



FRUTTA DI CASA MIA

Dal Centro agroalimentare di Roma al mercato Rungis di Parigi, il più grande di Europa. Dal London food al Berliner Grossmarkt. Dal "km zero" alla logistica sostenibile. Ricette a confronto per la distribuzione agroalimentare nelle grandi metropoli europee. E la Capitale quest'anno potrebbe puntare alla medaglia d'oro per la qualità assegnata dalla World union of wholesale markets

Testi e foto di Lorenzo D'Albergo

L'uscita dall'anello del Grande raccordo anulare è quella della Tiburtina, direzione Tivoli. Qualche minuto al volante lungo la consolare e un cartello annuncia l'arrivo al Car, il Centro agroalimentare della Capitale. Dal novembre del 2002, quando prese il posto dei mercati generali di via Ostiense, nella struttura si danno appuntamento ogni mattina 113 grossisti e 306 coltivatori, che smerciano 350mila tonnellate di frutta e verdura all'anno. Ma nel maxi-mercato, una distesa sterminata di magazzini, non si dorme mai: di notte si compra e si vende il pescato di giornata, in un continuo via vai di camion e mezzi-frigo. La merce, poi, raggiunge depositi intermedi. Infine, arriva sui banchi dei mercati rionali.

«A chilometri zero? Forse sarebbe meglio dire 'a giorni zero'». Massimo Pallottini, direttore generale del Centro (compartecipato da Regione Lazio, Provincia e Comune

di Roma) e amministratore delegato della Cargest, la società che si occupa della gestione dell'enorme polo ortofrutticolo e ittico alle porte di Roma, non si lascia attrarre dalle mode e dalle frasi fatte. Dirigere il centro agroalimentare significa mettere d'accordo le esigenze di una lunga lista di soggetti. Produttori diretti, grossisti, distributori, clienti e consumatori. Con un solo obiettivo: garantire la qualità dei prodotti che ogni giorno transitano per i 140 ettari del centro. «La sfida - spiega Pallottini - è una: creare una filiera che assicuri ai clienti che la frutta e la verdura in vendita siano stati raccolti al massimo 12 ore prima e controllati con cura professionale».

Il primo certificato di freschezza e genuinità arriva dalla prossimità dei coltivatori. «Quello che ai romani non sembra essere chiaro - a parlare è ancora Pallottini - è il ruolo di promotore della produzione locale e delle vocazioni territoriali che negli anni ha assunto il Car». Un quarto

della produzione venduta nel centro proviene dalle campagne laziali. E nei magazzini dell'impianto quella di Roma è la provincia agricola più rappresentata. L'attenzione per la filiera corta, se non cortissima, è alta. Basta spostarsi di qualche chilometro dal mercato all'ingrosso, in direzione di Tivoli, per toccare con mano la produzione locale di uva. Da Anguillara arrivano i broccoletti, mentre le zone intorno a Cerveteri e Ladispoli sono note per la produzione di carciofi. Le pesche e le ciliegie sono il fiore all'occhiello di Palombara. Nella coltivazione di fragole e fragoline, invece, trionfano Terracina e Nemi. Ancora: cicoria, zucchine, carote, finocchi e i meloni dell'alto Lazio. Poi, c'è il basilico di Orlando Renzetti «Questo - racconta il produttore, scoprendo una cassetta piena di ciuffetti dall'aroma inconfondibile - lo coltiviamo nelle nostre serre ad Anzio, insieme all'insalata, ai carciofini e ai cetrioli». L'agricoltore ha il suo spazio nel Car sin dall'apertura del

centro. «In dieci anni è cambiato molto. La crisi è tangibile: ormai c'è una sovrapproduzione. C'è meno smercio, soprattutto per prodotti di qualità». Eppure, per entrare al Car la fila è lunghissima. Ai passaggi a livello che dividono la Tiburtina dall'accesso ai magazzini si creano lunghe code di automezzi. File di tir, ma anche piccoli furgoni, in attesa di fare rifornimento di generi alimentari: ogni giorno dalla struttura entrano ed escono circa quattromila automezzi. Gli stessi che, fatto il pieno di verdure e pesce, si riversano nel Centro storico. Secondo un'indagine effettuata nel 2010 da Federlazio e dalla Camera di commercio di Roma, nella sola filiera alimentare lavorano 5.509 imprese di trasporto per un totale di 5.906 mezzi in circolazione per le vie della città. Ogni giorno sono oltre diecimila le operazioni di scarico. Numeri che, come si legge nel rapporto, evidenziano «un'elevata frammentazione della logistica di filiera». Secondo Pallottini, «serve una razionalizzazione della distribuzione, perché negli ultimi anni il sistema di consegne nella capitale ha vissuto una rivoluzione. Bar, mense, trattorie, alberghi: non solo i turisti, anche i romani mangiano sempre più fuori casa». E i ristoratori devono ricevere merce fresca ogni giorno. «Una soluzione? Si potrebbero concentrare le consegne con mezzi elettrici almeno nel centro storico. È un progetto a cui stiamo lavorando». A Parigi una distribuzione alternativa è già stata messa a punto dai supermercati *Monoprix*. I suoi 94 punti vendita si riforniscono, come tutti gli altri mini, super e iper mercati della capitale francese, al mercato di Rungis, il più grande d'Europa. Ma, a partire dal 2007, la catena non usa più il trasporto su gomma. Più di 200mila tonnellate di merce all'anno arrivano nel cuore della città, su una piattaforma nella zona di Bercy, in treno. Poi, l'ultimo chilometro, quello che divide il carico dal punto vendita, avviene a bordo di camion alimentati a metano. Così si inquina meno - le emissioni nocive sono state ridotte del 50 per cento - e il gruppo risparmia su benzina e gasolio. Una scelta in linea con l'identità del marchio, da sempre

sostenitore dello sviluppo sostenibile. La stessa filosofia che ha spinto i 33 municipi di Londra a unirsi sotto la sigla *London food*. I rappresentanti dei boroughs si riuniscono ogni tre mesi per discutere e mettere a confronto le diverse esperienze in tema di valorizzazione e distribuzione dei prodotti ortofrutticoli locali. La mappa londinese è più complessa di quella romana: non c'è solo il *Western international market* vicino all'aeroporto di Heathrow. I poli agroalimentari sono dislocati anche all'interno della capitale britannica. Depositi piazzati a ridosso del centro, facilmente raggiungibili dai clienti che lavorano in città: lo *Smithfield*, storico mercato della carne aperto anche alle visite dei curiosi, il *New Spitalfields* e il *New Covent Garden*, specializzati in frutta, verdura e fiori. È con i loro gestori che contrattano i Municipi, invitandoli, in un'ottica di filiera corta, a tenere in massima considerazione le offerte che arrivano dalle aziende agricole della regione. Come nel caso della *Mannings*, produttrice di mele e succhi di frutta dell'Hereford. I manager di *London food* hanno aiutato il suo proprietario a stringere un accordo con il *New Spitalfields*. Una stretta di mano che ha dato lavoro a sei nuovi imbottigliatori e favorito indirettamente gli altri coltivatori di mele della stessa zona. Il progetto ha portato i suoi frutti: se nel 2007 il 30 per cento dei grossisti del mercato non vendeva prodotti locali, oggi la percentuale si è ridotta al 6. Modello "mercati generali", invece, in

«La sfida - spiega il direttore del Centro, Massimo Pallottini - è creare una filiera per assicurare ai clienti che la frutta e la verdura in vendita siano state raccolte al massimo 12 ore prima e controllate con cura professionale». Un quarto della produzione venduta proviene dalle campagne laziali

Germania. Il *Berliner Grossmarkt* è nel ventre della capitale tedesca, all'interno dell'anello ferroviario. Con oltre 300 grossisti, rifornisce di frutta, verdura, carne, pesce, piante e fiori l'intera Sassonia e la regione del Brandeburgo. Sarà la prossima struttura a ospitare l'annuale galà organizzato dalla *World union of wholesale markets*. E quest'anno per la medaglia d'oro della qualità, assegnata nel 2011 al *Marché de Lille*, i giudici dovranno tenere in considerazione anche il Centro agroalimentare di Roma. ◀

