



DIRETTORE RESPONSABILE: STEFANO ZANI - TEL.: 02.55005301  
 REDAZIONE: GIANLUCA CORNELIO MEGLIO - TEL. 02.55005465; MARIO LOSI.  
 MENSILE EDITO DA: SO.GE.M.I. S.P.A. - VIA LOMBROSO, 54 - 20137 MILANO  
 TEL.: 02.550051 - FAX: 02.55005309 - INFO@MERCATIMILANO.IT  
 WWW.SOGEMISPA.IT

## MARCHIO DI QUALITÀ DEL MERCATO ITTICO DI MILANO

### A GARANZIA DELLA QUALITÀ DEI PRODOTTI ITTICI LUNGO TUTTA LA FILIERA

Il 13 luglio presso la sala Colucci di palazzo Castiglioni (la sede milanese della Confindustria) è stato presentato il Marchio di Qualità del Mercato Ittico all'Ingresso di Milano.

Realizzato graficamente dall'architetto Giampaolo Monti, il marchio risponde alla necessità di creare una sinergia tra tutti gli attori della filiera che già oggi concorrono quotidianamente a mantenere alto il livello di un servizio che è rivolto alla collettività fatta dai consumatori finali.

Nicolò Dubini (Amministratore Unico di Sogemi SpA), nel suo intervento di apertura dei lavori del convegno, ha sottolineato come il marchio di qualità sia un progetto fondamentale per valorizzare ulteriormente non solo il Mercato Ittico all'Ingresso di Milano, ma più in generale tutto il ciclo di produzione e commercializzazione dei prodotti ittici, portando valore aggiunto a tutta la filiera commerciale che passando dal mercato va dal mare fino alla tavola.

E' un'iniziativa che vedrà la stretta collaborazione tra Sogemi, i Grossisti, i Ristoratori, gli Ambulanti e i Dettaglianti e più in generale tra tutti coloro i quali si approvvigionano presso il Mercato Ittico impegnandosi a garantire quegli standard individuati quali presupposti per la concessione del Marchio.

Si tratta di uno strumento a garanzia del processo che quindi si pone anche quale efficace mezzo in materia di sicurezza alimentare, come hanno spiegato il dott. Renato Malandra (Direttore Sanitario del Mercato Ittico all'Ingresso) e il dott. Valerio Ranghieri (Veterinario che opera in mercato come consulente di Sogemi) che, quotidianamente, svolgono la loro attività all'interno del Mercato effettuando i controlli sanitari necessari per la tutela della salute pubblica. L'adozione del marchio di qualità del Mercato Ittico è perfettamente in linea anche con il tema della Carta di Milano e più marginalmente con

quello che riguarda la food policy non solo in termini di qualità, tracciabilità e sicurezza igienico-sanitaria, ma anche per quanto concerne la lotta allo spreco alimentare.

*"Salvaguardare il futuro del pianeta e il diritto delle generazioni future del mondo intero a vivere esistenze prospere e appaganti è la grande sfida per lo sviluppo del 21° secolo. Comprendere i legami fra sostenibilità ambientale ed equità è essenziale se vogliamo espandere le libertà umane per le generazioni attuali e future."*

Questo è l'incipit contenuto nella Carta di Milano, la vera eredità dell'Esposizione Universale del 2015 che chiama tutti noi uomini e donne, cittadini di questo pianeta, ad assumersi impegni precisi in relazione al diritto al cibo che deve essere considerato un diritto umano fondamentale. Il diritto al cibo inteso come alimento sano, ma anche sostenibile sotto il profilo della difesa del territorio.

Non si può quindi non considerare quella che è una piaga della blue economy, cioè di tutte quelle attività legate al mare, evidenziata nel rapporto della Fao "Lo stato della pesca e dell'acquacoltura" che ha evidenziato come la pesca illegale, non dichiarata e non regolamentata, costituisca una grave minaccia per gli ecosistemi marini, oltre che avere anche un forte impatto negativo sulle condizioni di vita, sulle economie locali e sull'approvvigionamento dei prodotti.

Un ecosistema marino integro e sano ha una rilevanza cruciale per il benessere collettivo, anche perché la pesca fornisce lavoro a milioni di persone e il pesce, per molti, rappresenta l'unica fonte nutritiva di alta qualità, così come ha spiegato durante il convegno il Capitano di Corvetta (SP) Luigi Zippo - Capo Sezione Operativa/VTS/1° Centro Controllo Area Pesca (1° C.C.A.P.) della Direzione Marittima della Capitaneria di Porto, Guardia Costiera di Genova.

Il Capitano Zippo ha illustrato anche le

attività svolte dalle Capitanerie di Porto sia in mare che a terra. A terra le ispezioni avvengono all'arrivo in porto delle unità di pesca, nei punti di sbarco del pescato, presso i mercati ittici, i mercati rionali, gli stabilimenti destinati alla lavorazione di prodotti ittici, depositi, piattaforme, nella grande distribuzione e al dettaglio (supermercati, centri commerciali e peschierie) e alla ristorazione, da parte dei Nuclei Ispettivi Pesca delle Capitanerie di Porto.

Esiste un legame indissolubile tra un ecosistema marino in salute e la salute dell'uomo.

Del resto il mare è da sempre al centro della nostra vita e la pesca è una delle attività più antiche a cui ci siamo dedicati.

Gianluca Cornelio Meglio, Responsabile del Mercato Ittico, ha spiegato che "per comprendere appieno il significato di questa iniziativa occorre anzitutto delinearne i contorni di questo strumento che, a differenza degli altri Marchi, non certifica la qualità di un prodotto bensì, per la prima volta e senza precedenti in Italia nel settore dei Mercati ittici, un processo che vede come fulcro centrale il Mercato Ittico all'Ingresso di Milano e che va ben oltre il Mercato coinvolgendo, a pieno titolo, tutti quegli altri attori che con il Mercato stesso entrano in contatto per l'approvvigionamento di prodotti ittici".

Caterina Camerlengo  
(Segue a pag. 2)



Da destra: Nicolò Dubini, Amministratore Unico di Sogemi, Caterina Camerlengo, dell'Ufficio Relazioni Esterne della Società che in occasione del Convegno di presentazione del marchio di qualità ha svolto la funzione di moderatore e Alex Vagnoli, Presidente dell'Associazione Grossisti del Mercato Ittico.



Giacomo Enrico, presidente di Apeca e Fiva Confindustria e Lino Stoppani, presidente di Epam e Fipe Confindustria



Gianluca Cornelio Meglio, Responsabile del Mercato Ittico all'Ingresso e Valerio Ranghieri, Veterinario che opera in mercato come consulente di Sogemi



Renato Malandra, Veterinario ASL, Responsabile del Mercato Ittico mentre tiene il proprio intervento al Convegno di presentazione del Marchio di Qualità del Mercato Ittico all'Ingresso di Milano

## IL MARCHIO DI QUALITÀ DEL MERCATO ITTICO ALL'INGROSSO DI MILANO

SEGUE DALLA PRIMA PAGINA ...

"Il Mercato costituisce una realtà che consta di 25 Grossisti, di 32 punti vendita su una superficie di circa 5.000 mq che, come noto, per volumi movimentati pari a circa 100 mila quintali l'anno e per il livello di internazionalizzazione rispetto alla provenienza dei prodotti pescati, rappresenta certamente il primo Mercato Ittico in Italia e tra le piazze più importanti in Europa. Queste peculiarità - ha continuato Cornelio Meglio - hanno concorso negli anni alla crescita professionale dei diversi soggetti che quotidianamente operano all'interno di questa struttura".

"Ciò che si percepisce all'interno del Mercato Ittico, entrando a contatto con i diversi Operatori (intesi nell'accezione più ampia del termine), è l'elevata cultura maturata nel corso degli anni che si traduce in un alto know how".

"Il Marchio di qualità intende proprio preservare questo grande patrimonio rappresentato dalla conoscenza acquisita in un settore delicato qual è quello ittico proponendosi quale strumento per dare un'organizzazione sistematica a tutte le attività igienico sanitarie già previste dal sistema di autocontrollo favorendo, altresì, un approccio organico e responsabile verso quelle tematiche ambientali proprie di una pesca sostenibile".

"Il Marchio di qualità come veicolo per portare questo sapere oltre i confini del Mercato attraverso il ruolo che ciascun protagonista della filiera è chiamato a compiere".

Il presidente dell'Associazione Grossisti Ittici, Alex Vagnoli, di concerto con i componenti del consiglio direttivo dell'associazione, ha da subito sposato l'iniziativa spendendo energie e tempo per la sua realizzazione. "Il marchio - ha affermato Vagnoli - è una innovazione che permetterà non solo di rilanciare il mercato all'ingrosso penalizzato dalla riduzione dei consumi conseguente al periodo di crisi che l'Italia sta attraversando, ma anche di avvicinare ulteriori consumatori al "mondo" del pesce facendo loro conoscere anche quei prodotti cosiddetti "poveri", maggiormente accessibili come prezzo, ma di ottima qualità, quali certe specie ittiche di difficile reperibilità nei supermercati che, invece, si trovano ogni giorno al mercato all'ingrosso sempre freschi e, grazie al marchio di qualità, ancora più sicuri di prima."

### PERCHÉ UN MARCHIO DI QUALITÀ ?

**PER OFFRIRE ALLA CITTÀ DI MILANO UN'OFFERTA DI PRODOTTI ITTICI VARIA, CONTROLLATA, AFFIDABILE E SICURA.**

Il marchio "Mercato Ittico di Milano", si propone di costituire un punto di riferimento per il consumatore per quanto concerne:

- sicurezza del prodotto ittico;
- sostenibilità della pesca;
- qualità gestionale della filiera del prodotto ittico.

L'obiettivo del marchio "Mercato Ittico di Milano" è garantire la

qualità del prodotto ittico lungo tutta la filiera attraverso:

- attenta verifica dei disciplinari di produzione;
- pesca sostenibile (PCP);
- rispetto delle taglie minime;
- gestione delle specie protette.

per garantire la gestione del prodotto in transito e la sua progressione lungo tutta la filiera da parte

di:

- grossisti
- ambulanti
- ristoratori
- dettaglianti.

In questo modo il consumatore finale potrà "riconoscere" il prodotto ittico consumato, come un prodotto garantito da una filiera controllata e connotata dall'impegno di tutti gli attori coinvolti.

**(N.B.: IL MARCHIO È CONCESSO IN USO AI SOGGETTI CHE SI IMPEGNANO AL RISPETTO DEL REGOLAMENTO D'USO DELLO STESSO E DI SPECIFICI DISCIPLINARI TECNICI-SCIENTIFICI)**

E' stata condotta un'indagine su 180 ristoranti di Milano e province limitrofe per sapere come il marchio potrà aiutarli nello svolgimento della loro attività. In un periodo di crisi, il marchio rappresenterà anche la possibilità concreta di pubblicizzare il proprio ristorante garantendo la qualità dei prodotti. Si dice infatti che un cliente scelga un ristorante in base a tre principi: caratteristiche del locale, prezzo e, ovviamente, scelta delle materie prime la cui qualità viene immediatamente trasmessa dal marchio di qualità del mercato ittico. "Il Marchio può certamente essere un validissimo strumento di marketing



I Nuclei Ispettivi Pesca della Capitaneria di Porto di Genova svolgono attività di vigilanza lungo tutta la filiera ittica, dal mare fino ai negozi al dettaglio

e costituisce una garanzia aggiuntiva sulla qualità, l'origine, la tracciabilità e i valori propri dei prodotti che i pubblici esercizi potranno offrire alla propria clientela." - ha sottolineato Lino Stoppani, Presidente EPAM e FIPE Confcommercio (Associazione milanese e

Federazione nazionale dei pubblici esercizi).

"Il pesce che si mangia a Milano è il migliore d'Italia e il 68% del pesce consumato a Milano è venduto dagli ambulanti - ha affermato Giacomo Errico, Presidente APECA (Associazione Provinciale Esercenti il Commercio Ambulante) e FIVA Confcommercio (Federazione nazionale dei commercianti su area pubblica) - "I consumatori già conoscono e apprezzano la qualità e la freschezza dei prodotti ittici provenienti dal Mercato all'ingrosso e venduti dagli ambulanti e il marchio di qualità contribuirà a rassicurarli ulteriormente circa la corretta osservanza delle regole in tutti i passaggi della filiera produttiva e commerciale del pesce posto in vendita sulle bancarelle dei mercati rionali".

(Caterina Camerlengo)

### IL MERCATO ITTICO ALL'INGROSSO DI MILANO

Il Mercato Ittico all'ingrosso di Milano, in attività dagli anni '30 e allocato nell'attuale struttura dal 2000, è una realtà costituita da 25 grossisti che operano quotidianamente nel settore ittico, coordinati dall'Ente gestore SO.GE.M.I. S.p.A.

Il mercato Ittico di Milano rappresenta, per volumi movimentati e varietà di specie ittiche commercializzate, il principale Mercato ittico in Italia.

Circa 10.000 tonnellate di prodotto ittico movimentato nel corso del 2014 di cui 70% fresco e il 30% congelato.

Del quantitativo complessivo di pesce commercializzato, il 70% circa è di importazione principalmente da paesi europei (Spagna, Francia, Grecia, Norvegia, ecc.) ed extra UE (Sri Lanka, Maldive, Sud America,



Marocco, ecc.); solo il 30% costituisce il pescato nazionale. La ricerca di una sempre maggiore sicurezza alimentare per i consumatori sempre più esigenti e preparati è la strada maestra da sempre seguita

da Sogemi nella gestione dei Mercati milanesi ed è proprio nel Mercato Ittico all'ingrosso di Milano che questa impostazione strategica trova la sua massima espressione.

## I VANTAGGI DELL'UTILIZZO DEL MARCHIO PER I PROTAGONISTI DELLA FILIERA ITTICA

Il marchio MERCATO ITTICO ALL'INGROSSO DI MILANO, non vuole essere un marchio di prodotto quanto un marchio di processo per garantire la corretta gestione del prodotto in transito e la sua progressione lungo tutta la filiera: dal referenziamento dei propri fornitori, fino alla cessione al consumatore finale.

Vantaggi per gli operatori all'ingrosso:

- salvaguardia e qualificazione del sistema mercatale con un marchio di qualità;
- miglioramento dei servizi per i propri clienti;
- costituzione di una filiera integrata dove tutti i componenti traggono beneficio dal sistema del marchio di qualità;
- aumentare i volumi di vendita e la redditività delle imprese all'ingrosso;
- attività di marketing avvalendosi di un unico segno distintivo.

Vantaggi per i dettaglianti e gli ambulanti:

- qualificazione della propria professione;
- identificabilità del prodotto;
- fidelizzazione della clientela;
- promuovere una politica dei prezzi che rifletta la qualità del prodotto.

Vantaggi per i ristoratori:

- impegno verso il cliente per la ricerca di prodotti di qualità;
- garanzia della filiera;
- sicurezza per il consumatore.

Vantaggi per i produttori:

- tutela della produzione che accede ad un sistema ordinato ai principi della salvaguardia della risorsa ittica e della pesca responsabile;
- individuazione di spazi commerciali per differenziare il proprio prodotto;
- promuovere una politica della sostenibilità ampliando l'offerta con prodotti meno noti ed eccedentari, diffondendo la conoscenza della stagionalità di alcuni prodotti.

Vantaggi per i consumatori:

- recepire il marchio di qualità del Mercato Ittico come sinonimo di un processo controllato e funzionale alla:
  - sicurezza alimentare,
  - sostenibilità della risorsa ittica,
  - rispetto delle politiche comunitarie;
- il marchio come strumento per educare il consumatore ad un impiego sostenibile e responsabile della risorsa ittica.

(Stefano Zani)

## VISITE DI DELEGAZIONI GOVERNATIVE ESTERE

Nei padiglioni dell'Expo si tengono delle manifestazioni promosse dalle istituzioni governative dei vari Paesi espositori e stante l'importanza che i mercati all'ingrosso ricoprono nell'assicurare un corretto approvvigionamento alimentare alla cittadinanza, Sogemi quale ente gestore dei mercati milanesi sovente vi viene invitata.

Altrettanto spesso delegazioni governative estere approfittano della visita in Expo per visitare anche i mercati dove sono accolti dai vertici societari di Sogemi.

E' il caso, ad esempio, della visita avvenuta il 18 giugno 2015 del Vice Ministro della Repubblica Slovena e Ministro delle Politiche Agricole, Forestali e Alimentari, Mr. Dejan Zidan, accolto dal Direttore Generale di Sogemi S.p.A., avv. Stefano Zani.

Successivamente Zani ha visitato a sua volta il padiglione sloveno dell'Expo dove ha avuto modo di incontrare anche dei rappresentanti della Camera slovena dell'agricoltura e dell'industria alimentare.



Un momento della visita del Vice Ministro sloveno al Mercato Ortofrutticolo e lettera di ringraziamento del Ministero di Lubiana.

SPIRIT SLOVENIJA I FEEL SLOVENIA  
REPUBBLICA SLOVENA MINISTRO DI ECONOMIA SVILUPPO E TECNOLOGIA  
REPUBBLICA SLOVENA MINISTRO DI AGRICOLTURA, FORESTALIA E ALIMENTAZIONE

Lubiana, 3 luglio 2015

**RINGRAZIAMENTI A SEGUITO DELLA VISITA AL PADIGLIONE SLOVENO**

Egregio Avv. Stefano Zani,

a nome dell'agenzia SPIRIT Slovenia desideriamo ringraziarLa per la visita al padiglione sloveno presso l'esposizione universale EXPO Milano 2015. In occasione dell'incontro del 18 giugno 2015 è stato un piacere e un onore confrontarci sullo sviluppo del settore alimentare e le opportunità di una futura collaborazione in presenza del Vice Primo Ministro della Repubblica di Slovenia e Ministro per le Politiche Agricole, Forestali e Alimentari, Dejan Zidan, dei rappresentanti del governo della Repubblica di Slovenia e della Camera slovena dell'agricoltura e dell'industria alimentare.

Augurandoci di poter approfondire la collaborazione, porgiamo distinti saluti.

Mag. Matej Skočir  
Direttore del Dipartimento

Mag. Gorazd Mihelič  
Facente funzione del Direttore

**LA NUOVA RECINZIONE DEL MERCATO ORTOFRUTTICOLO**

Il progetto esecutivo della recinzione perimetrale del Mercato Ortofrutticolo prevede il rifacimento della recinzione sull'intero perimetro del Mercato Ortofrutticolo di Milano, che si estende per una lunghezza complessiva di 3300 metri lineari circa, per un'altezza variabile da 3,20 m a 4,25 m.

I lavori, iniziati a gennaio 2015, si concluderanno ad agosto 2015.

Il progetto è nato e si è sviluppato ricercando una modularità che si integrasse quanto più possibile con le strutture attuali, cercando, dove possibile, di recuperare le murature e le fondazioni esistenti: con questa logica, le tipologie di intervento sono state sostanzialmente due, il tipo "A" sul lato via Cesare Lombroso/via Vismara e il tipo "B" verso il lato Ferrovia (lato est del mercato).

**Recinzione tipo "A"** - La tipologia "A" prevede il mantenimento della fondazione e muretto esistente, sul quale sono stati realizzati dei carotaggi per l'inserimento dei montanti in profilati d'acciaio a "T", ai quali sono stati fissati, tramite viti e dadi anti-strappo, i pannelli in lamiera stirata tipo "Fils".



Per i muretti esistenti è stata prevista adeguata pulitura seguita da successivi risanamento strutturali localizzati, trattamenti con protezione anticorrosiva per i ferri d'armatura esposti agli agenti atmosferici e rasatura finale al civile. I pannelli in lamiera sono stati zincati a caldo per prevenire il fenomeno della corrosione, verniciati e trattati con apposito trattamento antigraffito al fine di ridurre i costi legati alla manutenzione ordinaria dell'opera durante il ciclo di vita dei materiali.

Le scelte della maglia e del colore RAL dei pannelli sono state effettuate per impedire il fenomeno degli scalcamenti abusivi, riducendo al minimo l'impatto sul contesto urbano circostante.

**Recinzione tipo "B"** - La tipologia "B", che è caratterizzata dalla rimozione completa dell'attuale recinzione, è di tipo "mobile" e consiste nella posa di elementi in calcestruzzo armato del tipo New Jersey h. 100 cm, sulla cui sommità sono posati in opera dei pannelli in grigliato elettroforgiato zincato. In questo caso SO.GE.M.I. ha scelto di posare una recinzione di tipo "temporaneo", che in futuro potrà essere spostata e/o modificata in funzione delle eventuali nuove esigenze del Mercato.

**NUMERI UTILI**

**SO.GE.M.I. S.p.A.**

<b>AMMINISTRATORE UNICO</b> (dott. Nicolò Dubini)	<b>02-55005301</b>
<b>DIREZIONE GENERALE - DIR. DEI MERCATI</b> (avv. Stefano Zani)	<b>02-55005301</b>
<b>DIREZ. AMMINISTRAZIONE E FINANZA</b> (dott. Giulio Bonfanti)	<b>02-55005352</b>
<b>DIREZ. TECNICA E ACQUISTI</b> (Ing. Mirko Maronati)	<b>02-55005316</b>
<b>UFFICIO AFFARI LEGALI E SOCIETARI</b> (avv. Gianluca Cornelio Meglio)	<b>02-55005465</b>
<b>UFFICIO CONTRATTI E APPALTI</b> (avv. Erica Delbarba)	<b>02-55005305</b>
<b>UFF. QUALITA' E SICUREZZA ALIMENTARE</b> (dott. Nicola Zaffra)	<b>02-55005</b>
<b>UFFICIO SISTEMI INFORMATICI</b> (Ing. Guido Gandino)	<b>02.55005464</b>
<b>UFF. SICUREZZA/AMBIENTE - INGRESSI/ ESAZIONI</b> (Luca Baschenis Begnis)	<b>02-55005370</b>
<b>UFF. RISORSE UMANE</b> (dott. Eugenio Bordogna)	<b>02.55005332</b>
<b>RELAZIONI ESTERNE</b>	<b>02-55005314</b>

**MERCATI**

<b>DIREZIONE DEI MERCATI</b> (avv. Stefano Zani - ad interim)	<b>02-55005313</b>
<b>UFF. RILEVAMENTO PREZZI, STATISTICA</b> (rag. Diego Della Cagnoletta)	<b>02-55005</b>

**RESPONSABILE MERCATO ORTOFRUTTICOLO**

(dott. Nicola Zaffra)	<b>02-55005</b>
<b>RESPONSABILE OPERATIVO DEL MERCATO</b> (Giorgio Martini)	<b>02-55005</b>

**RESPONSABILE MERCATI ITTICO E FLORICOLO**

(avv. Gianluca Cornelio Meglio)	<b>02-55005465</b>
---------------------------------	--------------------

**RESPONSABILE MERCATO AVICUNICOLO**

(Giorgio Martini)	<b>02-55005</b>
-------------------	-----------------

Aon Risk Solutions  
Agribusiness

**Solo il 6% delle aziende vitivinicole si assicura**

Oggi le aziende del settore che non si assicurano non hanno diritto ad alcun indennizzo da parte dello Stato per le calamità previste dal Piano Assicurativo. I danni atmosferici e meteorologici possono compromettere i raccolti per più annate consecutive. Occorrono coperture assicurative specificamente pensate per le aziende vitivinicole e per tutte le attività del settore.

Aon ha creato la specialty Agribusiness con il vantaggio di poter contare su indennizzi erogati in tempi certi e congrui al danno subito.

Assicurati con Aon, il Tempo sarà dalla tua parte.



Risk. Reinsurance. Human resources.



**CLO. La Logistica vi sorride.**

Numeri, non parole. Oltre 1.100 Soci, 900 mezzi di movimentazione interna. Oltre 2.200.000 ore/anno al servizio dei clienti. Oltre 200 milioni di colli/anno movimentati. CLO significa attività di trasporto e deposito, servizi di logistica integrata, gestione dei processi di magazzino. Ma CLO vuol dire anche formazione continua, flessibilità, partnership e trasparenza. CLO: un successo a rigor di logistica.



clomilano.it