

A Rimini si è tenuta la conferenza mondiale WUWM: guarda le foto!

I mercati all'ingrosso e le sfide per potersi rilanciare

Da tutto il mondo per parlare del destino dei mercati all'ingrosso, con 40 paesi rappresentati e delegati provenienti dai 5 continenti. Dal 30 ottobre all'1 novembre si è svolta a Rimini (presso il moderno Palacongressi) la conferenza mondiale WUWM (World Union of Wholesales Markets), evento organizzato da Caar di Rimini, Italmercati, la rete dei Mercati dell'Emilia Romagna con il supporto di Adria Congrex.

Clicca qui per le foto della mattinata inaugurale! (<https://www.freshplaza.it/photos/album/12438/congresso-mondiale-dei-mercati-all-ingrosso/>)



La prima giornata è stata caratterizzata dalle esperienze di alcuni operatori italiani ed esteri. Luca Lanini (Università di Padova) e Paolo Mercì (vice presidente Italmercati) hanno delineato alcuni obiettivi dei mercati all'ingrosso. "Occorre che le strutture entrino direttamente nelle politiche alimentari e rafforzino il rapporto con i consumatori. Le città, specie quelle più grandi, devono coinvolgere i mercati all'ingrosso nelle proprie politiche di approvvigionamento. I cittadini e la salute devono essere al primo posto".

Clicca qui per le foto della mattinata inaugurale! (<https://www.freshplaza.it/photos/album/12438/congresso-mondiale-dei-mercati-all-ingrosso/>)



Luca Lanini (Sinloc) e Paolo Mercì (vice presidente Italmercato)

Nella pratica, non sarà facile aumentare l'efficienza, ma alcuni mercati ci stanno già provando grazie ai finanziamenti del PRNN. "occorre inoltre da un lato aumentare l'export, almeno per i mercati più propensi al commercio con gli altri paesi, ma dall'altro vanno messe in pratica nuove politiche per diventare HUB nelle città, per gestire la logistica dell'ultimo miglio".

Serve inoltre un maggior peso politico dei mercati, con un coinvolgimento nelle fasi decisionali a tutti i livelli. "Non dobbiamo precludere infine - ha concluso Mercì - un lavoro in sinergia, per progetti concreti, con mercati esteri".

Clicca qui per le foto della mattinata inaugurale! (<https://www.freshplaza.it/photos/album/12438/congresso-mondiale-dei-mercati-all-ingrosso/>)



Gianni Indino (Caar)

La mattinata del 31 ottobre si era aperta con i saluti di rito, prima di Gianni Indino (presidente Caar di Rimini) e poi del francese Stéphane Layani (chairman WUWM). Il presidente di Italmercato Fabio Massimo Pallottini ha dettato le strategie. "I mercati italiani 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.

Clicca qui per le foto della mattinata inaugurale! (<https://www.freshplaza.it/photos/album/12438/congresso-mondiale-dei-mercati-all-ingrosso/>)



Fabio Massimo Pallottini presidente Italmercati

"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".

Clicca qui per le foto della mattinata inaugurale! (<https://www.freshplaza.it/photos/album/12438/congresso-mondiale-dei-mercati-all-ingrosso/>)



Valentino Di Pisa presidente Fedagro

Valentino Di Pisa, presidente di Fedagro Mercati, non ha usato mezzi termini: "Siamo a un bivio. Anche i nostri operatori devono pensare alla formazione e al cambiamento di mentalità. Sono indispensabili nuovi servizi, la sola vendita del prodotto non basta più. Anche il cambiamento degli orari, da notturno a diurno, va affrontata con serenità e comprendendo il mutamento dei tempi".

Clicca qui per le foto della mattinata inaugurale! (<https://www.freshplaza.it/photos/album/12438/congresso-mondiale-dei-mercati-all-ingrosso/>)



Dan Carmody dell'Eastern Market di Detroit

Non sono mancate esperienze estere. Dan Carmody, dell'Eastern Market di Detroit, ha illustrato come la sua struttura da diversi anni ha diversificato i servizi. "Dopo un periodo di declino, negli anni '90, ci siamo diversificati. Abbiamo un'area dove vengono preparate delle scatole di cibo con la frutta e la verdura dei nostri agricoltori. Abbiamo un'area di confezionamento dove i produttori possono usare i servizi di imballaggio e preparare quanto devono vendere. Abbiamo deciso di rimanere nel centro della città e abbiamo contribuito a realizzare delle serre per aziende agricole urbane".



Le esperienze dei mercati dell'Emilia Romagna

Nella tarda mattinata alcuni operatori della rete dei mercati dell'Emilia Romagna hanno portato le proprie esperienze. Gianni Indino ha ricordato come il Caar è strettamente connesso al canale horeca per via del turismo legato alla Riviera romagnola. Alessandro Giunchi (For Mercato Cesena) e Fabio Gardenghi (Lem market) hanno descritto la stretta connessione fra una piccola catena della Gdo e il mercato tramite il ruolo di un grossista che funge da buyer di fiducia per acquistare prodotti di alta qualità.

Duccio Caccioni (Caab Bologna) ha sottolineato che a Bologna è stato invertito un paradigma, vale a dire l'aspetto logistico ha preso il sopravvento su quello commerciale. Vanno inoltre rafforzati i ruoli del piccolo commercio nelle città e i mercati regionali. Marco Core (presidente Cal Parma) e Roberto Ferrara della coop Leone Rosso hanno descritto l'esperienza di rifornire ogni giorno le porzioni di frutta e verdura per i 540 ragazzi della cooperativa.



Paolo Bruni (CSO)

Nel pomeriggio del 31 ottobre si sono tenute altre sessioni. Paolo Bruni, presidente del CSO, ha affermato che "Il mercato tradizionale dell'ortofrutta può avere un grande ruolo se insiste sulla qualità. Il consumatore oggi è molto variegato, da quello che cerca il prezzo più basso a quello 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. Oggi circa il 45% degli acquisti di biologico viene effettuato presso i punti vendita tradizionali - ha ricordato Bruni - e se si pensa che questi canali detengono poco più del 20% della quota di mercato dell'ortofrutta, non si può non concludere che questi rappresentino un riferimento per questi tipi di prodotto. Oggi anche l'ortofrutta spinge su una politica di marca del produttore che riesca ad esprimere qualità e riconoscibilità".

Per maggiori informazioni

WUWM

<https://wuwmrimini2024.com/> (<https://wuwmrimini2024.com/>)

Data di pubblicazione: lun 4 nov 2024

Author: Cristiano Riciputi

© FreshPlaza.it

•