

THEROMETABLE
FRESH WORLD B2B MEETINGS
ROMA,
11-12 NOVEMBRE 2021

CORRIERE ORTOFRUT

THE FIRST ITALIAN MONTHLY ON FRUIT AND VEGETABLE

ATTUALITÀ ▾

AZIENDE ▾

DISTRIBUZIONE ▾

ESTERO

FIERE

INNOVAZIONE ▾

LOC

UNIFRUTTI, ECCO I NUOVI PROGETTI E INVESTIMENTI IN ITALIA



Pubblicato il 19 febbraio 2021

Condividi



Dopo l'acquisizione dell'azienda almeriense **DimiFruit**, annunciata la scorsa settimana, **Unifrutti** (azienda leader nella produzione e distribuzione di frutta con 700 milioni di dollari di fatturato realizzato in tutti i principali mercati del mondo come l'Asia) non ferma il suo ingresso nel mondo degli ortaggi (avviato proprio con quest'ultima operazione in Spagna) e si prepara a nuovi sviluppi in Italia dove si stano testando anche colture innovative come quella **idroponica**.

Si tratta di operazioni strettamente collegate ad un parallelo lavoro sulla qualità e sul branding che ha come filo conduttore la naturalità, la salubrità dei prodotti e soprattutto il loro legame con i territori.

Ne parliamo con **Marco Venturelli (nella foto), Ceo di Unifrutti Group**, in un'intervista esclusiva per Il Corriere Ortofrutticolo.

Come nasce il progetto di acquisizione di Dimifruit, in Almeria?

"Vogliamo allargare il nostro basket di frutta anche con gli ortaggi che è un prodotto complementare e compatibile con il mondo della frutta. Siamo partiti dall'Almeria perché è una zona altamente vocata per gli ortaggi per le sue peculiari caratteristiche pedoclimatiche. Abbiamo acquisito circa 80 ettari sotto serra che producono tra le 6mila e le 7mila tonnellate di ortaggi quali pomodori, peperoni e melanzane".

Quale sarà il mercato di riferimento per queste produzioni?

"La Gdo europea".

Avete in mente altre acquisizioni nel settore degli ortaggi, magari in altri Paesi mediterranei?

"Siamo molto attenti alle nostre location. Preferiamo quelle che garantiscano un plus sulla produzione degli ortaggi anche in relazione alle caratteristiche pedoclimatiche dell'area".

Pensate all'Italia?

"Sì. Nei nostri progetti di sviluppo futuri, siamo interessati all'area di Pachino, in Sicilia per la produzione di pomodori, e al Valdaso nelle Marche per la produzione di finocchi e cavolfiori. In quest'area stiamo anche facendo dei test, in vista dei progetti di acquisizione, su sistemi di coltivazione alternativi come quello idroponico. L'idea è sempre di orientarsi su produzioni di qualità, un fattore che teniamo in considerazione guardando al futuro. Ad esempio, in Spagna, tutta la produzione è realizzata in lotta integrata con un azzeramento di fatto dell'uso di pesticidi. Guardiamo inoltre con grande interesse al tema della sostenibilità ambientale e i test sulle colture idroponiche nascono in funzione di volere ridurre l'utilizzo dell'acqua in campo. Per noi acqua e terra sono beni primari. Noi nasciamo come produttori, siamo anche distributori ma la nostra anima è quella del produttore".

Come si svolgeranno le operazioni in Italia?

"Punteremo sulle migliori produzioni, investiremo sui territori più vocati, sicuramente cercheremo di innovare, ed anche di fare delle aggregazioni per valorizzare l'ortofrutta più distintiva, quella che solo l'Italia può vantare".

In che senso?

"È ancora tutto da vedere ma ci interessa molto lavorare su aggregazioni di tipo orizzontale con i produttori, con un areale minimo che dipenderà in gran parte dai prodotti, soprattutto partendo dalla Sicilia e dalla Valdaso dove

abbiamo già le nostre basi operative sul territorio italiano.”

Quali sono, numeri alla mano, i vantaggi di produrre oltre confine, non solo in termini di clima ma anche di costi di produzione, di organizzazione logistica, sbocchi di mercato magari preclusi all'Italia per eventuali barriere fitosanitarie?

“Noi produciamo, attualmente, in Ecuador, Cile, Argentina, Sudafrica, Italia, Filippine ed Egitto. Prendiamo in considerazione investimenti dove ci sono aree storiche e culturalmente importanti nei settori in cui andiamo ad investire. In questo modo realizziamo una grossissima diversificazione del rischio e possiamo essere presenti con i nostri prodotti per un periodo di tempo maggiore. Le faccio l'esempio dell'acquisizione di Oranfrizer che per noi ha significato avere la migliore arancia rossa sul mercato”.

Perché avete scelto la Spagna, tra i Paesi dell'emisfero Nord, per entrare nel mondo degli ortaggi?

“Perché l'Almeria è l'Almeria”.

È una regione che sta soffrendo particolarmente per la carenza di risorsa idrica.

“Non è un problema oggi con le tecnologie irrigue che ci sono”.

L'ingresso nel mondo degli ortaggi vi porterà a sviluppare nuovi brand?

“Stiamo facendo un lavoro molto complesso sul brand che sarà 'Natural' e avrà allo stesso tempo uno stretto legame con il territorio che rappresenta di modo da identificare immediatamente le zone di origine di ciascun prodotto. Ad esempio, da quest'estate abbiamo un marchio per la frutta Valdaso e uno per Acquaviva per l'uva dolce. È un work in progress. Sicuramente intensificheremo le attività di branding in Europa dove vogliamo potenziare la nostra reputazione”.

Tornando sull'acquisizione di Oranfrizer, come procede la collaborazione?

“Stiamo cercando di integrare l'arancia rossa nella nostra rete e puntiamo ad ampliare i volumi commercializzati. In questo primo anno si sta valutando la possibilità di un'espansione delle superfici di modo da avere almeno il doppio dei volumi. Siamo anche disposti ad investire e allargare il nostro network”.

Mariangela Latella

[Dimifruit](#)[Marco Venturelli](#)[Oranfrizer](#)[Unifrutti](#)

Leggi anche altri articoli correlati

14 giugno 2021

TRASFORMARANCIA, IL CONCORSO DI ORANFRIZER PREMIA LE SCUOLE

Giunge alla conclusione l'edizione 2021 della campagna educativa nazionale Il Giardino delle Arance che nasce...

25 maggio 2021

UNIFRUTTI, "TRIPLICHEREMO IMPORT DI LIMONI SENZA CHIMICA". VALENTINA TILGHER ENTRA NEL GRUPPO

Il Covid-19 ha accelerato nel 2020 il trend di consumo di tutti gli agrumi in...

FOTOGALLERY

Sfoggia ora l'ultimo
numero della rivista!

Sfoggia ora l'Annuario
2021 di Protagonisti
dell'ortofrutta italiana



SEGUICI SU FACEBOOK



SEGUICI SU INSTAGRAM



SEGUICI SU LINKEDIN

IL CORRIERE ORTOFRUTTICOLO

Corriere Ortofrutticolo, nato negli anni Sessanta e acquisito da Gemma Editco nel 1987, è lo storico mensile di informazione economica e commerciale del settore ortofrutticolo italiano, affermatosi negli anni come rivista "di filiera".

GEMMA EDITCO SRL

GEMMA EDITCO SRL

Via Fiordiligi, 6 - 37135 Verona

Tel: +39 045.8352317

Email: segreteria@gemmaeditco.it

P.Iva 01963490238

© Gemma Editco Srl – Privacy Policy – Cookies Policy