



Sui banchi fave, asparagi, piselli e carciofi cimaroli: è già arrivata la stagione verde

La primavera in anticipo di un mese

IN ANTICIPO di un mese sul calendario, al Car è primavera: dalle fave agli asparagi, dai piselli ai carciofi cimaroli è già arrivata la stagione verde.

Le campagne romane non hanno aspettato le tradizionali scadenze stagionali previste dal calendario per riversare nei 120 box commerciali dei padiglioni ortofrutticoli del Centro Agroalimentare Roma le più prelibate specialità agricole della regione Lazio. La non episodica presenza di fave, di piselli freschi (tanto quelli di varietà "verdone" tanto quelli "cornetto"), di asparagi e di carciofi (anche quelli

romaneschi cosiddetti "cimaroli") negli stand dei grossisti e dei produttori agricoli attivi presso la Città dei commerci segnala anche e persino ai non addetti ai lavori che la "stagione verde" si è già affermata nei campi coltivati laziali. Ma se nel caso di alcuni prodotti si tratta, ancora, di vere e proprie "primizie" e di presenze stagionalmente precoci rispetto ai più consueti periodi produttivi, con la maggior parte di essi invece gli operatori del Car hanno già a che fare con produzioni quantitativamente e qualitativamente già stabilizzate, quindi con disponibilità

ampie o addirittura ampissime e senza tema al momento di improvvisi rialzi di prezzo. «Giorno più o giorno meno - sottolinea in merito il presidente della Fedagro-Confcommercio Roma Enzo Desiderio - si può parlare di un anticipo della stagione primaverile nei campi di circa 20 o addirittura 25 giorni rispetto alle date previste dai calendari». Il consumatore è avvisato che la primavera è arrivata e che nella stragrande maggioranza dei casi i prodotti di questa stagione attualmente in commercio sono proprio di pregiate origini romanolaziali.

Dal presidente di Fedagro la replica alla Coldiretti

«Ortofrutta senza origine? Al Car rintracciabile al 100%» Desiderio rassicura i consumatori

COLDIRETTI lancia l'allarme sull'ortofrutta di origini 'incontrollabili'. Da Enzo Desiderio, leader dei grossisti Fedagro arrivano

Enzo Desiderio, neopresidente dei grossisti ortofrutticoli della Fedagro-Confcommercio, rassicura i consumatori sui 'documenti' dell'ortofrutta

rassicurazioni: al Car prodotti rintracciabili al 100 per 100».

Anche a nome dei 113 colleghi, Enzo Desiderio rassicura i consumatori: «Attenzione a non esagerare con l'allarmismo delle percentuali eccessive, dei giudizi apocalittici, delle indebite generalizzazioni, delle accuse disinformate e dei polveroni sensazionalistici finì a se stessi o a interessi di parte».

Enzo Desiderio, neopresidente dei grossisti ortofrutticoli della

Fedagro-Confcommercio attivi nei due padiglioni con i box di frutta e verdura del Centro Agroalimentare di Roma, non scende in polemica con Coldiretti che, di recente, ha rinnovato i suoi attacchi al sistema nazionale dei commerci agroalimentari e soprattutto a quelle che definisce "carenze nei controlli delle origini di provenienza". Ma, da addetto ai lavori, Enzo ha sentito il dovere di far chiarezza nell'interesse dei consumatori. Qualche settimana fa gli esperti - quasi tutti della Coldiretti - intervistati, hanno motivato così, con dati e giudizi allarmanti la sintesi della situazione italiana: «Frodi commerciali e irregolarità sulle etichette, traffici di prodotti avariati, spacciati come italiani ed invece coltivati all'estero senza controlli su pesticidi e additivi: così, la pirateria alimentare arriva sulle nostre tavole».

Dopo tanti precedenti dello stesso tenore - l'allarme sull'uso dei pesticidi, quello sui ricarichi eccessivi dei prezzi al dettaglio, quello sulla presunta inva-



sione dei prodotti ortofrutticoli cinesi - ora Coldiretti lamenta l'indefinita provenienza geografica di tanti e troppi prodotti ortofrutticoli commercializzati in Italia come fossero nostrani.

Presidente Desiderio, dal

La Coldiretti aveva recentemente lanciato l'allarme sulla carenza di controlli delle origini di provenienza di frutta e verdura

suo punto di osservazione del Car, qual è il margine di sicurezza riguardo l'origine e la salubrità dell'ortofrutta in commercio a Roma? «I controlli sono efficaci e frequenti sia da parte della Asl (con prelievi a campione, con controlli dell'igiene degli ambienti di stoccaggio, con verifiche dei sistemi di refrigerazio-

ne), che da parte di Agecontrol sulla correttezza delle etichette e dei dati della tracciabilità. Nel Car tutto ciò funziona».

Ma di solito quello che arriva dall'estero è meno "sicuro" dei prodotti italiani? «No, perché è sbagliata ed infondata l'equazione "estero-poca sicurezza". Qualche raro episodio di non conformità è avvenuto anche con merci di provenienza italiana ampiamente verificata. Rimane forte tuttavia la necessità di implementare la competenza e la consapevolezza di chi produce perché segua severe discipline di produzione rispettando i criteri d'impiego dei prodotti fitosanitari dettati dal Ministero ed i tempi di carenza post-trattamento».

Lei condivide l'allarme di Coldiretti sull'ortofrutta "taroccata" (sarebbe il 10% dei prodotti in vendita in Italia) e cioè di origini diverse da quella dichiarata?

«Francamente no. Da "addetto ai lavori" mi sembra che la percentuale sia un po' eccessiva».

In che cosa consiste l'impegno dei grossisti del Car per la sicurezza alimentare? «Premettendo che la sicurezza alimentare e

il massimo della trasparenza rispetto alle norme di etichettatura e l'assunzione delle procedure più efficaci per assicurare la tracciabilità dei prodotti a posteriori».

Al Car qual è la percentuale dei prodotti con origini di provenienza tracciabili? «Posso garantirle che è vicinissima al 100% dei quantitativi commercializzati». In termini di "tracciabilità", i prodotti dei coltivatori laziali sono più sicuri cioè più conformi alle norme, o meno sicuri, di quelli importati dall'estero? «Non farei questi paragoni, anche se mi sentirei più garantito da prodotti locali sia per il sistema di controlli in produzione, sia nella fase della commercializzazione all'ingrosso innanzitutto nel Car».

Parliamoci chiaro: il "prodotto ortofrutticolo taroccato" cioè di origine diversa da quella dichiarata è un'insidia così diffusa e così feroce con la salute umana? «Da un lato noto un certo "sensazionalismo giornalistico" in certi articoli e in alcune dichiarazioni dalle quali gli articoli prendono spunto. Personalmente credo che il fenomeno esista, ma che sia di proporzioni meno allarmanti. Dall'altro lato, non si può dire che il prodotto "taroccato" sia sempre dannoso alla salute. Ma di certo, e voglio ribadirlo, è di una pratica commerciale da condannare».

Avverte un certo protezionismo corporativo in alcune posizioni di Coldiretti? «Guardi che ognuno difende i propri interessi economici. E in una annata così poco remunerativa a causa della superproduzione agricola e di forte contrazione di consumi è legittimo sospettare un certo quale istinto protezionistico. Però, nel Car sono numerosi i produttori agricoli di Coldiretti e anche loro, come noi, temono che l'allarmismo eccessivo sulla salubrità dell'ortofrutta in vendita in Italia possa avere come paradossale "rovescio della medaglia" un calo dei consumi».



NOTIZIARIO

Entro marzo nel Centro una stazione di servizio Total

ENTRO MARZO Total inaugurerà al Car una stazione di servizio.

Sette distributori, tre carburanti, tanti servizi, niente file nell'impianto della Girma Srl. Tra i molteplici servizi che il Centro Agroalimentare Roma offre ai clienti e non solo c'è un nuovo, grande e moderno impianto di distribuzione automatizzato della Total, gestito dalla Girma srl (Gruppo Maxcom). Operativa da novembre scorso, la stazione di servizio - come spiega l'amministratore Armando Calabrese - intende praticare i prezzi più bassi del mercato. Chi fa benzina nell'impianto antistante al Car, noterà un prezzo medio inferiore di 3,5 centesimi di euro a quelli di mercato, reso possibile dai bassi costi di gestione. Un solo addetto infatti controlla al computer 7 distributori con 3 diverse tipologie di carburante (benzina verde, gasolio, gasolio speciale) e fino a 14 utenti contemporaneamente. Di fare la fila non se ne parla. La superficie sulla quale è stato costruito l'impianto è molto vasta (c'è anche uno shop con prodotti per le auto, i camion e gli autotrasportatori) e questo ha permesso di montare serbatoi capienti con enormi capacità di riserva. Nei servizi si punta molto alle esigenze professionali degli autotrasportatori (specie a quelli attivi di notte ad esempio per frequentare il mercato ittico del Car) una card particolare chiamata "Eurotraffic".

E pubblicità e informazioni arriveranno... telematicamente

PRESTO dal Car pubblicità e informazioni di prossimità: nell'area di azione considerata di interesse messaggi infopromozionali sui telefonini.

La società di gestione del Centro Agroalimentare di Roma ha innestato le marce alte per accelerare il suo ingresso nel mondo dei nuovi servizi alle imprese consentiti dai più moderni dispositivi telematici messi a disposizione dall'innovazione tecnologica. Uno dei progetti più interessanti tra quelli già in agenda per una sperimentazione nei tempi medio brevi riguarda un sistema di messaggistica informativa e pubblicitaria - con tecnologia Bluetooth - cosiddetto "di vicinanza". In estrema sintesi, il sistema si baserà su una piattaforma di programmi internet in grado di comunicare, attraverso i trasmettitori della sua infrastruttura di rete, "messaggi" di diversi generi e contenuti, i quali verranno ricevuti dai telefonini cellulari e dalle agende palmari, dai personal computer e dagli smartphones, che entreranno nell'area presidiata dai trasmettitori. Sono pressoché illimitate, evidentemente, le risorse info-pubblicitarie di un sistema siffatto, soprattutto per una struttura commerciale come il Centro Agroalimentare di Roma. Così le aziende attive nella Città dei commerci potranno infatti informare più facilmente la loro clientela relativamente ad offerte speciali, a programmi di sconti e a servizi mirati.