

Da piantagioni esotiche, e con navi proprie, il **gruppo Orsero** produce e trasporta **frutta di qualità** verso i supermercati di mezza Europa. Sfiora il miliardo di ricavi e ha progetti in nuove nicchie di mercato | **Tobia De Stefano**

Ananas e papaya maturano in borsa

TUTTO NASCE, COME SPESSE NELLA STORIA IMPRENDITORIALE ITALIANA, DAL CORAGGIO e dalla lungimiranza di un uomo, Raffaello Orsero: durante il boom economico italiano seppe capire come stavano cambiando i consumi. Gli italiani non si accontentavano più di mangiare pere e mele solo qualche mese all'anno, ma volevano avere frutta a disposizione anche fuori stagione. E per soddisfare questa domanda era necessario mettersi su una nave e arrivare fino all'altro capo del mondo, in Sud America, dove scovare, per poi importare, la frutta migliore. Nel 1960 iniziò così la storia di successo del gruppo Orsero.

La società di Albenga (Savona), che porta sugli scaffali dei supermercati di mezza Europa (Italia, Francia, Spagna, Portogallo e Grecia) banane e ananas a ciclo continuo, è cresciuta passo dopo passo non senza qualche imprevisto. Oggi ha una flotta tutta sua (quattro navi di proprietà), più di 1.000 dipendenti e ricavi (937,8 milioni nel 2017) e utili (15,1 milioni) in crescita. Ma il passaggio generazionale, agli inizi del 2000 (il patron Raffaello è mancato nel 2006), non è stato indolore. Scelte infelici, i 20 milioni di euro «sprecati» per una partecipazione in Alitalia, investimenti fuori dal core business (immobiliare) o troppo rischiosi, come la produzione di mele e pere in Argentina, avevano portato l'esposizione con le banche fuori controllo. Rimettere la barca in carreggiata non è stato facile. E per farlo è servita prima una complessa operazione di ristrutturazione del debito con gli istituti di credito e poi la quota-

zione all'Aim che ha restituito ossigeno al gruppo. «Oggi», spiega a *Capital* il presidente e ad **Paolo Prudenziati**, «guardiamo al futuro con serenità e stiamo programmando nuovi investimenti. In passato forse c'è stato un eccesso di diversificazione, adesso siamo concentrati sull'attività principale che è quella della distribuzione. Orsero è riconoscibile e riconosciuto affidabile perché serve tutti i maggiori supermercati e mercati del Sud Europa. Dobbiamo continuare a curare i rapporti con la nostra clientela».

Come? «Grazie alla quotazione», aggiunge il cfo e ad Orsero, **Matteo Colombini**, «abbiamo investito oltre 33 milioni per comprare tre partecipazioni in società di distribuzione, una in Spagna e due in Italia. Ci restano altri 25 milioni di liquidità da poter investire per la crescita». Che cosa ne farete? «Puntiamo sulla distribuzione, però con attenzione a tutta la filiera di produzione. Abbiamo ancora una piccola produzione di avocado in Messico (200 ettari) e potrebbe avere senso usare una parte di questi soldi per puntare su altre nicchie di mercato. Potrebbero essere il mango, o la papaya, che ti qualificano verso i nostri clienti come filiera, perché sai che cosa significa coltivare quel prodotto e dai un valore aggiunto».

E poi c'è per Orsero la categoria fresh cut, ovvero la frutta confezionata e pronta per il consumo. «L'altro nostro grande obiettivo», continua Prudenziati, «è aumentare la penetrazione in questo mercato caratterizzato da buone prospettive di crescita, contiamo di fare ancor di più in futuro. C'è un problema di abitudini, gli italiani in genere preferiscono una merendina a una confezione di frutta già sbucciata, ma si estende la quota di consumatori attentissimi al vivere e al mangiar sano: cercano proprio questi prodotti».

Per un'azienda già tanto cresciuta ma con piani di espansione è rilevante il tema investimento... «Già ne abbiamo fatti», precisa Colombini. «Il maggiore magazzino è a Firenze e la distribuzione è partita dalla Toscana e dalla Lombardia, ma stiamo arrivando anche nel resto del paese. C'è inoltre il mercato della frutta secca che sta avendo grande sviluppo. E quello dei prodotti trasformati: centrifughe e spremute con l'uso esclusivo di frutta di primissima scelta, zero scarti e senza zuccheri aggiunti».

L'investimento è anche sulle persone. Orsero ne sta selezionando per marketing, ricerca e sviluppo e business development. «È ovvio che se dovessimo aprire un nuovo stabilimento altre assunzioni si aggiungerebbero. Mentre se dovessimo concludere un'acquisizione ci sarebbero altri aspetti. Facciamo le cose con calma, abbiamo le risorse per espanderci, l'importante è non sbagliare investimento».



Nel tondo, **Paolo Prudenziati**, presidente e amministratore delegato di Orsero.

