



Dopo l'allarme

# Frutta e verdura "stabili" Nessun aumento a Roma

*Il caldo ha garantito coltivazioni migliori e con meno pesticidi*

■ ■ ■ **ESTER MIELI**

Acquistare frutta e verdura nella Capitale costa uguale allo scorso anno. Sia al dettaglio sia all'ingrosso. Sui banchi dei mercati rionali c'è ancora qualche melone, pesche e susine a prezzi vantaggiosi. Si va da un euro al chilo ad un massimo di due euro (mercato di San Giovanni di Dio, Piazza San Costantino o Testaccio).

Le alte temperature della stagione rasserenano gli animi dei consumatori più salutisti (fonte Car), che hanno garantito coltivazioni di maggior pregio e un minor uso pesticidi. A pesare nel carrello della spesa dei romani non sono, quindi gli acquisti di frutta e verdura. Resta qualche caso sporadico, come quello estivo delle ciliegie e delle albicocche che hanno registrato aumenti tra il 20 e il 30 per cento, mentre per le pesche i prezzi sono rimasti invariati. Uguali allo scorso anno i prezzi degli ortaggi, con qualche oscillazione al ribasso per i pomodori da sugo (dal 1.54 nel 2006 a 1.27 a settembre 2007) e per i pomodori ciliegino (da 3.39 nel 2006 a 2.20 a settembre 2007). Scendono anche i prezzi della lattuga e delle melanzane che registrano un abbassamento che tocca il 30 per cento. Buone le previsioni, sempre del Car,

anche per i prossimi tre mesi. Non dovrebbero, infatti, subire rincari i prezzi delle mele autunnali, così come delle pere. Resta un'incognita il futuro della verdura legato molto al clima. «Non esistono allo stato attuale né situazioni economiche, né fenomeni climatici tantomeno commerciali tali da giustificare allarmismi sui prezzi sia al dettaglio, sia all'ingrosso dei generi alimentari», afferma l'amministratore delegato del Cargest, la società che gestisce il Car, Massimo Pallottini, «Se sono affiorati qua e là e la dei rincari non c'è nulla di strutturale, semmai si deve parlare di stagionalità. Infatti, c'è una sostanziale stabilità. Il mercato dell'ortofrutta addirittura ha prezzi allineati con quelli del 2006, solo con qualche piccolo rincaro di tre o quattro centesimi il chilo come per le verdure a foglia larga».

Nei mercati rionali l'ultima tendenza e quella al mono-prezzo sia per frutta sia per verdura, che facilita la vendita, velocizzandone i tempi e richiama il consumatore con l'escamotage dei cartellini a un euro e a due euro, mentre entrano nel commercio ortofruttilicolo anche molti extracomunitari, che puntano sui prezzi stracciati e poco sulla qualità per "conquistare" qualche cliente

in più.

Più cari restano come sempre i prezzi nei piccoli negozi al dettaglio, che offrono però alla clientela anche frutta esotica e piatti pronti tutti vegetariani. Novità nei banchi frigo dei supermercati che offrono, invece, in vaschette monodose, frutta di stagione già pulita e pronta al consumo (in questo caso quello che si paga e la manodopera e il confezionato). I mercati rionali restano comunque la meta preferita delle casalinghe, anche se s'intravedono, dei "nuovi consumatori" gli di uomini, single dell'ultimo momento, che amano una volta la settimana dedicarsi alla spesa.

«Siamo sempre attenti a sod-

**CAMPO DE' FIORI**

Sono sempre di più gli uomini che vanno a fare la spesa al mercato. «Si tratta dei single di ultima generazione», spiega Pallottini Agf

disfare le esigenze della clientela dei mercati rionali», assicura Pallottini. I consumatori più attenti hanno comunque un'arma in più contro il caro prezzi, il sito [www.agroalimroma.it](http://www.agroalimroma.it), dove si trovano tante indicazioni sui cartellini aggiornati giorno per giorno, con tre fasce di prezzo: minima, massima e prevalente. E consigli utili sulla conservazione dei prodotti o la qualità dei prodotti.



**CENTRO AGROALIMENTARE**

## Antitrust: «Il Car è l'arma vincente per abbattere costi e rincari»

Centro Agroalimentare di Roma, trincea contro i rincari dell'ortofrutta. L'Antitrust, a seguito di un'inchiesta durata due anni e pubblicata recentemente, indica il Car come l'arma vincente per abbattere i costi e i ricarichi sproporzionati della filiera. E suggerisce ai centri attrezzati, e professionalmente in grado di farlo, di intensificare le loro attività di informazione ed orientamento agli operatori economici e agli stessi consumatori.

L'amministratore delegato Massimo Pallottini del Cargest, la società che gestisce il Car, come slogan ha adottato: «La filiera corta siamo noi». Nulla di più vero. Già, perché il Centro agroalimentare capitolino si afferma come fiore all'occhiello del mercato ortofruttilicolo, dove a acquistare ci sono anche molte famiglie.

Nel futuro del centro c'è poi la consegna gratuita ai punti vendita coinvolti. Si chiama, infatti, CAR-relo della spesa il

progetto che prevede l'ordine dei prodotti attraverso il sito internet e al successiva consegna ai punti vendita, evitando così l'affollamento a Guidonia. Al riguardo in dieci mercati rionali capitolini, come quello di S. Giovanni di Dio, del Laurentino e il Calisse a Don Bosco, sono già stati consegnati i computer. Con l'obiettivo di far avere ai commercianti prodotti di qualità a prezzi competitivi, risparmiando tempo e denaro.

ES.MI.