

SPECIALE MACFRUT

Le sfide dell'innovazione

Caab, nuova piattaforma logistica

«Offriamo competenze e servizi»

Il presidente Marcatili apre la strada a un nuovo corso del **Centro Agroalimentare di Bologna**

di Luca Ravaglia

«Sono cambiati i tempi e adeguarsi al nuovo contesto che ci circonda non è una questione di scelte, ma di necessità». L'analisi è di Marco Marcatili, presidente di **Caab**, il **Centro Agroalimentare di Bologna** e vicepresidente di Italmarché.

«I numeri - riflette - dicono che in 10 anni il consumo di ortofrutta si è dimezzato in tutte le realtà italiane: serve capire come mai e lavorare per invertire una tendenza che non possiamo permetterci di dare per scontata. Certo, alcuni fatturati aziendali sono rimasti stabili, ma il motivo è legato all'aumento dei prezzi, non certo alla quantità degli acquisti. Questo significa che una fetta importante della popolazione sta rinunciando a portare in tavola prodotti buoni, di qualità e fondamentali per la tutela della salute».

Come rispondere?

«Realtà come **Caab** lavorano da tempo per essere al fianco del mondo dei produttori. La situazione però non è facile: basta citare per esempio il clima e i suoi mutamenti per rendersi conto di come nel nostro Paese le zone dedicate all'agricoltura stiano diminuendo. I dati di Nomisma sono chiarissimi: se nel comparto frutticolo continuiamo a reggere, per quanto riguarda gli ortaggi, siamo diventati un Paese di importatori. Questo inevitabilmente si ripercuote anche sul nostro ruolo».

In che modo?

«La piattaforma **Caab** era nata quando l'area nella quale gravita era una grande zona di produzione. Ora le esigenze sono diverse e per questo è necessario aggiungere valore e ampliare i servizi. Cito un gioco di parole che mi piace riportare, parlando della necessità di essere una piattaforma anche di formazioni e di conoscenza: vado oltre il centro alimentare e arrivo al centro 'per' alimentare».

Alimentare cosa?

«Competenze, logistica, servizi, e-commerce. Non lo dico per voler fare la figura del 'primo della classe', ma perché questa è la strada obbligata da percorrere, partendo da qui, dal nostro territorio».

Il vostro riferimento spazia dall'area bolognese a tutto il centro Italia nell'ottica di uno

snodo logistico chiave a livello quanto meno nazionale.

«Se davvero Bologna ambisce a essere la capitale italiana della qualità della vita è da qui che si deve partire: da progetti che sostengano il consumo di frutta e verdura nelle scuole, nelle aziende, nelle famiglie. Perché portare in tavola prodotti di grande qualità fa bene a tutti. Così arrivo al passo in più: penso a Bologna come alla capitale del consumo dei prodotti freschi».

Una sfida non semplice.

«Evolversi è imprescindibile, così come lo è andare nella direzione delle aggregazioni e dell'incentivazione dell'export, un canale che dobbiamo alimentare perché è e sarà sempre più strategico. Possiamo allargare il raggio al Mediterraneo, all'Europa tutta, agli Emirati, al sud est asiatico. Ma il punto è che per fare la differenza non c'è bisogno di arrivare fin da subito chissà dove: basta pensare che il principale importatore della nostra or-

LAVORO DI SQUADRA

«Se vogliamo essere la capitale italiana della qualità della vita, serve investire su frutta e verdura»

tofrutta è la Germania, che è decisamente più semplice da raggiungere rispetto alle latitudini lontane».

Cos'altro serve al settore?

«Le zone di produzione devono essere difese il più possibile, anche nell'ottica delle nuove generazioni che meritano di essere messe nelle condizioni di portare avanti il lavoro delle loro famiglie. Poi serve rilanciare, introducendo gli aspetti commerciali e di coinvolgimento della filiera».

Sarete in fiera a Macfrut?

«Appuntamenti come questo sono fondamentali per coinvolgere i nostri clienti, presentare i servizi e parlare a tutti gli operatori, senza dimenticare nemmeno l'aspetto fondamentale del rilancio del commercio al dettaglio, un tipo di servizio che offre caratteristiche che altre realtà non hanno. Organizzeremo open day e ci confronteremo con tutti i partner. Il mondo cambia, così come cambiano le esigenze di chi lo abita. Serve essere sul mercato con le risposte giuste».



Marco Marcatili è presidente di **Caab**, il **Centro Agroalimentare di Bologna** e vicepresidente di Italmarché. Il suo intento è quello di riportare d'attualità il consumo di frutta e verdura tra tutta la popolazione, a partire da scuole e aziende

Caab Forward: largo ai giovani

Visione, capacità e nuove energie

Si punta a un laboratorio permanente dedicato alla programmazione strategica

Tra gli elementi di trasformazione del **Centro AgroAlimentare di Bologna** c'è la scelta di mettere al centro le capacità e le energie dei giovani: imprenditori, dirigenti e figure apicali delle aziende operative nella piattaforma del fresco, in un settore come quello dell'ortofrutta che incontra difficoltà quanto a ricambio generazionale.

«Si chiama **Caab Forward** perché guarda oltre - spiega Marco Marcatili, presidente del Centro - nasce come momento condiviso di innovazione e governance partecipata nella logica di immettere nuove energie nell'ecosistema». Il progetto mira a dare vita a un laboratorio permanente, in cui le nuove generazioni contribuiscano in modo attivo alla progettazione strategica del **Caab**, portando visione e competenze. «**Caab** è prima di tutto una comunità - sottolinea Marcatili - mettere al centro i giovani e il loro sguardo significa pensare a un progetto di lungo termine che tiene insieme formazione, lavoro, logistica sostenibile e dialogo con il territorio». In questo senso, tra le azioni chiave di **Caab Forward** spicca **Caab Academy** - Alimentare le competenze, il primo model-

lo di academy pubblico-privata nato all'interno di un centro agroalimentare. Un progetto costruito in partnership con Ifoa e l'Emilia-Romagna, che propone corsi altamente specializzati rivolti ai professionisti e collaboratori delle imprese insediate. I temi oggetto di formazione sono e-commerce, marketing digitale, logistica integrata, strategie di vendita. L'obiettivo è fare del **Caab** un polo formativo permanente, con percorsi strutturati e aggiornamento continuo per chi già lavora e per chi cerca nuove opportunità.

«Grazie alla collaborazione con Lavoropiù, il **Caab** ha attivato un servizio di reclutamento dedicato alle imprese della piattaforma, affiancato a percorsi formativi e orientamento professionale. Una sinergia che nasce a partire dal protocollo di sito per la qualità del lavoro». Il documento, promosso da **Caab** e sottoscritto nel 2024 da tutte le imprese operanti nel Centro, insieme alle istituzioni e ai sindacati. «Lavorare di notte richiede equilibrio, sicurezza, prospettive di crescita. Serviva un nuovo patto con lavoratrici e lavoratori - afferma Marcatili - La reputazione del Centro come luogo di la-

voro è positiva, ma non tutti sanno che tanti sono i talenti - dirigenti, tecnici e manageriali - di cui la piattaforma ha bisogno per funzionare».

Altra iniziativa strategica, nata dal gruppo dei giovani leader, è **Caab Fresh**, il servizio di delivery B2B a temperatura controllata pensato per modernizzare la logistica ortofrutticola. In partnership con Torello, operatore logistico specializzato, il servizio è stato esteso da Bologna a Modena e Ferrara, rispondendo alla domanda crescente di prodotti freschi di qualità, consegnati direttamente a negozianti, dettaglianti e ristoratori (ad esclusione dei centri storici cittadini). **Caab Fresh** cambia il paradigma: non sono più solo i clienti a raggiungere il mercato, ma è anche il mercato a raggiungere i negozi sul territorio. «Oggi **Caab** intende proporsi come uno dei poli più dinamici dell'economia agroalimentare, per farlo occorre innovare e intercettare nuove energie e nuove visioni» conclude il presidente. La nuova generazione di imprenditori e dirigenti del mondo ortofrutta si prepara a dare il proprio contributo al mercato agroalimentare di domani.