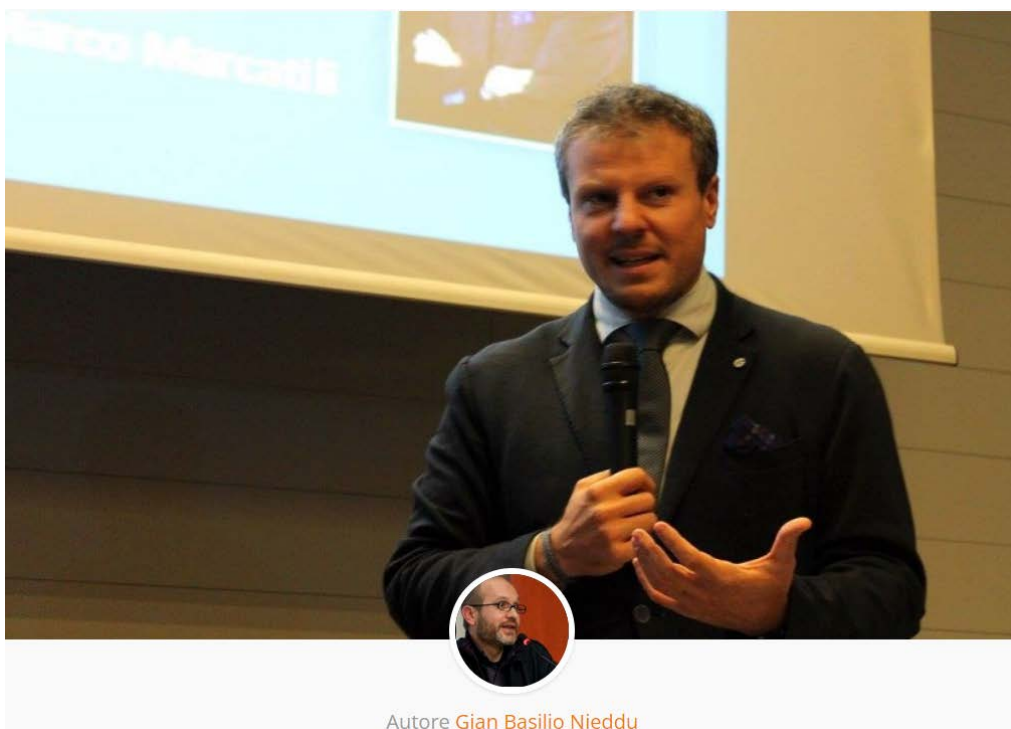


Marcatili al Caab: "Gestire mercati regionali e consulenze al mondo"



Intervista al nuovo presidente del mercato di Bologna.

Si punta a una maggiore relazione con produttori e Op. Gestire i 13 mercati regionali in ottica spagnola e sociale e vendere consulenze sulla gestione dei mercati in Cina, in Africa o nel vicino Oriente. Una prospettiva globale - come dicono i sociologi - che corre da Pechino al quartiere San Donato dove il filo rosso è la competenza organizzativa da spendere nel mercato mondiale o nei siti bolognesi dove tra i banchi di frutta e verdura si vuole coltivare la socialità ampliando l'offerta dei mercati di prossimità. Questa la visione di Marco Marcatili, da pochi mesi presidente del Caab dopo l'era Segrè. Il mercato all'ingrosso di Bologna. Marcatili, nato a Fermo nel 1981, è responsabile sviluppo e sostenibilità di Nomisma e consigliere di amministrazione del Fondo ambiente italiano. Myfruit l'ha intervistato per capire l'orizzonte del centro agroalimentare del capoluogo emiliano.

La strategia del nuovo presidente conta su dieci milioni. Presa la staffetta da Andrea Segrè, Marcatili è pienamente operativo da settembre. "In questi due mesi abbiamo lavorato sulle direzioni di sviluppo del Caab. A livello nazionale oggi vi è maggiore attenzione, da quando nel 1986 sono stati istituiti, per i mercati all'ingrosso. La conferma è la specifica linea di finanziamento dedicata nel Pnrr. Tornano ad essere necessari. Sono infrastrutture che aiutano la politica della sovranità alimentare". Per rendere più competitivo il mercato il presidente conta su un budget da 10 milioni e punta su transizione energetica, riqualificazione, digitalizzazione e non solo. "Dobbiamo trasformarlo in un food hub con ampia area controllata, potenziare le pensiline esterne con nuovi pannelli fotovoltaici, attiveremo una piattaforma digitale ma anche il delivery business to business tra ingrosso e distribuzione locale".

Al centro la sostenibilità. I cambiamenti sono legati agli orientamenti della programmazione europea, ma non solo, e quindi al processo di transizione ecologica ed energetica: "Puntiamo a più mezzi elettrici. Si entra fossile e si esce elettrico. In questa direzione andiamo verso l'economia circolare: con il rifiuto organico che già differenziamo al 85% parte anche il biodigestore". Ancora energia dagli scarti.

Marcatili al Caab: "Gestire mercati rionali e consulenze al mondo"

Apertura ai produttori alle Op e gestire i mercati rionali. La strategia di Marcatili vede il locale come un'opportunità da valorizzare. "Dobbiamo gestire altri asset ed estrarre un po' di più¹ dalla filiera: a monte aprendo alle Op, a valle entrando nella gestione dei mercati al dettaglio. Bologna ha 13 mercati rionali e ci permettono una ricaduta sul commercio di prossimità". Su questa grande ricchezza è possibile innovare e immaginare nuove funzioni. "Immaginando la via dei mercati spagnoli e continentali, mercati urbani in luoghi sociali. Fa bene al Caab e fa bene alla città vedere nascere un nuovo sistema di delivery di ultimo miglio, un modo per esser contemporanei. Abbiamo gestito bene e il mercato ha restituito 20 milioni di euro al Comune". Un dato che conferma la capacità gestionale.

In produzione anche l'energia. Nel mondo si paga cara l'energia, al Caab il discorso cambia. Spiega il presidente: "Per noi non è un problema ma un valore positivo per il bilancio grazie all'investimento fatto con il fotovoltaico". E con il Pnrr si hanno altre opportunità. "Ci allargheremo alla produzione di biogas c'è un potenziale enorme".

Un saper fare da vendere nel mondo. Una leva di crescita per Marcatili è il mondo della consulenza. Ci sono competenze utili da trasferire "per gestire queste infrastrutture in Cina, a Riad, in Mozambico. Puntiamo su Caab advisory per rispondere alla domanda di come si gestiscono queste strutture. Abbiamo un gruppo di lavoro che si dedica solo a questo tema, esiste un fil rouge sia quando si va in Cina sia nel mercato rionale grazie alla produzione del buono". L'eccellenza emiliano-romagnola.

C'è un made in Italy da valorizzare. "Il nostro prodotto è mediamente nazionale, rispetta la qualità del lavoro. Ma anche se arriviamo al 85% di prodotto nazionale la sovranità non deve essere intesa come chiusura ma come responsabilità alimentare. Bisogna guardare alla filiera corta, promuovere e il multiculturalismo perché si lavora di notte e qui si hanno più culture che convivono. La sovranità non è autarchia".

Pronti su tutti i fronti. C'è tanta carne al fuoco, ma il presidente assicura che è tutto sotto controllo. "Sui mercati rionali siamo pronti, si devono rispettare i tempi amministrativi; stesso discorso per l'energia ma si deve sbloccare la comunità energetica a livello normativo. Dobbiamo partire con i nostri operatori del mercato, in pochi mesi riusciamo a fare comunità con loro". C'è anche il discorso della comunità con il quartiere Pilastro ma quella è un'operazione più complessa.

Sull'apertura diurna ci deve essere il consenso degli operatori. Favorevole o contrario a sostituire il giorno con la notte nelle dinamiche di mercato? Il presidente sottolinea: "Non è una scelta da uomo solo al comando, serve uno strumento per capire l'impatto. Gli operatori sono divisi sul tema, serve valutare il risvolto per i singoli business e per il business sociale e capire se l'orario è una leva per aumentare l'attrattività". Spirito laico sul tema che deve avere un suo ritorno concreto e la condivisione degli operatori.