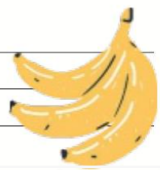




FILIERE MADE IN ITALY E PIÙ BIOLOGICO LO SCATTO DI ORSERO

L'accordo per le clementine calabresi e il prossimo shopping nel comparto del bio. Ricavi su nel 2020



di **Isidoro Trovato**

Una filiera tutta italiana dedicata a un unico frutto, dalla terra agli scaffali della grande distribuzione. L'operazione realizzata da Orsero con la frutta ha precedenti. C'è riuscita Chiquita con le banane, Jaffa con i pompelmi e Melinda con le mele. «Ma il nostro progetto — spiega Raffaella Orsero, ceo del gruppo — è finalizzato a tutelare il prodotto e gli agricoltori. Abbiamo siglato un accordo con i migliori produttori calabresi di clementine, ritireremo e pagheremo l'intero raccolto senza scarti per tutelarli. I produttori italiani sono generalmente piccoli e non hanno la forza di andare su tutte le piattaforme della distribuzione. Noi garantiremo questo ultimo passaggio e daremo un marchio alla frutta. Garantire la qualità con un marchio significa fidelizzare i consumatori anche su altri prodotti perché sanno che con quel marchio trovano alta qualità. Per questo siamo pronti a ripetere l'esperimento della filiera anche con il radicchio (produttori dell'Adriatico, Calabria e Puglia) e con il mango della Sicilia. Il tutto garantendo una filiera controllata e produzione sostenibile».

Bilanci

Una scelta, quella delle filiere, tra le più importanti in un 2020 che per tutto il comparto frutta non è stato catastrofico come in altri settori e che ha portato i ricavi del gruppo Orsero ben oltre il miliardo di euro. «Il consumo complessivo di frutta — racconta la ceo — in Italia



Al top Raffaella Orsero, ceo del gruppo omonimo

è rimasto stabile anche se c'è stato meno turismo e una minore presenza straniera, questo significa che gli italiani ne hanno mangiata di più, compensando il calo dovuto al turismo e ai ristoranti a lungo chiusi. Probabilmente si tratta di una conseguenza di una maggiore permanenza in casa, dove è più facile consumare frutta. In compenso abbiamo notato un notevole scostamento delle tipologie: sono quasi spariti ananas e frutti di bosco nei consumi di tutta Europa (probabilmente perché si tratta di frutti fortemente legati all'Home). Invece è aumentato in maniera esponenziale la richiesta di agrumi e kiwi, quasi certamente perché contengono vitamina C

che viene considerata utile anche nella lotta preventiva contro il Covid».

Progetti

Orsero è un multinazionale nata 80 anni fa che oggi opera con 1500 dipendenti e più di 300 referenze di prodotto in due rami di business: import e distribuzione di frutta e verdura nel Sud Europa e shipping di banane e ananas. Il gruppo nel 2019 ha raggiunto il miliardo di euro di fatturato distribuito tra i vari Paesi: Italia 41%, Spagna 28%, Francia 20%, Portogallo 5%, Grecia 2%, Messico 4%. «Ogni anno commercializziamo oltre

750 mila tonnellate di frutta e verdura grazie a una rete di fornitori attentamente selezionati tra le principali aree di produzione al mondo — continua la ceo —. Gestiamo l'intera filiera dei prodotti ortofrutticoli freschi: sourcing, trasporto marittimo, maturazione, distribuzione e marketing. In questo 2020 che ha colpito alcuni dei nostri più strategici fornitori di frutta esotica, abbiamo provveduto noi a finanziarli. E malgrado tutto i risultati del 2020 ci hanno portato sopra il fatturato del 2019, anche grazie all'investimento in Francia che ci ha rafforzati nel mercato d'Oltralpe».

Un tipo di investimento che potrebbe essere ripetuto. Da tempo circolano voci di una nuova acquisizione, magari in terra iberica. «Di sicuro ci stiamo guardando intorno — conferma Orsero —. Nel 2021 faremo un'acquisizione di almeno un'azienda di prodotti biologici, abbiamo in corso due, tre trattative e ne finalizzeremo certamente una per potenziare la nostra presenza nel comparto. Il prossimo sarà un anno ancora più complesso di questo 2020 perché la crisi economica si farà sentire di più. Quest'anno il nostro modello organizzativo ha retto e si è adattato anche ai cambiamenti di consumi. Bisogna farsi trovare pronti per un periodo ancora più complesso: nel 2021 il nostro obiettivo è di pareggiare i risultati del 2020. In tutti i sensi».

Un miliardo il fatturato del 2019. Kiwi e agrumi i bestseller di quest'anno

© RIPRODUZIONE RISERVATA

