldo Moro, ore 20.30)** – perché, abituati come siamo a rimboccarci le maniche, non potevamo fare diversamente. Il punto semmai era come farlo. Certamente con grande senso responsabilità, per

non mettere a repentaglio la salute di nessuno, con tutte le doverose cautele e misure. Questo ci ha indotto a cercare un compromesso e l'idea dei grandi laboratori ci è sembrata bellissima e adeguata alle esigenze straordinarie di questa edizione. Non avremo i numeri degli altri anni come pubblico, perché puntiamo ai pugliesi che verranno da tutta la regione e ai turisti italiani che hanno scelto la Puglia, ma io ritengo che questo periodo costituirà anche un modo per riflettere sul futuro del Mercatino. La durabilità di un evento si costruisce anche con la determinazione a trovare sempre nuove formule, sempre nuove forme di coinvolgimento, garantendo la qualità: tutti aspetti che la Regione riconosce al Mercatino. Che è un grande evento, e che porto sempre come esempio nelle grandi fiere internazionali quando si parla di territorio, comunità, identità".

