

La Regione Emilia-Romagna al fianco della Rete Mercati per valorizzare il fresco

Come può il fresco, componente fondamentale della Food Valley emiliano-romagnola, entrare con successo nei mercati internazionali dell'agroalimentare? E quale può essere il ruolo dei mercati ortofrutticoli del territorio nel segno della solidarietà? Come valorizzare il rapporto tra salute e ortofrutta? Quali spazi ci sono per il fresco nel mercato nazionale e nel mondo? Le prime risposte sono arrivate questa mattina, all'evento "Il fresco fa bene. Il ruolo strategico e sociale della Rete dei mercati dell'ortofrutta dall'Emilia-Romagna al mondo" promosso dalla Rete mercati Emilia-Romagna, composta da Centro AgroAlimentare di Bologna (CAAB), Mercato Ortofrutticolo di Cesena (Filiera Ortofrutticolo Romagnola - FOR), Centro Agroalimentare e Logistico di Parma (CAL) e Centro Agro Alimentare Riminese (CAAR). [Clicca qui per scaricare la locandina.](#) L'evento si è aperto con il videomessaggio di Stefano Bonaccini, presidente della Regione Emilia-Romagna, che ha sottolineato l'importanza della partecipazione dei Centri alla missione in Giappone, e i saluti di Marco Core, presidente della Rete emiliano-romagnola e del Centro Agroalimentare di Parma (CAL), che si è soffermato sul valore delle produzioni emiliano-romagnole e delle filiere locali. A mettere all'ordine del giorno le sfide strategiche delle piattaforme dell'ortofrutta del territorio regionale è stata Ersilia Di Tullio, responsabile advisory strategico di Nomisma. Dalla relazione, è emerso che i Centri di Parma, Bologna e Rimini e il Mercato di Cesena svolgono funzioni fondamentali per il territorio nel garantire una distribuzione efficiente e un accesso equo a prodotti ortofrutticoli di qualità, moderandone i prezzi. [Clicca qui per scaricare la presentazione di Ersilia Di Tullio.](#) Tra le funzioni dei mercati del fresco vi è infatti la formazione del cosiddetto "prezzo di equilibrio" del prodotto finale, la garanzia della sicurezza alimentare, la valorizzazione delle produzioni locali che favorisce le Pmi del territorio attive nella filiera del fresco. Le sfide che i mercati all'ingrosso emiliano-romagnoli intendono porsi nei prossimi tempi, in dialogo con le istituzioni regionali, sono state affrontate nel corso di due panel: il primo sul tema dell'internazionalizzazione il secondo sul tema della logistica solidale. "L'obiettivo della Rete è potenziare i punti di forza che le singole strutture già oggi mostrano. Con l'evento 'Il fresco fa bene' abbiamo voluto mettere a tema le potenzialità di sistema, sia sul fronte dell'internazionalizzazione e dell'export, sia per quanto concerne il ruolo sociale dei mercati attraverso la logistica solidale, nella logica dello spreco zero. Il fresco in Emilia-Romagna può fare molto bene, sia sul mercato, sia alla società" ha spiegato, introducendo l'evento, Marco Core, presidente della Rete Mercati ER e del Centro Agroalimentare di Parma che, come il Centro Agro Alimentare di Rimini, ha avviato esperienze di logistica solidale. Si aggiunge l'esperienza di CAAB, attiva da lungo tempo, anche se non ancora formalizzata. "La funzione logistica delle piattaforme che assumere i tratti della solidarietà - ha spiegato Core - portando gli alimenti in eccedenza nei mercati verso persone e famiglie bisognose, grazie all'importante connessione con le organizzazioni di terzo settore". Tra le sfide e le opportunità sembrano esserci connessioni profonde per le piattaforme dell'ortofrutta in regione. "La contrazione dei consumi alimentari e i trend emergenti nelle scelte dei consumatori rendono opportuno aprirsi a nuovi mercati, cercare anche all'estero potenzialità e occasioni di sviluppo per le imprese operanti sulle nostre piattaforme bisogna però rinnovarsi " ha affermato Alessandro Giunchi, amministratore unico del Mercato Ortofrutticolo di Cesena, nel corso del primo panel. Se fino ad oggi i Centri di Parma, Bologna e Rimini e il Mercato di Cesena hanno esercitato un ruolo prevalentemente interno ai confini nazionali, per i prossimi anni la sfida dell'internazionalizzazione è un'occasione da cogliere. "L'Emilia-Romagna è terra del cibo e l'agroalimentare italiano è apprezzato e riconosciuto sui mercati internazionali. Perché per l'ortofrutta dovrebbe essere diverso? Vogliamo aumentare gli sforzi per essere sempre più presenti sui mercati internazionali. La qualità della produzione ortofrutticola, le capacità di selezione dei commercianti e la garanzia della sicurezza alimentare sono punti di forza che con il supporto delle istituzioni intendiamo valorizzare anche all'estero. Come Rete Mercati Emilia-Romagna abbiamo compiuto diverse missioni in fiere internazionali e affiancato la Regione in varie iniziative all'estero in cui è emerso il grande apprezzamento per i nostri prodotti e per il nostro Paese, che rimane al primo posto nei desiderata. La nostra Rete si farà promotrice della Food Valley anche in chiave turistica, considerato il grande peso del cibo nella scelta della destinazione per le vacanze" ha sottolineato Gianni Indino, presidente del Centro Agro Alimentare Riminese. A rispondere è l'assessore allo sviluppo economico, Vincenzo Colla, che ha sottolineato la dimensione strategica dei mercati dell'ortofrutta all'interno della Food Valley emiliano-romagnola e l'importanza del lavoro di rete per proporsi sui mercati internazionali. "Intendiamo cambiare la percezione che cittadini e istituzioni hanno di queste piattaforme" ha affermato Marco Marcatili, presidente del Centro AgroAlimentare di Bologna, presentando le soluzioni dei mercati alle sfide affrontate nei panel precedenti, insieme al presidente di Italmercati, Massimo Pallottini. "Non siamo meri centri logistici per lo smistamento dell'ortofrutta - ha continuato Marcatili - ma garanti della food security e della qualità agroalimentare, luogo di connessione tra le filiere internazionali del valore e il territorio con le sue eccellenze. Al Centro AgroAlimentare di Bologna vediamo da vicino questa trasformazione del modo in cui si guarda ai Centri agroalimentari: sempre più le istituzioni ci riconoscono per il nostro

La Regione Emilia-Romagna al fianco della Rete Mercati per valorizzare il fresco

ruolo economico e sociale, per questo ci siamo visti aggiudicare le risorse del Pnrr, 10 milioni di euro che ci aiuteranno ad accelerare i processi di rinnovamento tecnologico e di sostenibilità ambientale già in atto". "La giornata di oggi è la prima espressione di un lavoro di Rete su obiettivi comuni, intorno ai quali coinvolgere sia le aziende che operano nelle singole piattaforme - grossisti e produttori - sia gli stakeholders di territorio e di filiera, ripensando la presenza nei mercati dell'ortofrutta a partire da soluzioni innovative. Con 'Il fresco fa bene' abbiamo voluto riunire l'intera filiera: le aziende, il terzo settore, i rappresentanti del mondo dell'ortofrutta sul territorio regionale e avviare un dialogo costruttivo con le istituzioni verso obiettivi concreti che ci coinvolgono tutti. L'adesione e la qualità degli interventi ci hanno convinto del valore della discussione, ci saranno altre tappe e importanti novità" ha concluso Marcatili. "L'esperienza di Italmercati ci insegna quanto il rafforzamento del nostro comparto, che impatta sul PIL per 12,9 miliardi, passi per l'integrazione dei mercati agroalimentari e lo sviluppo di una rete unica - commenta Fabio Massimo Pallottini, presidente di Italmercati - Il progetto dell'Emilia-Romagna, attraverso la proposta di creare una rete del territorio, potrà diventare un caso scuola nel nostro Paese. I Mercati all'ingrosso possono essere delle strutture vicine alla città, infrastrutture sicure, in cui non solo gli attori della filiera ma anche i cittadini potranno ritrovarsi per acquistare prodotti. Il mio auspicio è che anche in Emilia-Romagna i Mercati possano diventare degli hub del food in maniera integrata". A chiudere la mattinata è stato l'intervento di Andrea Corsini, assessore al Commercio e ai Trasporti di Regione Emilia-Romagna. Importante è stata la partecipazione di Valeria Villani, vicepresidente di Cia Emilia-Romagna e Valentina Borghi, vicepresidente Coldiretti Emilia-Romagna a rappresentare la filiera agricola che fa capo ai mercati dell'ortofrutta in Emilia-Romagna e la partecipazione di Valentino Di Pisa, presidente di Fedagromercati-ACMO in rappresentanza dei grossisti dell'ortofrutta, oltre agli esponenti delle aziende, degli enti di terzo settore e delle fiere di settore citati in locandina. Paolo Bruni: "Con voi anche le aziende medio-piccole possono affrontare l'estero" "Credo che lo sviluppo internazionale del commercio anche attraverso il canale dei Mercati all'ingrosso sia importante e opportuno. Aggredire mercati lontani per interfacciarsi con le grandi catene internazionali può essere fatto solo da grandi imprese, ma ci sono tante piccole-medie imprese che offrono prodotti di eccellenza e che devono solo essere in qualche modo accompagnate ed organizzate per andare fuori dai confini nazionali. Inoltre ci sono canali distributivi al dettaglio, pensiamo a tutto il canale Horeca per esempio, che avrebbero grosse potenzialità di sviluppo in un momento in cui c'è un vero culto della cucina, fatta con il meglio degli ingredienti che solo i prodotti made in Italy, fra l'altro riconosciuti in tutto il mondo, possono garantire. Quindi ben venga il ruolo dei Mercati in questa direzione. Con una sorta di raccomandazione: sono necessarie aggregazione, organizzazione, specializzazione per fare qualcosa di buono nel mercato globale". Lo ha detto Paolo Bruni, presidente di CSO Italy, intervenendo alla tavola rotonda del convegno "Il fresco fa bene". Bruni, precisando che "se sarà richiesto faremo la nostra parte", ha tratteggiato l'andamento del settore ortofrutta e sottolineato il ruolo e i servizi svolti da CSO Italy. "Siamo in un momento - ha affermato - dove l'esigenza di esportare sembra passata in secondo piano, a causa delle sempre maggiori difficoltà a produrre che il settore ortofrutticolo presenta, soprattutto per quanto riguarda le specie frutticole. Ma i problemi contingenti non devono farci cadere nell'errore di non guardare alla prospettiva del domani. Tutto il comparto produttivo e commerciale sta facendo grandi sforzi anche dal punto di vista della ricerca per tornare ad essere competitivo in un mercato globale, che avrà in questi anni anche messo in luce alcune debolezze, ma che comunque rimane e rimarrà tale". "Come CSO Italy - ha sottolineato Bruni - abbiamo sempre spinto sull'internazionalizzazione delle aziende nostre socie, fornendo i servizi a supporto di un'espansione verso i mercati esteri. Il nostro sistema produttivo è vasto, il mercato interno da solo non può assorbire tutte le nostre produzioni e nel tempo ci siamo specializzati per essere tra i primi sui mercati internazionali. Non a caso dopo 25 anni i nostri sforzi sono stati indirizzati nell'organizzazione di fiere collettive per dare maggiore visibilità al made in Italy, abbiamo promosso e gestito diversi progetti di promozione in Europa ma anche e soprattutto nei Paesi Terzi e da ultimo ma non meno importante ci siamo adoperati per aprire nuovi mercati alle nostre produzioni". "L'ultima apertura è stata quella del mercato cinese per le pere italiane, ma ci sono buone prospettive anche per le pere in Thailandia, per il kiwi in Israele, per le susine in Brasile, per fare solo alcuni esempi. Questi mercati non si aprono da soli, serve tutto un lavoro specialistico, in stretto contatto con le istituzioni nazionali, europee e internazionali, che CSO Italy sta facendo con risultati che ormai sono sotto gli occhi di tutti gli operatori interessati" ha concluso Bruni. Data di pubblicazione: lun 4 dic 2023