

Una giornata al **Mercato ittico** che si rinnova



Alle quattro di mattina dove Milano sa di mare

GIOACCHINO CRIACO

Quattro di mattina, c'è una Milano che emana un sentore di mare, narra della nascita di un marchio, «che vesta il luogo e soprattutto trasmetta gli standard di qualità che contraddistinguono da sempre il modello operativo del **Mercato ittico**, che si rinnova per andare nel futuro e stringere intorno a sé tutti i suoi operatori, facendoli partire da una posizione di vantaggio conquistata con anni di lavoro»

pagine IV e V

Achab garantisce qualità nel ventre della balena con 300 quintali di pesce

Prima giornata con il nuovo marchio del **Mercato ittico**
 che ogni giorno accontenta il gusto di 100mila milanesi

GIOACCHINO CRIACO

Quattro di mattina, c'è una Milano che emana un sentore di mare, narra della nascita di un marchio, «che vesta il luogo e soprattutto trasmetta gli standard di qualità che contraddistinguono da sempre il modello operativo del

Mercato ittico, che si rinnova per andare nel futuro e stringere intorno a sé tutti i suoi operatori, facendoli partire da una posizione di vantaggio conquistata con anni di lavoro». Ad entrarci, nel mercato, ti immergi in un passato fantastico, un ventre enorme di

balena che s'è ingoiato una nave, per intero, sul pontile ti accolgono le lame lunghe di pesci rilucenti e gli schizzi gelidi di una ciurma irrequieta che prende e passa ordini sotto incerate variopinte. Fra le casse di pescato, al centro,

il capitano è una via di mezzo fra Achab e Geppetto, peccato che per parlare si tolga il cappello di lana e il pastrano pesante, mostra un vestito fighetto, da agente di borsa per dar più credito a ciò che dice, «il marchio è più di uno slogan, rappresenta la scommessa di **Sogemi**, società che per il Comune gestisce i mercati agroalimentari cittadini. Dal Mim passano trecento quintali di pescato al dì centomila annui e un fatturato di ottanta milioni di euro. Si andrà oltre, meglio si aiuterà tutta la filiera generata dal mercato».

Bisogna fare squadra, senza retorica, perché nel turbinio che qui inizia di notte non esistono le fasi a vuoto.

La sede di **via Lombroso** si è aperta per spiegare il già fatto e il da fare. Sono le quattro per chi compra, per quelli dietro ai banchi s'inizia con l'avvento del buio, per chi porta il pesce s'è cominciato da un po', da più ancora per chi lo ha pescato, e sarà lungo il tempo di quelli che usciranno, lo metteranno su altri banchi, lo porteranno nelle cucine speziate dei ristoranti. Il pesce è un viaggio infinito, al Mim porta l'umore e il colore di oceani lontani e la salsedine mediterranea e anima contrattazioni, in cui ti aspetti i pugni o le sciabole, che vogliono resistere al tempo: attuali, vantaggiose. Achab strilla ora da una tolda «avere un marchio riconosciuto, non è maquillage, è salute, gusto, economia, un meccanismo che dà sicurezza, tutto il pesce è tracciato: da dove arriva, dove è stato pescato, da

quanti giorni. Il controllo è rigoroso, con un punto veterinario interno e controlli di autorità esterne. Ogni compravendita è registrata: trasparenza totale del transazioni». Nel progetto di **Sogemi**, dice il suo presidente capitano Cesare Ferrero, deve diventare un fatto attraverso il marchio: ristoratori, peschierie, ambulanti, devono sapere di comprare insieme al pesce, gusto, salute, sicurezza e trasparenza. E fuori dal mercato, nei luoghi in cui si espone il marchio del Mim, peschierie, ristoranti, mercati, ci si deve sentire garantiti da un meccanismo verificato. Cifre: venticinque grossisti, mille acquirenti e trentamila chili di pescato al giorno, trecentomila euro in uscita giornaliera che aumentano esponenzialmente, e i settantacinque milioni di

fatturato annuale diventano centinaia di milioni nell'economia lombarda, e almeno centomila persone a pranzo o a cena consumano prodotti del Mim. È l'elemento personale, però, quello in cui è arduo competere col

Mercato ittico: ci sono facce segnate, alla Ittica srl quella di Antonio Campanazzi, cinquantasei anni di convivenza col pesce, «sono nato pescivendolo, giù, nel Foggiano», gli basta la coda, non gli serve l'occhio, per capire tutto di un qualunque pesce. Alla Copromar quella di Mimmo, qualche anno in meno di Antonio, ma stessa capacità. E Dasy è giovane ma ha avuto gli insegnanti migliori, alla SardaFish, come Isabel della Amo srl, spiegano in poche parole: il mercato avanza all'insegna del

crudo, spinto dai ristoranti orientali. Ecco il patrimonio unico del Mim: l'esperienza, la passione. La garanzia personale dei grossisti e dei loro collaboratori, che sono il massimo nella conoscenza del pesce e di chi lo pesca e possono tutelare gli acquirenti più di ogni meccanismo burocratico, forse anche scientifico. E possono soddisfare esigenze e richieste più di ogni altro fornitore, convogliare il consumo verso forme di pesca meglio compatibili con l'ambiente, addirittura a vantaggio di economie nostrane. I consumatori hanno la garanzia della loro faccia, della loro credibilità, dell'amore per un lavoro che solca la notte milanese come vascelli di pesca antichi. E la sfida vera, del presidente, se vuole essere capitano, è questa, convincere gli operatori a stare insieme a credere nel marchio che li identificherà, in cui dovranno investire in lavoro ma anche economicamente, perché non sarà un obbligo aderirvi, ma farlo comporterà degli obblighi che avranno un ritorno economico. La sfida di Achab è sanare i malumori della ciurma, tenere insieme l'equipaggio in una traversata difficile, in cui le compagnie avversarie sono agguerrite. Chi è vicino al pesce sta sempre agganciato all'ammutinamento, gli umori dei marinai li conosci bene se ci bevi, se ci fai bisboccia, non sono tipi da pranzi di gala. Nei loro mugugni ci puoi trovare una verità diversa. Fortuna che si è ormai sulla strada del Natale, e si può provare a remare verso un'isola luminosa che custodisca doni per tutti.



Orari e controlli

Il Mercato ittico milanese è aperto per la contrattazione e la vendita del pesce ogni giorno dalle 4 alle 10 del mattino. L'accesso al pubblico è possibile solo il sabato tra le 9 e le 12,30. Su tutto il pesce in vendita vengono effettuati controlli veterinari quotidiani.



Il vero patrimonio è l'esperienza di chi da anni naviga nella notte milanese come in un mare pescoso

I punti



Sostenibilità e trasparenza per la sicurezza di chi acquista

1 I numeri
 Il **Mercato ittico** di Milano è il più importante d'Italia, su 11mila metri quadrati di superficie ospita 25 grossisti e 300 quintali di pesce al giorno pari a 100mila quintali in un anno. Nel 2018 le vendite toccheranno un valore di 75 milioni di euro

2 Il prodotto
 Il 35% del prodotto in vendita in **via Lombroso** è di provenienza italiana, il restante 65% viene dall'estero; il 70 per cento del pesce è prodotto in allevamento mentre il 30 per cento viene pescato

3 Il marchio
 Il nuovo marchio **Mercato Ittico** Milano garantisce pesca sostenibile, sicurezza alimentare, il rispetto rigoroso della catena del freddo per non compromettere la qualità, la correttezza delle procedure commerciali che comprende anche la pubblicazione del Bollettino dei prezzi e il pieno rispetto delle norme che regolano il settore e l'adesione al Protocollo di legalità

