

# ITALIA A TAVOLA

Data: 30.04.2026 Pag.: 70,71,72...  
 Size: 1924 cm2 AVE: € 13468.00  
 Tiratura:  
 Diffusione:  
 Lettori:



## **SogeMi a TuttoFood** **Il Mercato dell'Horeca**

A **Tuttofood** 2026, **SogeMi** e Foody mostrano come un mercato all'ingrosso possa diventare una vera piattaforma operativa per l'Horeca, garantendo accesso quotidiano a prodotti freschi, continuità nelle forniture, standard qualitativi, flessibilità e supporto decisionale per chef, buyer e operatori della filiera. In fiera, i professionisti possono scoprire strumenti concreti per ottimizzare acquisti, logistica e gestione operativa quotidiana, aumentando efficienza e affidabilità

# ITALIA A TAVOLA

Data: 30.04.2026 Pag.: 70,71,72...  
 Size: 1924 cm2 AVE: € 13468.00  
 Tiratura:  
 Diffusione:  
 Lettori:



**A** Tuttofood 2026, **SogeMi** non si presenta semplicemente come un **moderno Mercato all'ingrosso**, ma come una **vera infrastruttura a supporto dell'Horeca**.

**SogeMi**, o **Foody** - che di **SogeMi** ne è il simbolo - oggi non è solo luogo di scambio, ma una **piattaforma operativa che garantisce accesso quotidiano a prodotti freschi, continuità nelle forniture e capacità di risposta immediata alle esigenze del cliente**. In fiera, questo si traduce in un'occasione concreta per **mostrare come il mercato possa diventare un'estensione del sistema acquisti per i professionisti del settore**, integrandosi nei processi decisionali

e operativi delle aziende. Per **Nicola Zaffra**, Responsabile dei progetti della Direzione Mercato, essere a Tuttofood significa «**avvicinarsi ancora di più ai professionisti della ristorazione**. Non ci presentiamo solo come Mercato, ma come un **sistema organizzato capace di supportare ogni giorno ristoranti, hotel, catering e tutta la filiera della somministrazione**. La fiera è il luogo ideale per raccontare come funziona davvero questa macchina».

«Un mercato all'ingrosso - prosegue Zaffra - oggi non è più soltanto uno spazio fisico di scambio. È una **piattaforma complessa, dove filiere diverse si incontrano e si coordinano**. Per l'horeca, questo significa

**avere un unico punto di accesso a prodotti freschi, disponibili ogni giorno, con una profondità di assortimento difficile da replicare altrove e con la possibilità di adattare rapidamente le scelte in funzione delle esigenze operative».**

## Continuità e standard

Il valore distintivo di Foody, con **oltre 400 aziende del settore operanti al suo interno** (di cui 128 operatori) ➔

**TUTTOFOOD**  
 INTERNATIONAL  
 FOOD EXHIBITION **MILANO**  
 11-14 MAGGIO 2026  
 PAD 4 | STAND R01

# ITALIA A TAVOLA

Data: 30.04.2026 Pag.: 70,71,72...  
 Size: 1924 cm2 AVE: € 13468.00  
 Tiratura:  
 Diffusione:  
 Lettori:



grossisti e 50 produttori agricoli) ed oltre 1 milione di tonnellate di prodotto commercializzato ogni anno, risiede nella **profondità delle merceologie presenti** e nella **capacità di integrarle in un sistema efficiente**: **Mercato Ortofrutticolo**, **Mercato Ittico** e **Mercato Carni e Gastronomia**.

Per l'Horeca, questo significa poter contare su:

- **continuità di approvvigionamen-**

to anche nei momenti critici;

- **standard qualitativi costanti e verificabili;**
- **possibilità di alternative rapide** in caso di indisponibilità;
- **flessibilità** nella gestione delle esigenze quotidiane.

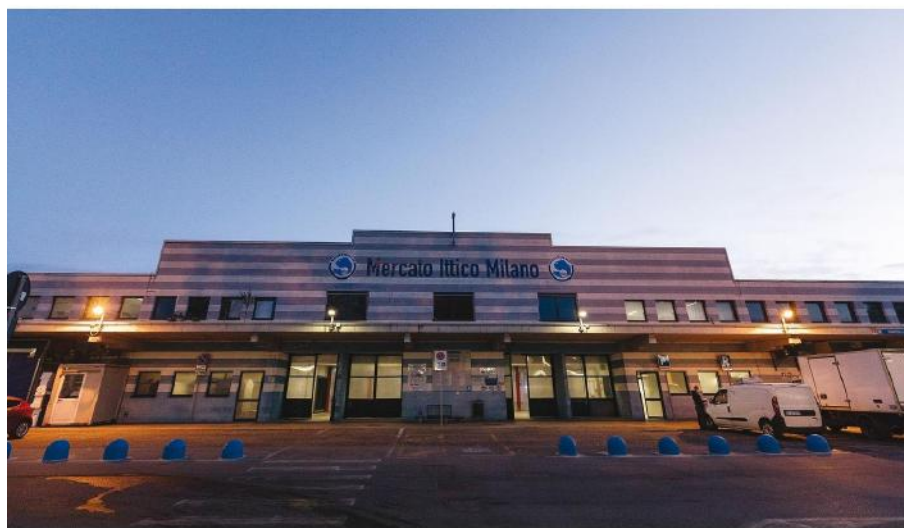
Questi elementi consentono agli operatori di **lavorare con maggiore stabilità, riducendo l'incertezza e migliorando la pianificazione delle attività**.

## Qualità e affidabilità: ridurre il rischio operativo

Uno dei temi centrali per chef e buyer è la **riduzione del rischio**. Gli operatori dei Mercati lavorano su questo fronte con **controlli strutturati lungo la filiera e procedure di verifica e selezione dei fornitori**, garantendo un **livello di sicurezza elevato e costante nel tempo**.

In un contesto come quello della ristorazione professionale, dove l'errore si traduce in perdita economica e reputazionale, **l'affidabilità della fonte diventa un asset strategico**. La capacità di **prevenire criticità**, più che gestirle a posteriori, rappresenta un **vantaggio competitivo concreto**.

Prosegue Nicola Zaffra, chiarendo che «**il nostro obiettivo è garantire continuità**. Chi lavora in cucina non può permettersi interruzioni, né compromessi sulla qualità. **Il mercato serve proprio a questo: ridurre l'incertezza e offrire soluzioni concrete anche nei momenti più complessi**».



# ITALIA A TAVOLA

Data: 30.04.2026 Pag.: 70,71,72...  
 Size: 1924 cm2 AVE: € 13468.00  
 Tiratura:  
 Diffusione:  
 Lettori:



## Chef vs buyer: il mestiere dell'acquisto

Due approcci diversi ma complementari: **lo chef cerca prodotto, ispirazione, qualità distintiva, il buyer lavora su standard, continuità, prezzo e alternative.** Foody ed i suoi operatori si posizionano come punto di equilibrio tra queste esigenze, offrendo:

- **ampiezza di scelta;**
- **capacità di negoziazione;**
- **supporto nella gestione delle alternative;**
- **accesso rapido a soluzioni diversificate.**

In un contesto operativo complesso, **poter contare su alternative immediate e su forniture stabili diventa un vantaggio competitivo** ed il mercato si conferma come uno strumento strategico, non solo operativo ma anche decisionale.

## Logistica e servizi: il vero valore nascosto

Oltre al prodotto, è **la logistica a fare la differenza**, grazie a una **gestione efficace dei flussi e dei tempi** e alla **capacità di risposta alle urgenze e ai picchi di richiesta** (eventi, stagionalità, alta domanda).

L'organizzazione logistica consente di **ottimizzare i processi, ridurre gli sprechi e migliorare l'efficienza**



**complessiva del servizio.** È proprio in questi aspetti che si costruisce il valore reale per gli operatori. In questo senso, **Foody diventa un partner quotidiano affidabile, non solo un fornitore.** Poter contare su una risposta rapida e organizzata significa **lavorare con maggiore sicurezza, continuità e controllo dei costi.**

Per Nicola Zaffra **la partecipazione a Tuttofood si trasforma così in un'occasione di valore concreto:**

**organizzare incontri con operatori delle filiere, definire momenti di approfondimento su acquisti e logistica, confrontarsi su criticità del settore e condividere strumenti utili alla filiera.** La fiera diventa così un luogo dove parlare di **problemi concreti e soluzioni applicabili**, favorendo lo scambio di esperienze e la crescita professionale degli operatori.

Sogemi a **Tuttofood** non è solo presenza fieristica, ma una proposta chiara: **portare il Mercato dentro le logiche operative dell'horeca, offrendo non solo prodotto, ma metodo, continuità e sicurezza.** Foody infatti oltre che luogo è anche un **sistema che unisce prodotto, logistica e competenze per supportare ogni giorno il lavoro dei professionisti, contribuendo alla qualità del servizio finale e alla solidità delle imprese del settore e di tutta la filiera.** [cod 118459](#)



**Sogemi**

☎ 02 550051

🌐 [www.sogemispa.it](http://www.sogemispa.it)