

Mercati all'ingrosso, lungo la via Emilia si fa sul serio

La rete delle strutture ortofrutticole emiliano-romagnole presenta il piano strategico Esporta pdf ,Internazionalizzazione, logistica, servizi h24, sostenibilità e importanza sociale all'interno e della comunità sono alcune delle sfide che i mercati all'ingrosso dovranno affrontare da qui ai prossimi anni, come si è potuto evincere dall'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 (Fileria Ortofrutticolo Romagnola - For), Centro Agroalimentare e Logistico di Parma (Cal) e Centro Agro Alimentare Riminese (Caar). Un meeting ricco di spunti, grazie anche all'intervento di protagonisti del settore ortofrutticolo come Renzo Piraccini, Presidente di Macfrut, Paolo Bruni presidente di Cso Italy e Valentino di Pisa presidente di Fedagromercati-Acmo. 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, 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. 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 (intesa come promozione mercati esteri e supporto alla commercializzazione) e il secondo sul tema della logistica solidale. Dalla relazione dell'esperta sono emerse alcune criticità che sono ricomparse più volte durante il convegno. Innanzitutto, siamo di fronte ad una emorragia dei consumi di frutta e verdura a livello nazionale che impone di cercare spazi commerciali all'estero e da qui ci si innesta al tema più critico e citato dai partecipanti: la logistica inadeguata. Parimenti l'elevata frammentazione dei mercati all'ingrosso nostrani (se ne contano 137 in tutta Italia) non aiuta certo a superare questi scogli. Valentino Di Pisa, presidente di Fedagromercati-Acmo 'L'incapacità di fare sistema è un problema atavico del settore ortofrutticolo in generale e i mercati non sono da meno - illustra il presidente di Fedagromercati-Acmo Valentino di Pisa - e basta guardare al di fuori dei confini nazionali per prendere spunto dai più bravi. Per esempio, Spagna e Olanda a livello logistico sono molto più avanti di noi; lo stesso Paese Iberico ci ha surclassato da tempo nei mercati internazionali proprio perché c'è una visione armonica e unitaria, dal Ministero dell'Agricoltura a scendere, sugli obiettivi da raggiungere. Non a caso, invece che 137 mercati, ne hanno una ventina. La Rete di Imprese messa in campo nella nostra regione è un ottimo punto di partenza che non ha eguali in Italia, ma occorre fare di più. Dobbiamo passare dalla vendita 'sul marciapiede' in notturna ad un hub di servizi h24'. Renzo Piraccini, Presidente di Macfrut Renzo Piraccini, Presidente di Macfrut è andato dritto al nocciolo della questione: 'Fino ad appena 5 anni fa i mercati erano dati per morti, mentre l'evento di oggi testimonia il processo evolutivo in atto e che, a mio avviso, si deve basare sugli elementi peculiari che fanno la differenza. Ad esempio i prodotti locali e le eccellenze sono due asset da valorizzare sia in chiave Export che Ho.re.ca. come abbiamo appurato nelle missioni nella Penisola Arabica dove c'è l'Hotellerie alla ricerca di prodotti di altissima qualità. Di esempi come questi ce ne sono tanti, a dimostrazione delle potenzialità da cogliere in giro per il mondo. Tuttavia, vorrei far notare come il commercio internazionale non è per dilettanti e ci vogliono capacità e professionalità ben definite per affrontarlo; non ultimo la logistica, che sia via nave o via aerea (quest'ultima importante per l'alta gamma), è fondamentale. Chi si saprà evolvere in tal senso otterrà un vantaggio competitivo notevole. Come Fiera Macfrut siamo in prima linea per creare opportunità di business ai nostri interlocutori, però è necessario che si muovano i grossisti in prima persona, se vogliamo ottenere risultati tangibili'. Paolo Bruni presidente di Cso Italy Sulla stessa lunghezza d'onda si trova Paolo Bruni presidente di Cso Italy: '25 anni fa abbiamo fondato il Cso con l'intento di mettere assieme tutti coloro che avevano bisogno di servizi per i mercati lontani. Intuimmo e capimmo che la strada da seguire era quella dell'internazionalizzazione per aprire nuove opportunità di business imprescindibili per una Nazione come la nostra che produce due volte e mezzo quello che consuma. Inoltre, siamo di fronte ad un crollo dei consumi: l'anno scorso abbiamo perso 500 mila tonnellate e quest'anno siamo già a -7%, quindi, la necessità di aprire nuovi sbocchi non è rimandabile. In quest'ottica i mercati possono sicuramente svolgere un ruolo di primo piano, soprattutto per esportare il prodotto di nicchia delle medio-piccole imprese che sono il simbolo del nostro Made In Italy'. Marco Core, presidente della Rete Mercati ER e del Centro Agroalimentare di Parma "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 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. 'La funzione logistica delle piattaforme assume i tratti della solidarietà - ha spiegato Core - portando gli alimenti in eccedenza nei mercati verso persone e

Mercati all'ingrosso, lungo la via Emilia si fa sul serio

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 e non si può lasciare nulla al caso, dai packaging alla logistica. Così facendo saremo in grado di valorizzare i prodotti di nicchia dei nostri piccoli produttori locali' ha affermato Alessandro Giunchi, amministratore unico del Mercato Ortofrutticolo di Cesena, nel corso del primo panel. Gianni Indino, presidente del Centro Agro Alimentare Riminese. 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, come ha sottolineato Gianni Indino, presidente del Centro Agro Alimentare Riminese. "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". Marco Marcatili, presidente del Centro AgroAlimentare di Bologna 'Intendiamo cambiare la percezione che cittadini e istituzioni hanno di queste piattaforme' ha affermato Marco Marcatili, presidente del Centro AgroAlimentare di Bologna. '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 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 - conclude Marcatili (facendo le veci di Fabio Massimo Pallottini, presidente di Italmercati, impossibilitato a partecipare) - 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'. Nella foto di apertura: da sinistra Andrea Corsini, assessore al Commercio e ai Trasporti di Regione Emilia-Romagna; Marco Core, presidente della Rete Mercati ER e del Centro Agroalimentare di Parma; Alessandro Giunchi, amministratore unico del Mercato Ortofrutticolo di Cesena; Ilaria Vesentini, giornalista del sole 24 ore; Marco Marcatili, presidente del Centro AgroAlimentare di Bologna; Gianni Indino, presidente del Centro Agro Alimentare Riminese. [Clicca qui per iscriverti alla Newsletter quotidiana di IFN](#)