

Data: 15.03.2026 Pag.: 22,23  
 Size: 834 cm2 AVE: € 11676.00  
 Tiratura:  
 Diffusione:  
 Lettori:



**Sogemi** (società per azioni partecipata dal Comune di Milano) sta implementando il progetto "Foody Mercati di Quartiere", con l'obiettivo di riqualificare i mercati comunali coperti, trasformandoli in presidi di quartiere. Mercato Rombon primo pilota

# Come rilanciare il commercio e l'economia di prossimità

**Marina Bassi**

**"Foody - Ama il tuo mercato":** parte da qui il progetto con cui **Sogemi** punta a **riqualificare i mercati comunali coperti e trasformarli in presidi di quartiere**. "Con una popolazione che invecchia ed è sempre meno mobile, cresce la domanda di luoghi raggiungibili nel proprio quartiere, che siano un luogo protetto e climatizzato dove fare la spesa, fermarsi per un caffè o un momento di relazione nell'arco di 15 minuti a piedi", spiega **Gabriele Di Teodoro**, responsabile del progetto Mercati di quartiere. "Per questo lavoriamo per favorire un'offerta alimentare di qualità, focalizzata sui freschissimi, coniugando la presenza di attività a quella di servizi che facciano emergere la funzione sociale e di convivialità di questi luoghi".

La parola chiave è completezza: un mix progettato di merceologie per garantire una spesa completa -ortofrutta, macelleria, pane, salumeria e pesce- insieme a servizi con routine settimanale. **"Siamo noi a definire il mix di operatori per evitare mancanze e sovrapposizioni** e rafforzare l'anima dei mercati rinnovati: parlare al quartiere con competenza, grazie a imprenditori locali specializzati capaci di creare relazioni durature e fidelizzanti, evitan-

do il più possibili standardizzazioni e omologazioni dell'offerta che costituiscono il punto di debolezza di molti luoghi alternativi di spesa," chiarisce Di Teodoro.

C'è anche una **leva di filiera: Sogemi** collega produzione, ingrosso e dettaglio, con vantaggi futuri anche da un punto di vista logistico sul processo di centralizzazione del servizio nel comprensorio all'ingrosso che, nei suoi sviluppi potrà essere opportunamente esteso agli operatori dei mercati con meno traffico e meno inquinamento in città" aggiunge Di Teodoro, citando anche interlocuzioni con Atm.

Il risultato è un **format non replicato in modo identico**. "Il progetto si chiama Mercati di Quartiere, ma ogni mercato avrà il suo nome: vogliamo valorizzare le diversità di ogni quartiere, per creare una federazione tra operatori legati da valori comuni -qualità, freschi, servizi, socialità- declinati in base al contesto locale", chiarisce Di Teodoro, che sottolinea anche il focus sulla sostenibilità economica delle concessioni di queste strutture: "Parliamo di valori medi attorno ai 200 euro al mq, per negozi con una tagli dai 35-150 mq".

Dentro questo impianto, come detto, ristorazione e servizi sono la seconda

gamba. "Ci stiamo focalizzando su servizi alla persona, come farmacia, para-farmacia, parrucchieri, estetisti, lavanderie, cartolerie -aggiunge Di Teodoro-, senza trascurare la cura e l'alimentazione degli animali d'affezione sempre più presenti nelle case dei milanesi". Al momento, sono **15** i mercati su cui Sogemi sta lavorando, distribuiti in varie zone della città, con il **Mercato Rombon (zona nord) come primo pilota**. "Abbiamo inaugurato Rombon a fine ottobre e oggi tutti gli spazi sono stati aggiudicati con la costruzione di un mix che vede affiancati, in modo vincente per tutti, operatori a carattere familiare o in fase di sviluppo come **Pedol** (il brand che firma le pescherie, ndr) e brand di maggiore richiamo come **Giannasi, Mondadori e Naturasì**, che hanno proposto formati ad hoc.

Per riqualificare in ottica contemporanea i mercati coperti, **Sogemi** ha previsto un piano di investimenti di 16 milioni di euro, che è stato allocato tra ristrutturazioni più significative e interventi più leggeri, grazie anche alla partecipazione ai propri bandi pubblici per la realizzazione degli interventi studi di architettura rinomati, come lo **Studio Novembre** per il progetto di riqualificazione del mercato di viale Monza.

# GDO WEEK

Data: 15.03.2026 Pag.: 22,23  
 Size: 834 cm2 AVE: € 11676.00  
 Tiratura:  
 Diffusione:  
 Lettori:



GUARDA IL VIDEO



**1** Chiaro sin da subito il legame tra cibo e il quartiere dichiarato agli ingressi, dove sono anche esposti cartelli con la mission di Foody e del Comune di Milano  
**2** NaturaSi ha definito un format ad hoc per il suo super bio, che si estende su 100 mq e comprende ortofrutta sfusa e prodotti self service per una spesa completa  
**3** La galleria sulla quale si affacciano i diversi negozi, con tavolini per il consumo in loco. Possibile, a breve, l'inserimento di pop up temporanei.  
**4** Tra i negozi che hanno scelto di aprire all'interno del mercato, un imprenditore specializzato in pane e pasta ripiena, che ha aggiunto due corner: uno per la gastronomia calda e uno per il pesce  
**5** Immane lo store di frutta e verdura, qui gestito da una famiglia bengalese, che, da produttori, qui hanno integrato la filiera