



ORIENTA

Osservatorio sulla spesa di Roma

Il progetto Orienta nasce dalla necessità di rispondere in maniera organica e strutturata alle numerose esigenze di comprensione e di conoscenza del mondo della spesa agroalimentare sul mercato romano. Le esigenze di comprensione nascono dalla gran mole di informazioni con la quale viene quotidianamente bersagliato il consumatore e che, di conseguenza, determinano bisogni di tipo conoscitivo ed esemplificativo per quanto concerne qualità e genuinità dei prodotti, prezzi, correttezza nell'alimentazione, tecniche di produzione adottate, origine dei prodotti, etichettatura, luoghi, modalità e tempi di acquisto, ecc. L'obiettivo di questa iniziativa consiste, da un lato, nel rilanciare i servizi e la multifunzionalità del sistema agricolo del territorio romano e laziale promuovendone la produzione locale e, dall'altro, nel favorire, mediante un'informazione attenta e puntuale, il miglioramento della qualità della vita del consumatore evidenziando i vantaggi derivanti dalla filiera corta e l'importanza della tracciabilità dei prodotti in termini di sicurezza e genuinità. Di qui l'idea di realizzare dei **quaderni tecnici**: uno strumento immediatamente fruibile e di facile lettura per i consumatori, dei piccoli e maneggevoli quaderni volti a supplire alle carenti informazioni relativamente ad alcune tra le più significative produzioni locali, corredati di informazioni storiche, colturali, varietali, nutrizionali, economiche e di consigli utili su usi, consumi, quando e dove acquistare. La finalità ultima di questi quaderni tecnici è racchiusa nel fornire consigli pratici per gli acquisti in rapporto a freschezza e stagionalità dei prodotti, tipicità e genuinità. È stato altresì realizzato un sito internet (www.romaorienta.it), sul quale è possibile trovare, oltre ai summenzionati quaderni tecnici in formato elettronico, anche tutte le informazioni utili per una spesa consapevole e responsabile da parte dei consumatori.



INTRODUZIONE

L'Italia si caratterizza rispetto ad altri Paesi per numero e qualità di mercati diffusi su tutto il territorio nazionale. I mercati rappresentano il luogo ideale dove il venditore educa il cliente all'acquisto e, nel contempo, il consumatore può confrontare e discutere il prezzo della merce in vendita. I dettaglianti dei mercati svolgono, inoltre, un ruolo di rilievo, calmieratore sull'intero sistema distributivo contribuendo a contenere l'indice generale dei prezzi al consumo e tutelando, conseguentemente, i consumatori, soprattutto quelli appartenenti alle fasce sociali ed economiche più deboli. Secondo stime relative agli inizi del 2000, in Italia vi sono circa 500.000 addetti al settore per un volume complessivo pari al 14% delle vendite al dettaglio totali e vi si tengono circa 1.500 mercati al giorno a costituire una rete di vendita estremamente capillare su tutto il territorio nazionale.

I MERCATI RIONALI DI ROMA

Roma non fa eccezione a questa tradizione: nella capitale vi sono oltre 130 mercati rionali giornalieri presso i quali si rileva una preponderante incidenza degli operatori di cui alla ex Tabella VI¹, vale a dire i rivenditori di prodotti ortofrutticoli freschi, per un valore compreso tra il 20% ed il 50% circa, a seconda del mercato e della circoscrizione di riferimento, rispetto al numero totale degli operatori.

Da una rilevazione condotta agli inizi del 2004, il numero degli ambulanti ex Tabella VI operanti presso tali mercati era di 1885 unità, ai quali bisognava aggiungere il numero di produttori, che svolgono funzioni di vendita dei propri prodotti negli stessi mercati rionali e

¹ *Tabelle Merceologiche D.M. 04.08.1988, n. 375. L'allegato 5 al presente decreto elenca il numero di tabelle merceologiche e definisce puntualmente il comparto di attività di riferimento. La Tabella VI, nello specifica, riguarda: "Prodotti ortofrutticoli: freschi, conservati e comunque preparati e confezionati - altri prodotti alimentari comunque conservati, preconfezionati - oli e grassi alimentari di origine vegetale - uova - bevande, anche alcoliche".*



che ammontavano complessivamente a 613 unità, per un totale di attività in esercizio per il settore ortofrutticolo pari a 2498.

I mercati rionali si distinguono in mercati all'aperto e mercati coperti, in sede impropria, plateatici attrezzati. I mercati possono svolgersi, dunque, all'aperto su sede impropria, intendendosi con ciò lo svolgimento del mercato su una superficie non dedicata esclusivamente ad esso: ad esempio, una strada che viene chiusa al traffico nelle ore di mercato; possono essere coperti, nel qual caso essi vengono ospitati da strutture ad hoc con tetto di copertura; possono essere plateatici attrezzati, dove il termine plateatico indica un piazzale pavimentato, idoneo all'allestimento di banchi e bancarelle, ed attrezzato indica la presenza di servizi accessori quali acqua, luce e telefono.

I MERCATI RIONALI NEI MUNICIPI DI ROMA

1° MUNICIPIO

Mercato	Tipologia
Bocca di Leone - Via Bocca di Leone	Sede impropria
Campo Marzio - P.zza Monte D'oro	Coperto
Campo Marzio I - P.zza delle Coppelle	Sede impropria
Castro Pretorio - Via Milazzo	Sede impropria
Celio - Via SS. Quattro	Sede impropria
Nuovo Esquilino - Via Turati	Coperto
Macao - Via Montebello	Sede impropria
Monti - Via Baccina	Coperto
Regola I - P.zza Campo dè Fiori	Sede impropria
Regola II - Via della Pace	Sede impropria
San Saba - P.zza G. L. Bernini	Sede impropria
Santa Lucia - Vicolo della Moretta	Sede impropria
Sommeiller - Via G. Sommeiller	Sede impropria
Testaccio - P.zza Testaccio	Semicoperto



Trastevere/S. Cosimato - P.zza S. Cosimato Sede impropria

Trevi - Via del Lavatore Sede impropria

Viminale - Via Cesare Balbo Sede impropria

2° MUNICIPIO

Crati - P.zza Crati Sede impropria

Flaminio I - Via Flaminia Coperto

Flaminio II - Via Guido Reni Coperto

Nomentano - P.zza Alessandria Coperto

Parioli - Via Locchi Sede impropria

Pinciano - Via Antonelli Coperto

Salario - Via Metauro Sede impropria

Savoia - P.zza Gimma Coperto

Trieste - Via Chiana Coperto

Vescovio - Via Fara Sabina Sede impropria

Viale della Moschea (solo il venerdì) Plateatico

Via della XVII Olimpiade (solo il venerdì) Sede impropria

3° MUNICIPIO

Italia - Via Catania Coperto

Portonaccio I - Via Vespri Siciliani Sede impropria

Stevenson - Via V. E. Stevenson Sede impropria

Tiburtino I - Largo degli Osci Plateatico attrezzato

4° MUNICIPIO

Fidene - Largo S. Felicità Sede impropria

Talenti - Via Grazia Deledda/Via V. Gambarà Sede impropria

Monte Sacro - Piazzale Adriatico Coperto

Monte Sacro II - P.zza Menenio Agrippa Sede impropria

Sacchetti - Via F. Sacchetti Plateatico attrezzato

Serpentara - Via V. Talli Plateatico attrezzato

Tufello - P.zza degli Euganei Coperto

Val Melaina - Via G. Conti Plateatico attrezzato

Valdinievole/Val d'Ossola - Via Val d'Ossola Sede impropria



5° MUNICIPIO

Casal dé Pazzi - Via Kant/Via Locke	Plateatico attrezzato
Casal Bertone - Via C. Ricotti	Sede impropria
Ina Casa - Via dei Crispolti	Sede impropria
Meda - Via F. Meda	Sede impropria
Ponte Mammolo - Via Rivisondoli	Coperto
Portonaccio II - Via San Romano	Coperto
Rebibbia - Via G. B. Scanaroli	Sede impropria
San Basilio - Via Recanati	Coperto
Tiburtino II - Viale G. Stefanini	Sede impropria
Tiburtino Sud - Via Sacco e Vanzetti/Grotta di Gregna	Plateatico attrezzato
Artigianmercato - Via Mozart	Coperto

6° MUNICIPIO

Casilino - Via del Pigneto	Sede impropria
Casilino 23 - Via Ferraironi	Plateatico attrezzato
Condottieri/Labicano - Via Alberto da Giussano	Plateatico attrezzato
Gordiani - Viale Ronchi	Sede impropria
Olevano Romano - Via Olevano Romano	Sede impropria
Perestrello - Largo Perestrello	Sede impropria
Tor Pignattara - Via Ciro d'Urbino	Coperto
Villa Gordiani - Via Rovigno d'Istria	Plateatico attrezzato

7° MUNICIPIO

Centocelle - Via degli Olivi	Coperto
Grano - Via del Grano	Sede impropria
Meli - Via dei Meli	Sede impropria
Platani - Via dei Platani	Plateatico attrezzato
Quarticciole - Via Ostuni	Coperto
Tor Sapienza - Via De Pisis	Plateatico attrezzato
La Rustica - Via Dameta	Plateatico attrezzato

8° MUNICIPIO

Tor Bella Monaca - Via dell'Archeologia/L.go Brambilla	Plateatico attrezzato
---	-----------------------



Torre Maura/Alcioni - P.zza degli Alcioni Sede impropria

Torre Spaccata - Viale dei Romanisti Coperto

Torre Spaccata II - Via Sisenna Sede impropria

9° MUNICIPIO

Appio - Via F. Valesio Sede impropria

Colli Albani - Via Castelgandolfo Sede impropria

Latino - P.zza Epiro Semicoperto

Latino Nuovo - Via Gregorovius Sede impropria

Metronio - Via Magna Grecia Coperto

Ragusa - Via Verbania Sede impropria

Tuscolano I - Via Orvieto Sede impropria

10° MUNICIPIO

Calisse/Bonfante - V.le M. F. Nobiliore/Via Bonfante Plateatico attrezzato

Nuovo Cinecittà - Via Quintilio Varo/ Largo Appio Claudio Plateatico attrezzato

Cinecittà Est - Via S. Oberto Plateatico attrezzato

Piscine di Torre Spaccata - Via R. Vignali Plateatico attrezzato

Quadraro - P.zza dei Tribuni Sede impropria

Quarto Miglio - Via Menofilo Plateatico attrezzato

Statuario - Via Polia Sede impropria

Tuscolano III - Via del Quadraro Coperto

11° MUNICIPIO

Commercio - Via del Commercio Sede impropria

Garbatella - Via Passino Coperto

Grotta Perfetta - Via Granai di Nerva Plateatico attrezzato

La Montagnola - Via Pico della Mirandola Plateatico attrezzato

Navigatori - P.zza dei Navigatori Sede impropria

Ostiense - Via Corinto Coperto

Tor Marancio I - Via R. R. Garibaldi Sede impropria

Tor Marancio II - Via C. T. Odescalchi Sede impropria

12° MUNICIPIO

Decima Incis - Via Sansotta Sede impropria



Laurentino 38 - Via F. Saponi	Plateatico attrezzato
Spinaceto - Via Caduti per la Resistenza	Plateatico attrezzato
Tor dé Cenci - Via R. Bertani	Plateatico attrezzato
Vigna Murata - Via Meldola	Plateatico attrezzato
13° MUNICIPIO	
Stella Polare - Via Capo Passero	Sede impropria
Ostia Lido Nord - Via dell'Appagliatore	Plateatico attrezzato
Ostia Centro - Via Orazio dello Sbirro	Coperto
Casal Bernocchi - Via Guido Biagi	Coperto
Casal Palocco - Via Cesare Maccari/A. Galli	Coperto
Via G. Bonichi	Martedì e Venerdì
Largo Cesidio da Fossa	Martedì e Sabato
Via Desiderato Pietri	Lunedì e Venerdì
Via Arturo Evans	Lunedì
Piazza IV dei Mille	Mercoledì e Sabato
15° MUNICIPIO	
Casetta Mattei - Via la Contea	Sede impropria
Macaluso/Enrico Fermi - Via D. Macaluso	Sede impropria
Magliana/Pian Due Torri - V.le Vicopisano/Pescaglia/Fauglia	Plateatico attrezzato
Monte Cucco - Via G. Porzio	Sede impropria
Portuense II - Via Portuense	Sede impropria
Portuense III - Largo di S. Silvia	Sede impropria
Trullo - Via Campagnatico	Coperto
16° MUNICIPIO	
Bravetta - P.zza Visconti	Sede impropria
Donna Olimpia - Via Donna Olimpia	Sede impropria
Gianicolense - Piazza S. Giovanni di Dio	Sede impropria
Monreale - Largo di Monreale	Sede impropria
Monteverde Nuovo/G. de Calvi - Via G. de Calvi	Sede impropria
Monteverde Vecchio - Via G. B. Niccolini	Sede impropria
Portuense I - Via E. Rolli	Sede impropria





Vascello - Via del Vascello	Sede impropria
17° MUNICIPIO	
Prati - P.zza dell'Unità	Coperto
Tito Speri - Via Tito Speri	Sede impropria
Trionfale - Via Andrea Doria	Plateatico attrezzato
Vittoria - Via Monte Santo	Coperto
18° MUNICIPIO	
Aurelio - Via S. Silverio	Sede impropria
Casalotti - Via Borgo Ticino/Via Ovada	Plateatico attrezzato
Irnerio - Via Aurelia	Plateatico attrezzato
Pineta Sacchetti/Urbano II - Via Urbano II	Sede impropria
Sisto IV - Via Sisto IV	Sede impropria
19° MUNICIPIO	
Belsito - P.zza C. Mazzaresi	Coperto
Monte Mario - P.zza P. Thour	Semicoperto
Primavalle - Via Igino Papa	Coperto
Primavalle II - Via Pasquale II	Plateatico attrezzato
Sciamanna/Torrevecchia - Via Sciamanna	Sede impropria
Vegezio - Via Vegezio	Sede impropria
20° MUNICIPIO	
Flaminio Nuovo - Via Tuscia	Sede impropria
Ponte Milvio - Viale Tor di Quinto	Sede impropria
Saxa Rubra - P.zza Saxa Rubra	Sede impropria
Tor di Quinto - Via Monteleone da Spoleto	Sede impropria

I mercati rionali hanno una struttura definita e vengono rappresentati singolarmente da un responsabile, che solitamente è un operatore economico del mercato stesso ed al quale ci si può rivolgere per la richiesta di informazioni.

Vi sono mercati, infine, che hanno anche realizzato un proprio sito internet piuttosto completo ed efficiente, come, ad esempio, il Mercato Laurentino, il cui indirizzo è il seguente: www.mercatolaurentino.it.



Su questo sito è possibile trovare tutte le informazioni utili per il consumatore per affrontare la spesa quotidiana presso il mercato in maniera consapevole.

GLI OPERATORI ECONOMICI DEI MERCATI RIONALI

Con un'attenzione rivolta esclusivamente al settore della rivendita di prodotti ortofrutticoli freschi, i mercati rionali di Roma si caratterizzano principalmente per la presenza di banchi gestiti da commercianti, i cosiddetti "banchisti", oppure da produttori agricoli in vendita diretta, i cosiddetti "vignaroli". La differenza tra queste due tipologie di operatori economici consiste fondamentalmente nel fatto che i primi si approvvigionano presso i mercati all'ingrosso oppure presso aziende agricole dislocate in massima parte sul territorio regionale, mentre i secondi portano sui banchi la merce da essi stessi prodotta nella propria azienda agricola. Può accadere, talvolta, che i produttori in vendita diretta, al fine di completare la propria offerta di prodotto fresco, si riforniscano presso altre aziende agricole e/o al mercato all'ingrosso.

L'ALBO DEI PRODUTTORI AGRICOLI IN VENDITA DIRETTA DEL COMUNE DI ROMA

La presenza di produttori in vendita diretta all'interno dei mercati è sempre fortemente gradita, poiché i consumatori percepiscono l'acquisto dal produttore come vantaggioso da diversi punti di vista:

- in primo luogo, si presume che il prezzo dei prodotti acquistati direttamente dal produttore sia ridotto, dato che ridotti sono i passaggi di filiera;
- in secondo luogo, le garanzie circa la sicurezza alimentare e la tracciabilità dei prodotti fornite direttamente dal produttore sono superiori a quelle di qualsiasi sistema di certificazione. La conoscenza diretta del produttore, del luogo di produzione e delle tecniche adottate rappresentano la maggiore delle garanzie per il consumatore;



- in terzo luogo, si ha un maggiore rispetto per la stagionalità delle produzioni: acquistando direttamente dal produttore si limita la scelta di acquisto ai soli prodotti di stagione a garanzia di una maggiore freschezza del prodotto ed evitando il ricorso a tecniche di conservazione, non sempre sostenibili;
- in quarto luogo, rifornirsi direttamente dai produttori locali favorisce la conoscenza del proprio territorio e delle produzioni tipiche del luogo, garantendo, quindi, un mantenimento delle tradizioni, anche gastronomiche, delle culture locali, e la valorizzazione della produzione locale.

Invece, per quanto riguarda gli svantaggi, si può sottolineare come il produttore non abbia la possibilità di offrire una scelta molto differenziata in termini di prodotti, ma riesce ad offrire, in massima parte, solo prodotti di stagione senza poter soddisfare tutte le esigenze del cliente. Una volta stabiliti questi importanti elementi, bisogna effettuare un'altra considerazione basilare: nei mercati rionali la visibilità dei produttori in vendita diretta non è quasi mai facilitata ovvero chi acquista spesso non sa se sta acquistando da un produttore o da un commerciante. Il Comune di Roma, per far fronte all'esigenza di garantire a tutti i consumatori, consapevoli dell'importanza di cosa acquistano, la presenza nei mercati dei produttori agricoli in vendita diretta, ha inserito nei bandi finalizzati all'assegnazione delle aree di vendita, delle norme preferenziali per l'accesso dei produttori stessi riservando loro parte degli spazi disponibili: spazio destinato ai produttori agricoli all'interno dei mercati rionali (attualmente la riserva di posti è del 5%, ma l'impegno comunale è di incrementarla fino al 15%). Parallelamente, il Comune ha promosso, insieme alla Camera di Commercio di Roma, mediante il supporto dell'ARM, l'Albo dei produttori agricoli in vendita diretta: uno strumento in grado di aumentare la visibilità dei produttori agricoli presenti nei mercati rionali della città.



Infatti, le aziende agricole aderenti all'Albo utilizzano elementi distintivi per caratterizzare le proprie postazioni: colori specifici per i banchi e cartelli identificativi permettono l'immediato riconoscimento da parte dei consumatori dei produttori agricoli in vendita diretta presenti nei mercati rionali. Mentre un'adeguata campagna informativa viene realizzata per far conoscere il valore delle produzioni locali e tutti i risvolti legati alla freschezza, alla stagionalità ed ai prezzi.

L'Albo prevede una serie di norme volontarie, alle quali devono attecchire tutte le aziende agricole che vogliano iscriversi. Tali norme sono contenute in un disciplinare tecnico sottoscritto dai produttori al momento della domanda di adesione.

Inoltre, esiste uno specifico sistema di controllo per la verifica del possesso dei requisiti presso le aziende aderenti che intendono essere iscritte all'Albo: esse devono manifestare il consenso al libero accesso, da parte di personale incaricato (tecnici riconosciuti ed appositamente formati), alle strutture produttive e di commercializzazione ed alla contabilità aziendale.

La conformità al disciplinare tecnico e, quindi, la possibilità di uso delle indicazioni previste per le aziende iscritte vengono sancite dalla Commissione di Certificazione, nominata dal Comune di Roma e costituita dall'Assessore alle Politiche del commercio e dell'artigianato (in qualità di Presidente), dall'Assessore alle Politiche dell'agricoltura e dell'ambiente, da due esperti nominati dal Comune di Roma e da due esperti nominati dalla Camera di Commercio.

IL CAR - CENTRO AGROALIMENTARE DI ROMA

Il mercato all'ingrosso dell'ortofrutta di Roma è il CAR, con sede sulla Via Tiburtina nella Tenuta del Cavaliere, al confine tra i Comuni di Roma e Guidonia, con uno svincolo di accesso appositamente realizzato sull'Autostrada Roma-L'Aquila. Il CAR è una società per azioni a prevalente capitale pubblico (Regione Lazio, Comune e Came-



ra di Commercio di Roma) e con una significativa presenza privata data da istituti di credito, multiutilities ed operatori commerciali ed edili. Nel Lazio sono presenti altri quattro mercati all'ingrosso: Fondi, Latina, Frosinone ed Albano, che, per volumi di merce scambiati, rappresentano un ulteriore elemento di forza del settore.

Il CAR, mediante il proprio sito internet www.agroalimroma.it e grazie alle rilevazioni del Sistema informativo Infomercati, offre un servizio di aggiornamento quotidiano (visualizzabili i dati riferiti al giorno precedente eccetto la domenica) dei prezzi all'ingrosso praticati all'interno del Centro di tutte le merci trattate.

COMPORAMENTI DEI CONSUMATORI

I cambiamenti intervenuti nella struttura sociale, economica e culturale del Paese hanno contribuito a modificare lo stile di vita e le abitudini di consumo delle famiglie italiane. La ricerca di prodotti in grado di far risparmiare tempo, caratterizzati da elevato contenuto di servizio, gusto e sapore di una volta, sicuri dal punto di vista igienico-sanitario, innovativi e rispettosi dell'ambiente, ha avuto riflessi anche sugli acquisti di ortofrutta. È stata, infatti, registrata una crescita della domanda di ortaggi surgelati e succhi di frutta, che, grazie ad elementi come praticità e facilità di consumo, accrescono la loro pressione concorrenziale sul segmento del fresco. La medio-grande distribuzione è riuscita così a rosicchiare quote di mercato sempre più consistenti alla vendita ambulante.

Tuttavia, la costante attenzione mediatica ai problemi della sicurezza alimentare conduce gli stessi consumatori a riflettere sulle condizioni in cui i prodotti agricoli vengono coltivati o trasformati, oltre che sull'impatto ambientale dell'agricoltura e della produzione alimentare. Così, i moderni stili di vita danno luogo a nuove tendenze alimentari che pervadono il comportamento d'acquisto e l'attenzione nei processi selettivi dei consumatori, le cui scelte, da anni ormai si orientano verso



alimenti più sani, più nutrienti, più gustosi, ottenuti con metodi più rispettosi dell'ambiente. Il filo conduttore di questa evoluzione è la qualità: elemento irrinunciabile nella sua complessità. La sicurezza degli alimenti è ovviamente il presupposto di base della qualità e ne costituisce, pertanto, un elemento obbligatorio. Altri aspetti della qualità sono, invece, facoltativi per il loro carattere in parte soggettivo, ossia legato alle preferenze dei consumatori (gusto, odore, aspetto).

Da questo punto di vista, seppur complesso ed articolato, il riordino dei mercati e lo sviluppo ed il potenziamento dei servizi agli operatori al dettaglio di prodotti ortofrutticoli rappresentano, da un lato, una maggiore garanzia di tutela del consumatore nell'acquisto di produzioni fresche, genuine, "tracciabili", di qualità (soprattutto presso i banchi dei produttori in vendita diretta) e, dall'altro, il volano di crescita della tradizione e del tesoro ortofrutticolo tipico del territorio di Roma e provincia.

Per fornire alcuni numeri, infine, si sono presi in esame i dati della rilevazione statistica dell'ISTAT riferita al 2002. A livello geografico si vede come al sud si concentra la maggiore quota di acquisti domestici di ortofrutta fresca (34,6% dei volumi e 29,3% della spesa nazionale). Per quanto concerne il Lazio, il cui dato statistico è contenuto in quello delle regioni centrali, la quantità di prodotti ortofrutticoli freschi assorbita è pari a 22,4% in quantità e 23,1% in valore. Il Centro, inoltre, risulta essere anche l'area le cui famiglie residenti spendono di più rispetto ai nuclei familiari del sud e del nord nell'acquisto di ortofrutta fresca. Dall'analisi dettagliata risulta che è proprio il Lazio a registrare il maggiore volume di acquisto per famiglie acquirenti.

La costante attenzione mediatica ai problemi della sicurezza alimentare conduce gli stessi consumatori a riflettere sulle condizioni in cui i prodotti agricoli vengono coltivati o trasformati, oltre che sull'impatto ambientale dell'agricoltura e della produzione alimentare. Così, i



moderni stili di vita danno luogo a nuove tendenze alimentari che pervadono il comportamento d'acquisto e l'attenzione nei processi selettivi dei consumatori.

UN'INDAGINE LOCALE

Fermo restando quanto riportato in apertura circa il ruolo calmieratore svolto da parte dei dettaglianti dei mercati rionali sul sistema distributivo mediante il contenimento dell'indice dei prezzi al consumo e di contestuale tutela dei consumatori appartenenti alle fasce sociali ed economiche più deboli, si è proceduto ad indagare due mercati rionali della capitale, molto distanti per locazione geografica e con una differente, almeno in potenza, tipologia di clientela. In particolare, sono stati intervistati due produttori in vendita diretta, l'uno di prodotti biologici e l'altro di prodotti convenzionali.

Agli intervistati è stato somministrato un questionario di poche domande dando loro la possibilità di parlare liberamente, chiudendo, quindi, al minimo i quesiti stessi.

Entrambi gli intervistati hanno fornito utili consigli per quanto riguarda gli acquisti da effettuarsi nei mercati rionali. Essi sottolineano il fatto che, se si vogliono acquistare prodotti freschi, genuini e di qualità superiore, bisogna necessariamente rispettare la stagionalità. E questo consiglio porta ad una serie di considerazioni:

- a. in primo luogo, bisogna verificare sempre la provenienza dei prodotti che si acquistano controllando l'etichetta apposta sulla merce in esposizione. Purtroppo, non sempre l'indicazione esposta è veritiera: infatti, spesso accade che se si fa un giro dietro ai banchi si trovano cassette vuote ammucchiate e riportanti le origini straniere dei prodotti in vendita.
- b. in secondo luogo, è naturale che si possa avere desiderio di assaggiare qualche frutto o qualche ortaggio fuori stagione, ma si consiglia di non farlo diventare un'abitudine. Del resto,



- il prodotto fuori stagione o viene importato oppure è di serra e, quindi, non possiede le stesse qualità organolettiche del prodotto nostrano stagionale. La qualità offerta dal prodotto italiano è nettamente superiore alla qualità della merce importata, che ha sapori, comunque, differenti: all'estero vi sono sistemi di garanzia e controllo delle produzioni meno puntuali dei nostri;
- c. in terzo luogo, anche per la produzione italiana bisogna fare delle considerazioni. Preferire la produzione locale significa soprattutto avere la possibilità di andare a verificare dove la merce acquistata viene coltivata: ad esempio, possono esservi campi di patate adiacenti a discariche, ma quando si acquistano le patate italiane non si pensa a dove esse vengono prodotte;
 - d. in quarto luogo, la stagionalità non va riferita a sterili tabelle indicanti la produzione stagionale, bensì bisogna che essa venga associata alle condizioni climatiche di quel particolare anno. La stagionalità, quindi, va tagliata su misura rispetto al clima: ad esempio, nel 2007 la fava è arrivata in anticipo, essa era disponibile già nel mese di aprile, invece che a maggio; anche i peperoni sono comparsi prima sui banchi, mentre le fragole sono risultate essere poche, perché esse non hanno potuto vernalizzare, a causa di un inverno troppo mite;
 - e. nel 2007 vi sono state tantissime pesche sul mercato ed il loro prezzo è stato buono, più basso o in linea con gli anni passati. Per le albicocche il prezzo è rimasto anch'esso nella media, mentre le ciliegie, non avendo raggiunto importanti quantitativi a causa di un inverno molto caldo e della pioggia, che ha fatto marcire il prodotto, sono state vendute ad un prezzo molto elevato;



- f. nella tabella sottostante sono riportati i prezzi di alcuni ortaggi, rilevati durante la settimana del 4 giugno 2007. Entrambi gli intervistati hanno teso a sottolineare che ogni giorno il prezzo della merce può subire variazioni a seconda dell'andamento climatico settimanale.

MERCATO X	PREZZO €/KG	NOTE
<i>Carote</i>	€ 1,00	Bio
<i>Insalate</i>	€ 1,50	Bio
<i>Melanzane</i>	€ 1,50	Bio
<i>Meloni</i>	€ 1,50 - € 2,50	Bio
<i>Peperoni</i>	€ 2,00	Bio
<i>Pomodori</i>	€ 2,00	Bio
<i>Zucchine</i>	€ 1,00 - € 2,00	Bio

Se vi sono avanzi diminuisce un po' il prezzo

MERCATO Y	PREZZO €/KG	NOTE
<i>Bieta</i>	€ 1,00	
<i>Cetrioli</i>	€ 1,00 - € 1,20	
<i>Cicoria</i>	€ 1,00	
<i>Insalate</i>	€ 1,00 - € 1,20	
<i>Melanzane</i>	€ 1,20 - € 1,50	se non belle € 1,00
<i>Patate novelle</i>	€ 1,00	
<i>Peperoni</i>	€ 1,50 - € 2,00	se belli prezzo + alto
<i>Rape rosse</i>	€ 1,50 - € 1,00	
<i>Zucchine</i>	€ 1,00	va a giorni

Per quanto concerne i prezzi, numerosi sono i fattori che ne influenzano l'andamento:

- g. il clima della stagione è l'elemento determinante, poiché è in base ad esso che si hanno produzioni più o meno abbondanti.



ti e, conseguentemente, offerta di prodotto più o meno consistente. Insomma, nel 2007, a causa di un inverno molto mite, vi è stata una superproduzione di frutta ed ortaggi, che ha favorito il contenimento dei prezzi, che si sono mantenuti forse anche al di sotto dell'anno precedente. Tuttavia, se dovesse iniziare a piovere o se dovesse venire un caldo intenso, si potrebbero verificare dei cambiamenti drastici;

- h. la gran mole di prodotti importati, inoltre, fa sì che i prezzi dei prodotti freschi vengano calmierati. Infatti, negli anni '70, ad esempio, i prezzi dell'insalata si mantenevano sempre molto elevati e bastava una gelata perché essa scomparisse dai banchi dei mercati. Oggi viene tutto dall'estero, si permette l'importazione di ogni tipo di fresco, che viene rivenduto a prezzi bassissimi facendo scendere anche i prezzi della concorrenza;
- i. infine, non vi è più tempo di primizie, poiché quando queste arrivano sui banchi, esse sono tali per il produttore, ma non per la clientela, che le ha già assaporate a causa delle importazioni, che invadono i mercati prima ancora che maturi la produzione locale. Così, il produttore è costretto a svendere la propria merce, perché il mercato è già saturo.

Per quanto riguarda la questione dei prodotti biologici, durante l'indagine è stato rilevato che:

- j. entrambi i produttori intervistati hanno coscienza dell'elemento biologico della produzione agricola, ma mentre uno vende solo prodotti biologici e, quando deve completare la propria offerta, si approvvigiona presso aziende biologiche, l'altro afferma di porre molta attenzione ai prodotti ed alle tecniche di produzione utilizzate nei suoi processi produttivi, pur non vendendo prodotti certificati bio. Entrambi affermano che vi è interesse, in aumento, per i prodotti biologici, ma che ancora



non si tratta di un fenomeno di largo consumo e solo la clientela maggiormente informata e più sensibile ne fa richiesta. Del resto, accade ancora che se sul bancone compare l'insalata con la foglia bucata o con l'insetto, spesso il cliente non la acquista, non sapendo che si tratta del segnale di un prodotto naturale, genuino. Il biologico ha un certo impatto su persone più istruite, ma non ancora su tutti, e, soprattutto, costa di più;

- k. altro argomento trattato nell'intervista è collegato alla trasformazione del prodotto fresco, vale a dire la cosiddetta IV gamma. Nessuno dei due produttori tratta con sistematicità questo tipo di prodotti, poiché bisogna avere dei laboratori ad hoc per poterlo fare, conservazione in frigo in atmosfera controllata, corrente elettrica ed il rispetto di norme igieniche. Tuttavia, se ne fa una grande richiesta, crescente con l'andare del tempo e, quindi, uno dei due intervistati ha espresso l'intenzione di attrezzarsi per sviluppare questa sezione della sua attività. Anche l'altro intervistato afferma di avere, in passato, confezionato talvolta insalatina a taglio, ma vi è bisogno di rispettare molte regole, costa impegno e denaro, vi è necessità di un laboratorio per garantire l'igiene e serve, quindi, la manodopera e questi fattori fanno lievitare molto i prezzi. Anche per lui, però, si tratta di un mercato che avrà un enorme sviluppo esprimendo la volontà di volersi attrezzare, in futuro, per intraprendere un'attività in questo senso.

Infine, durante la settimana dal 23 al 28 luglio 2007 sono state poste alcune specifiche domande relative ai prodotti in vendita nel mese di luglio 2007, ai relativi prezzi e ad eventuali anomalie del mercato. Le note di rilievo hanno riguardato fundamentalmente la produzione e le conseguenze dell'ondata di calore sull'offerta e sulla domanda di frutta ed ortaggi freschi.



MERCATO X	PREZZO €/KG	NOTE
Angurie	€ 0,50	Bio
Insalate	€ 1,00 - € 1,50	Bio
Patate	€ 0,80 - € 1,00	Bio
Melone Retato	€ 1,00	Bio
Melone Francesino	€ 2,00	Bio
Peperoni Verdi	€ 1,50	Bio
Peperoni Colorati	€ 2,00	Bio
Pomodori*	€ 1,00 - € 2,00	Bio
Zucchine**	€ 1,00 - € 2,00	Bio

* il prezzo dipende dalle varietà (Pachino, ad esempio) più o meno pregiate

** il prezzo tenderà ad aumentare nei prossimi giorni, poiché con il caldo le piante tendono a morire a causa di un virus comune e l'offerta decresce

In tarda mattinata, quando rimangono gli avanzi o scarti, il prezzo della merce diminuisce.

MERCATO Y	PREZZO €/KG	NOTE
Bieta	€ 1,00	Concime1846*
Cicorione	€ 1,00	Concime1846*
Friggitelli	€ 1,00	Concime1846*
Melanzane	€ 1,00	Concime1846*
Meloni	€ 1,00	Concime1846*
Patate**	€ 0,50	Concime1846*
Peperoni***	€ 1,30	Concime1846*
Pomodori \square Cuore di bue \square	€ 1,00	Concime1846*
Pomodori Pantano	€ 1,00	Concime1846*
Pomodori San Marzano	€ 1,30	Concime1846*
Rape Rosse	€ 0,50	Concime1846*
Zucchine $\square\square\square$	€ 1,00	Concime1846*

* no concimi fogliari né idrosolubili

** le più piccole ad € 0,50, le più grandi/belle € 1,00

*** quelli più belli € 1,30, se no € 1,00

\square pomodori macchiati dal sole diventano gialli e costano meno, così anche peperoni e zucchine
 $\square\square$ a pera, tipo abruzzese;

$\square\square\square$ sono bruttine, grandi e scarse, non omogenee, perché piantate ad aprile, piantagione nuova non ancora arrivata