

I MERCATI ORTOFRUTTICOLI ALL'INGROSSO SI PRESENTANO: IL CAAB DI BOLOGNA

Prodotti di alta qualità e logistica sostenibile sono i punti di forza

a cura di **Anna Parello***Agronoma esperta in marketing e comunicazione per l'ortofrutta*

Grazie all'attività di 14 ditte concessionarie e a 2 mila clienti medi giornalieri nel 2022 dal Centro Agroalimentare di Bologna sono transitate 150 mila tonnellate di ortofrutta per un controvalore di circa 300 milioni di euro di fatturato. Questi i numeri sviluppati dal Caab, che ha due anime, come spiega **Duccio Caccioni**, direttore di mercato, illustrando il trend registrato nell'ultimo ventennio (cioè da quando il vecchio mercato si è trasferito nell'attuale sede). «Nell'esaminare i numeri, occorre fare un distinguo: da una parte abbiamo il plesso Caab, ovvero l'hub logistico, i cui volumi sono stabili, se non addirittura in lieve aumento, dall'altra il mercato ortofrutticolo inteso in senso stretto come area dedicata alla vendita a vista, i cui numeri sono in diminuzione. Si tratta di una macro-tendenza in atto in tutti i mercati all'ingrosso, anche per via del contrarsi dei consumi di ortofrutta, mentre gli snodi logistici mostrano una buona tendenza e la possibilità di ulteriori sviluppi nel futuro. Qualche incertezza, invece, per il mercato, che come tutti soffre dello scarso ricambio generazionale, particolarmente evidente a Bologna, che è il mercato con l'orario più notturno d'Italia. Il ricambio, necessario per assicurare un futuro, manca a tutti i livelli, dal facchinaggio alle vendite alla direzione delle ditte grossiste. Attualmente due stand hanno chiuso e per il ricambio ci stiamo rivolgendo particolarmente alla produzione. Il progetto è di concedere uno stand a più realtà ortofrutticole, per esempio Op, che potranno vendere i loro prodotti senza intermediazioni, utilizzando i finanziamenti Pac per tale forma di commercializzazione».



Mercato favorito dalla posizione geografica e dall'essere in un'importante zona di produzione ortofrutticola, il Caab serve tutte le regioni d'Italia, escluse solo Val D'Aosta e Calabria. Caccioni spiega: «Il Caab è tra i mercati di redistribuzione quello con l'area di influenza più estesa, tra cui spiccano per numero di clienti, oltre all'Emilia-Romagna, Toscana, Puglia e Sardegna. Ovviamente è anche un mercato finale, distribuendo frutta e verdura nell'area metropolitana di Bologna, Modena, Ferrara e Reggio-Emilia, un bacino di 1,6 milioni di persone. La realtà bolognese, i cui clienti principali sono grossisti e dettaglianti, si distingue per essere aperto a piccoli produttori che fanno alta qualità e prodotti di nicchia, aziende che altrimenti non saprebbero dove vendere e valorizzare la propria merce. I nostri grossisti si sono specializzati nel selezionare i bravi produttori capaci di fare veramente qualità. È tramite questa offerta di fascia alta che il mercato riesce a soddisfare la richiesta per alberghi e ristoranti di



“A proposito di innovazione e di cambiamento nella domanda, cinque anni fa l'uva apirena rappresentava meno del 5% circa dell'offerta di uva da tavola, oggi è arrivata al 20%”

zone turistiche come la Versilia, il Salento e la Costa Smeralda». Società con due anime, costituita per quasi il 95% da Enti pubblici, Caccioni specifica «Il Caab non si identifica solo nei suoi grossisti, ma svolge anche un servizio pubblico, per questo da tempo ha differenziato le sue attività, integrando la tradizionale gestione del mercato all'ingrosso con attività sinergiche nel settore delle energie rinnovabili, nello sviluppo immobiliare e nel consulting internazionale in ambito agroalimentare e sostenibilità. È proprio in questa direzione che va anche il progetto di sviluppo finanziato al 100% con i fondi Pnrr, basato sulla radicale trasformazione del mercato in hub con logistica sostenibile. Saranno realizzati nuove tettoie attrezzate con prese elettriche per i mezzi leggeri, un impianto di produzione di biogas per ridurre l'impatto ambientale nella gestione dei rifiuti, la coibentazione della tettoia di carico/scarico che migliorerà notevolmente la catena del freddo». Dovendo esprimere in una frase l'anima del Caab, sintetizza il direttore: «È un mercato in evoluzione, che è sempre stato all'avanguardia, un precursore, il primo ad evidenziare problematiche e a cercare soluzioni».

UN CAMBIAMENTO NELLE MODALITÀ D'ACQUISTO

A proposito di evoluzione interviene **Valentino Di Pisa**, presidente nazionale Fedagromercati, nonché responsabile dell'associazione a Bologna, che specifica: «Negli ultimi venti anni è cambiato il modo di vendere, perché è cambiato il dettaglio tradizionale e sono cambiate le esigenze degli operatori e le abitudini dei consumatori, come anche lo scenario distributivo e socio-economico. Chi apriva un negozio di frutta e verdura o un'attività all'ingrosso venti anni fa guadagnava facilmente, ora c'è bisogno di notevoli competenze in svariati settori e specializzazioni, perché sono aumentate le difficoltà gestionali. Noi grossisti abbiamo assistito ad un cambiamento totale nella modalità di acquisto.

Una volta il rapporto produttore – compratore era molto semplice e potevi permetterti di fare piccoli aggiustamenti agli ordini in funzione delle esigenze di magazzino. Oggi se la richiesta è di una certa quantità e qualità non si può sbagliare neanche di un collo, altrimenti ti torna indietro la merce. Per vendere, inoltre, prima era necessaria solo la qualità del prodotto, mentre oggi è sempre più fondamentale anche la qualità del servizio, vedi la consegna a domicilio e l'integrazione con articoli mancanti sul proprio posteggio. I clienti per mancanza di tempo vogliono trovare tutti gli articoli richiesti in un unico magazzino.

Ciò ovviamente vale principalmente per dettaglianti e Horeca, perché i grossisti fuori mercato vengono ancora fisicamente al Caab a vedere, comprare e caricare la merce».

UN MARCHIO CERTIFICA LA QUALITÀ

A fronte di tale mutato contesto resta comunque l'importanza strategica dei mercati all'ingrosso, che si caratterizzano per varietà e qualità dell'offerta. In particolare, prosegue Di Pisa, «fiore all'occhiello del Caab sono l'organizzazione, l'ordine e la sicurezza alimentare, garantita attraverso oltre 60 mila analisi chimiche all'anno (in aggiunta a quelle effettuate dal laboratorio dell'azienda sanitaria locale) e un marchio di qualità specifico costituito insieme al Caab. Tale marchio viene rilasciato

RILEVAZIONE PREZZI E ANDAMENTO MERCATO

Caab aderisce al Sistema di rilevamento prezzi nazionale di Infomercati, gestito da Borsa Merci Telematica Italiana (Bmti), e offre il servizio in abbonamento dietro pagamento a listino.

Valentino di Pisa, in qualità di rappresentante dei grossisti Caab, illustra l'andamento di mercato della frutta di stagione alla 4ª settimana di agosto: «Dal punto di vista dei prezzi la campagna della **frutta estiva** in generale sta facendo registrare un andamento positivo, controbilanciato però dai volumi, che sono in contrazione, anche forte, per quasi tutte le specie per i noti eventi climatici.

Solo due frutti si distaccano: le **albicocche**, per cui i volumi disponibili non sono stati così modesti come annunciato a inizio campagna, e le **susine** che non stanno spuntando quotazioni molto buone, forse per via di una scarsa innovazione varietale e di un disaffezionamento da parte del consumatore.

A proposito di innovazione e di cambiamento nella domanda, al Caab cinque anni fa l'**uva** apirena rappresentava meno del 5% circa dell'offerta di uva da tavola, oggi è arrivata al 20%. Si registrano prezzi molto buoni ancora per le **fragole**, anche se non ai livelli di quelli spuntati dalla merce con origine Basilicata.

Da una decina di giorni è partita la campagna **pere** con Carmen e Coscia e si preannuncia una campagna tutt'altro che facile, prevalentemente di importazione, con un vuoto lasciato dalla locale Abate, che sarà in parte compensato da merce con origine Spagna, paese con azione calmieratrice sui prezzi di quasi tutti i prodotti trattati post alluvione Emilia-Romagna.

Molto bene la **frutta esotica**, e in particolare mango e avocado, la cui domanda si mantiene vivace anche in un periodo caratterizzato da offerta particolarmente ampia, probabilmente aiutata da prezzi quasi allineati alla frutta nostrana».



“Campagna complessa per le pere che saranno prevalentemente importate dalla Spagna, Paese con azione calmieratrice sui prezzi di quasi tutti i prodotti trattati post alluvione Emilia-Romagna”

a concessionari grossisti e dettaglianti, ma sicuramente deve essere comunicato meglio per far conoscere maggiormente all'esterno gli sforzi fatti per la soddisfazione del cliente».