

FOCUS

Le realtà d'eccellenza



I camion pronti a partire con i carichi di frutta e verdura. A destra Marco Marcatili, presidente Centro AgroAlimentare di Bologna (Caab). Una realtà dove ci sono oltre mille persone operative ogni notte, con 100mila controlli sanitari ogni anno per garantire la salubrità dei prodotti. Il fatturato complessivo è di 400 milioni



I numeri della realtà

GARANIRE LA SALUBRITÀ



I controlli sui prodotti

Sono oltre 100mila all'anno

Oltre mille persone operative al Caab ogni notte, 100mila controlli sanitari su frutta e verdura ogni anno per garantire la salubrità dei prodotti

FRUTTA E VERDURA



Le tonnellate smistate

Duecentoquarantamila ogni anno

«Abbiamo accettato la sfida di trasformare il Caab in una comunità che produce valore condiviso, in una logica di corresponsabilità con le imprese»

IL FATTURATO



A livello complessivo

Di 400 milioni

«Il calo dei consumi di ortofrutta fresca è un dato drammatico. Non possiamo ignorarlo, né limitarci a subirlo. Come Caab ci stiamo preparando a reagire»

Caab, la sicurezza è anche di notte

«Bologna cuore della Food Valley»

Marcatili è il presidente del Centro AgroAlimentare: «La nostra missione è rafforzare la filiera dando qualità»

di Giovanni Di Caprio

«Bologna è il cuore della Food Valley emiliana». Oltre mille persone operative al Caab ogni notte, 100mila controlli sanitari su frutta e verdura ogni anno per garantire la salubrità dei prodotti, 240mila tonnellate di prodotti smistate ogni anno, 400 milioni di fatturato complessivo. Questi i numeri dettati da Marco Marcatili, presidente Centro AgroAlimentare di Bologna (Caab).

Marcatili, in quale ecosistema opera Caab?

«Oggi siamo una piattaforma pubblica che eroga servizi di alto valore, capace di generare utilità economiche ma soprattutto sociali, grazie al lavoro comune con le imprese private che qui ogni giorno operano. Ciò che conta di più è la direzione intrapresa, nel senso della partnership che oggi unisce piattaforma e imprese: abbiamo costruito un vero e proprio ecosistema tra pubblico e privato, che condivide strategie e obiettivi».

Non solo una piattaforma di servizi, giusto?

«Abbiamo accettato la sfida di trasformare il Caab in una comunità che produce valore condiviso, in una logica di corresponsabilità con le imprese. La nostra missione è rafforzare la filiera dell'ortofrutta di qualità, a prezzi accessibili, ma anche essere un motore di innovazione, formazione e sostenibilità».

Cos'è il percorso 'Caab Forward'?

«È una delle nostre novità più importanti, è il gruppo dei giovani imprenditori, manager e dirigenti che sta contribuendo a determinare i prossimi passi della nostra piattaforma. È nato con l'obiettivo di costruire leadership condivise e intergenerazionali, e si è già tradotto in progetti concreti: dal networking con altri centri agroalimentari all'analisi dei mercati, fino all'Academy 'Alimentare le competenze', un programma di formazione continua nato in partnership con Ifoa e Regione Emilia-Romagna e cofinanziato con oltre 450 mila euro di risorse europee. A questo si affianca il servizio per il recruitment di piattaforma realizzato insieme a Lavoropiù, che ci

aiuta a selezionare e inserire nuove professionalità».

Qualità del lavoro, formazione e crescita professionale per rafforzare l'intera filiera e trattenere le migliori competenze. Sono diversi i progetti a Bologna che avete intrapreso a Bologna in tal senso.

«Vogliamo che il Caab sia sempre di più un luogo in cui tradizione e innovazione si incontrano. Non solo un mercato, ma una vera fabbrica del futuro del cibo, in dialogo con la città. Per questo, accanto ai tanti progetti – tra i quali spicca il bando Pnrr da 10 milioni di euro a fondo perduto – stiamo investendo sulla nostra identità civica, quella che ci lega alla città e al suo tessuto sociale».

Qual è la situazione del mercato ortofrutticolo?

LA CAMPAGNA 'FACCE FRESCHE'

«Ci raccontiamo, mettendo al centro i volti di imprenditori e imprenditrici che ogni giorno fanno vivere il mercato»

«Il calo dei consumi di ortofrutta fresca in Italia è un dato drammatico. Non possiamo ignorarlo, né limitarci a subirlo. Come Caab ci stiamo preparando a reagire, con un percorso che coinvolgerà la città intera e che culminerà a metà 2026 con un grande evento cittadino, mettendo al centro la filiera del fresco. Vogliamo che i nostri partner in città siano innanzitutto i dettaglianti, per costruire un grande laboratorio urbano che parli di alimentazione sana, accessibilità, educazione al gusto e cultura del prodotto fresco».

In che modo?

«In questa prospettiva, siamo già partiti in questi mesi: iniziando a raccontarci con la campagna 'Facce Fresche', che mette al centro i volti delle imprenditrici e degli imprenditori che ogni giorno fanno vivere il nostro mercato. Loro sono il nostro valore aggiunto, la dimostrazione che dietro ogni prodotto fresco c'è una storia di lavoro, passione e dedizione. È un modo per restituire visibilità e riconoscimento pubblico a chi costruisce, ogni notte, la filiera del cibo fresco, garantendo qualità».