

Milaan: van bruisende stad tot oase van stilte

18-03-2020 13:40



Door Inge de Boer Food in the Streets

Het contrast kon niet groter zijn. Amper een maand geleden bruisde Milaan: de lente stond op springen, Valentijnsdag was het perfecte excuus om een weekend weg te gaan en de fashionweek stond voor de deur. Hotels profiteerden van de grote vraag, taxichauffeurs reden alweer mopperend rond vanwege de grote drukte en winkels keken uit naar de kooplustige Milanezen en bezoekers van buiten de stad. Het sprookje nam echter een wending die niemand had verwacht.

Fashionweek light

Al voor het begin van de fashionweek was duidelijk dat deze editie anders zou zijn dan anders. Vanwege de uitbraak van het coronavirus in China kon zo'n tachtig procent van de Chinese buyers en andere professionals uit het modevak niet fysiek aanwezig zijn. Dit komt neer op duizend personen minder, dus minder bezette bedden, minder hotels en minder taxiritten. Maar de Italianen waren solidair en besloten over te gaan tot de actie 'China we are with you'. Door middel van livestreams zorgde de Camera della Moda (KvK van de mode) dat de potentiële klanten toch de presentaties konden bijwonen. Vooral om de schade te beperken, want dat de omzet van de luxemerken in deze winter zou tegenvallen was al duidelijk: vele winkels in China hadden hun deuren al weken gesloten. Maar echt angst was er nog niet.

De fashionweek was in volle gang toen op donderdagavond 20 februari bekend werd dat er een eerste coronageval in Italië was vastgesteld. Om precies te zijn in het ziekenhuis in Codogno, een plaats dertig kilometer ten zuidoosten van Milaan. Er werd snel gehandeld en nog geen drie dagen later werd besloten dat alle kinderdagverblijven, scholen en universiteiten minstens een week zouden sluiten. Werknemers werd gevraagd zoveel mogelijk thuis te gaan werken en vrijetijdsbesteding buiten huis moest worden beperkt tot een minimum.

Een zondag hamsteren in de supermarkt in Milaan

Met alle verhalen uit het afgesloten Wuhan op het netvlies begonnen de Milanezen, vooral die uit de zogenaamde voorsteden, te hamsteren. Geen toiletpapier, zoals in Nederland (het bidet biedt daar namelijk een oplossing voor), maar pasta en deeg, desinfecteergel (sowieso een geliefd product in de handtas van de Italiaan) en suiker. Maar ook schoonmaakmiddel, zodat de kuise Italiaan zijn huis nogmaals kan poetsen. En water, want er is hier nog steeds een levendige mythe die de voorkeur geeft water uit plastic flessen te drinken en niet gewoon uit de kraan.

Nadat diverse instanties, waaronder de burgemeester van Milaan, hadden aangekondigd dat de supermarkten in te allen tijde open zouden blijven en er geen angst hoefde te zijn voor tekorten, hield het wonderbaarlijke gedrag gelukkig snel op. Iedereen kon weer met een gerust hart boodschappen doen. Intussen komen ook de eerste berichten van drukte op online platformen binnen, zowel voor bezorging van verse maaltijden op kantoor of aan huis als van de boodschappen.

Onduidelijke afspraken voor de Milanese horeca

De eerste week van deze bijzondere situatie verliep redelijk ongecoördineerd. In eerste instantie mochten horecagelegenheden open zijn tussen zes uur 's ochtends en zes uur 's avonds. Hiermee wilde de regionale overheid voorkomen dat er rond de *aperitivo*-tijd drukte zou ontstaan in de bars. Met alle mogelijke gevolgen van dien. Vrijwel direct was er veel kritiek op dit besluit, vooral vanuit de bevolking. Het is namelijk een goede eigenschap van de Italianen om ook het ontbijt buiten de deur te genieten. Liefst opeengepakt aan de bar, met een cappuccino en brioche in de hand discussiëren over de wedstrijd van de avond ervoor of de laatste politieke ontwikkelingen. Niet echt verantwoord dus in een periode waarin het juist de bedoeling is dat menselijk contact zoveel mogelijk wordt beperkt. De maatregelen worden dus al snel weer aangepast: bars mogen ook 's avonds open, mits ze de *aperitivo* aan tafel schenken en de normaal gesproken zo populaire buffetten met hapjes achterwege laten. Milanezen blij en bars blij, want die konden zo een beetje blijven met hun collega's die een restaurant hebben en dus wel gewoon open mochten zijn.

Dalend aantal bezoekers in de (fysieke) winkels

Dat ook de grote winkelketens de gevolgen van de maatregelen naar aanleiding van het coronavirus voelen, merk ik in de eerste week van maart. De tweede week waarin de scholen dicht zijn en duidelijk wordt dat er nog lang geen einde komt aan het toenemende aantal coronabesmettingen in Noord-Italië. In mijn mailbox ontvang ik mails van warenhuizen als La Rinascente en Coin, maar ook van kledingzaken. Ze sturen kortingscoupons of geven aan de bezorgkosten voor hun rekening te nemen. Naast dat de Italianen dus gehoor blijken te geven aan de oproep om drukke plekken te vermijden, wordt ook de hand op de knip gehouden. Niemand heeft enig idee hoe lang dit nog gaat duren. Iedereen weet dat het economisch een lastig jaar gaat worden. Want Italië kent heel veel werknemers met makkelijk te ontbinden contracten en zelfstandigen met geen of zeer beperkt vangnet. Dus niet noodzakelijke uitgaven worden nu even niet gedaan. Ondanks dat velen alle tijd hebben om lekker te gaan winkelen.

De boel op eigen initiatief sluiten

In de derde week, waarin wordt aangekondigd dat de scholen nog minstens drie weken gesloten blijven (tot 3 april) begint het tot de Italianen door te dringen dat het menens is. Zeker als premier Conte enkele dagen na de

lockdown van de regio Lombardije en enkele omliggende provincies aankondigt dat de deze maatregelen worden uitgebreid naar de rest van het land. Bars mogen alleen nog maar de klanten bedienen die aan een tafel zitten en moeten om zes uur 's avonds sluiten. Verder moeten alle horecagelegenheden ervoor zorgen dat de klanten minstens een meter afstand van elkaar houden. En datzelfde geldt voor de rijen bij de slager, supermarkt en in winkelketens. Tijdens mijn dagelijkse wandelingen door de buurt merk ik dat het in de winkels en op straat een stuk rustiger is dan normaal.

Ondanks alle maatregelen is het pijnlijk om te horen dat er dagelijks nog steeds honderden zo niet duizenden besmettingen bijkomen en dat het dodental inmiddels richting de duizend gaat. De Italianen nemen hun verantwoordelijkheid en beperken hun sociale leven tot een minimum. Ook horecagelegenheden geven aan hun deuren te sluiten, 'om hun personeel en de samenleving te beschermen en verdere verspreiding van het coronavirus te stoppen'. Grote ketens als H&M, Zara en La Rinascente kondigen beperkte openingstijden en volledige sluiting in het weekend aan. De internationaal bekende groep Calzedonia is een van de eerste ketens die op 9 maart besluit al zijn winkels in Noord-Italië (de rode zone) te sluiten. Volgens president Veronesi vanwege het feit dat de producten die zij op de markt brengen geen eerste levensbehoefte zijn. Twee dagen later besluit hij dat alle nege honderd winkels in het land dicht gaan en snel volgen onder andere Flying Tiger, Apple en Coin zijn voorbeeld. Die avond maakt premier Conte de nieuwe maatregelen tegen verspreiding van het coronavirus bekend, wat betekent dat bijna iedereen zijn deuren in ieder geval tot en met 25 maart moet sluiten.

De winnaars zijn de supermarkten

Hoewel iedereen dringend wordt verzocht zoveel mogelijk thuis te blijven en zo goed als alle winkels en horecagelegenheden zijn gesloten, zijn er toch wat uitzonderingen. Supermarkten zijn gewoon open. Je mag hier naartoe, het liefste alleen en in sommige dorpen en steden is er ook een limiet op het aantal supermarktbezoeken per week. Hoewel een supermarktbezoek een officieel excuus is om de deur uit te mogen (op de autocertificazione die je mee moet nemen als je je verplaatst is een van de opties die je kunt aanvinken 'boodschappen doen') is dit op het moment niet bepaald een leuk uitje. Vanwege de strikte hygiënische maatregelen wordt de toegang gereguleerd om zo te voorkomen dat er te veel mensen tegelijkertijd binnen zijn. Dit leidt vaak tot rijen en dus lange wachttijden. Niet echt handig als je deze periode nuttig wilt gebruiken of gewoon thuis aan het werk bent.

De run op online boodschappenaanbieders is dan ook enorm. Zo erg dat de wachttijden vaak meer dan een week zijn, met uitschieters tot een paar weken. Op 17 maart lees ik op de site van Esselunga, de grootste supermarktketen in Noord-Italië, dat er 'hele lange wachttijden' zijn voor het bezorgen van de boodschappen. Carrefour geeft aan alleen nog maar te bezorgen bij mensen die het echt nodig hebben (ouderen, gehandicapten, zieken, zwangere vrouwen of ouders met kinderen tot één jaar oud). Ook supermercato24.it, een platform dat de bezorging voor verschillende supermarktketens verzorgt en adverteert met 'bezorging binnen één uur', vermeldt dat de bezorgdata vaak pas vier tot vijf dagen na de bestelling beschikbaar zijn. Misschien is in de rij staan dan toch zo erg niet?

En de maaltijdbezorgers?

Home delivery is normaal gesproken erg populair bij de Milanezen. Velen eten liever buiten de deur en raken de prachtige pannen in hun keuken nauwelijks aan. Ondanks een afname van circa twintig procent aan het einde van februari verwachten de bedrijven in maart een groei die uitkomt boven het gemiddelde van deze maand. Precies zoals het een aantal weken eerder gebeurde in Hongkong. Maar tegelijkertijd zijn er ook zorgen. Over de risico's voor de maaltijdbezorgers (zij gaan van deur tot deur) en de hygiënische staat waarin de bestellingen arriveren. Begin deze week is er daarom een overleg geweest tussen de grootste vertegenwoordigers van de restaurants en een aantal aanbieders van maaltijdbezorging. In een soort van vademecum is vastgelegd welke regels er gevolgd moeten worden: extreme hygiëne op de werkplek van de

restaurants, geen fysiek contact tussen de bereider en de bezorger en de warmhoudtassen moeten regelmatig schoongemaakt worden.

Just Eat geeft op zijn site aan dat de bestellingen tot aan de deur worden bezorgd en er ook hier geen contact mag zijn tussen de bezorger en de ontvanger. Ook Deliveroo biedt klanten deze optie. Wanneer je hiervoor bij het afrekenen kiest, zal de bezorger aangeven wanneer de warmhoudtas voor de deur staat en hijzelf minstens een meter verwijderd zijn van deze tas en de voordeur. De klant kan dan vervolgens zijn of haar bestelling uit de tas pakken en de deur achter zich sluiten zonder risico te hebben gelopen om besmet te raken met het coronavirus. Of de bezorger te besmetten.

De cijfers van de eerste weken van maart laten zien dat de Milanezen erg terughoudend zijn in het bestellen van verse maaltijden. Onder mijn normaal niet-kokende vrienden en collega's merk ik ook dat velen van hen besluiten om de tijd onder andere te vullen met koken. En voor vele restaurants zal het weinig zin hebben om alleen open te gaan voor de bestellingen die vanuit huis binnen komen. Dus het aanbod zal beperkt zijn tot de aanbieders die normaal ook vooral van de bezorging leven, zoals kleine pizzarestaurants en kebabzaken. Maar of dat nou het comfortfood is waar de gemiddelde Italiaan zich in deze dagen mee wil voeden?

Inge de Boer werkt onder de naam Food in the Streets in Milaan. Ze organiseert naast Nederlandstalige stadswandelingen door Milaan ook inspiratiereizen voor food- en retailprofessionals die naar deze Noord-Italiaanse stad komen.

Inge de Boer