

Economia

Ortofrutta, Roma e Parigi insieme contro i supermercati

► Accordo tra i due principali centri all'ingrosso per recuperare terreno rispetto alle grandi catene

L'ALLEANZA

ROMA «In Italia per fatturato siamo i primi, ora è come se fossimo arrivati già in semifinale della Champions League». Fabio Massimo Pallottini, direttore generale del **Centro Agroalimentare di Roma**, sintetizza così il senso dell'accordo di collaborazione raggiunto a inizio settimana con il Mercato Internazionale di Parigi-Rungis, il più grande al mondo: 2,1 miliardi di euro e 4 mila occupati nella capitale italiana; 8,8 miliardi di euro e 12 mila occupati nella città della Senna. La "mossa" è quasi una dichiarazione di guerra alle grandi catene della distribuzione organizzata che negli anni - in tutto il mondo - hanno tolto clienti e ruolo ai mercati ortofrutticoli.

In Italia il 53% del mercato dell'ortofrutta fresca passa da appena cinque player della Gdo: nell'ordine Coop Italia, Conad, Auchan, Esselunga e Carrefour. «Per la grande distribuzione - spiega Claudio Scalise della società bolognese Sg Marketing - i prodotti freschi sono decisivi per i fatturati. La conseguenza è che il canale tradizionale ha cominciato progressivamente a

soffrire mano a mano che le grandi catene si dotavano di piattaforme logistiche autonome per i prodotti freschi». Così negli ultimi 10 anni, Milano-Sogem ha registrato un crollo del 63%, Bologna-Caab una perdita del 25%, Padova, Verona, Torino e Fondi dal 15% al 20%. Nello scenario italiano sono cresciuti solo tre mercati: Cesena (+40%), Bergamo e Roma (+10%). «Proprio Roma - spiega Scalise - è un segnale per tutti, un caso da analizzare, perché è un mercato che conta, diventato, dopo il trasferimento a Guidonia, quello che non era: il primo mercato ortofrutticolo italiano. Il suo punto di forza è stata l'offerta di servizi sia tecnologici per la lavorazione dei prodotti che di rete». Anche Bergamo e Cesena, nelle minori dimensioni, hanno puntato alla diversificazione dei servizi. Altri hanno invertito negli ultimi tempi i minori traffici, diventando hub dei prodotti italiani per l'estero: Padova per i paesi dell'Est europeo, Verona per il Nord Europa.

IL SETTORE

In Italia sono attivi 142 mercati all'ingrosso nei quali si concentrano circa 5.000 imprese grossiste. In Europa gli addetti sono

150.000 per un giro d'affari complessivo di 70 miliardi di euro. Ma, schiacciati dalla Gdo, esiste un futuro per i mercati all'ingrosso? «Certo che sì - risponde Duccio Caccioni, coordinatore scientifico della Fondazione Fico - ne sono prova gli Usa, dove si è tornati a costruire mercati: per esempio, perché la popolazione invecchia e gli ultrasessantenni possono avere difficoltà a usare l'auto per recarsi all'iper, hanno bisogno dei negozi sotto casa. C'è poi il problema del cosiddetto ultimo miglio e di come ridurre l'inquinamento nelle città limitando il traffico pesante». I furgoncini elettrici che fanno la spola tra i mercati generali locali e i negozi sono l'alternativa ai grossi camion dei supermercati. «I mercati generali - afferma Scalise - non devono però essere solo grossisti, intermediatori, devono evolversi, offrire servizi, trovare nuovi clienti come l'alta ristorazione, specializzarsi».

L'accordo di inizio settimana

Roma-Parigi va proprio in questa direzione, anche perché la Gdo non sta con le mani in mano e ora rafforza il proprio ruolo anche nel commercio on line e nelle vendite dei prodotti di maggiore qualità. «Non possiamo lasciare il mondo ad Amazon – afferma Pallottino – dobbiamo essere partner dei produttori e individuare buone pratiche». E proprio dalla neonata

alleanza con Parigi arriva il progetto del primo mercato italiano all'ingrosso dei prodotti biologici. «Ci stiamo lavorando, potrebbe essere il primo d'Europa e il più grande al mondo», si lascia sfuggire il direttore del Car.

Carlo Ottaviano

© RIPRODUZIONE RISERVATA

IL MERCATO DELLA CAPITALE OCCUPA IL GRADINO PIÙ ALTO IN ITALIA PER FATTURATO QUELLO FRANCESE È IL PRINCIPALE NEL MONDO

Fabio Massimo Pallottino
direttore generale Car

Mercato ortofrutticolo all'ingrosso

ALLO STUDIO LA NASCITA DEL PRIMO SPAZIO ITALIANO DI GROSSISTI PER LA VENDITA DI PRODOTTI BIOLOGICI

