

IL MARCHIO FANESE APPRODERÀ A MILANO E BOLOGNA

L'evoluzione del sardoncino e dei suoi fratelli

di SILVANO STELLA

On the road. Ovvero sulla strada. Non pensare al romanzo autobiografico di Jack Kerouac. Non pensare al lungo viaggio in automobile negli Usa. Non pensare alle ispirazioni della Beat Generation. Tutte cose contenute nel libro edito nei lontani Anni Cinquanta. Pensa invece, più modestamente e realisticamente, ovvero senza utopie, alla lunga marcia del Pesceazzurro. Vale a dire a sua maestà il Sardoncino (sì, con la "S" maiuscola) e dei suoi fratelli tutti rigorosamente azzurri: Saraghina, Sardella o Sardine, Alici o Acciughe, Sgombero. E via discorrendo: cioè Triglie, Seppie, Calamari, Canocchie, Gamberi, Sogliole, vongole e cozze.

On the road, perché, pur costeggiando il mare Adriatico, il suo mare, il Pesceazzurro ha già percorso sulla strada cento chilometri. Cioè da Senigallia, sede dell'ultima tappa, a Milano Marittima (Cervia). Attraverso quattro Province e due Regioni: Fano, ove si trova la cosiddetta casa madre, la macchina pensante del presente e del futuro, Cattolica e Rimini e Milano Marittima (Cervia). Il che certifica, se ce ne fosse bisogno, la strategia evolutiva del Sardoncino e dei suoi fratelli.

On the road, perché adesso il Pesceazzurro s'appresta a raddoppiare, anzi a triplicare, i chilometri. Stavolta non più via mare, come vorrebbe

la natura e la tradizione, ma via terra. Da Milano Marittima svolterà verso Bologna: altri cento chilometri. E, da Bologna, punterà verso Milano: altri duecento chilometri. In tutto, da Senigallia a Milano, quattrocento chilometri pianeggianti sull'onda del Pesceazzurro.

On the road, perché Marco Pezzolesi e i suoi collaboratori sono alla ricerca dei locali, a Bologna e Milano. Dove, nella prima parte del 2017, verranno aperti due nuovi grandi ristoranti self service. Importante, se non determinante, è la scelta delle zone. Centro storico o immediata periferia? Questione di giuste e mirate strategie. Se ne occupa, addirittura, pure la Doxa. Bologna già conosce la qualità del Pesceazzurro e, naturalmente, di tutte le sue proposte relative ai pesci. Perché, soprattutto durante le vacanze, i cittadini di Felsinea frequentano, con piena soddisfazione, i ristoranti rivieraschi. Secondo alcune tesi, la collocazione

più gradita sarebbe fuori dalle molteplici porte del centro storico lungo i viali circolatori. Un luogo, insomma, agevolmente raggiungibile da tutti i quartieri e dai centri dell'immediato interland (San Lazzaro, Castenaso, Granarolo, Castelmaggiore, Anzola Emilia, Casalecchio di Reno).

On the road, perché Pezzolesi e i suoi collaboratori dovranno compiere più viaggi a Milano. Il piano analitico appare laborioso e complesso, almeno sulla carta. Si tratta, in fondo, di partire dall'"Anno Zero". Occorre quindi una illuminata campagna promozionale per sensibilizzare e dirottare i meneghini verso il Pesceazzurro. Una doppia sfida, Bologna e Milano. Che l'azienda di Fano accetti con buone prospettive di spuntarla. Naturalmente con la qualità, la quantità e il costo contenuto (13 euro, tutto compreso). Non è poco in tempi di crisi. Soprattutto nelle multietniche e multicolori aree metropolitane ■

