

Data: 23.06.2024 Pag.: 6
 Size: 554 cm2 AVE: € 72574.00
 Tiratura: 91744
 Diffusione: 138603
 Lettori: 713000



Ortomercato di Milano, da caso a laboratorio d'integrazione sociale

Progetto Foody. Circa 500 facchini nordafricani e del Bangladesh assicurano il funzionamento di una maxi struttura che serve 10 milioni di clienti l'anno

Marco Alfieri

«Adesso gli acquirenti possono finalmente caricare, scaricare velocemente e ripartire...», dice Nicola Zaffra, responsabile del comparto ortofrutta di Foody, il mercato agroalimentare all'ingrosso di Milano. In effetti. Centosessanta baie di carico dietro a 102 punti vendita attrezzati con grandi celle frigorifere, banchi espositivi e spazi ufficio, una lunga galleria di negozi e un ampio corridoio centrale per evitare incidenti con i muletti.

Da qualche mese l'area ortofrutta del più importante mercato di pesce, carne, fiori e frutta e verdura di tutta Italia, con i suoi 8 milioni di quintali di prodotti commercializzati e 10 milioni di consumatori serviti ogni anno, ha cominciato a fare un salto nella modernità. Migliorando anche la sicurezza e la trasparenza negli appalti che, qualche anno fa, avevano causato infiltrazioni malavitose e inchieste giudiziarie.

Il progetto Foody 2025 varato da **Sogemi** (la società comunale che gestisce i **mercati generali** della città) rappresenta infatti un piano di investimenti che prevede due nuovi Padiglioni Ortofrutta (di cui uno inaugurato lo scorso 13 maggio), piattaforme logistiche e produttive, un rinnovato Palazzo Affari, il centro cottura e il magazzino centrale di Milano Ristorazione, servizi al business e un impianto di produzione-raffreddamento dell'acqua di condensazione e produzione di energia da fonti

rinnovabili.

Da Foody acquisti e contrattazioni cominciano intorno alle 5 di mattina, quando il mercato all'ingrosso apre agli operatori. Verso le 8.00 è più o meno tutto finito. Gli ultimi muletti trasferiscono enormi casse di frutta e verdura dai magazzini logistici mentre gli operatori puliscono i punti vendita per la sera successiva, quando ricomincia la danza del cibo: circa 400 Tir e grossi furgoni arrivano da Sicilia, Calabria, Campania e Spagna, a partire dalle 23.00, per scaricare frutta e verdura da vendere qualche ora dopo.

Dentro ai padiglioni lavorano grossisti, cooperative e aziende: comprano direttamente la merce e la vendono grazie a circa 500 tra operai e facchini. Sono tutti nordafricani o del Bangladesh e senza di loro non verrebbe scaricato un solo camion. Gli acquirenti sono invece mercati ambulanti e negozianti al dettaglio, che fanno i due terzi del giro di affari, la ristorazione, grossisti esterni e la piccola Gdo.

«Come area di **mercato ortofrutticolo** Foody copre essenzialmente la piazza di Milano, la Lombardia, un pezzo di Piemonte orientale, l'alta Emilia e la Svizzera italiana», continua Zaffra. Anche se la vera novità è il boom dell'import da paesi e aree come Spagna, Nordafrica, Olanda e centro-sud America. «Foody importa dall'estero il 28% di quello che smercia e ri-esporta il 25% dell'ortofrutta che transita

e 'lavora' nei suoi padiglioni».

Nel frattempo, nei vecchi padiglioni inaugurati nel lontano 1965 (il padiglione A verrà rinnovato, i B, C e D verranno abbattuti per fare posto ad un secondo padiglione, gemello di quello inaugurato a maggio), i bancali sono ancora buttati a terra, i piani ufficio sono ammalorati, le strutture fatiscenti, con fili e impianti elettrici a vista.

Poi si attraversa una piccola strada interna e si entra nel terzo millennio. «Nel febbraio 2020 abbiamo aperto i cantieri che ultimeremo nel giugno 2025 con un impegno finanziario per **Sogemi** di 300 milioni di euro», spiega il presidente, Cesare Ferrero. L'obiettivo finale è trasformare i vecchi **mercati generali** «in un moderno food hub capace di fornire nuove filiere agroalimentari, nuovi servizi di logistica e magazzino perché oggi le aziende non solo stoccano la merce ma cominciano a fare le prime lavorazioni del prodotto e i semi-preparati, e-commerce, eventi e servizi di packaging innovativo e sostenibile». Con il progetto Foody, «**Sogemi** ricalca quello che hanno fatto 20 anni fa i competitor stranieri. Finalmente ci siamo messi al passo, almeno a Milano», ammette Ferrero. Certo, la strada da fare è ancora molta. Ad esempio, sulla sicurezza, «cerchiamo di monitorare l'Islam dentro i nostri padiglioni e la galassia poco trasparente dei cingalesi che gravita intorno al business dei fiori».

Data: 23.06.2024 Pag.: 6
 Size: 554 cm2 AVE: € 72574.00
 Tiratura: 91744
 Diffusione: 138603
 Lettori: 713000



E poi c'è la logistica. Da Milano i ritardi del sistema Italia si vedono tutti. «Arrivano più camion dalla Spagna via terra che via mare da Genova o Civitavecchia», allarga le braccia Ferrero. «La standardizzazione dei trasporti oltremare, grazie alle moderne catene del freddo, ha rivoluzionato l'ortofrutta che si sposta tutto l'anno in ogni angolo del mondo», ragiona Massimo Delpozzo, direttore commerciale

di Nord Ovest, azienda di Cuneo specializzata nelle spedizioni internazionali di ortofrutta. Da questo punto di vista l'Europa dispone di due grossi hub: la Spagna, che sfrutta la vicinanza geografica al Marocco e al Nordafrica e riesce a sdoganare merci velocemente grazie ad un efficiente sistema logistico. E l'Olanda, da sempre campione della distribuzione.

E l'Italia? «Noi siamo poco efficienti per via del campanilismo,

nonostante la filiera ortofrutticola valga 26 miliardi», conclude Delpozzo. «La Spagna ha 3 porti commerciali (Barcellona, Valencia, Algeiras). L'Olanda uno. Noi 13 che fanno più o meno le stesse cose». Ovvio che i servizi non migliorano ma perdono strategicità.

**L'INVESTIMENTO
 Questa riqualificazione
 ci ha rimesso al passo
 dei competitor europei**

CESARE FERRERO

Le attività di Sogemi

I numeri di Foody, il mercato agroalimentare di Milano

397 Società con proprie sedi/spazi nei mercati del comprensorio

4 Mercati: ortofrutticolo, ittico, fiori, carni



Focus settore ortofrutta

66 Produttori locali con punto vendita



Fonte: Sogemi