

Dai mercati, parlano le donne: “Orari impossibili, cambiamo”

myfruit.it/ingrosso/2022/03/dai-mercati-parlano-le-donne-orari-impossibili-cambiamo.html

Gian Basilio Nieddu

March 8, 2022

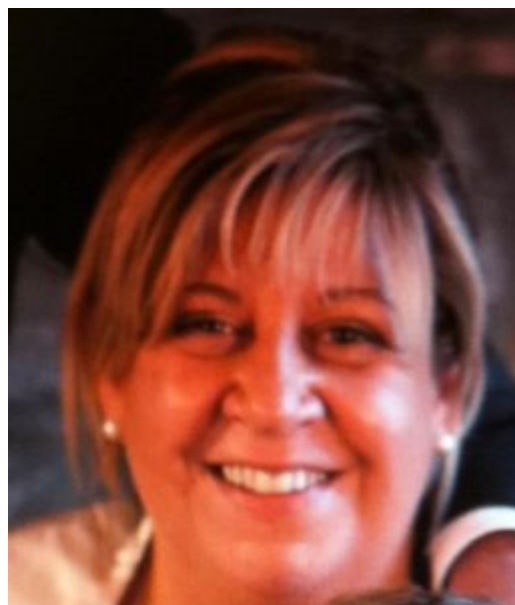


Lavoro di fatica, notturno, ricco di sacrifici e con pochi spazi per la vita privata. Ma, come ci racconta una delle protagoniste che myfruit.it ha intervistato, questo mondo dei mercati all'ingrosso “negli ultimi anni si è **ingentilito**”.

Sono sempre di più le donne, ma restano in formato **quota rosa** in un sistema prevalentemente maschile. **Eppur si muove anche al femminile** con diverse donne che occupano posizioni di vertice. Ecco le loro storie.

Marina Saulle: “Resta pesante per gli orari, ma si è ingentilito”

“Negli ultimi trent’anni questo mondo è cambiato, resta un lavoro pesante a causa degli orari, ma si è ingentilito. Ci sono più donne e lascia **buoni spazi di affermazione**. Il mio sogno, forse si riuscirà nel tempo, **è cambiare l’orario**. Sarebbe positivo per tutti”. Parole di **Marina Saulle**, presidente del **Consorzio operatori di Fedagro Genova**, che conosce bene la fisica e la chimica che regolano i mercati ortofrutticoli. **“Sono riuscita, ma dico purtroppo, a fare tante cose perché non ho avuto figli**. Chi ne ha avuto si è dovuta fermare. I figli hanno dei bisogni, è necessario seguirli e non si dorme”.



Marina Saulle

Basta controllare gli orari: “Lunedì si apre alle 3, ma bisogna essere presenti già dalle 1,30 per conoscere la merce, vedere e intuire le richieste del cliente. Ogni giorno una novità, è come **lavorare in borsa**. Se le fragole mi arrivano il venerdì alle 8, per colpa del traffico, la vendita è persa oppure c’è **abbondanza di prodotto**, **la giornata è fredda** quindi **viene a mancare la richiesta**. E’ come **un gioco d’astuzia**, bisogna conoscere il meteo, studiare, essere preparati su molti fronti”.

“Prima si vendeva anche spazzatura, ora si cerca il gusto”

In questi trent’anni cosa è cambiato? “Una volta c’era una forte sovrapproduzione, oggi **si cerca il gusto**. Mi ricordo che **si vendeva merce dall’Olanda simile alla plastica**, lattuga che durava una settimana, pomodori sempre olandesi che sembravano **prodotti da una fabbrica chimica**. **Era spazzatura, ora il livello gustativo è migliorato**, hanno fatto progressi tutti: dalla produttrice alla commerciante. Per arrivare a questo **c’è voluta la donna**, merito anche di un processo di collaborazione, che la **melanzana non solo la vende ma la porta a casa, la lava e la cucina**. Prima non si studiava. Per restare alla melanzana, prima era molto amara, ora è cambiata”.

Progressi su tutti i fronti? “Si sono perse alcune sementi, gusti particolari. E non sempre si ritrovano. Al **Consorzio del basilico di Prà** hanno lavorato molto ed è stato difficile ritrovare le sementi originare. Anche qui merito delle donne, delle nonne soprattutto”. Un altro sogno? **“Il ritorno della stagionalità**, non è possibile mangiare **uva a febbraio quando ci sono le arance**. E amo sperimentare. Ho provato l’insalata in busta, le minestre pronte, la frutta

esotica che è un mercato difficile, per il mango scelgo, per esempio, la via aerea. L'anno scorso ho preso dalla Puglia le **ciliegie confezionate in scatole come i cioccolatini**. E' andata bene, venivano comprate per regalarle. Erano belle e buone". Inimmaginabile 30 anni fa.

Donne ai vertici: Elena Ciocio vicepresidente Fedagro e nel Cda di [Sogemi](#)

Al mercato di Milano myfruit.it incontra **Elena Ciocio**, oltre a ricoprire la carica di vicepresidente di Ago Fedagro Milano siede nel Cda di [Sogemi](#). "Il mercato è un mondo **maschile**, le donne fanno fatica nonostante la loro importanza. Il reparto amministrativo è al femminile, per esempio. Si fa una vita difficile, si devono **sopportare orari allucinanti**. La contrattazione inizia alle 5, ma bisogna essere in piedi e pronti ben prima".

Per le donne non c'è fine: "La seconda parte della giornata è dedicata alla famiglia". E si resta sempre quota rosa: "In consiglio Ago su sette **siamo sei uomini e una donna**, ma devo dire che i consiglieri sono molto carini e mi danno spazio, **non mi tarpano le ali**. In Cda siamo in tre: il presidente [Ferrero](#), il consigliere Alessandro Cremona e io". Cosa si può fare per le donne? "Servono diversi servizi, a iniziare dall'accompagnamento, parcheggi riservati. Sarebbe un primo passo. Molte donne arrivano da Bergamo, dalla Brianza e così il lavoro si fa più usurante con dei **bioritmi falsati**. Non si va a letto prima delle 20/21, si dorme poco".



Elena Ciocio

Il nuovo mercato? "Quello attuale è cambiato, ha un nuovo bacino di utenza, con quello in costruzione si ristabiliscono le dinamiche e speriamo con servizi dedicati anche alle donne. Io all'interno del Cda sono il trait d'union con i grossisti". Anche Elena Ciocio viene da una famiglia storica: "Ho fatto sempre questo lavoro con la mia famiglia. Tre anni fa ho venduto la mia azienda e ora **collaboriamo con l'azienda Colasuonno**".

Al mercato di Parma il vertice è donna: **Giulietta Magagnoli**

Ci sono le grossiste, spesso ereditano l'azienda di famiglia, ma nei mercati ci sono anche donne che occupano posizioni di vertice. Come l'**agronoma bolognese Giulietta Magagnoli** che, dopo aver coltivato un ricco curriculum di studio e lavoro, in particolare sui bilanci delle aziende agroalimentari, nel 2018 ha vinto il concorso che l'ha portata a dirigere il [Cal](#), il **Centro Agro Alimentare di Parma**. "Ero nuova di questo mondo, ma è stato molto entusiasmante. Ho portato la mia esperienza, in un mercato in evoluzione con la perdita di quote rilevanti a causa della Gdo".

Uno dei primi impegni della direttrice è stata il lavoro di **aggregazione** con gli altri mercati dell'Emilia-Romagna: "Oggi da soli **non si può pensare a politiche di internalizzazione e digitalizzazione**. Abbiamo costituito la prima rete d'impresa regionale per aggredire i mercati esteri". A iniziare dell'estremo oriente dove si vogliono far approdare i prodotti del fresco e freschissimo via cargo aereo.

"Abbiamo **fatto tre esportazioni, possiamo evadere un ordine arrivato il giovedì per il giovedì successivo** e far arrivare un prodotto fresco. Abbiamo organizzato degustazioni e dimostrazioni anche in **Oman**, con la Gdo

locale. Sulla frutta siamo poco competitivi, c'è tanta produzione vicina ai paesi del golfo. E' importante il **pomodoro**, verdure con certe caratteristiche come i finocchi che sono graditi e remunerati. Sono attrattive anche alcune varietà di fragole, siamo in competizione con la Spagna, e il melone che nonostante la forte concorrenza ha **caratteristiche sublimi**. Stesso discorso sul kiwi. Il nostro obiettivo è **puntare su prodotti di eccellenza per la ristorazione italiana all'estero**: dalla Germania agli Usa".



Un altro filone è quello sociale: "Con la collaborazione delle associazioni di volontariato portiamo avanti i **ritiri dal mercato**, ogni mercoledì circa **20 tonnellate di prodotto che serve circa 10mila persone**. In un anno fanno 630 tonnellate e 350mila euro per gli operatori che incassano 50 cent al chilo. Un **progetto win win**. Vincono tutti". E l'8 marzo? "Abbiamo approvato il bilancio di sostenibilità con un capitolo dedicato alla **parità di genere, abbiamo il 50% di donne**. Presenti anche nelle posizioni apicali". A iniziare dal direttore. "Sono molto orgogliosa anche delle azioni di inclusione sociale, accogliamo molte persone che qui imparano un lavoro".

Jennifer Vaccaro ventenne da Fondi: "Non mi pesa la sveglia prima delle 4,30"

Al mercato di Fondi incontriamo **Jennifer Vaccaro**, a maggio **27 anni** e al lavoro da sempre nell'azienda di famiglia: Vaccaro Gino & C.snc. "La quota femminile è significativa nella nostra azienda dove mia madre è amministratore. A Fondi ci sono tante donne che lavorano nel mercato e ricoprono ogni ruolo. Io mi occupo delle vendite con mio padre, **sveglia ogni mattina alle 4,30, ma non mi pesa** perché ormai ci ho fatto l'abitudine. E' una soddisfazione ricoprire un ruolo maschile, **amo il contatto con i clienti**". Lavoro, ma anche passione: "Noi siamo alla terza generazione, da mio nonno Alfonso a mio fratello che porta il suo nome, **ci sono proprio nata qui, lo frequento da quando sono bambina il mercato**".



Dalla destra Jennifer Vaccaro con la mamma Pina, il papà Gino e il fratello Alfonso

Al box si aggiunge la Farm Lady, azienda al femminile

Jennifer racconta del suo lavoro: “I nostri prodotti di punta sono **sedano**, locale e anche dalla Puglia, e **basilico** che abbiamo tutto l’anno, così come i pomodori con prodotto locale in primavera ed estate mentre integriamo con la Sicilia nelle altre stagioni. Del reparto siciliano se ne occupa mio fratello. Ma il nostro punto di forza è la **produzione locale che vendiamo in tutta Italia e all’estero**, in particolare Francia, Gran Bretagna ma pure la Grecia”. Come va il mercato? “Alti e bassi, non ci lamentiamo. Le nostre vendite le abbiamo sempre”. Non mancano i progetti: stiamo per aprire un’azienda agricola che prenderà il nome di **Farm Lady**“. Un’impresa **decisamente al femminile**.

Valentina Mannai da Oristano: “Orari impossibile, noi non abbiamo mai cambiato”

Alzarsi alle 2 del mattino non è semplice per una mamma di un bimbo di 4 anni, ma **Valentina Mannai della ditta Eurofruttadue** ama il suo lavoro al **mercato ortofrutticolo di Oristano**. Lei, figlia di agricoltori e operatori del mercato, ha sempre frequentato questo ambiente: “Da quando ero bambina, poi 9 anni fa noi figli abbiamo rilevato l’attività dai genitori”. Tutto bene, ma non l’orario. “Sommando al lavoro le attività casalinghe e la cura del bimbo diventa tutto un po’ pesante. I colleghi del mercato non sono d’accordo, ma io cambierei



Valentina Mannai

gli orari **sul modello spagnolo con aperture concentrate durante il giorno**". Una rivendicazione per dare concretezza alla tanto sventolata parità di genere certo, ma non solo. Anzi Valentina sottolinea: "Ci dobbiamo **adattare ad un mondo in movimento, noi non abbiamo mai cambiato**". E questo diventa pericoloso: "**La clientela è sempre meno anche a causa degli orari**. Molti clienti preferiscono spendere anche qualche euro in più, ma comprando la merce durante il giorno. Anche ambulanti che si approvvigionano per esempio alle 17/18 del pomeriggio in altri canali, quelli aperti durante il giorno. **Stiamo perdendo quote a vantaggio di chi ha strutture fuori dal mercato**". Questa la riforma invocata da Valentina per un mercato più a misura della lavoratrice e dei lavoratori, ma anche della clientela.

Le donne innovano i mercati

C'è tanta carica innovativa in Valentina che prese le redini dell'azienda di famiglia ha portato avanti dei cambiamenti rispetto alla gestione dei genitori: "Dalla frutta e verdura ho ampliato ad altri prodotti come **frutta secca, legumi, il kiwi giallo e anche l'esotico**. Ma vendiamo soprattutto prodotti locali, a iniziare da quelli dell'azienda agricola dei miei genitori. In particolare funghi e ortaggi e poi la produzione delle aziende di **Terralba**". Nella pianura oristanese c'è una grande produzione di carciofi, ortaggi ma anche le fragole. "Oltre al locale prendo il prodotto spagnolo per garantire tutto l'assortimento".

(Visited 140 times, 140 visits today)