

Sogemi, euforia da riapertura a Milano. Roberto Lion: «L'accoglienza spinge in alto gli ordini»

italiaatavola.net/tendenze-mercato/agricoltura-cibo/2021/5/5/sogemi-euforia-da-riapertura-l-accoglienza-spinge-ordini/76542/

Primo Piano del 05 maggio 2021 | 05:00

La società che gestisce Foody Mercato Agroalimentare torna a rifornire, tramite gli intermediari, i ristoranti che tanto erano mancati nel corso dell'anno. Fra i prodotti più richiesti, ortaggi e ittico. Ma l'obiettivo è tornare a contare per la grande distribuzione. Lion: «La nostra posizione al centro della città strategica per la logistica dell'ultimo miglio»

A una settimana dallo sblocco della ristorazione in presenza, sebbene solo in zona gialla e all'aperto, **le imprese fornitrici dell'Horeca vedono la curva della domanda tornare a salire**. Da chi cercava di rinnovare la mise en place con nuovi calici, stoviglie e piatti (cercando magari di alzare il livello dell'offerta con soluzioni più ricercate) a chi ha dovuto riempire nuovamente la dispensa in vista di pranzi e cene per clienti che sembrano non temere nemmeno il maltempo. **Fra le realtà più sollecitate, c'è Sogemi, società che gestisce il mercato all'ingrosso di Milano**. Una piattaforma che serve soprattutto i dettaglianti, dagli ambulanti ai ristoratori, mettendo in contatto produttori e imprese per referenze che vanno da frutta e verdura a pesce, carne e fiori.



Lo spazio dedicato al commercio di prodotti ortofruitticoli all'interno di Foody Mercato Agroalimentare di Milano

Al centro di un'importante progetto di rilancio, il mercato di Milano offre uno spaccato interessante di quello che è lo stato della domanda dell'Horeca. «Il 26 hanno riaperto i bar e i ristoranti e gli operatori hanno registrato un importante aumento dei volumi trattati. Soprattutto per quanto riguarda i prodotti ittici il cui primo canale di consumo in città sono proprio i ristoranti», racconta **Roberto Lion**, direttore generale di **Sogemi**.

L'Horeca è ripartito. Che aria si respira al mercato di Milano?

C'è grande euforia. Da tempo ormai non sono più i singoli ristoratori che vengono qui a rifornirsi ma degli intermediari, quindi gli ingressi giornalieri al mercato non sono aumentati vistosamente. Discorso diverso per i volumi degli ordini che hanno registrato un sensibile picco.



Roberto Lion

È cambiato qualcosa dal punto di vista dei prezzi?

Direi che nell'ultimo periodo non abbiamo registrato dinamiche particolari. Trattando dei prodotti pressoché stagionali e molto legati all'andamento meteorologico vediamo bene o male gli stessi trend di prezzo ogni anno. Insomma, non ci sono dinamiche inflazionistiche. Poi, ovvio, è una questione di cicli. Adesso, per esempio, restando in tema verdure è il tempo dell'asparago mentre per la frutta la fanno da padrona le fragole. Più in generale, con l'arrivo della bella stagione c'è un automatico passaggio dalla verdura da cuocere a quella fresca, da consumare in foglia per insalate.

Problemi di approvvigionamento nel corso dell'ultimo anno ne avete avuti?

Durante il lockdown di marzo dello scorso anno sono emersi due temi importanti. Con lo stop ai mercati è venuto meno il nostro primo canale di vendita che è legato agli ambulanti. Ma rispetto a un anno fa ci siamo ripresi in termini di vendite. Per quanto riguarda il problema dell'approvvigionamento lo abbiamo riscontrato solo con l'estero. Dopo i primi timori legati all'interpretazioni delle varie norme che aveva un po' paralizzato i trasporti, i flussi delle merci hanno ripreso il loro corso senza grandi danni.

La Gdo nel frattempo è stata la vincitrice del 2020 nel comparto alimentare. Che rapporti con questo canale?

Questo è un mercato che non lavora molto con la Gdo. Ci sono operatori che lavorano "anche" con la Gdo, ma gli acquirenti più presenti sono i dettaglianti. D'altronde, il primo canale di vendita per noi sono gli ambulanti del mercato. Il secondo sono fruttivendoli, macellerie e simili. Terzo comparto i piccoli grossisti e quarto l'Horeca. La grande distribuzione che viene qui a ritirare la merce è davvero una piccola parte. E sebbene da moltissimo tempo le grandi insegne della distribuzione alimentare abbiano deciso di approvvigionarsi in autonomia, costruendo delle centrali d'acquisto proprie, ora c'è un ritorno di interesse per il mercato di Milano vista la sua collocazione strategica dal punto di vista logistico all'interno della città.



Causa pandemia, gli agrumi sono stati fra i prodotti più richiesti dal mercato al dettaglio. In tutto questo, Foody Mercato Agroalimentare di Milano è al centro di un progetto di rilancio. Cosa dobbiamo aspettarci?

Sono essenzialmente due le linee di intervento che ridisegnano il futuro del mercato alimentare di Milano. Entrambe di carattere infrastrutturale. Per quanto riguarda le infrastrutture fisiche, abbiamo un progetto approvato dal Comune nel 2018 per la costruzione del nuovo [mercato ortofrutticolo](#) con una piattaforma logistica a supporto. Un'altra verrà costruita da un operatore privato. Tutto entro il 2023. Oltre a questo, [stiamo studiando con Milano Ristorazione un loro ingresso](#) con piattaforma logistica e cucine dedicate alla ristorazione collettiva scolastica. Per quanto riguarda le infrastrutture digitali, invece, il progetto si sviluppa su tutto il comprensorio. L'obiettivo è aggiornare la modalità di gestione dei processi interni, le transazioni di mercato, gli strumenti di pagamento. Infine, c'è la volontà di costruire proprio qui un polo di produzione energetica che dovrebbe rappresentare l'aspetto "sostenibile" del mercato alimentare del futuro.

La sostenibilità e il tema del biologico sono stati i due grandi temi esplosi con la pandemia. Voi come li avete declinati?

Innanzitutto, mi lasci dire che per il secondo anno abbiamo presentato il bilancio di sostenibilità che quest'anno che tiene conto sia di quella ambientale che di quella lavorativa. Per il biologico, purtroppo non abbiamo ancora sezione di mercato esclusivamente dedicata a queste referenze come ce l'hanno altre realtà. Ma va da sé che, avendo circa 80 produttori locali che conferiscono merce e utilizzano modalità bio di coltivazione, possiamo proporre un assortimento di tutto rispetto. Soprattutto nell'ortofrutticolo. Inoltre, circa tre settimane fa abbiamo firmato un protocollo di intesa con Confragricoltura per lo sviluppo di partnership commerciali volte alla promozione di produzioni italiane bio.



All'interno del mercato all'ingrosso di Milano spazio anche al prodotto ittico, molto richiesto dai ristoratori

Eppure, le abitudini di consumo, fortemente impattate dalla pandemia, sembrano premiare il prodotto ortofrutticolo confezionato. Cosa significa per voi e gli operatori ortofrutticoli?

Facendo noi un lavoro prevalentemente di dettaglio, il mondo del confezionato è marginale. I dettaglianti che si rivolgono al nostro mercato in ogni caso trovano anche questo tipo di referenza ma riguarda prevalentemente prodotti più di nicchia e con una produzione maggiormente contenuta.

In generale, c'è stato qualche cambiamento nei comportamenti di acquisto?

Non abbiamo visto grandi cambiamenti nel [mercato ortofrutticolo](#), i prodotti sono stati sempre quelli. Forse sono aumentati un po' i consumi di agrumi, vista la situazione legata alla pandemia. Nel mondo del pesce, invece, siccome si sono consumati più pasti in casa, è sceso il prezzo medio perché il mix di prodotti si è un po' impoverito. Detto diversamente, a casa è difficile farsi un gambero di Mazzara; meglio un orata o un branzino.

© Riproduzione riservata

RESTA SEMPRE AGGIORNATO!

• [Abbonati alla rivista cartacea Italia a Tavola](#)

• [Iscriviti alle newsletter quotidiane su WhatsApp](#)

• [Ricevi le principali news del giorno su Telegram](#)

• [Iscriviti alle newsletter settimanali via e-mail](#)

"Italia a Tavola è da sempre in prima linea per garantire un'informazione libera e aggiornamenti puntuali sul mondo dell'enogastronomia e del turismo, promuovendo la conoscenza di tutti i suoi protagonisti attraverso l'utilizzo dei diversi media disponibili"

Alberto Lupini

[AGRICOLTURA CIBO mercato alimentare ortofrutta pesce ittico carne fiori Sogemi ingrosso dettaglio ambulanti operatori imprese aziende Roberto Lion](#)

SCRIVI UN COMMENTO

Esprimi liberamente il tuo commento scrivendo nella finestra, indica nome, cognome ed indirizzo e-mail e il campo alfanumerico di sicurezza.

Voglio ricevere le newsletter settimanali

Ai sensi del D.lgs. 196/2003, La informiamo che i dati personali da lei forniti sono necessari per poter procedere alla gestione della Sua segnalazione e saranno utilizzati, con strumenti informatici e manuali, esclusivamente per tali finalità. Letta l'informativa ai sensi del D.lgs. 196/2003, cliccando sul tasto INVIA, autorizzo il trattamento dei miei dati personali, per le finalità e con le modalità ivi indicate.

ARTICOLI CORRELATI



APPROFONDIMENTI



[Mostra più articoli >](#)
