



Ferrero (SoGeMi): «Il mercato B2B resterà attività prevalente, ma questo sarà un hub aperto alla città»

A MILANO RINASCE L'ORTOMERCATO

300 milioni di investimento pubblico-privato per il nuovo Foody

DI EMANUELE ELLI

«Un organo reale perché necessario in una fisiologia vigorosa». Così Carlo Emilio Gadda definiva nel 1935 su *L'Ambrosiano* il mercato di frutta e verdura di Milano, all'epoca situato sotto le pensiline da «stazione ferroviaria medieuropea» di Corso XXII Marzo, ma già allora «il più importante d'Italia e uno dei più ragguardevoli d'Europa». Purtroppo, con gli anni, i traslochi e le successive trasformazioni non sempre l'Ortomercato ha tenuto fede a questa ambizione originaria, pur mantenendo la sua centralità nell'ecosistema degli approvvigionamenti alimentare di buona parte del Nord Italia e la sua funzione di «borsa» quotidiana dei prezzi di frutta e verdura. Da almeno vent'anni l'imponente struttura datata 1965 sotto la quale si muove il mercato attuale era al centro di dibattiti e progetti di restyling (se ne contano otto ufficiali) per svilupparne le potenzialità e offrire un contesto migliore alla città e agli operatori. L'ultimo masterplan, presentato a fine 2019 dal Comune di Milano e SoGeMi, la controllata che gestisce i mercati all'ingrosso della città, ha però trovato la

via giusta e oggi il cantiere c'è davvero: entro il 2025 e grazie a un investimento pubblico-privato di 300 milioni di euro (di cui 100 dal Comune di Milano appunto per il mercato ortofrutticolo) l'intera area del Mercato Agroalimentare sarà trasformata per assumere le caratteristiche di un hub

multi-servizio sui modelli dei grandi mercati europei, ma con il vantaggio rispetto ad altri di trovarsi in una zona relativamente centrale della città. Ha persino un nuovo nome, Foody, in omaggio alla mascotte di Expo2015.

Dalle finestre dell'ultimo piano del building di SoGeMi, il presidente **Cesare Ferrero** ricorda la genesi del progetto, mentre descrive l'avanzamento dei lavori: «Cinque anni fa con il Comune ci siamo chiesti se servisse ancora un mercato all'ingrosso, se servisse in città e dove dovessimo investire per migliorarlo. Ci siamo risposti che ogni grande città europea ha un mercato simile e dunque perché Milano non avrebbe dovuto? Io personalmente ho insistito perché restasse in città perché si tratta di una infrastruttura di mobilità essenziale, al pari, per esempio, di Linate. Ci sono dei disagi lega-

ti alla sua presenza, è vero, ma sono più i vantaggi e lo saranno a maggior ragione nei prossimi anni considerando l'importanza che sta assumendo la logistica dell'ultimo miglio con il boom di e-commerce e delivery di varia natura. I mercati di Madrid, Parigi, Barcellona, con volumi di transazioni superiori a 2 miliardi di euro (oggi Milano ne conta circa la metà, *nda*), ci dimostrano il potenziale di queste strutture strategiche. Quanto alla struttura, i problemi erano troppo importanti per immaginare una ristrutturazione; la scelta, dunque, è stata di rifarla totalmente».

Dai 160mila mq attuali si arriverà gradatamente a 350mila; già a maggio sarà operativa la prima struttura, la nuova piattaforma logistica alimentare realizzata da Prologis che la potrà utilizzare per il transito di prodotti agroalimentari (i molti camioncini Amazon Prime parcheggiati vicino sono un indizio?) purché non in diretta concorrenza con le attività del mercato ortofrutticolo. A fine ottobre sarà la volta della prima piattaforma ortofrutta, seguiranno il nuovo padiglione 1 entro marzo 2023 e il padiglione 2 in successione, e infine le parziali ristrutturazioni dei palazzi amministrativi e delle zone dei mercati ittici, fiori e carne. «Nei nuovi spazi ci saranno strutture per lo stoccaggio, la selezione, la la-



vorazione, il confezionamento, non escludiamo una zona cucine. E poi laboratori di analisi, centro studi, uffici per le certificazioni, servizi per l'export», prosegue Ferrero. «Il mercato B2B insomma resterà l'attività prevalente ma allo stesso tempo questo sarà un luogo della città, nel quale attivare forme di collaborazione e di apertura verso tutte le realtà coinvolte nell'ampia filiera del food. Immaginiamo che potrà essere vissuto dalla collettività come epicentro della cultura agroalimentare, meta di formazione, food court per eventi, supporto logistico per la ristora-

zione cittadina...». Non sarà potenziata invece l'apertura al pubblico del mercato ortofrutta. «Lo spazio concesso per la spesa dei privati resterà qualche ora il sabato mattina. Non vogliamo fare concorrenza ai mercati al dettaglio, loro sono nostri clienti, non competitor». L'ortomercato è spesso al centro anche della cronaca meno nobile della città. Cambierà anche questo con Foody? «Siamo convinti che si innescherà un circolo virtuoso», conclude Ferrero. «Il lavoro notturno, le strutture fatiscenti, la complessità di alcuni settori, il contesto

di fatica e di disagio, tutto questo crea condizioni sfavorevoli sia per chi lavora sia per chi deve esercitare la gestione e il controllo degli spazi. Per lungo tempo siamo stati tutti costretti ad accettare compromessi. La nuova struttura scardina lo status quo e invita a ripensare tutta l'operatività: l'automazione nella zona carico/scarico alleggerirà alcuni passaggi e chiamerà nuova manodopera, la digitalizzazione cambierà il monitoraggio dell'accesso delle merci. Crescendo, insomma, sarà più facile che si affermi la qualità». (riproduzione riservata)



Il rendering dei padiglioni ortofrutta e (a destra) della nuova piattaforma alimentare

