

Qualità e risparmio, la famiglia è servita

Qualità e prezzo a disposizione dei singoli consumatori: dopo la prima settimana di "vendita diretta" al mercato ortofrutticolo di Bologna, l'**assessore all'agricoltura della provincia di Bologna Gabriella Montera** esprime grande soddisfazione. "Facilitando l'acquisto da parte delle famiglie e delle associazioni di consumatori, si favorisce l'incremento dei consumi di ortofrutta, in particolare dei prodotti di stagione e di provenienza locale. Un contributo alla salvaguardia dei redditi dei cittadini e una opportunità in più per produttori agricoli e commercianti. Un esempio di "filiera corta" che produce vantaggi reciproci, si pensi ai prezzi medi con cui sono venduti i prodotti, inferiori del 30-40% rispetto a quelli praticati al dettaglio. L'iniziativa assunta dalle istituzioni che gestiscono il Mercato Ortofrutticolo aveva visto impegnata anche la Provincia di Bologna, sollecitata dall'interesse mostrato dagli agricoltori e dalle loro associazioni. Il progetto potrà essere arricchito con altre proposte più prettamente educative, come quelle rivolte agli alunni delle scuole medie che da 6 anni, in collaborazione con l'azienda USL Città di Bologna, vengono accompagnati e guidati al mercato per sensibilizzarli sul tema del consumo consapevole, grazie alle risorse assegnate dalla regione Emilia Romagna con la legge 29 del 2002, che individua nelle province gli enti chiamati a promuovere e realizzare le attività relative all'educazione alimentare."

Un vero servizio alla comunità, come sottolineano tutti gli operatori coinvolti

"Un impegno nel contenimento dei prezzi, una strategia di promozione delle produzioni locali, un modo diretto, utile e concreto per rilanciare il mercato ortofrutticolo – così **Aberto Maffei Alberti, presidente del CAAB** che gestisce il mercato ortofrutticolo bolognese. "La decisione presa all'unanimità dal consiglio di amministrazione significa la volontà di tutti gli operatori di rilanciare il mercato come riferimento per la città, avvicinarlo alla gente e alle famiglie, manifestare davvero un nuovo corso. Il punto vendita risponde anche alla nostra funzione sociale, in quanto struttura pubblica, partecipata dal Comune: per questo organizzeremo corsi che aiutino non solo a far meglio la spesa, ma a mangiare meglio, dai principi nutritivi agli usi culinari. Senza dimenticare mai qualità e salubrità: qui si commercializzano oltre 200 specie di prodotti e sono 8000 le analisi chimiche ogni anno nel nostro piano di monitoraggio igienico-sanitario"

La spesa al mercato ortofrutticolo si farà il giovedì dalle 14.30 alle 18.30, il venerdì dalle 14,30 alle 19,00 e tutti i sabati dalle 10,30 alle 19,00.

"Abbiamo voluto razionalizzare il nostro rapporto con i privati, senza nessuna concorrenza con dettaglianti ed altri canali di distribuzione, (si venderà a cassette intere e non a chili n.d.r) affiancando a questo servizio anche una importante progetto di educazione alimentare, visite e incontri con esperti del settore per valorizzare un comparto importante economicamente ma altrettanto per la nostra salute". così **Valentino di Pisa presidente dell'ACMO**, l'Associazione Commercianti Mercato Ortofrutticolo, professionisti che offrono prodotti e servizi sia al commercio tradizionale che alla piccola e grande distribuzione organizzata e che da oggi si impegnano ulteriormente verso le famiglie. "IL prodotto è garantito e controllato, o sforzo sarà quello di proporre frutta e ortaggi di stagione e di origine nazionale, ed eventualmente ampliare le giornate di apertura".

Valorizzare la grande qualità dei prodotti locali è uno degli obiettivi anche per **Lauro Guidi presidente di AgriBologna** la società cooperativa che associa oltre 160 produttori ortofrutticoli "Quello bolognese ed emiliano romagnolo è un territorio leader nell'ortofrutta: il 70% della frutta estiva è nostrana, e in autunno - inverno, dalle orticole a pere e kiwi, i prodotti migliori si producono proprio qui. Sarà anche un modo diretto per fare conoscere la grande qualità e capacità dei nostri agricoltori"

"Un investimento e una scommessa - aggiunge **Gilberto Manca presidente di Cofamo**, la cooperativa Facchini del mercato Ortofrutticolo che cura approvvigionamento e servizio del punto vendita "L'idea è quella di fare diventare il centro Agroalimentare un luogo aperto a tutti, offrendo una nuova opportunità ai consumatori perché i prodotti saranno venduti a prezzi simili a quelli dell'ingrosso, ma anche per i commercianti che troveranno nuovo sbocco nel week end in cui l'ingrosso è chiuso. Si venderà solo a collo intero, quindi il primo target sono le famiglie numerose, le comunità, i gruppi di acquisto che si stanno moltiplicando in tanti settori, a partire da quello della spesa biologica".