



COMMERCIO

Milano alimenta le relazioni



Sintesi dei temi

Milano, storicamente snodo regionale, nazionale e internazionale dei flussi del cibo, da circa quindici anni ha sviluppato una molteplicità di forme di distribuzione, commercio e acquisto di prodotti alimentari che articolano notevolmente le connessioni tra cibo e luoghi, sia nelle relazioni urbane, sia i rapporto tra la città, il suo territorio e altri contesti.

La diffusione di una varietà di ristoranti etnici che non ha pari in Italia, ha contribuito a caratterizzare intere vie e zone di Milano, intrecciando processi di identificazione tra luoghi, comunità straniere, cittadinanza e city users.

Il fenomeno degli happy hour, nato prevalentemente in rapporto a specifiche comunità giovanili, ha contaminato sia l'insieme dell'offerta, sia le modalità di consumo di fasce crescenti di milanesi, intrecciandosi alla ristorazione tradizionale, ad altre offerte alimentari e ad altre forme di commercio e di aggregazione (es. librerie, luoghi della creatività, coworking, ecc.).

Queste pratiche, unite ai pasti fuori casa consumati a scuola e sui luoghi di lavoro, sono un fattore cruciale nel plasmare le abitudini alimentari dei milanesi e, più in generale, gli stili di vita e le relazioni sociali. La domanda di prodotti biologici, di qualità e locali ha indotto l'aumento dell'offerta in forma di negozi, supermarket e punti vendita dedicati a questi tipi di cibo. Milano è anche la capitale italiana dei mercati contadini: in città sono 11 i mercati che si svolgono a cadenze regolari, cui si aggiungono quelli saltuari e quelli presenti nell'hinterland che sono, in parte, gestiti dagli stessi produttori e organizzazioni presenti in città. Alcuni di questi mercati sono legati ad organizzazioni formali ed informali che promuovono pratiche di consumo consapevoli attraverso sepecifiche attività di comunicazione, formazione e coinvolgimento attivo.

Commercio alimentare

15 mercati dei contadini

74 negozi biologici

10 negozi commercio equo



Piccole strutture (meno di 250mq)

3.771 solo alimentari
1.784 misti

22% de totale degli esercizi di vicinato

Medie strutture (250mq - 2.500mq)

24 solo alimentari
235 misti

Grandi strutture (sopra 2.500mq)

1 solo alimentari
31 misti

piccole strutture
121.389mq

medie strutture
146.262mq

grandi strutture
56.760mq

Dove acquistano i milanesi?



12% ipermercato

9% hard discount

74% supermercato

5% vendita al dettaglio

Mercato ortofrutticolo SoGeMi

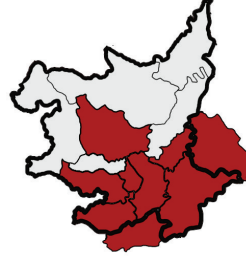
1 milione di tonnellate anno profitti commercializzati

10% della merce che transita in tutti i mercati ortofrutticoli italiani

300.000 tonnellate esport estero
330.000 tonnellate import estero



Regione Logistica Milanese



30 Centri Distribuiti della GDO all'interno della regione logistica milanese



23% forza lavoro logistica italiana è concentrato in Lombardia

51% degli occupati nella logistica della provincia milanese proviene da cooperative sociali

Iniziative già attivate dal Comune di Milano

- Il **Comune** ha realizzato le seguenti iniziative:
 - "ZAC! Mercato contadino biologico" organizzato dai Gruppi d'Acquisto Solidali ed il progetto "Expo Day" con il quale promuove diverse iniziative di approfondimento e dibattito sulle questioni alimentari nell'ambito dell'esposizione universale;
 - "Tutti a Tavola" sull'educazione alimentare, qualità e solidarietà nei Mercati Comunali Coperti con i grandi cuochi della città, il progetto si è svolto dal 2012 al 2014 per 5 edizioni coinvolgendo 12 mercati in 7 diverse zone di decentramento, vi hanno partecipato più di 6 mila cittadini;
 - Progetto REVOLVE-DASTU Politecnico sul riuso temporaneo di spazi pubblici non utilizzati sotto utilizzati coinvolgendo il Mercato Montegani (quartiere Stadera) attraverso 7 pranzi pubblici

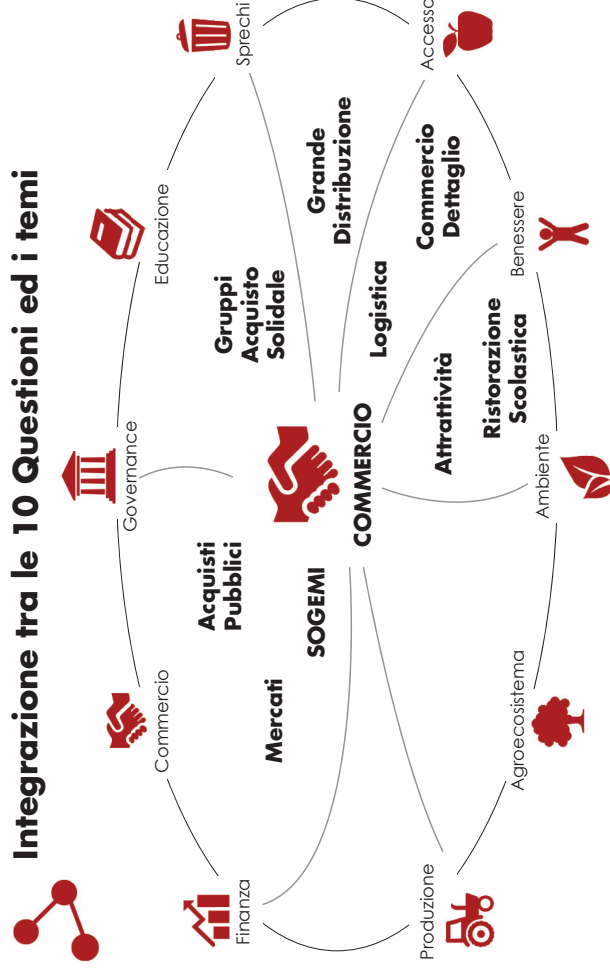
- (2012-2014) attraverso il coinvolgimento di quartiere e studenti nell'ambito del Salone del Mobile;
 - promozione del "Distretti Urbani del Commercio".
- Inoltre il **Comune** ha promosso questi progetti sperimentali finalizzati:
- alla valorizzazione del Mercato Rionale come luogo di aggregazione e di socializzazione in cui degustare prodotti stagionali di qualità;
 - alla sperimentazione della somministrazione non assistita e del prolungamento dell'orario di apertura (adeguamento ai mutati tempi della città);
 - al coinvolgimento operatori, cittadini e realtà territoriali.

Iniziative realizzate da diversi soggetti nella città e nel territorio milanese

Le progettualità sul cibo censite nel contesto milanese all'interno dell'ambito "Commercio" sono quasi un quarto del totale. Si conferma quindi la forte propensione all'attrattività del territorio di Milano, rafforzata quest'anno dalla presenza di un evento internazionale della portata di EXPO.

Suddividendo le progettualità per tipologia, si segnalano percorsi e itinerari turistici e gastronomici (le iniziative Navigli Golosi e Landscape Expo Tour, ad esempio) e i mercati e i centri di vendita di prodotti per l'economia solidale (il Mercato della Terra di Slow Food e il Mercato Agricolo e Artigianale di via Zumbini e via San Vittore, promossi da La Cordata e Cittadini Solari per Milano).

Un gran numero di progettualità è poi costituito da eventi, fiere ed esposizioni. In merito si possono fare molte distinzioni: dai periodi/tempi di svolgimento (uno o più giorni nel corso dell'anno), ai luoghi



Esperienze internazionali

Agire sul commercio consente di incidere sull'alimentazione di tutta la popolazione residente.

La città di Londra ha promosso un ciclo di eventi ad alta affluenza di pubblico, nei quali favorire il l'alimentazione sana e sostenibile. Amsterdam ha promosso un food film festival, associandovi una serie di eventi culturali ed informativi per sostenere il cibo locale e sostenibile. Toronto ha indirizzato il proprio public procurement alimentare verso il cibo locale ed ha realizzato una certificazione per gli operatori attivi nella somministrazione alimentare. New York ha modificato le pratiche di acquisto favorendo le produzioni regionali e quindi dare impulso all'economia locale. Bristol si è orientata verso un commercio equo, promuovendone la diffusione in ogni settore come parte di un ampio programma per il consumo sostenibile.

