Livio Bresciani riconfermato presidente degli Ortofrutticoli Ascom

Rosbuco e Scardino i vicepresidenti del Gruppo: il settore tra i pochi a salvarsi dai contraccolpi della pandemia

Livio Bresciani è stato riconfermato presidente del Gruppo Dettaglianti Ortofrutticoli di Ascom Confcommercio Bergamo. Classe 1950, titolare di un negozio di frutta e verdura in via Masone in città, Bresciani è vicepresidente della Fida (Federazione Italiana Dettaglianti dell'Alimentazione) e fa inoltre parte del Consiglio direttivo di Ascom. Confermata anche *Egidia Rosbuco (*1956 – Osio Sotto), mentre entrano in consiglio Isabel Spagnoli (classe 1994 – Bergamo) e Cristofero Scardino (classe 1975 – Dalmine e Spirano). Rosbuco e Scardino sono stati inoltre eletti vicepresidenti.

Il settore dell'ortofrutta è stato uno dei pochi a salvarsi

dai contraccolpi della pandemia: tra il 2019 e il 2021 i negozi attivi sul territorio provinciale sono infatti saliti da 254 a 257 (di cui 39 in città). *“Siamo una categoria in crescita* – conferma **Livio Bresciani** *-. I mesi bui dell’emergenza Covid e dei vari lockdown hanno infatti dato un risvolto positivo alla categoria: i nostri negozi hanno saputo riconquistare la fiducia dei consumatori, anche dei più giovani, che hanno riconosciuto, per non dire riscoperto, la professionalità e la disponibilità che tutti i giorni garantiamo insieme alla freschezza dei prodotti che proponiamo*“.
Un’altra nota positiva evidenziata da Bresciani riguarda il salto di qualità del mercato ortofrutticolo, dall’assortimento della merce al servizio, passando per l’accessibilità negli orari di accesso, una struttura fondamentale per tutta la categoria.
E sulle sfide del futuro Bresciani non ha dubbi: “*Dobbiamo fare rappresentanza e massa critica con altre categorie legate al mondo dell’alimentare. Ci sono infatti buoni propositi per creare un gruppo unico che rappresenti tutto il mondo del food e che possa far fronte comune sui tavoli istituzionali”.*

“Alla scoperta dell’ortomercato” tra formazione e consumo consapevole

Valorizzare il ruolo dell’ortomercato come piattaforma di commercializzazione e luogo di incontro tra produttori, operatori e consumatori, conoscere le caratteristiche e le

proprietà dei prodotti, educare al consumo consapevole di frutta e verdura e creare un contesto favorevole alla progettazione di nuovi percorsi formativi. Sono questi i principali obiettivi del progetto gratuito “Alla scoperta dell’ortomercato”, rivolto ai più giovani attraverso interventi in classe e visite all’ortomercato.

Un percorso autentico in grado di avvicinare le giovani generazioni al valore nutrizionale e culturale dei prodotti ortofrutticoli. Del resto, il consumo di frutta e ortaggi, così alto e diversificato a seconda dei paesi di origine, fa di questi alimenti importanti simboli di identità culturale e grandi contenitori di storia e tradizioni che caratterizzano i luoghi del mondo da cui provengono.

Assaggiare un prodotto ortofrutticolo è come immergersi in un ricco percorso dove l’ambiente e le persone che lo abitano diventano protagonisti di un universo fatto di colori, sapori, racconti e tradizioni e dove i processi produttivi sono fortemente legati a usi, costumi e ambienti specifici. Ecco perché frutta e verdura regalano sempre l’occasione giusta per conoscere la diversità del nostro pianeta e l’ortomercato è quel luogo che unisce una grande varietà di elementi, rappresentando una perfetta occasione di incontro, dove ciò che si celebra è la vivacità della vita e il suo benessere.

La sinergia tra più attori

Ma non solo: il grande valore di questa iniziativa consiste anche nella pluralità di soggetti e categorie coinvolti che trovano un fondamentale punto di riferimento nell’ortomercato, dove le contrattazioni tra grossisti e commercianti delle prime ore del mattino e il successivo incontro con il più ampio pubblico dei consumatori finali, contribuiscono a creare un contesto altamente interattivo e dinamico che rende efficienti i meccanismi commerciali e consente di valorizzare

la qualità dei prodotti offerti.

Come dichiara il presidente di Bergamo Mercati, Giacomo Salvi: “Consideriamo questo progetto veramente strategico ai fini di una piena valorizzazione dell’ortomercato, non solo in relazione al ruolo che svolge rispetto all’economia locale, ma anche in vista di un’ampia diffusione – presso un pubblico di giovani – di stili di comportamento legati a un consumo critico e rivolti alla qualità della vita. Il tutto con la massima attenzione ad alcune questioni chiave per lo sviluppo delle comunità territoriali, quali il potenziamento della qualità e tracciabilità dei prodotti, il ruolo dei negozi di vicinato e degli ambulanti, il rilancio delle produzioni locali”.

Attenzione ai prodotti locali

Tra i soggetti coinvolti, un'attenzione particolare è rivolta alle produzioni locali. "Siamo davvero orgogliosi di far parte di questo progetto – afferma Alberto Brivio, presidente di Coldiretti Bergamo – perché riteniamo fondamentale far capire ai più giovani l'importanza del consumo di prodotti locali e di tutta la filiera coinvolta nella loro produzione. Il tema della stagionalità e dei prodotti a km0 dovrebbe essere un punto di riferimento nell'educazione, perché favorisce la formazione di un consumo critico fin dalla giovane età e aiuta i ragazzi a conoscere il proprio territorio da diversi punti di vista".

Accanto alle produzioni locali, assistiamo oggi anche a un commercio sempre più diffuso di prodotti esotici, spesso risultato del progresso tecnologico che ha interessato paesi avanzati, così come quelli in via di sviluppo, unitamente ai mezzi di comunicazione efficaci e alle condizioni logistiche e di trasporto che accorciano le distanze e che hanno favorito sempre più la diffusione di prodotti provenienti da differenti contesti climatici e produttivi. Questo tema rappresenta uno dei punti cruciali del percorso di conoscenza rivolto alle scuole, che sono invitate a conoscere la biodiversità di tutto il pianeta e in particolare, il ventaglio di parametri e di aspetti qualitativi e ambientali che caratterizzano i prodotti di stagione o fuori stagione, locali e non, nella piena coscienza dell'esistenza di un'enorme varietà di beni alimentari che devono essere valutati e apprezzati a tutto tondo, senza pregiudizi ma con cognizione di causa.

La realtà dell'ortomercato, che il progetto intende far conoscere ad un grande pubblico, implica l'apporto costante di un ampio ventaglio di protagonisti, a partire dai grossisti "impegnati in un articolato un lavoro di squadra – fa notare Carlo Garletti, Presidente Consorzio Operatori Mercato Ortofrutticolo e membro del Consiglio di Amministrazione di Bergamo Mercati – in vista di un unico obiettivo, ovvero quello di garantire regolarmente alla filiera una

disponibilità di prodotti di elevata qualità e la più ampia gamma possibile”.

Il ruolo dei negozi di vicinato e degli ambulanti

Altrettanto rilevante è il ruolo dei negozi di vicinato e degli ambulanti, che capillarmente portano qualità e diversificazione dell’offerta accompagnate da un fattore essenziale quale il contatto diretto con il consumatore. “In quest’ottica – chiarisce Livio Bresciani, Presidente di Categoria del Gruppo Dettaglianti Ortofrutta Ascom di Bergamo e responsabile nazionale del Settore Ortofrutticolo di Fida Confcommercio – le piccole realtà commerciali assumono un valore anche sociale in diversi contesti territoriali, generando dinamiche positive che solo gli esercizi commerciali al dettaglio e i negozi di vicinato si dimostrano in grado di interpretare con una sensibilità e una dedizione all’altezza delle aspettivative dei cittadini e dei consumatori più esigenti”.

“In tutto questo meritano una menzione speciale gli ambulanti – sottolinea Fausto Mologni, vicepresidente Anva Confesercenti – Oggi più che mai, i mercati locali con i loro ambulanti raggiungono le famiglie nei luoghi più vicini a loro, portando sotto casa la qualità dei prodotti a prezzi accessibili, perpetuando tra l’altro, anche un antico modello di commercio basato sull’incontro, sul dialogo diretto e la convivialità tipica del mercato all’aperto”.

“Alla luce dei molteplici apporti di tutti gli attori coinvolti – conclude Stefania Pendezza, presidente della Cooperativa Sociale Mondo Verde – è stato possibile pianificare una serie di azioni condivise che contribuiranno ad offrire al mondo della scuola percorsi formativi di alto pregio, in grado di rafforzare la percezione di studenti, operatori e istituzioni intorno all’importanza di costruire

modelli di sviluppo improntati ad una crescita sostenibile". L'iniziativa, oltre a percorsi gratuiti in classe e all'ortomercato rivolti alle scuole primarie e secondarie di primo grado della Bergamasca, prevede la realizzazione di progettualità finalizzate alla valorizzazione del comparto ortofrutticolo con alcune scuole secondarie di secondo grado come l'ABF di Bergamo.

Il gelo e i prezzi dell'ortofrutta / «Ma quale speculazione? I consumatori sanno scegliere»

Il presidente dei fruttivendoli bergamaschi (e nazionale) Livio Bresciani smonta l'allarme rincari: «Si può vivere tranquillamente senza comprare un determinato ortaggio per qualche giorno»

Ortofrutta/ Bresciani: «La sfida per il nuovo anno è valorizzare l'anima green dei

negozi»

Il presidente del gruppo Ascom: «Il nostro impegno per la sostenibilità è quotidiano, dobbiamo solo promuoverlo meglio». Intanto sono giorni decisivi per gli acquisti di Natale, «ma non ci aspettiamo grandi numeri»

Fruttivendoli alla riscossa, quattro storie di “innovazione”

Non è facile per le piccole attività di vicinato rinnovare e sviluppare le proposte per conquistare una fetta in più di clientela. Ma c’è chi ci prova e le idee, spesso golose, non mancano, dalla Celadina passando per Treviolo, Zanica fino a Sarnico