

PROTAGONISTI
CESARE FERRERO
 L'uomo che guida
 il rilancio
 del Mercato di Milano
PAG.31



PRIMO PIANO • PAG. 35

PIEMONTE

Manca la manodopera e il caro-energia è una sfida impossibile

PRODOTTI • PAG. 47

UVA DA TAVOLA

Qualità e innovazione sono obiettivi raggiunti, ma i costi strozzano la campagna

6



GUSTO E QUALITÀ DI






Sicilia

Situati ai piedi del vulcano Etna, commercializziamo i migliori frutti del territorio siciliano da oltre 15 anni. Grazie alla gestione completa della filiera assicuriamo la continuità delle forniture ed il rispetto degli standard qualitativi concordati con i nostri clienti, consegnando in più di 30 Paesi.

CONTATTACI PER SCOPRIRE LA NOSTRA PROFESSIONALITÀ!

I nostri contatti
 tel: +39 095 760 1071 / fax: +39 095 760 3725
 info@barbera-international.com / www.barbera-international.com

   #BarberaFruitforLife
 #TerritorialBiodiversity

I prodotti Barbera sono disponibili anche in biologico.



L'UOMO DELLA SVOLTA. Ferrero: così cambia il mercato di Milano



Rivoluzione Foody

Mirko Aldinucci

Il lifting, profondo e necessariamente invasivo, entra nel vivo: il Mercato di Milano si prepara a cambiare radicalmente immagine (e sostanza) dopo 57 anni che hanno portato rughe, lentezze e ingessature nei meccanismi di funzionamento della piattaforma agroalimentare della più europea delle città italiane.

L'operazione non è e non sarà indolore: le criticità e le frizioni non mancano, ma il presidente di SOGEMI Cesare Ferrero, recentemente confermato per il terzo mandato consecutivo proprio per portare a termine Foody, tiene dritta la barra con determinazione e, pur dosando le parole, si esprime con la sicurezza di chi è entrato nel rettilineo finale e vede il traguardo. Un'immagine che calza a pennello per chi, nel curriculum, ha anche un passato da atleta agonista.

Il piano di investimenti progres-

Il progetto si avvicina al rettilineo finale non senza criticità e polemiche. Ma il presidente di SOGEMI tiene la barra dritta. E racconta come sarà il grande city hub tra qualità e sostenibilità



Il rendering del nuovo Centro Agroalimentare di Milano: sarà pronto per il 2024

sivo di 300 milioni di euro, tra risorse pubbliche e private, prevede due nuovi Padiglioni Ortofrutta, piattaforme logistiche e produttive che saranno punto di rife-

rimento per le attività di movimentazione della merce, ma anche un moderno Palazzo Affari, oltre a servizi di supporto quali laboratori e centri di formazione

CHI è



SOGEMI

SOGEMI (Società per l'Impianto e l'Esercizio dei Mercati Annonari all'Ingrosso di Milano) è la SPA che, per conto del Comune di Milano (che detiene il 100% delle quote), gestisce tutti i mercati agroalimentari all'ingrosso della città, garantendone il funzionamento tramite l'erogazione di qualificati servizi atti a supportare le attività commerciali svolte dagli operatori.

La società è impegnata nello sviluppo di programmi innovativi finalizzati al superamento del tradizionale ruolo annonario dei Mercati all'Ingrosso e volti a favorire la creazione di un centro polifunzionale di servizi integrati nel settore agro-alimentare, mediante la creazione di strutture innovative in grado di offrire risposte a nuove utenze e alla distribuzione organizzata e alla creazione di spazi tecnologicamente attrezzati destinati alla conservazione, lavorazione e



trasformazione dei prodotti. SOGEMI ha approvato il piano quinquennale Foody 2025 che prevede investimenti infrastrutturali per oltre 250 milioni di euro. Le tappe principali del percorso: nel 2018 il Consiglio comunale di Milano ha approvato la riqualificazione e ristrutturazione del mercato; nel 2019

è stato perfezionato un aumento di capitale per cassa e per conferimenti di beni per 280 milioni di euro; nel 2020 è stato quindi avviato il piano di investimenti triennale per 100 milioni di euro per la costruzione di tre edifici. Sotto i numeri che riassumono la realtà milanese.

alimentare.

Una struttura che offrirà servizi innovativi per operatori e consumatori, in sostanza, concepito secondo i valori di qualità e sicurezza alimentare, sostenibilità ambientale e innovazione.

“Stiamo operando su una superficie di 700mila metri quadri su cui una volta terminati i lavori, troveranno spazio 350mila metri quadri di nuovi edifici contro i 160mila attualmente edificati”, esordisce Ferrero indicando il masterplan che campeggia al sesto piano dell'attuale, vetusto, palazzo uffici della cittadella di via Lombroso.

Spostandosi da una finestra all'altra, ci mostra dall'alto lo stato di avanzamento dei lavori: il cantiere della piattaforma agroalimentare, aggiudicata in gara a Prologis, ormai in consegna, estesa su una superficie di 11.700 me-

tri quadri; la piattaforma logistica ortofrutticola di 15.850 mq di superficie che dovrebbe essere completata a fine dicembre, per un controvalore di appalto (diretto) di 13 milioni e 950mila euro, già interamente affittata agli operatori.

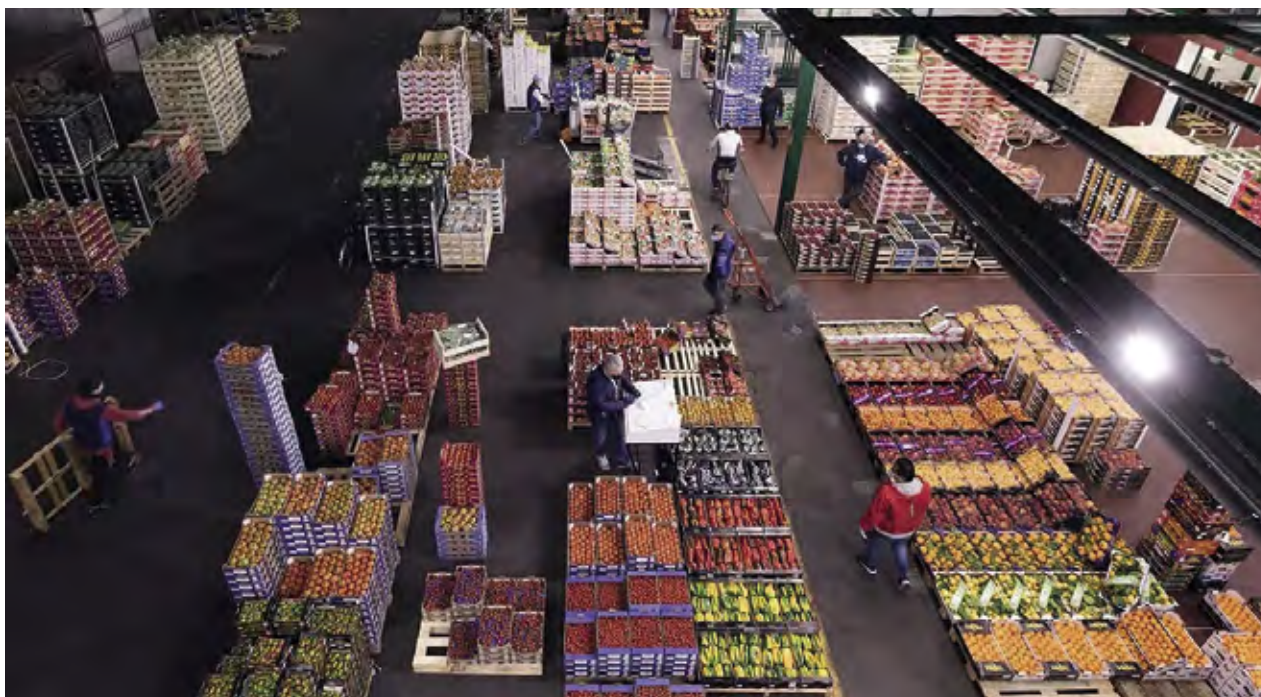
Spostandosi ancora, ecco la visuale su quello che sarà il padiglione ortofrutta numero 1: occuperà parte degli spazi occupati oggi dal vecchio Mercato e una volta terminato (deadline fine 2023) ci sarà la staffetta con il secondo padiglione ortofrutta, ancora in fase di aggiudicazione; qui la fine lavori è fissata per l'ultimo scorcio del 2024.

“Siamo partiti da una situazione di grande fatiscenza - dice Ferrero - gran parte dell'attuale Mercato risale al 1965; il nostro obiettivo è dar vita a una struttura moderna, innovativa, di respiro in-

ternazionale. Un cambiamento epocale: demoliamo l'80% delle strutture esistenti. E lo facciamo costruendo una struttura nuova vicino al cuore della città, a pochi chilometri dal Duomo, e all'interno del Mercato esistente. Un unicum. Nessun altro Mercato ha affrontato una sfida così complessa. Tutto ciò ha alzato l'asticella, rendendo particolarmente difficile il processo, con due complessità organizzative”.

Quali? “Gestire il cantiere da un lato, gestire chi vuole rimanere e chi non vuole rimanere dall'altro. Il tutto nell'ambito di procedure pubbliche che seguono iter complessi, più rigidi e più lunghi rispetto all'ambito privato”.

Il dialogo con gli operatori attivi in Mercato è complesso (per usare un eufemismo), ma gli spazi sono tutti assegnati, “anzi siamo in overbooking”, puntualizza il



presidente di SOGEMI: “Foody dispone di 204 punti vendita mentre le richieste sono 240”.

Nubi all'orizzonte che potrebbero far slittare o mettere eventualmente in pericolo il completamento? La risposta del numero uno di SOGEMI è analitica: “Rischi procedurali non ce ne sono, in quanto c'è una sintonia molto forte con il Comune di Milano che è nostro azionista e nostro partner. Per quanto riguarda gli appalti, siamo nel campo delle opere pubbliche, abbiamo tre procedure di gara in corso di cui due in corso di esecuzione e una terza da assegnare, quella per il secondo padiglione ortofrutta, ma nessuna presenta criticità, la situazione appare chiara e fa ragionevolmente ritenere che tra due anni possa avvenire la consegna. In ambito finanziario, il potenziale rischio è quello di non avere risorse, ma il progetto ha basi solide: il Comune ha già erogato la sua quota, mentre il soggetto esterno, Banco Popolare ha in esecuzione il contratto di finanziamento”.

C'è poi il tema di più stretta attualità, quello dell'aumento dei prezzi, delle tensioni e dei tempi inerenti le consegne delle materie

prime: “Qui il rischio c'è - ammette Ferrero - abbiamo richieste di revisioni prezzi sulle opere, ci sono difficoltà di approvvigionamento dei materiali, ritardi nelle consegne. Ma ad oggi la situazione ci sembra gestibile e le difficoltà superabili”.

Il modello di business, da tempo definito, non cambia: “Vogliamo diventare il City Hub alimentare di Milano, che ha 3 milioni di visitatori al giorno e, allargando lo sguardo, di una regione con 20 milioni di flussi giornalieri. Un bacino enorme da rifornire con cibo fresco, salubre, buono. L'economia mondiale, del resto, vive sulle grandi città, sui territori fortemente urbanizzati”.

Foody, afferma Ferrero, sarà un “brand di luogo”. E poggia il tavolo progettuale su tre gambe: tracciabilità delle merci “tenendo conto che un Mercato, per essere

Il bacino di riferimento di Foody sono Milano e la regione Lombardia. Sono 20 milioni i flussi giornalieri.

“Il nostro sarà un brand di territorio, offriremo servizi innovativi di qualità”

considerato tale, deve sapere cosa avviene sulle merci in entrata e quanto scambia”; qualità e sicurezza, concetti per i quali l'ente gestore “è chiamato a esporsi, a fungere da garante”; un modello di distribuzione alimentare urbana green, all'insegna del city logistics, cavalcando la transizione ambientale, per il quale è stato recentemente stipulato un accordo di collaborazione con ATM, l'azienda di trasporti milanese.

Qualche rimpianto, qualcosa che il presidente di SOGEMI tornando indietro farebbe in modo diverso? “Sarebbe stato bello aver impiegato meno tempo per la realizzazione complessiva, mi sarebbe piaciuto avere più aree e far partire i cantieri contemporaneamente. Ma i primi tre anni li abbiamo passati a costruire il percorso amministrativo per rendere possibile il nuovo Mercato, poi quando finalmente siamo partiti è arrivata la pandemia. Ora la crisi economica con il boom dei costi. Potremmo essere più avanti, sottostare a qualche vincolo in meno, però attenzione, quello che stiamo facendo non è facile né ordinario”.

A proposito di costi, i modelli di consumo alimentare sono desti-

CHI è



CESARE FERRERO

Sposato con tre figli, Cesare Ferrero ha compiuto a inizio luglio 58 anni. Laureato in economia aziendale all'Università Bicconi, da agosto 2016 è presidente e consigliere delegato di SOGEMI, la società controllata dal Comune di Milano proprietaria e gestore del Mercato agroalimentare del capoluogo lombardo.

Da aprile 2017 a giugno 2018 è stato vicepresidente e consigliere delegato di Prelios SPA, società immobiliare quotata in Borsa partecipata da Pirelli, Banca Intesa e Unicredit; in precedenza, dal 2009 al 2016, aveva svolto una serie di importanti incarichi per BNP Paribas Real Estate, divisione immobiliare del gruppo bancario, in veste di country manager e CEO Italia, membro del comitato internazionale e vicepresidente di BNP Paribas Real Estate Asset Management.

Nel curriculum, tra il 2005 e il 2009, anche il ruolo di amministratore delegato di Investitori & Partner Immobiliari, società di sviluppo immobiliare e infrastrutturale partecipata da operatori industriali e finanziari di spicco come Toro Assicurazioni e De Agostini.

A inizio millennio (2001-2004) Ferrero era stato direttore di FIAT SPA, con funzioni di amministratore delegato e direttore generale di IPI, società immo-



biare e di costruzioni del Gruppo, oltre che membro del comitato di gestione di FIAT.

Prima di allora, dal 1998 al 2001, c'era stato il duplice incarico di presidente e AD di Metropolis (ora Ferservizi), società di sviluppo infrastrutturale e immobiliare del gruppo Ferrovie dello Stato, e di presidente di Grandi Stazioni SPA, società di gestione delle 13 principali stazioni FS.

Gli inizi della carriera sono legati però all'insegnamento: dal 1990 al 2003 Ferrero è stato professore di finanza e real estate alla Bicconi e professore a contratto di valutazione economica dei progetti nella facoltà di Architettura del Politecnico di

Milano.

Dal 2012 Ferrero, attuale vicepresidente di Italmercati, è consigliere della Diocesi di Milano per le tematiche legate alla gestione del patrimonio immobiliare e agli investimenti immobiliari.

Tra i premi e riconoscimenti ottenuti, anche quello le Fonti-Corriere della Sera quale miglior manager del mondo immobiliare italiano: è datato 2015. Del febbraio 2021, invece, è l'attestato di Benemerenzia Civica Ambrogino d'oro per il contributo fornito durante l'emergenza sanitaria all'iniziativa Milano Aiuta. In passato ha svolto attività sportiva a livello agonistico.

nati a cambiare con il balzo dell'inflazione? "I prezzi delle materie prime sono cresciuti davvero tanto, Milano sta diventando una città carissima", ammette Ferrero. "I soldi che abbiamo in tasca, la ricchezza pro capite, sono ciò che determina le scelte legate al cibo, la sostenibilità del consumo. Quanti possono oggi permettersi un polpo, passato in otto mesi da 10 a 20 euro il chilo? Quanti un

Ferrero: "Aumento dei prezzi delle materie prime e capacità di spesa delle famiglie sono destinati a ripercuotersi sulla sostenibilità dei consumi alimentari: quanti possono permettersi un chilo di ciliegie a 8 euro al chilo?"

chilo di ciliegie a 7-8 euro il chilo? Questo è un tema fondamentale". E come se ne esce? "Bisogna semplificare. A 360 gradi. Poche regole e semplici. Pubblico e privato dovrebbero fare la loro parte, andare in questa direzione. E serve ridefinire le vere priorità: la velocità nella consegna del cibo, su cui si fonda il quick commerce, ad esempio non lo è. La sostenibilità è un'altra cosa".