

# Orogel: investimenti in salubrità

Terreno, acqua, energia, logistica e packaging gli elementi su cui si lavora. E prodotti a 'residuo zero'

di **Paolo Morelli**

**Il 2020** è stato un anno terribile per le aziende che operano in molti settori, ma non per quelle che producono generi alimentari. Orogel, primo produttore italiano di vegetali freschi surgelati, ha incrementato le vendite al dettaglio, con punte del +35% durante il lockdown primaverile, ma ha ridotto altrettanto sensibilmente le forniture alla ristorazione. Il 2020 si è chiuso con 113.000 tonnellate di surgelati venduti (praticamente invariato rispetto all'anno precedente) e 261 milioni di fatturato (nel 2019 erano stati 250 milioni).

**Le difficoltà** derivate dall'andamento schizofrenico del mercato non hanno fermato il progetto 'Orogel green' che racconta

## MERCATO DIFFICILE

**Vendite condizionate da lockdown e restrizioni: quantità invariata, valore +4,4%**



Bruno Piraccini e Giancarlo Foschi

su tutte le piattaforme di comunicazione l'impegno profuso per la salute dell'ambiente, dei lavoratori e dei consumatori, i risultati raggiunti e gli obiettivi da perseguire.

**I principali** risultati raggiunti nell'ultimo periodo: 300.000 metri cubi di acqua risparmiata (l'equivalente di 110 piscine olimpioniche) sfruttando al massimo le precipitazioni e le risorse naturali nei campi, e riutiliz-

zando l'acqua impiegata negli stabilimenti con sistemi di microfiltrazione; 70% di energia prodotta autonomamente e 20% in meno di emissioni nell'atmosfera. Questi risultati sono stati ottenuti anche grazie alla realizzazione della cella frigorifera più grande in Italia che consente una riduzione

dell'emissione di oltre mille tonnellate di anidride carbonica in atmosfera.

**I miglioramenti** vengono ottenuti con forti investimenti (250 milioni di euro tra il 2011 e il 2021) in innovazione tecnologica soprattutto per quel che riguarda la lavorazione dei terreni, la gestione dell'acqua per le coltivazioni dei campi e la lavorazione negli stabilimenti, l'energia (per la surgelazione e il mantenimento della catena del freddo ne serve molta), la logistica per lo stoccaggio e la distribuzione dei prodotti, le confezioni sempre più leggere e riciclabili.

**Ma l'obiettivo** primario è la salubrità del prodotto che finisce nei piatti dei consumatori: «La struttura cooperativa - spiega il presidente Bruno Piraccini e l'amministratore delegato Giancarlo Foschi - ci consente di controllare tutta la filiera produttiva, dal campo al banco del supermercato. Così, grazie alle tecniche di produzione con la lotta integrata e biologica si riesce a ottenere prodotti con residuo zero, un risultato impensabile fino a pochi anni fa».

© RIPRODUZIONE RISERVATA