

I PROTAGONISTI

VIRGINIO MEROLA
SINDACO DI BOLOGNA

«Fico e il centro storico andranno a braccetto per fare innamorare turisti e visitatori»

Virginio Merola, sindaco di Bologna. Il Comune ha la maggioranza relativa del fondo Pai, che comprende sia Fico che la nuova area mercatale. Chi le parlò di questa idea per la prima volta?

«Fu, nel 2012, l'allora vicesindaco, Silvia Giannini». **Non la preoccupò l'idea di una trasformazione così radicale per il mercato ortofrutticolo?**

«In realtà fin da subito mi sembrò un'opportunità straordinaria per la nostra città, e per molti motivi. Prima di tutto per la possibilità che un progetto del genere offriva di riqualificare e rivitalizzare un quartiere e una zona come quella dove sorge il mercato. Poi per la possibilità di sviluppo che il progetto avrebbe offerto al mercato stesso, da tempo in sofferenza come tutti i mercati ortofrutticoli italiani. Infine per la suggestione di riconvertire una struttura esistente, senza aggiungere un solo pezzo di asfalto, anzi togliendone per realizzare campi e stalle, con l'intento di far nascere qualcosa di totalmente nuovo e inedito».

I temi di realizzazione molto stretti generarono molto scetticismo. Lei ne ebbe?

«A essere sincero no».

E quando capì che il progetto aveva vinto la sua sfida?

«Nel 2014, quando il fondo di investimento creato riuscì nell'impresa di mettere attorno a un tavolo un notevole numero di realtà economiche del territorio per costituire insieme con noi lo zoccolo duro dal quale partire. In quel momento ho avuto ben chiaro che Fico sarebbe nato sul serio».

Quello che vede oggi è ciò che si aspettava all'epoca?

«È molto meglio. Ho visto nascere in questi ultimi mesi un



SOSTENITORI

MOLTI MINISTRI E PERSONALITÀ ISTITUZIONALI HANNO VISITATO I CANTIERI DI FICO DURANTE I LAVORI DI REALIZZAZIONE DELLA STRUTTURA

OSCAR FARINETTI
FONDATORE DI EATALY

«Un luogo così straordinario Non poteva che nascere qui»

OSCAR Farinetti, come patron di Eataly di inaugurazioni nella sua vita ne ha fatte tante. Questa, però, forse è la più sui generis...

«Di sicuro, poiché Fico è il progetto più nuovo e innovativo che ho portato avanti nella mia vita».

Quando Andrea Segrè e Alessandro Bonfiglioli sono venuti a prospettare glielo, cos'ha pensato?

«Più che pensare, ho visto: mentre parlavano ho subito immaginato un luogo straordinario. Poi ho visto il Caab di persona, con i suoi grandi spazi coperti e la possibilità all'esterno di ospitare campi e stalle, e ho capito che Fico sarebbe stato bellissimo».

Bello, perché?

«Per la capacità che ha di rappresentare le filiere di tutto ciò che di buono c'è nei nostri piatti, dalle materie prime al prodotto finito, raccontandone poi la storia, le suggestioni, la cultura. Fico è unico per questo. E non poteva nascere in un'altra città».

Si riferisce a Bologna capitale del cibo?

«Non solo, ma anche snodo cruciale dei nostri trasporti. La città più facilmente raggiungibile da nord, sud, est e ovest, così come dall'estero, grazie a un aeroporto funzionale e in piena crescita, a una stazione ad Alta velocità connessa con le principali direttrici europee, uno snodo autostradale eccezionalmente centrale e una fiera tra le più importanti d'Europa».

Sono passati quattro anni: quello che ha immaginato allora è diverso dal Fico che vede oggi?

posto bellissimo, capace di generare una grande attrattività e un interesse crescente in giro per il mondo».

Cosa le piace?

«L'idea che a Fico si venga soprattutto per conoscere, per imparare e per sensibilizzarsi su temi cruciali per il futuro nostro e dei nostri figli come la sostenibilità, la lotta agli sprechi, l'equilibrio nutrizionale e il mangiar bene. Anche per questo sono felice nel pensare che questo posto sia stato pen-

L'OPPORTUNITÀ

«Una zona della nostra città è tornata a nuova vita senza aggiungere nulla, anzi togliendo asfalto»

sato fin dall'inizio, oltre che come un luogo turistico, anche come una meta per ragazzi, giovani e scolaresche».

Fico è fuori città. La coesione con il centro storico è un miraggio?

«In realtà sulla coesione tra Fico e il centro è una cosa su cui abbiamo lavorato molto. Qui si arriva con il trasporto pubblico urbano, e l'arrivo di così tanti visitatori sarà uno stimolo a migliorare anche la qualità del nostro turismo crescente, e per far sì che il morì e fuggi si trasformi in una visita 'sostenibile' e articolata che parta dalla torre degli Asinelli per arrivare a scoprire Fico e viceversa».

Come immagina Fico tra dieci anni?

«Non lo so, ma sarà bello scoprirlo».

ANDREA CORNETTI
DIRETTORE DI PRELIOS SGR

«Cosa ha convinto gli investitori? La bontà del progetto e la sua utilità culturale»



ANDREA Cornetti, direttore generale di Prelios Sgr, cosa pensò nel 2014, quando decideste di candidarvi alla gestione del Fondo Pai, la 'cassaforte' di Fico?

«Fico ci sembrò da subito un progetto molto differente da quelli con cui eravamo abituati a lavorare. Ma proprio per questo ci siamo incuriositi. Ovviamente avevamo intravisto delle potenzialità finanziarie in questo progetto. Ma si trattava di una piccola parte di quelle peculiarità che il progetto ha

L'ORGOGGIO

«I tempi così stretti con cui è nato tutto dimostrano che l'Italia ha ancora carte da giocare»

poi rivelato giorno per giorno da quel momento in poi».

A voi è toccata una parte complessa: trovare investitori e convincerli a partecipare a questo progetto. Perlopiù in tempi strettissimi.

«Il primo nucleo di investitori, in realtà, arrivava già in dote con il progetto, ed è in gran parte riconducibile al territorio bolognese. Una base di partenza fondamentale con la quale siamo partiti poi alla conquista di investitori provenienti da tutta Italia. Un percorso che non è ancora finito».

Come li ha convinti?

«Molti hanno visto nel progetto Fico due elementi ben diffe-

renti. Il primo è ovviamente la possibilità di un ritorno economico, ed è ciò che tutti cercano da un buon affare. Ma il secondo è un ritorno di tipo differente: culturale, sociale, direi scientifico. La possibilità, ovvero, di contribuire alla nascita e allo sviluppo di un luogo che potesse costituire un volano per molte imprese italiane e che potesse contribuire alla diffusione della cultura agroalimentare italiana, della dieta mediterranea, dell'adozione di uno stile di vita sano».

Il vostro lavoro si ferma qui?

«È appena cominciato, piuttosto. Poiché a noi tocca gestire il Fondo Pai per far sì che si sviluppi e prosperi negli anni, così che rimanga negli anni un buon investimento».

Cosa si aspetta di buono da questo parco?

«Il mio giudizio è di parte, perché ho visto nascere Fico in questi anni e non ho potuto non appassionarmi a questo progetto. Ma se devo parlare da un punto di vista professionale più che emotivo, a convincermi tuttora è la partecipazione di tanti investitori e di tanti protagonisti, tra aziende, fornitori, professionisti, studiosi, istituzioni pubbliche, tour operator, giornalisti. Un entusiasmo pervasivo che denota l'alta percezione che si ha di questo progetto su moltissimi livelli differenti».

Di cosa va fiero?

«Dei tempi strettissimi con cui è stato realizzato un progetto così bello e complesso. Piccola dimostrazione di come questa nostra bistrattata Italia sappia ancora esprimere professionalità altissime e per molti versi uniche».



ANDREA Segrè, lei da agro-economista e fondatore di Last Minute Market si candidò alla guida del Caab. Un mercato. In perdita. Perché?

«Anni fa, da preside della facoltà di Agraria dell'Università di Bologna, che sorge di fianco a Fico, soffiavo ad affacciarmi dalla finestra e osservare quel mercato così grande, bello e semivuoto. Osservi oggi i campi della biodiversità di Fico, oltre duemila cultivar, e

IL CONNUBIO

«Per non vivere di fondi pubblici, questo posto doveva avere una sua sostenibilità economica»

guardi le stalle con gli oltre 200 animali. Sa cosa c'era prima? Degli autobus snodati. Non sapevano dove piazzarli e li abbandonarono qui. Tanto di spazio vuoto ce n'era e non sapevano che farsene. Così farmi venire un'idea su quel posto divenne il mio incubo».

Finché non sognò Fico.

«A dire il vero la prima cosa che feci da presidente, con il direttore del Caab, Alessandro Bonfiglioli, fu convertire tutti quei tetti nel più grande impianto fotovoltaico d'Europa. Fu l'inizio della rinascita, poiché contribuì a riportare i bilanci del mercato in attivo».

E poi?

TOUR OPERATOR

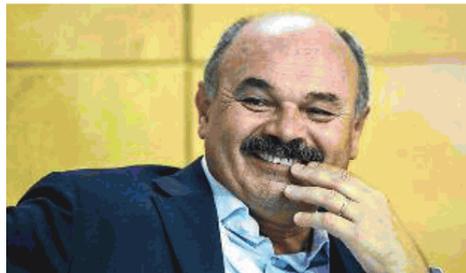
HANNO INSERITO FICO NEI TOUR ITALIANI DOPO ESSERE VENUTI IN VISITA ED ESSERSI INNAMORATI DI UN'IDEA ANCORA IN COSTRUZIONE

GIORNALISTI

SONO CIRCA TRECENTO I GIORNALISTI INTERNAZIONALI ARRIVATI A TESTIMONIARE LA REALIZZAZIONE DEL PROGETTO

BOLOGNESI

LA CITTÀ HA SEGUITO IN QUESTI ANNI LA NASCITA DEL PARCO SUI GIORNALI E GRAZIE A INCONTRI, EVENTI E SERATE A TEMA



TIZIANA PRIMORI AD DI FICO EATALY WORLD

«Non avevamo precedenti a cui guardare. Ma questo è anche il bello: è un'esperienza unica»

«Sì, e in meglio. E il grande merito va a Tiziana Primori, che è riuscita nell'intento di rendere concreto e reale un progetto tanto bello quanto complesso. Basti pensare a quante aziende sono coinvolte, quanti enti, artigiani, ristoratori. E poi le istituzioni, le guide turistiche, i tour operator... Un lavoro di una complessità inaudita. Ma il risultato è sotto agli occhi di tutti».

Unica pecca: lei, Farinetti, ci disse che Fico avrebbe

LA VISIONE

«Quando mi hanno raccontato questo progetto l'ho subito 'visto', e ho capito che era bellissimo»

be aperto in staffetta con Expo.

«Nella mia vita ho inaugurato 106 negozi Unieuro e 45 ristoranti Eataly... Avessi azzeccato la data di inaugurazione una sola volta (ride, ndr). Capita, siamo italiani. Ma ciò che conta è che quei posti oggi, a distanza di anni, sono tutti bellissimo».

E Fico, come se lo immagina tra dieci anni?

«Totalmente diverso da oggi, e sicuramente in meglio. Perché è un posto vivo, che prima ancora di aprire è stato già in grado di attirare l'attenzione di 300 giornalisti internazionali e centinaia di tour operator. Vedrà: sarà un successo, e non potrà far altro che migliorare nel tempo».

ANDREA SEGRÈ PRESIDENTE FONDAZIONE FICO

«Creare del buono da un posto semivuoto. È la storia di una sfida vinta»

«Avevamo la necessità di rendere più funzionale il mercato, poiché gli operatori dovevano percorrere ogni notte chilometri di vuoto prima di arrivare ai loro locali. E poi il vecchio Caab era l'unico mercato con i pavimenti a raso e non a sbalzo. Ciò significava dover movimentare con i muletti tutte le merci. Così progettammo il nuovo Nam, che oggi sorge di fianco a Fico. Ma a quel punto bisognava inventarsi qualcosa per riempire quei 100mila metri quadrati. Ed è così che pensammo a una cittadella del cibo, dove imparare a conoscere tutto il bello della biodiversità italiana, magari divertendosi».

E quando quest'idea si è trasformata in Fico?

«Quando abbiamo avuto la felice intuizione di coinvolgere Eataly e Oscar Farinetti. Una necessità di visibilità ma anche di sostenibilità economica. Perché ci fu chiaro fin da subito che un posto bello e pieno di contenuti come lo immaginavamo avrebbe avuto davanti a sé due strade: vivere legato alle erogazioni pubbliche oppure prosperare grazie a un suo lato commerciale».

Lei oggi ha in mano la parte scientifica del progetto, la Fondazione Fico.

«Una sorta di cabina di regia di tutta la didattica e la ricerca di questo luogo, realizzata con il contributo fattivo di ministeri, università e personalità scientifiche».

Il suo sogno?

«Vedere Fico pieno di scolaresche. Perché è ai ragazzi che dobbiamo parlare. Per educare le famiglie e salvare il mondo di domani».

TIZIANA Primori, ad di Fico Eataly World, ci sarà stato un momento, all'inizio di tutto, in cui avrà pensato che un posto così fosse impossibile da realizzare...

«No, anzi: quando abbiamo deciso di lanciarsi nel progetto già smanio per vederlo già realizzato. Fin dall'inizio l'ho visto come una cosa da fare subito e assolutamente. Un progetto che si è sposato perfettamente con l'idea di futuro in cui ho sempre creduto, da imprenditrice e da cooperatrice».

E qual è questa idea di futuro?

«Ho sempre creduto nella possibilità di mettere insieme e far collaborare i grandi gruppi con i piccoli imprenditori, le fabbriche del nord con gli artigiani del sud, il pubblico e il privato: un modo di fare sistema che è il più prolifico di tutti».

Facile?

«Sì, se non fosse per il fatto che un modello del genere, nella realtà non esisteva. Abbiamo dovuto crearlo, mettendo attorno un tavolo 150 realtà differenti, e questa è stata la difficoltà principale. Ma ci ha mosso l'entusiasmo, e perciò ci siamo riusciti lo stesso».

Qualcuno non ci ha creduto?

«Tutti ci hanno creduto, i privati e tutti gli attori istituzionali. E all'estero l'entusiasmo è stato particolarmente alto. E non è un modo di dire, ma una realtà: a oggi l'80% dei tour operator e dei giornalisti che hanno visitato il cantiere sono stranieri. E vogliono tornare».

Perché tanto successo, secondo lei?

«Per la straordinaria varietà delle esperienze che è possibile vivere all'interno del parco, dagli animali ai corsi, dalle fab-



© Roberto Serra
Getty Images

briche alle parti didattiche. E non vale solo per gli stranieri: lei pensi a noi italiani: magari conosciamo le razze bovine, la chianina, la fassona... Ma possiamo dire di averle viste tutte? E tutte insieme? Moltiplichiamo poi questa sensazione per tutte le produzioni agroalimentari della nostra cultura».

Cosa l'affascina di più di questo progetto?

«L'autenticità. Prenda un qualunque esempio...

I confetti di Sulmona.

IL VALORE

«L'autenticità di ogni esperienza è garantita dalla presenza dei migliori protagonisti, in ogni settore»

«Ecco. Il bello non è solo capire come nascono, che storia hanno e poi assaggiarli. Ma è farlo con gli artigiani confettieri della William Di Carlo, che fanno questo mestiere da 150 anni con la stessa passione. E vale per tutti i nostri partner».

Avrà fatto fatica a convincere tutte queste aziende a venire a fare all'interno di Fico ciò che da decenni o secoli fanno a casa propria.

«In realtà è l'unica difficoltà che non ho avuto. Tutti, anzi, una volta compreso il progetto, hanno colto il grande vantaggio di esserci e si sono fatti contagiare dall'entusiasmo di questa grande impresa. E pensi che molti di loro si sono convinti avendo davanti solo un foglio di carta. La potenza delle idee».



ALESSANDRO BONFIGLIOLI DIRETTORE GENERALE CAAB

«Parco agroalimentare e mercato ortofrutticolo sono nati per vivere l'uno per l'altro»

ALESSANDRO Bonfiglioli, direttore generale di Caab. Da cosa partire per realizzare un luogo del genere?

«L'idea iniziale ruotava attorno al concetto di una cittadella del cibo e della sostenibilità. Due temi che sentivamo nostri in quanto mercato ortofrutticolo, e che nel 2012 erano di stringente attualità in vista di Expo Milano. Ma si trattava di un concetto vago. Avevamo bisogno di metterlo a fuoco meglio, arricchendolo di ulteriori particolari. Così, con il presi-

LE CONNESSIONI

«I ristoranti di Fico hanno prodotti a chilometro zero e gli operatori del mercato ora parlano con il mondo»

dente Segrè, abbiamo iniziato a riempire questo nostro luogo immaginario di particolari: i campi, le stalle, le aule didattiche. Pensavamo a qualcosa di molto simile a una grande fattoria didattica. Bello, bellissimo, ma il problema era renderla sostenibile economicamente. Ed è per questo che siamo arrivati a Eataly, il più grande veicolo internazionale della produzione enogastronomica italiana».

Una volta messa a fuoco l'idea rimaneva un problema concreto: il Caab era ancora un mercato.

«La nascita del progetto Fico ha subito attirato investitori, e ciò ha permesso a noi legare a quel progetto anche una nuo-

va area mercatale che fosse più funzionale, ottimale e moderna di quella precedente. Lo schema è quello che gli anglosassoni chiamano 'win to win'. Un progetto in cui tutti hanno qualcosa da guadagnare».

Così è stato?

«Basta visitare Fico e il nuovo Nam per accorgersene. Nessuno ha perso qualcosa, tutti ci hanno guadagnato. In primo luogo gli operatori del mercato, che hanno visto valorizzare il loro lavoro e quello delle 800 persone che lavorano al loro fianco, con una nuova struttura moderna, contemporanea, altamente tecnologica e al tempo stesso sostenibile sotto ogni aspetto: logistico, commerciale, economico ed ecologico».

Ma i due posti si 'parlano' anche?

«Certo che si parlano, e in continuazione. Anzi, di più: l'uno dipende dall'altro, perché i ristoranti e le botteghe di Fico avranno al loro fianco un fornitore di materie prime di altissima qualità con la possibilità di approvvigionarsi trecento-ventasei giorni all'anno a chilometro meno che zero. E dall'altro lato il mercato vede aprirsi a dismisura i propri confini commerciali. A questo aggiunge l'arrivo nello stesso sito della Borsa merci della Camera di Commercio, una delle più importanti d'Europa, la vicinanza della facoltà di Agraria dell'Università di Bologna con tutto quello che può portare in termini di conoscenza a entrambe le strutture. Non c'è dubbio: eravamo da soli in uno spazio più grande di noi. Ora siamo al centro del mondo».