

I MESSAGGI CHIAVE DEL RAPPORTO STRATEGICO

1. Il Centro Agroalimentare Roma (C.A.R.) è il 1° mercato ortofrutticolo e ittico in Italia e 3° in Europa per dimensione. L'ampliamento del C.A.R. rafforza la competitività del mercato nel confronto con i grandi hub europei, inserendosi in un più ampio sistema di investimenti per il rinnovamento infrastrutturale della Regione Lazio.

- **Il Centro Agroalimentare Roma (C.A.R.) è il 1° mercato ortofrutticolo e ittico in Italia e 3° in Europa per dimensione**, con 1,4 milioni di tonnellate di merce venduta e 430 aziende operanti. Il ruolo dei mercati agroalimentari all'ingrosso, e in particolar modo del C.A.R., è particolarmente rilevante per l'ortofrutta, che rappresenta la quasi totalità dei volumi commercializzati. Il traffico di ortofrutta rende il C.A.R. un attore chiave nel promuovere la dieta mediterranea e stili alimentari sani e sostenibili nella Città Metropolitana di Roma e nel Centro Italia, incontrando la crescente domanda di prodotti freschi.
- **Il C.A.R. ha avviato un programma di interventi finalizzati all'espansione e alla riqualificazione degli spazi operativi e logistici**, con l'obiettivo di incrementare la capacità ricettiva, migliorare l'efficienza dei flussi di merci e persone e attrarre nuovi operatori. Al rinnovamento e l'espansione territoriale del Centro Agroalimentare Roma è accompagnata la creazione e l'erogazione di servizi differenzianti per i cittadini, consumatori e addetti ai lavori. L'ampliamento consolida ulteriormente il ruolo del C.A.R. come piattaforma strategica di riferimento per il sistema agroalimentare del Centro Italia
- L'ampliamento del C.A.R. nasce come risposta concreta alla saturazione degli spazi esistenti e alla crescente domanda di nuovi insediamenti, ponendo le basi per una nuova infrastruttura agroalimentare al servizio di Roma e del Centro Italia. **L'ampliamento si inserisce infatti in un più ampio sistema di investimenti che stanno rafforzando gli hub infrastrutturali della Regione Lazio** e la filiera agroalimentare nazionale:
 - o Guardando ad altri progetti di sviluppo infrastrutturale di Regione Lazio, l'investimento è comparabile al potenziamento dell'Aeroporto di Fiumicino, con l'espansione dell'area Cargo City e l'apertura di una solar farm da 22 MW, al nuovo nodo intermodale ferroviario dell'interporto di Orte, fino alla piattaforma logistica "Italiafood Hub" nel porto di Civitavecchia.
 - o A livello di filiera agroalimentare nazionale, investimenti paragonabili avvengono solo a Milano o in Lombardia, con il progetto "Foody 2025" di Sogemi, la nuova sede di Amazon Fresh per le consegne alimentari urbane e il nuovo polo logistico di Esselunga.



Figura I. Principali investimenti per il rinnovamento e l'ampliamento negli hub infrastrutturali della Regione Lazio e della filiera agroalimentare nazionale (illustrativo)

Fonte: elaborazione TEHA Group su fonti varie, 2026.

- **L'ampliamento del Centro Agroalimentare Roma porta l'espansione del mercato da 140 a circa 200 ettari complessivi, grazie a una prima espansione di circa 60 ettari.** Il C.A.R. consolida così il proprio posizionamento tra i principali mercati ortofrutticoli del continente per estensione, raggiungendo circa 2 milioni di metri quadrati. La nuova scala rafforza la competitività del mercato nel confronto con i grandi hub delle Capitali europee, con una dimensione in linea ai mercati di Madrid e Parigi.

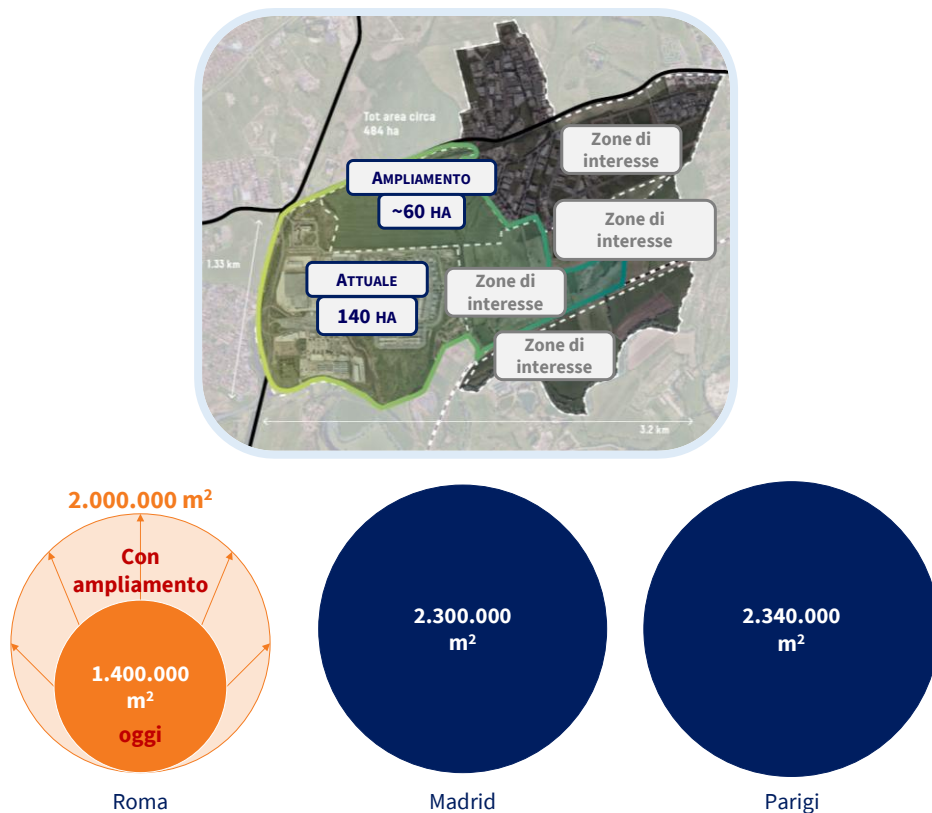


Figura II. Estensione del C.A.R. attuale e futura a confronto con i mercati leader europei (m²), 2026.

N.B.: Si considera solo la prima espansione (Area B da ca. 60 ettari). Fonte: elaborazione TEHA Group su dati C.A.R., 2026.

2. L'ampliamento del C.A.R. attiva 325 milioni di Euro di investimenti complessivi, favorendo fino a 1.700 nuovi occupati con ricadute sulla creazione di attività sociali. L'ampliamento è sviluppato secondo una visione sostenibile e circolare, che genera benefici diffusi per la collettività e mira all'autosufficienza del mercato

- **Dal punto di vista economico, l'ampliamento abilita investimenti complessivi pari a 325 milioni di Euro**, di cui 75 milioni di Euro di investimenti diretti da parte del C.A.R. e 250 milioni di Euro di investimenti privati diretti e indiretti. Grazie all'ampliamento, il C.A.R. offre nuove aree di insediamento e servizi sinergici e complementari rispetto all'attuale struttura, diventando un volano per attrarre nuovi investimenti e potenziare i rapporti con le aziende già presenti nel mercato.

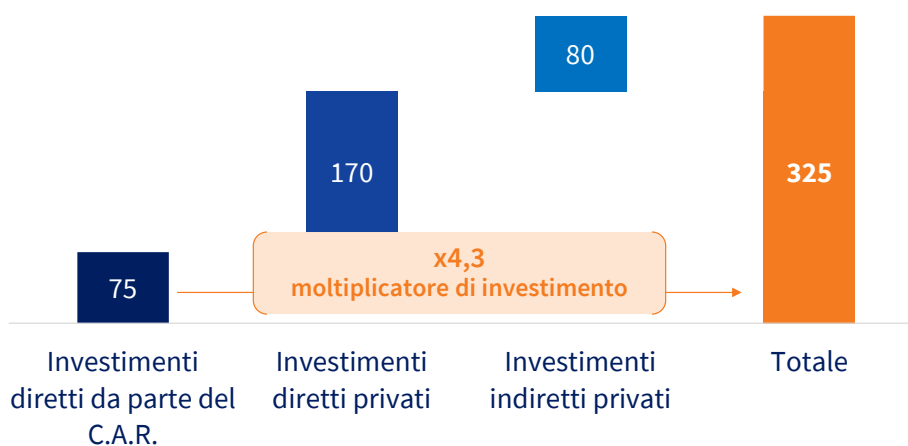


Figura III. Investimenti totali per l'ampliamento del C.A.R. e fonte di finanziamento (milioni di Euro), 2026-2030. Fonte: elaborazione TEHA Group su dati C.A.R., 2026.

- **L'ampliamento ha anche un importante ruolo sociale, abilitando un'occupazione aggiuntiva fino a 1.700 persone** e mostrando la capacità dell'ampliamento di generare effetti economici diretti sul territorio. A questi investimenti si aggiungeranno quelli derivanti dalle attività sociali relative alle nuove assunzioni specializzate, come corsi e formazione, con ricadute positive per il territorio nel suo complesso. Il potenziale prolungamento della Linea B della metropolitana, con il C.A.R. come nuovo capolinea, potrebbe inoltre ampliare il bacino occupazionale del mercato, rendendolo accessibile a lavoratori provenienti da territori oggi non adiacenti.
- **L'ampliamento è concepito secondo una visione di sostenibilità e circolarità integrata, che genera benefici diffusi per la collettività e mira all'autosufficienza del mercato.** L'intervento si articola lungo tre direttrici chiave: ambientale, produttiva e sociale e 12 ambiti di intervento, che spaziano dalla circolarità energetica e idrica alla gestione virtuosa dei rifiuti, dalla sostenibilità del costruito alla logistica avanzata, fino all'incremento dell'occupazione qualificata e all'inclusività per le piccole imprese.

3. L'ampliamento trasforma il C.A.R. in un Food Hub integrato, aumentando i volumi intermediati e abilitando nuovi servizi ad alto Valore Aggiunto per imprese, filiera e territorio. Già oggi il C.A.R. intermedia il 40% dei volumi di prodotti freschi consumati nel Centro Italia; con +375mila tonnellate potrebbe raggiungere il 50%

- I mercati all'ingrosso stanno progressivamente integrando attività a maggiore Valore Aggiunto, tra cui logistica integrata, packaging, prodotti trasformati e semi preparati, e-commerce, servizi per l'Ho.Re.Ca. e promozione dei prodotti tipici, secondo una **logica di evoluzione in "Food Hub" che li trasforma in piattaforme di servizio per l'intera filiera.**
- Grazie all'ampliamento, anche il C.A.R. si arricchisce di nuovi servizi ad alto valore, tra cui centri di trasformazione, impianti di maturazione, visitor center e servizi dedicati alle aziende agricole. Questa nuova configurazione permette inoltre di accogliere un numero crescente di operatori, abilitando l'apertura di nuovi punti vendita e servizi di ristorazione approvvigionati a condizioni competitive, con benefici potenziali per una platea sempre più ampia di cittadini attraverso tutti i canali distributivi.

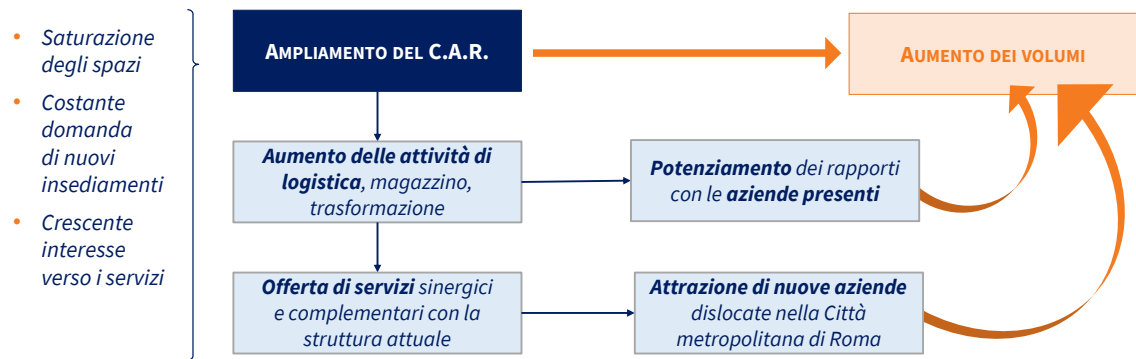


Figura IV. Diretrici di impatto dell'ampliamento del C.A.R. sull'aumento dei volumi intermediati (illustrativo). Fonte: elaborazione TEHA Group su dati C.A.R., 2026.

- L'ampliamento genererà un significativo aumento dei volumi intermediati dal C.A.R., trainato dalla crescita delle funzioni logistiche, di magazzino e di trasformazione. Già oggi il C.A.R. intermedia quasi il **40% dei prodotti freschi** (ortofrutta, carne e pesce freschi) **del Centro Italia**, pari a 1,4 milioni di tonnellate su 3,5 milioni di tonnellate consumate. Grazie all'ampliamento, qualora i volumi intermediati crescessero di +375mila tonnellate, il **C.A.R. potrebbe arrivare a coprire il 50% del consumo di prodotti freschi nel Centro Italia**, a conferma del potenziale di crescita abilitato dalla nuova scala operativa.

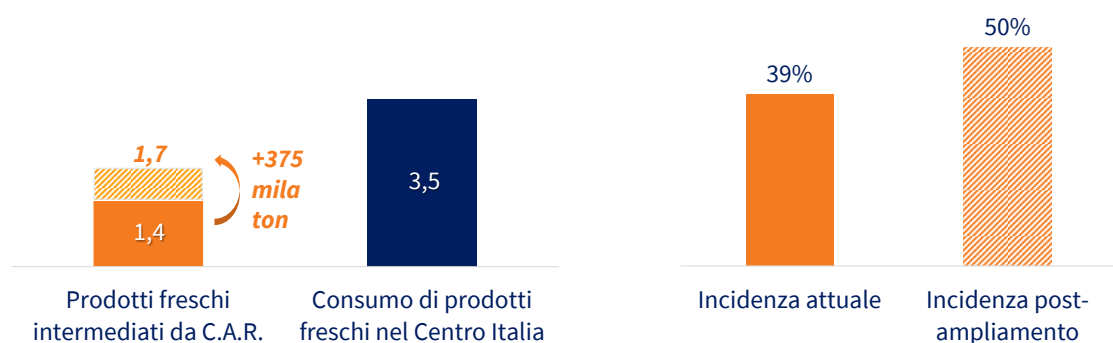


Figura V. A sinistra, consumi di prodotti freschi* intermediati da C.A.R. a confronto con il consumo nel Centro Italia (milioni di tonnellate), 2024-2030E; a destra, incidenza del fresco intermediato da

C.A.R. sul consumo nel Centro Italia (% sul totale), 2024-2030E. (*) frutta fresca, verdura fresca, carne fresca e pesce fresco Fonte: elaborazione TEHA Group su dati C.A.R., Italmercati, Istat e fonti varie, 2026.

4. Il C.A.R. rappresenta un modello di centro all'ingrosso che ha sostenuto la crescita e la competitività delle aziende della filiera agroalimentare e, nel contesto di incertezza e contrazione del potere d'acquisto delle famiglie, ha svolto un ruolo di "ammortizzatore" dell'inflazione lungo la filiera del fresco.

- La concentrazione di centinaia di operatori, prodotti e provenienze all'interno del C.A.R. favorisce l'incontro tra domanda e offerta e contribuisce alla **formazione di prezzi più trasparenti**. Non solo. Affacciarsi all'«arena competitiva» presente nel C.A.R. ha offerto un contributo notevole alla crescita dimensionale delle imprese transitanti al loro interno, in particolare quelle locali.
- Tra gennaio 2022 e gennaio 2025, i prezzi dell'ortofrutta all'ingrosso nella Città metropolitana di Roma sono cresciuti del **18,6% rispetto all'incremento del 20,9% dei prezzi al dettaglio nella Città Metropolitana di Roma**, con un differenziale pari a 2,3 punti percentuali. Questa capacità dei mercati agroalimentari all'ingrosso e del C.A.R. di attenuare parte della pressione inflattiva "a monte" si trasferisce "a valle" lungo tutte le fasi della filiera. Nella finestra temporale considerata questo si è tradotto in un **risparmio pari a 22 milioni di Euro** per le famiglie della Città Metropolitana di Roma, per il solo consumo nella vendita al dettaglio della Distribuzione Moderna.

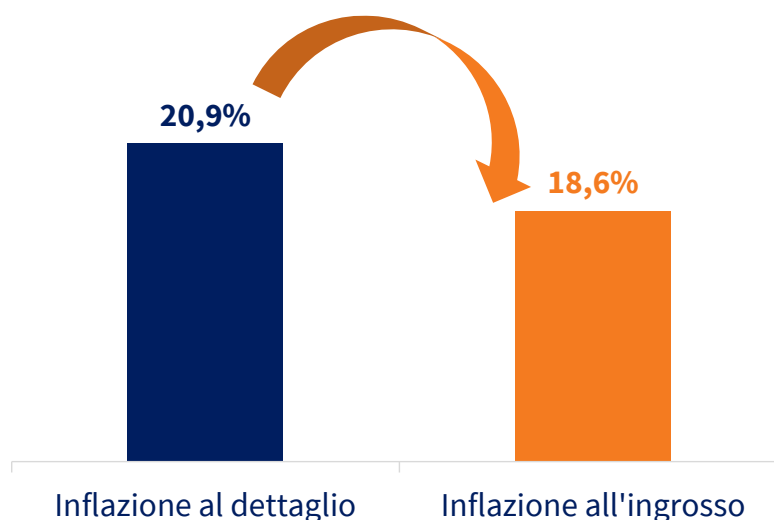


Figura VI. Crescita dei prezzi dell'ortofrutta all'ingrosso e al dettaglio nella provincia di Roma (variazioni % tendenziali), gen. 2022 – gen. 2025. Fonte: elaborazione TEHA Group su dati C.A.R., Istat e Osservatorio Prezzi & Tariffe, 2026.

- La varietà dell'approvvigionamento permette inoltre di compensare, almeno in parte, le tensioni su specifiche produzioni che si possono verificare nel corso dell'anno. Il contributo alla mitigazione dell'inflazione è particolarmente evidente sui prodotti ad alto consumo, come lattuga, pomodori, zucchine e carote, che hanno registrato una crescita dei prezzi all'ingrosso pari al 6,7% (vs. il 18,6% del paniere complessivo considerato).
- Per quantificare l'impatto del Centro Agroalimentare Roma sulla crescita dimensionale delle aziende locali, TEHA ha ricostruito un database contenente oltre 1.500 imprese transitate per il mercato all'ingrosso alle porte della Capitale tra il 2021 e il 2024, analizzando 13 dimensioni

chiave per un totale di oltre 50mila osservazioni. Circa l'80% delle imprese transittanti nel C.A.R. proviene dal Lazio, mentre il restante 20% è localizzato in altre Regioni.

- **Il C.A.R. rappresenta un modello in grado di sostenere la crescita e la competitività delle aziende della filiera agroalimentare locale e nazionale.** Il fatturato delle imprese alimentari transittanti nel C.A.R. è cresciuto a un tasso medio annuo dell'8,0% (+2 punti percentuali vs la media italiana), mentre il Valore Aggiunto è cresciuto del 7,5% (vs. 4,8% nazionale). Dinamiche analoghe si osservano anche considerando le imprese agricole.

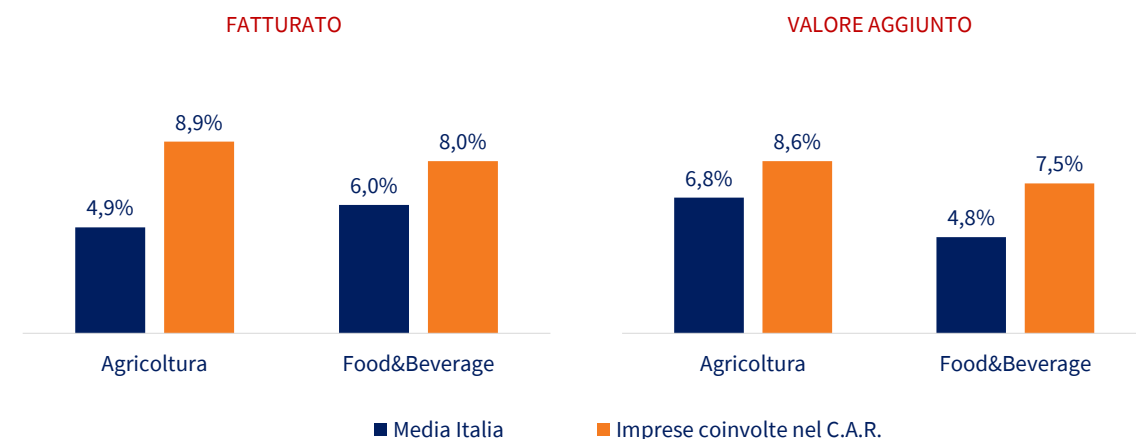


Figura VII. Crescita del fatturato – a sinistra – e del Valore Aggiunto – a destra - delle imprese agroalimentari coinvolte nel C.A.R. e confronto con la media nazionale (CAGR*), 2021-2024

(*) Tasso medio di crescita annuo composito.

Fonte: elaborazione TEHA Group su dati C.A.R. e AIDA BvD, 2026.

- **Il differenziale positivo è ancora più marcato tra le piccole imprese alimentari.** Le piccole imprese operanti nel C.A.R. registrano infatti una crescita annua del fatturato pari all'**8,6%, +3 punti percentuali vs. la media nazionale delle piccole imprese, pari al 5,6%**. Questa tendenza si riflette anche nell'andamento del Valore Aggiunto.

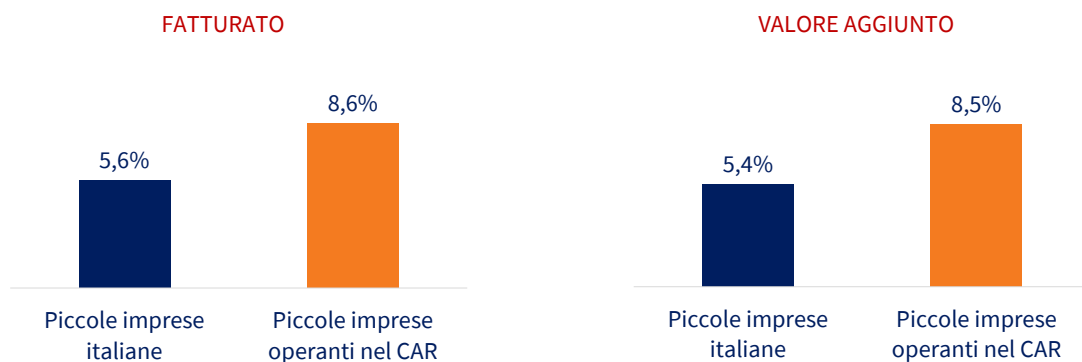


Figura VIII. Crescita del fatturato – a sinistra – e del Valore Aggiunto – a destra - delle piccole imprese agroalimentari coinvolte nel C.A.R. e confronto con la media nazionale delle piccole imprese (CAGR*), 2021-2024

(*) Tasso medio di crescita annuo composito.

Fonte: elaborazione TEHA Group su dati C.A.R. e AIDA BvD, 2026.

- A conferma della crescente attrattività del mercato agroalimentare romano, **i grandi gruppi di intermediazione alimentare hanno acquisito sempre maggiore rilevanza e struttura.** Tra il 2014 e il 2024, le grandi imprese (>50 addetti) attive nel commercio all'ingrosso

alimentare nella Città Metropolitana di Roma Capitale sono quasi raddoppiate (da 11 a 21), con gli occupati cresciuti da 1.335 a 3.294. Un segnale che il mercato locale è ancora lontano dalla saturazione e offre alti margini di crescita e opportunità di insediamento per nuovi operatori, un potenziale che l'ampliamento del C.A.R. intende intercettare e valorizzare.

5. Il C.A.R. si distingue dagli altri mercati europei e nazionali per un modello che coniuga unicità e costante evoluzione. La trasformazione in Food Hub permette al C.A.R. di restituire valore al territorio attraverso funzioni concrete a servizio della Città Metropolitana di Roma e del Centro Italia, offrendo leve di sviluppo urbano e agroalimentare a servizio delle Istituzioni e della collettività.

- **Il C.A.R. presenta un modello contraddistinto da unicità e costante evoluzione:** già oggi è il primo mercato agroalimentare all'ingrosso in Italia, il solo ad operare in orario diurno e l'ampliamento permette di competere con gli altri hub europei anche in termini di innovazione, circolarità e servizi per il cittadino.
- La trasformazione in Food Hub permetterà al C.A.R. di restituire valore al territorio attraverso funzioni concrete a servizio della Città. **Il C.A.R. si propone come...:**



Figura IX. Il C.A.R. del futuro: l'Agenda per il territorio e la filiera (illustrativo). Fonte: elaborazione TEHA Group su dati C.A.R., 2026.

- In prospettiva, la candidatura a **gestore integrato delle filiere all'ingrosso**, includendo anche carne e florovivaismo, consentirebbe di superare l'attuale frammentazione del modello romano e di allineare la Capitale ai principali hub europei, con benefici in termini di economie di scala, coordinamento logistico e razionalizzazione dei servizi.
- Il C.A.R. può inoltre rafforzare il proprio ruolo come **promotore del commercio di vicinato**, guidando la riqualificazione dei mercati rionali di Roma come presidi di prossimità capaci di garantire qualità, continuità e organizzazione dell'offerta.
- Grazie all'ampliamento, **il C.A.R. si candida ad accogliere il nuovo capolinea della Linea B della metropolitana di Roma**, previsto dal prolungamento della tratta da Rebibbia fino al Mercato stesso. Questo intervento permetterebbe di allineare la struttura ai principali hub agroalimentari europei, generando al contempo benefici concreti per la città, dal decongestionamento del traffico urbano, ad un miglior collegamento per il quadrante est della Capitale, fino alla riduzione delle emissioni.
- Allo stesso tempo, la presenza di imprese attive nella preparazione e lavorazione di pasti e semilavorati può sostenere un salto di qualità per **mense scolastiche e ristorazione collettiva**, migliorando freschezza e tracciabilità.

- Il ruolo del C.A.R. può estendersi anche alla trasparenza e alla governance delle filiere di interesse pubblico. Attraverso strumenti di monitoraggio dei prezzi, analisi delle tendenze e iniziative orientate alla qualità dei prodotti, il Centro può rafforzare la fiducia tra operatori, Istituzioni e consumatori garantendo **trasparenza su prezzi** e **qualità** dei prodotti. In questo senso, il mercato può affermarsi come **luogo di aggregazione e valorizzazione** per i produttori agricoli e come polo di cultura del cibo, ospitando eventi e iniziative legate al mondo agroalimentare che avvicinino produttori, Istituzioni e cittadini alla filiera del fresco.
 - Il Centro può diventare anche un **presidio per il recupero dell'invenduto alimentare**, mettendo a disposizione spazi, operatori e competenze logistiche per raccogliere, selezionare e redistribuire prodotti ancora consumabili a enti del terzo settore, famiglie vulnerabili e mense sociali.
- In conclusione, l'evoluzione del C.A.R. in Food Hub integrato rappresenta una risposta concreta alla **frammentazione** e alla **dispersione** che oggi caratterizzano il tessuto agroalimentare laziale e il sistema italiano di mercati agroalimentari all'ingrosso. L'ampliamento **concentra in un unico polo funzioni commerciali, logistiche, produttive e di servizio**, favorendo una maggiore integrazione tra gli operatori e restituendo al territorio un sistema più efficiente, competitivo e capace di esprimere a pieno il suo potenziale.



Figura X. Rendering dell'ampliamento del C.A.R. (illustrativo).
Fonte: elaborazione TEHA Group su dati C.A.R., 2026.