



04/11/2024

Mercati: La nostra missione è creare benessere

A Rimini, durante la 40a Conferenza Mondiale del WUWM, si sono delineate le strategie future

FABRIZIO PATTUELLI
redazione@italiafruit.net
WWW.ITALIAFRUIT.NET

In un Mondo dove 730 milioni di persone soffrono la fame e circa 2,8 miliardi non hanno accesso ad un'alimentazione adeguata ai propri fabbisogni, i mercati all'ingrosso assumono un ruolo determinante nella catena di approvvigionamento, che risulta però troppo spesso sottovalutato, soprattutto nel nostro Paese.

Un concetto emerso con forza alla 40a Conferenza Mondiale del WUWM (World Union of Wholesale Markets), l'Unione Mondiale dei Mercati all'Ingrosso, che si è tenuta dal 30 ottobre al 1° novembre al Palacongressi di Rimini.

Quindi, l'importanza di queste strutture è lapalissiana e, per stare al passo con un mondo che evolve rapidamente, occorre focalizzarsi non solo sul reperimento e vendita del prodotto, ma su tutti i servizi annessi e connessi a questa attività. Pertanto, temi come sostenibilità, digitalizzazione, logistica integrata al servizio delle città, riduzione degli sprechi, sviluppo delle filiere locali - solo per elencare i più citati durante il consenso (ma il discorso sarebbe più ampio) - stanno assumendo un'importanza capitale e devono essere sviluppati unendo le forze fra tutti gli stakeholder di questo settore.

Dopo questa sintesi approfondiamo i temi salienti emersi dalle relazioni dei partecipanti alla conferenza.



Gianni Indino, Presidente del CAAR di Rimini, ha fatto gli onori di casa evidenziando il tono internazionale della manifestazione: "Sono presenti esponenti dei mercati all'ingrosso provenienti da 5 Continenti e 40 Paesi da tutto il Mondo che si sono ritrovati nella nostra città per discutere del futuro di un comparto strategico per l'intera economia. Rimini si conferma, così, una città in grado di accogliere e organizzare i grandi eventi internazionali grazie ad un grande gioco di squadra che ha coinvolto tutte le istituzioni locali e regionali, senza dimenticare la preziosa collaborazione da parte di Adria Congrex per la parte di segreteria organizzativa".

La parola è poi passata a Fabio Massimo Pallottini, presidente di Italmercati e coordinatore della Federazione Europea del WUWM: "Ospitare la Conferenza mondiale del WUWM a Rimini è un riconoscimento del ruolo dei mercati all'ingrosso italiani come modello europeo di efficienza e sicurezza alimentare".



"I mercati italiani - ha proseguito Pallottini - e le oltre 4.000 aziende che vi operano movimentano ogni anno più di 7 milioni di tonnellate di prodotto fresco, per un valore di oltre 11 miliardi. A livello europeo, i mercati agroalimentari all'ingrosso rappresentano una risorsa industriale ed economica imponente, garantendo ogni giorno l'approvvigionamento di prodotti freschi a circa 200 milioni di consumatori. I mercati all'ingrosso svolgono inoltre una funzione pubblica essenziale nella catena di approvvigionamento alimentare, assicurando disponibilità, salubrità e sicurezza dei prodotti freschi. Negli ultimi anni, grazie anche ai fondi del PNRR, che hanno destinato oltre 268 milioni di euro per l'ammodernamento delle nostre strutture, stiamo investendo in logistica avanzata, digitalizzazione e sostenibilità. Italmercati sta portando avanti un progetto di riforma per un sistema di mercati più efficiente e strutturato, con l'obiettivo di 'fare sistema' e dare voce unica a tutta la filiera italiana verso le istituzioni".



Dopo gli interventi del francese Stéphane Layani, Presidente WUWM e del Direttore generale della FAO, il cinese Qu Dongyu, che hanno ribadito l'importanza dei mercati in un contesto mondiale in cui l'accesso al cibo sarà sempre più difficoltoso, si è entrati nel vivo dei contenuti.

Paolo Merci, Direttore Verona Mercati e Vicepresidente di Italmercati, e Luca Lanini, Sinloc and Cibusalus, (Azienda collegata all'Università di Padova che si occupa di alimentazione sostenibile e alla salute) hanno individuato le direttive strategiche che i mercati all'ingrosso devono percorrere da qui in avanti: "I mercati si stanno trasformando, e daranno sempre più importanza a tutte quelle attività finora ritenute collaterali rispetto alla classica compravendita che rappresenta tutt'ora il core business. Mi riferisco, per esempio, alla sostenibilità, all'educazione alimentare, all'etica. In buona sostanza la nostra missione è creare benessere", ha chiosato Lanini.



A livello strategico sono stati individuati 4 pilastri da cui partire: "In primis, l'innovazione, intesa come digitalizzazione, miglioramento della catena del freddo e cooperazione fra le strutture. Poi, la logistica, poiché i mercati sono hub logistici fondamentali, al centro delle politiche dell'ultimo miglio nelle grandi città. Infine, non possiamo non citare la lotta allo spreco alimentare connesso alle politiche alimentari che le istituzioni pubbliche devono sviluppare per implementare il consumo di ortofrutta, che è l'unica strada per combattere la malnutrizione".



Al dibattito non poteva mancare il contributo dei grossisti, che è giunto tramite Valentino Di Pisa, Presidente Nazionale di Fedagromercati: "Siamo consapevoli che lo sviluppo del nostro settore non passa più "solo" dalla compravendita delle merci, che negli ultimi anni si è semplificata notevolmente, grazie alla possibilità di potere accedere in breve tempo a produzioni da tutto il Mondo. Adesso, tutto l'aspetto legato ai servizi connessi alla nostra attività assume un ruolo fondamentale e dobbiamo essere umili nell'accettare questo cambiamento, investendo in formazione e individuando le azioni da intraprendere per stare al passo coi tempi. A tal proposito non posso citare il passaggio dall'orario notturno a quello diurno, un "pallino" della nostra federazione perché riteniamo possa essere un elemento di svolta per l'intero sistema distributivo poiché favorirebbe il ricambio generazionale".

"Chiaramente riusciremo a raggiungere i nostri obiettivi nel momento in cui ci sarà unione d'intenti fra grossisti ed enti gestori e a tal proposito l'interlocuzione con Italmercati rappresenta decisamente un "Good Deal".



Durante le diverse sessioni, in cui si sono susseguiti relatori provenienti da ogni parte del Mondo, non sono mancate le case history di successo, che hanno dato indicazioni su nuove possibilità di business. A tal proposito è stato molto interessante la tavola rotonda con gli esponenti di Emilia-Romagna mercati, ovvero, la rete che raggruppa i mercati di Rimini, Bologna, Parma e Cesena. Tanti i temi toccati: logistica solidale, sviluppo del canale Ho.re.ca, servizi per favorire l'acquisto delle catene e servizi di delivery green come il progetto Caab Fresh che permette di portare la merce dal mercato al punto vendita".

Molto interesse hanno suscitato anche i panel sulla logistica di ultimo miglio, con il progetto europeo che coinvolge i mercati e le città di Parigi, Saragozza e Rimini, pronti a partire verso un nuovo futuro sostenibile per la logistica urbana.



Non sono mancati nemmeno interventi pronti a rimarcare il ruolo dei mercati per rilanciare i consumi, come ha sottolineato il presidente di CSO Italy Paolo Bruni: "Il mercato tradizionale dell'ortofrutta può avere un grande ruolo se tiene alta la bandiera della qualità. Il consumatore oggi è molto variegato, esiste sì un consumatore che va alla ricerca del prezzo, ma esiste anche un consumatore che ricerca la sostenibilità, la salubrità, la qualità e le novità, indipendentemente dal prezzo pagato e il dettaglio tradizionale ha l'opportunità di distinguersi in fatto di qualità".

In definitiva, dalla 40a Conferenza Mondiale del WUWM esce evidente la presa di coscienza da parte dei mercati del nuovo ruolo che spetta loro all'interno della filiera, un ruolo che sarà di assoluto rilievo nel prossimo futuro.