

MERCATI ALL'INGROSSO

Centri agroalimentari, un piano per rilanciarli

Creata dalla Regione Emilia-Romagna un comitato per coordinare le strategie operative. Si punta su nuovi servizi, sull'ampliamento della gamma commerciale e sull'estensione degli orari.

ROBERTO FABEN

Ottimizzare la qualità dei servizi forniti ai clienti, estendere gli orari di apertura, allargare e differenziare la gamma di prodotti trattati, velocizzare i tempi di stoccaggio e movimentazione delle merci. Sono questi i principali punti del piano di rilancio dei centri agroalimentari dell'Emilia-Romagna, su cui sta lavorando l'assessorato regionale alle Attività produttive; un'operazione resa necessaria dalla progressiva diminuzione dei volumi delle merci movimentate che si è verificata negli ultimi anni, soprattutto a causa della tenden-

ziale defezione della Grande distribuzione organizzata, la quale si è progressivamente orientata verso canali alternativi per l'approvvigionamento di prodotti agricoli freschi.

La Regione Emilia-Romagna che, come previsto dalla legge regionale n. 40 del 10 dicembre 1987, partecipa al capitale delle società consortili che gestiscono le strutture e che ha stanziato finanziamenti per la realizzazione di opere infrastrutturali e logistiche al loro interno (legge regionale n. 47 del 24 aprile 1995), ha creato un Comitato di coordinamento per gestire questa fase di transizione, definendo anche indirizzi comuni. I tre centri agroalimentari operanti in Emilia-Romagna (Bologna, Parma e Rimini), a cui si aggiungono otto mercati ortofrutticoli all'ingrosso, sei mercati ittici, un mercato avicunicolo e uno del bestiame, sono stati inseriti, con delibera della Giunta regionale n. 2134 del 2005, all'interno di una rete, costituita dai direttori delle strutture e dal presidente di Infomercati, per lo studio di iniziative volte alla promozione dell'intero sistema regionale, attraverso l'individuazione di linee guida per lo sviluppo.

Nell'ambito di questa iniziativa è partita, in via sperimentale, l'attività di un Osservatorio regionale dei prezzi dei prodotti ortofrutticoli commercializzati nei principali mercati all'ingrosso dell'Emilia-Romagna. Come osserva l'assessorato regionale alle Attività produttive, «la formazione del prezzo, in condizioni di libera e trasparente contrattazione, è una delle funzioni fondamentali dei mercati. In questo senso, essi rappresentano un antidoto alle opacità e agli squilibri, e possono garantire agli operatori economici la giusta remunerazione, ed ai consumatori la doverosa trasparenza». La sperimentazione, che è stata inserita dal ministero dello Sviluppo economico in un progetto nazionale, è partita nei tre centri agroalimentari emiliano-romagnoli, ma anche in due fra i più importanti mercati ortofrutticoli, quelli di Pia-



cenza e Cesena, anche con la collaborazione di Infomercati, l'organismo che già effettua la rilevazione dei prezzi all'interno delle strutture mercantili a livello nazionale.

I centri agroalimentari, nati nella scia della legge finanziaria n. 41/1986, continuano a rappresentare un segmento importante del sistema economico regionale, con ingenti volumi di merci movimentate e decine di migliaia di addetti di varie categorie coinvolti (dettaglianti, ambulanti, grossisti esterni, operatori di *catering* e ristorazione, aziende della distribuzione organizzata, esportatori, aziende di confezionamento e lavorazione, intermediari, imprese di trasporti, servizi di supporto tecnico, logistico, immobiliare e commerciale). Tuttavia negli ultimi anni si sono manifestate trasformazioni nel sistema produttivo, commerciale e distributivo che impongono una ridefinizione del ruolo dei centri agroalimentari e dei mercati all'ingrosso, attraverso iniziative per aumentarne la competitività, fornendo servizi che siano in grado di rispondere alle nuove esigenze della domanda.

LE STRUTTURE IN EMILIA-ROMAGNA

Soffermandoci sui singoli centri agroalimentari dell'Emilia-Romagna, un'importante operazione di razionalizzazione e rilancio è quella attuata dal Caab,

Tab. 1 - La rete dei centri agroalimentari e dei mercati all'ingrosso in Emilia-Romagna.

STRUTTURE COMMERCIALI	COLLOCAZIONE
Centri Agroalimentari	Bologna, Parma, Rimini
Mercati ortofrutticoli	Cesena, Ferrara, Forlì, Imola, Modena, Piacenza, Reggio Emilia, Vignola
Mercati ittici alla produzione	Cattolica, Cesenatico, Goro, Ravenna, Porto Garibaldi, Rimini
Mercato avicunicolo	Forlì
Mercato del bestiame	Parma

il Centro agroalimentare di Bologna che, con 583.000 metri quadrati di superficie (di cui 140.000 coperti), oltre tre milioni di quintali di prodotti ortofrutticoli movimentati, un fatturato di 400 milioni di euro, 2.000 clienti (di cui 400 grossisti che acquistano l'80% dei prodotti e li distribuiscono in tutta Italia) e la presenza di ben quattro borse merci al suo interno (patate, cipolle, ortofrutta, prodotti biologici), rappresenta una realtà di importanza nazionale. Il 5 marzo scorso l'assemblea straordinaria di Caab Scpa ha approvato il progetto di fusione per incorporazione nella società "madre" di Caab mercati srl; un'azione che potrà determinare interessanti economie di scala, consentendo di realizzare un modello organizzativo



che coniuga, all'interno di uno stesso soggetto giuridico, la vocazione immobiliare con quella dei servizi agli utenti.

Il nuovo regolamento del Centro agroalimentare di Bologna prevede l'istituzione di una commissione di mercato, organo con funzioni consultive e propositive nei confronti della società di gestione del Centro agroalimentare, in cui saranno rappresentati i concessionari e i produttori. Questa commissione «è stata istituita - spiegano in Regione - per consentire, incentivare e promuovere la partecipazione degli operatori, dei produttori e degli acquirenti alle scelte gestionali relative al centro agroalimentare. Essa è destinata ad avere poteri consultivi, potendo esprimere proposte e pareri sull'organizzazione e sul funzionamento del mercato».

Come sottolinea **Paolo Tabanelli**, direttore di Caab Scpa, «il mercato di Bologna, come gli altri mercati regionali, sta registrando una progressiva contrazione della movimentazione delle merci. Per questo urge l'attivazione di una strategia di rilancio che, neces-

sariamente, passa attraverso l'ottimizzazione e il miglioramento della qualità dei servizi erogati dall'ente gestore (Caab), *in primis* il facchinaggio e i servizi doganali, poi lo sviluppo di attività di esportazione e l'attivazione di rapporti più stretti con la Gdo, che potrebbe basarsi su una modifica degli orari attualmente praticati. La commissione, insediata dall'8 marzo scorso, sarà uno strumento di analisi prioritario per l'individuazione di metodiche condivise per il rilancio del mercato agroalimentare».

Anche i numeri relativi agli operatori-acquirenti presso il Caar (Centro agroalimentare riminese) - il cui fiore all'occhiello è il mercato ortofrutticolo, che si svolge due volte al giorno (il mattino e il pomeriggio) - mostrano come il ruolo della Gdo sia ormai minimale. Il 55% dei clienti sono dettaglianti, il 35% grossisti, il 9% imprese dell'Horeca e soltanto l'1% Gdo. Nel 2006, il centro di Rimini ha movimentato circa un milione di quintali di ortofrutta, con un volume d'affari stimato di circa 80 milioni di euro. Come riferisce **Valter Vannucci**, direttore della struttura, «se è vero che, ogni anno, la Gdo erode qualche punto percentuale ai canali di vendita al dettaglio, è anche vero che esiste un'anomalia italiana: il nostro Paese, prima di tutto, è un territorio con rilevante presenza di aree montane, nelle quali la Gdo fa fatica a penetrare per difficoltà logistiche. In secondo luogo, il consumatore italiano mantiene un legame molto stretto con il prodotto agricolo e ha sempre un occhio di riguardo per i canali tradizionali di vendita».

Nuovi servizi sono partiti anche nel Centro Agroalimentare di Parma, che movimentava 480.000 quintali di merce all'anno, con un giro d'affari di circa 40 milioni di euro. «Fra il 2005 e il 2006 - riferisce il direttore, **Andrea Bianchi** - è partita un'attività di consegna a domicilio a clienti del canale Horeca, ossia la ristorazione, di prodotti ortofrutticoli. E nel 2007 prenderà avvio un servizio che prevede una piattaforma logistica anche per altri prodotti alimentari alternativi all'ortofrutta». ■

L'ASSESSORE CAMPAGNOLI: "UNA RETE AL SERVIZIO DI IMPRESE E CONSUMATORI"

Ridare dinamismo al *network* di Centri agroalimentari e mercati all'ingrosso attivi in Emilia-Romagna. È questo l'obiettivo della Regione, come spiega l'assessore alle Attività produttive, **Duccio Campagnoli**.

Assessore, come sono orientate le politiche regionali?

«Puntiamo ad aggiornare le funzioni dell'importante rete di centri agroalimentari, mercati ortofrutticoli ed ittici di cui è dotata l'Emilia-Romagna, anche per valorizzare maggiormente gli investimenti promossi negli anni passati. Con la nuova legge regionale queste strutture diventano centri di servizio per

operatori e consumatori e piattaforme logistiche, con importanti funzioni anche nel campo della certificazione di qualità e per la sicurezza alimentare».

Quale sarà, nel futuro, il ruolo dei centri agroalimentari?

«Per il futuro pensiamo a due nuove importanti funzioni, come quelle di promozione commerciale e di connessione interregionale con altre strutture similari. Inoltre essi potrebbero diventare elementi di una rete di piattaforme logistiche e *transit point* per il trasporto delle merci nei centri urbani, con mezzi di trasporto ecologici» (r. fab.) ■