



FOODY News



IN EVIDENZA

- Milano-Barcellona: conoscere per crescere
- Foody 2025: aggiornamento sui lavori in corso
- Bandi per punti vendita disponibili
- Prossimi eventi al mercato
- Foody e Sostenibilità
- News dalla filiera



Buongiorno da Foody,

questo mese vogliamo parlarvi di futuro. Il futuro del nostro mercato che, grazie al progetto di sviluppo e alla nuova struttura che sta prendendo forma, potrà esprimere tutto il suo potenziale. Milano è pronta e guarda ai grandi modelli europei come Mercabarna, il grande mercato all'ingrosso di Barcellona che siamo andati a visitare e che vogliamo raccontare. Come di consueto troverete i principali avvenimenti che coinvolgono il mercato e notizie dalla filiera.



MILANO - BARCELLONA: CONOSCERE PER CRESCERE

Lo scorso 8 novembre una delegazione di Foody composta dal Direttore del Mercato Ortofrutticolo - Nicola Zaffra, dal Logistic Manager - Emanuele Dentelli e da tre operatori del Mercato Ortofrutticolo (Antonio Catalano di Galafruit e Presidente dell'associazione commercianti ACMO, Gianfranco Gentile di Frutteto Casagrande, presidente dei Dettaglianti Ortofrutticoli di Milano e provincia, e Salvatore Musso, titolare di Masterfruit e consigliere del Consiglio Direttivo di AGO - Associazione Grossisti Ortofrutticoli) ha visitato Mercabarna, il Mercato all'ingrosso di Barcellona.

Il mercato di Barcellona è una delle principali realtà mercatali europee con 2.300.000 tonnellate di prodotto commercializzato, 14.000 veicoli in ingresso ogni giorno e composto da 600 aziende che raggiungono un pubblico di 10 milioni di consumatori all'anno.

La visita organizzata da Mercabarna ed Agem in collaborazione con SogeMi, ha permesso di conoscere da vicino questa realtà e poter fare un confronto con Milano individuando punti in comune e differenze che possono migliorare i modelli attuali e favorire lo sviluppo di nuove soluzioni, come auspicato dai grossisti della delegazione.

Un aspetto di Mercabarna che ha colpito tutti e tre è stata la logistica e in particolare l'utilità delle ribalte uniche, che consentono una maggiore indipendenza e comodità nello scaricare la merce dai tir, anche grazie alla possibilità che gli acquirenti hanno di caricare i prodotti direttamente dietro le banchine.



Le sinergie ed il confronto tra grandi mercati europei possono osare vita a uno sviluppo del business per gli operatori e a migliorare la gestione delle nostre strutture.

Salvatore Musso evidenzia anche un'altra caratteristica delle operazioni di scarico: *“La banchina di carico e scarico delle merci dove attraccano i tir per ogni singolo punto vendita non è delimitata da divisorii, bensì è aperta. Un camion può avere dei bancali riservati ad un operatore che si trova in un punto vendita adiacente.*

C'è una sorta di tacita collaborazione tra gli operatori per cui ognuno prende la propria merce dallo stesso senza che esso si muova e debba fermarsi di continuo attaccandosi e staccandosi dalla ribalta ogni pochi metri, facilitando così la logistica".

In generale, il mercato di Barcellona viene descritto come più agile. **Gianfranco Gentile** evidenzia la maggiore libertà di accesso al mercato, tanto che a Mercabarna arriva la metropolitana, nonché una maggiore sicurezza dovuta all'assenza dei muletti tra i padiglioni e i posteggi.

Ha suscitato grande interesse la presenza di figure dedicate al marketing e al commerciale, in particolare quella dell'Export Manager che, come ricorda **Antonio Catalano**, si occupa proprio di creare relazioni e trovare i clienti, in Spagna e all'estero. Tale ufficio, tra l'altro, ha organizzato la visita che stiamo raccontando. Proprio Catalano afferma: *"mi auguro di vedere, in futuro, delle simili figure anche per Foody, ritengo siano estremamente utili ai fini della crescita del mercato"*. Certamente, le minori dimensioni di Foody, a livello di volumi e aziende strutturate, rendono più difficile investire nella creazione di questi uffici, ma la strada da seguire, per gli ai addetti lavori, è chiara.

La crescita dei mercati spagnoli è favorita anche da un contesto più agevolato per la crescita delle imprese, grazie alla presenza di meno vincoli rispetto al nostro paese e un maggiore impulso alle iniziative private, della cui crescita possono beneficiare tutti. È rilevante anche la differenza dell'orario di operatività dei due mercati: Foody infatti apre presto, è un mercato notturno, mentre Mercabarna, aprendo alle 9, lavora maggiormente di giorno.

Questo fattore permette al mercato barcellonese di attingere più facilmente ai lavoratori qualificati sul mercato. Certamente bisogna ricordare come i due mercati si rivolgono a pubblici differenti.

A riguardo, Gianfranco Gentile infatti afferma che *"aprire alle 9 del mattino vorrebbe dire perdere tutta una fascia di clientela del mercato che andrebbe su altri mercati notturni"*.

"Un punto di forza", sottolinea Gentile, "è la vasta gamma di prodotti a disposizione rispetto a quella spagnola. Inoltre, le nuove piattaforme permetteranno una migliore logistica e un lavoro più efficiente, oltre che un maggior numero di attività".

Anche **Catalano** è della stessa idea *"Il Mercato di Milano è per alcuni aspetti indietro rispetto a Barcellona, ma con potenzialità e ampi margini di sviluppo e auspico che il progetto di sviluppo Foody 2025 ponga tutti i presupposti per fare il salto di qualità"*.

"Siamo molto soddisfatti degli esiti di questa missione" conclude **Nicola Zaffra**, direttore del Mercato Ortofrutticolo. *"Le sinergie ed il confronto tra grandi mercati europei possono dare vita a uno sviluppo del business per gli operatori e migliorare la gestione delle nostre strutture. È stata una grande occasione per rinforzare o iniziare nuovi rapporti fra i grossisti. Lo scambio di informazioni tra operatori dei diversi mercati possono fornire opportunità di crescita reciproca e pertanto ritengo che momenti come questo siano indispensabili, così come il mantenimento di relazioni costanti nel tempo con gli altri mercati nazionali ed esteri"*. Tutto ciò verrà testimoniato dagli addetti ai lavori di Mercabarna, che a loro volta visiteranno Foody non appena possibile. Altre iniziative ci aspettano, nel segno di una maggiore collaborazione e con l'obiettivo di creare un mercato più grande, efficiente, aperto ed internazionale. I temi sollevati dalla visita a Mercabarna sono molteplici e rilevanti.

Questa occasione ha lasciato ai tre operatori diverse idee che hanno intenzione di discutere con i colleghi, i dettaglianti e Confcommercio per far crescere Foody, partendo dagli aspetti positivi che la nostra realtà ha da offrire. ■



FOODY 2025: AGGIORNAMENTO SUI LAVORI IN CORSO

Questa mattina SogeMI e l'Impresa Itinera hanno presentato agli operatori del mercato ortofrutticolo l'avanzamento lavori del Padiglione 1 e la distribuzione dei nuovi punti vendita loro assegnati.

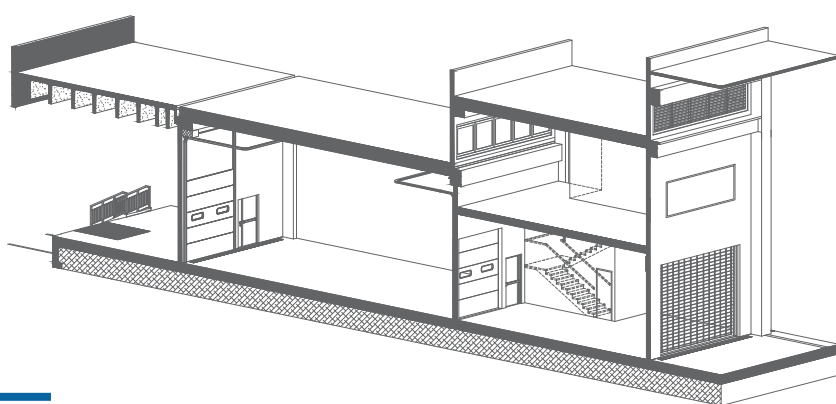
I nuovi padiglioni saranno costituiti da due edifici identici a pianta rettangolare, lunghi 470 m e larghi 85 m. Ogni edificio avrà una superficie commerciale di 22 mila mq. e ospiterà 102 punti vendita. La distribuzione interna del padiglione è realizzata secondo uno schema razionale nel quale la lunga galleria commerciale, disposta lungo l'asse longitudinale del fabbricato, è l'elemento ordinatore.

Su entrambi i lati sono allineati i punti vendita. Agli estremi, ma sullo stesso livello, vengono collocate le aree comuni per il carico delle merci acquistate all'interno della galleria e il locale tecnico per gli impianti meccanici. Le dimensioni e l'organizzazione degli spazi di ciascun punto vendita assecondano il flusso delle merci (introdotte dalla banchina o dalle testate, stoccate nelle aree intermedie e vendute sul fronte dell'unità nello

spazio espositivo affacciato sulla galleria centrale) e ne consentono l'agevole stoccaggio e la loro movimentazione.

Nella parte centrale, dell'edificio saranno posizionati i servizi collettivi (spogliatoi per il personale, servizi igienici, bar tavola calda, area commerciale).

I lavori proseguono spediti anche per la Piattaforma Logistica Ortofrutta che sarà completata a dicembre. Una struttura fondamentale per un efficiente funzionamento del mercato, che consentirà la movimentazione e lo stoccaggio delle materie prime. ■



Per maggiori informazioni
sul progetto Foody 2025.

[Clicca qui](#)

(Nelle foto in alto: Cantiere Padiglione 1, Mercato Ortofrutticolo, disegno dei nuovi punti vendita)

BANDI PER PUNTI VENDITA DISPONIBILI

Si aprono nuove opportunità per chi lavora nel settore floricolo e nel settore alimentare.

Abbiamo due bandi per la concessione pubblicato di:

- » due punti vendita nel Mercato Fiori all'ingrosso di Milano, in prossimità del Mercato Carni;
- » un punto vendita nel Mercato Carni all'ingrosso di Milano.

Il termine ultimo per la presentazione delle offerte è il prossimo 2 dicembre. ■



APPROFONDISCI

Per maggiori informazioni, vi invitiamo a consultare il nostro sito nella sezione **Bandi e Concorsi**.

Clicca qui

bit.ly/3ViL8NT

o scansiona il QrCode



PROSSIMI EVENTI AL MERCATO

Sabato 3 dicembre, nella hall del mercato Fiori-Carni si terrà la degustazione del Testarolo, organizzata da Le Delizie del Palato insieme all'azienda agricola Lunigiana Tartufo di Simone Mori.

Il Testarolo è un antico formato di pasta originario della Lunigiana. Secondo alcune fonti la loro origine risale all'Antica Roma, quando una benefattrice di origine patrizia, tale Amalia, lo fece servire in un banchetto benefico, tanto che vengono considerati il tipo di pastasciutta più antico.

La degustazione dei Testaroli, sia nella versione classica che nella versione al tartufo e ai funghi porcini, si terrà dalle 9 alle 12 durante l'apertura del mercato al pubblico.



VUOI DARE VISIBILITÀ ALLA TUA AZIENDA?



All'interno del comprensorio
abbiamo spazi pubblicitari disponibili.

Per informazioni e quotazioni,
chiama lo **02.55005316**

Foody e Sostenibilità



Giovedì 1° dicembre alle ore 10.30 presso il Mercato Comunale di Isola, si terrà l'incontro Conoscere, Assaggiare, Condividere, nell'ambito del FOOD HUB TOUR per rafforzare nel segno della sostenibilità le relazioni commerciali lungo la filiera ittica.

**CONOSCERE
ASSAGGIARE
CONDIVIDERE**

**> FOOD
HUB TOUR**

facciamo sostenibilità

> **Presentazione dell'iniziativa**

> Food Hub arriva nei mercati e nelle piazze d'Italia. Scopriamo insieme i prodotti ittici e un nuovo modo di fare sostenibilità.

> **giovedì 1 dicembre
Milano**

Mercato Comunale Isola
Piazzale Lagosta, 7
ore 10:30

> **degustazione**

L'evento sarà l'occasione per approfondire le sfide che ci attendono in futuro nel settore ittico, per far conoscere agli addetti lavori ed ai cittadini il progetto Food Hub e i suoi obiettivi come anche le specie ittiche e le loro caratteristiche. Interverranno per l'occasione il presidente di Sogem Cesare Ferrero, il presidente di Italmercati Massimo Pallottini, il direttore di Food Policy del Comune di Milano Andrea Magarini, il direttore Borsa Merci Telematica Italiana Riccardo Cuomo, il direttore del Mercato Ittico di Milano Danilo Simonetta e i veterinari che collaborano presso il MIM, il dottor Valerio Ranghieri e il dottor Gabriele Ghisleni. La mattinata si concluderà con una degustazione presso la Pescheria del Mercato Isola.

L'iniziativa è realizzata dal Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali e da Unioncamere nell'ambito del PO FEAMP 2014-2020, con la collaborazione tecnico-scientifica di BMTI e Italmercati. Inoltre è coinvolta ISNART che supporta Unioncamere nelle attività verso la ristorazione. ■

APPROFONDISCI

Per ulteriori informazioni
clicca qui

<https://foodhubittico.it/>

o scansiona il QrCode





NUOVI INVESTIMENTI SUI MERCATI

Italmercati e Intesa Sanpaolo hanno siglato un accordo per migliorare la competitività dei Mercati agroalimentari ed ittici, favorendo maggiori opportunità di sviluppo a livello nazionale ed internazionale, investimenti e promuovendo progetti innovativi e sostenibili.

I Mercati sono protagonisti del progresso dei territori e del paese. Solo quelli facenti parte di Italmercati occupano 260mila lavoratori in 2500 imprese diverse, per un contributo al PIL italiano di 85 milioni di euro e un giro d'affari delle filiere di fornitura e subfornitura pari a 107 milioni di euro. Una grande opportunità è data dall'arrivo di 150 milioni di fondi del PNRR per efficientare la logistica delle imprese del settore. Questi finanziamenti possono dare un grande impulso a crescita, ricambio generazionale, aggregazione, innovazione ed internazionalizzazione, al centro di questo progetto fondamentale per l'agroalimentare italiano, del quale Intesa Sanpaolo vuole diventare un punto di riferimento. Vai al link bit.ly/3AJBDPh

TIKTOK PER IL RETAIL

TikTok, la celebre piattaforma popolata per lo più da giovani, sta testimoniando lo sbarco di innumerevoli brand che vogliono comunicare direttamente con loro. Tra di essi, anche diversi marchi della grande distribuzione come Esselunga, Bennet e Unieuro, che producono contenuti leggeri, divertenti, brevi ed istantanei. Esselunga collabora con personalità giovani e mantiene i rapporti con i follower interagendo con tutti i commentatori. Bennet ha creato svariati format che ironizzano su situazioni di lavoro buffe, informano su novità e prodotti in maniera simpatica e permettono di conoscere meglio le mansioni dei lavoratori. Anche Unieuro parodizza parecchio quanto accade a lavoro, mentre Mondadori dà parola a librai e lettori, facendo scoprire le librerie italiane. Insomma, tante realtà del retail hanno deciso di puntare sul social cinese per conquistare giovani e giovanissimi, con ottimi riscontri in termini di metriche. Vai al link bit.ly/3VnTymx

IMPRENDITORIA FEMMINILE

Cominciano le lezioni della scuola di pesca di Coldiretti in Veneto, con 12 uomini e ben 40 donne iscritte.

L'obiettivo è creare occupazione e studiare modalità per favorire uno sviluppo ecosostenibile della pesca. Il settore ittico ha una forte presenza femminile, sia tra le imprenditrici, sia tra le coadiuvanti. Le donne della pesca però non ottengono il giusto riconoscimento, nemmeno a livello giuridico, non consentendo loro il diritto ad una retribuzione, all'assicurazione e alla malattia. Un problema ancora persistente in Italia, nonostante sia stato risolto in molti altri paesi europei. Vai al link bit.ly/3TWAL0w

FIORI, UN'ECCELLENZA LIGURE

Il comparto ligure di fiori e piante è il più sviluppato a livello nazionale, con quasi il 30% della produzione totale del paese.

Il territorio più produttivo è quello di Ponente, che questomese ha presenziato all'International Floriculture Trade Fair di Amsterdam. L'industria della Liguria può vantare una dimensione internazionale, come testimoniano la crescita del fatturato e dell'export. La sola produzione florovivaistica imperiese ammonta a circa 200 milioni di euro, di cui l'80% destinata alle esportazioni. Grazie a ciò il settore ligure, che impiega il 60% dei lavoratori del comparto agricolo regionale, sembra resistere meglio di altri agli imponenti rincari energetici.

Vai al link bit.ly/3XwKiyf