

Emilia-Romagna Mercati a Berlino

«Aumentare l'export del fresco»

Marcatili, presidente del Caab Bologna, a Fruit Logistica. «Dalla Regione i primi 600mila euro»

di **Benedetta Dalla Rovere**
BOLOGNA

Valorizzare il consumo di prodotti freschi e far arrivare le eccellenze del Made in Italy non solo sulle tavole degli italiani ma anche degli altri cittadini europei. È questa la missione che la rete d'impresie Emilia-Romagna Mercati si è data e che, come spiega il professor Marco Marcatili, presidente del Caab di Bologna, ha portato anche a Berlino al Fruit Logistica, la più grande fiera di riferimento del settore a livello europeo.

Quella in Germania non è la vostra 'prima uscita' internazionale?

«Abbiamo partecipato alla missione in Giappone e nelle prossime settimane saremo in Qatar. A Berlino siamo presenti come rete Emilia-Romagna Mercati, con i mercati di Bologna, Parma, Rimini e Cesena in un unico stand. Rete a cui la Regione ha recentemente riconosciuto un ruolo molto specifico per la promozione del fresco e delle imprese sui mercati internazionali».

Qual è il ruolo di viale Aldo Moro?

«La Regione per la prima volta dopo tanti anni ha promulgato una legge regionale che riconosce ai mercati, poco considerati negli ultimi anni, il potenziale nel promuovere il fresco e i prodotti delle nostre imprese locali a livello internazionale. Questa è la vera novità».

Che apporto arriverà dalla Regione?

«La Regione ha anche contribuito con 600 mila euro, un ottimo inizio rispetto al nostro piano strategico della rete da 3,6 milioni di euro che punta all'internazionalizzazione e alla logistica solida».



Marco Marcatili, presidente di Caab Bologna

IL NODO

«Preoccupante calo della domanda interna. Siamo una terra di grandi produttori, guardare all'estero è fondamentale per la crescita»

Quali sono gli obiettivi che vi ponete con il piano?

«In Emilia-Romagna pur essendo dei grandi produttori, non siamo top exporter del fresco. Dobbiamo assolutamente colmare questo gap in un settore che richiede anche una logistica particolare. Le nostre imprese agricole, inoltre, spesso non hanno una struttura che consente loro di essere presenti alle manifestazioni internazionali e i mercati vanno loro in aiuto offrendo servizi, relazioni commerciali e logi-

stica».

Sta anche cambiando molto il contenuto del carrello della spesa degli italiani.

«Stiamo assistendo ad un preoccupante calo di domanda del fresco per fattori legati all'inflazione e ad aspetti culturali. Dobbiamo invece riuscire a trasferire la consapevolezza che il consumo di cibi freschi aumenta la qualità delle nostre vite. La sicurezza, la qualità, i prodotti locali, inoltre, si possono trovare soprattutto nei mercati e non ad altri canali distributivi».

Come mai avete pensato di rivolgervi anche ai consumatori europei?

«Con questo calo di domanda interna, abbiamo bisogno di quella internazionale. All'estero spesso c'è una food policy che ha una narrazione più forte sul fresco. Questo è il motivo per cui come rete Emilia-Romagna Mercati da una parte vuole realizzare una relazione inedita con il mondo della grande distribuzione, che a Bologna non può prescindere da Coop e Conad, molto legato a sfide culturali contro l'inflazione, per il consumo del fresco, verso stili di consumo legati al commercio di prossimità. Nel frattempo, però, noi abbiamo la necessità di sviluppare anche canali esteri».

In questo momento gli agricoltori in tutta Europa stanno protestando. In questo i mercati cosa possono fare?

«La nostra piattaforma è commerciale e logistica. Ospitiamo già molti piccoli produttori di Coldiretti e Cia, ma è un nostro obiettivo quello di rafforzare i legami con il mondo della produzione a monte e con il mondo della grande distribuzione a valle. Una filiera dove ci sono tutti è una filiera più equa, più buona e giusta».