

# Il gusto di coltivare verdure, una sfida vinta

Alla scoperta della filiera controllata de L'Insalata dell'Orto: un tuffo tra insalate, radicchi e fiori, tra innovazione e tradizione. Con l'amministratore delegato Cinzia Busana, un bilancio sui primi 25 anni di attività dell'azienda

**È** un anno importante per L'Insalata dell'Orto. L'impresa veneta, tra i più importanti player italiani della IV Gamma e principale produttore europeo di fiori eduli, taglia il traguardo dei primi 25 anni di attività. Sono stati anni di crescita e innovazione, che hanno permesso all'azienda di sviluppare un business internazionale - l'export rappresenta circa il 70 per cento del giro d'affari - e di consolidare diverse partnership con la moderna distribuzione italiana ed estera. Il business de L'Insalata dell'Orto è infatti focalizzato sulle private label.

Ma c'è un doppio filo conduttore che lega ogni scelta strategica dell'azienda: il controllo della filiera e la sostenibilità. «Abbiamo messo a punto un modello distintivo nel comparto in cui operiamo - illustra Cinzia Busana, amministratore delegato de L'Insalata dell'Orto -. Il nostro Gruppo affonda le radici nella produzione orticola, con 17 aziende agricole sia al Sud che al Nord Italia, per un totale di 370 ettari gestiti direttamente, di cui 270 in biologico: il nostro lavoro parte da qui, dalla scelta del seme, dal presidio della terra, dall'individuazione delle migliori strategie agronomiche. Il controllo della produzione, anche attraverso rigidi disciplinari, ci permette di portare in magazzino una materia prima di qualità: questo è il primo mattone su cui costruire l'offerta commerciale. Conoscendo a fondo il prodotto e disponendo di ortaggi a foglia e altri prodotti ortofrutticoli con caratteristiche organolettiche, gustative, estetiche e di conservabilità elevate, possiamo mettere a disposizione della distribuzione moderna un'ampia gamma di referenze, garantendo continuità e qualità, anche attraverso gli



L'Insalata dell'Orto ha sede a Mira (Ve)  
[www.linsalatadellorto.it](http://www.linsalatadellorto.it)

impianti tecnologici che abbiamo nei nostri stabilimenti. Questo ci ha reso partner ideali per sviluppare progetti di private label». Dopo aver superato nel 2023 la soglia dei 50 milioni di euro di fatturato, L'Insalata dell'Orto continua sulla strada della crescita. Un percorso sostenuto da costanti investimenti sia in campagna che negli impianti di lavorazione. Nel corso dell'ultimo anno sono infatti aumentate le serre di produzione per sfalciati e fiori eduli nel quartier generale di Mira (Venezia), è stato installato un nuovo impianto fotovoltaico da 300 Kw e sono entrate in funzione le nuove celle refrigerate. «Parliamo di quattro strutture realizzate a supporto del nostro stabilimento per la lavorazione degli ortaggi a foglia - informa Cinzia Busana -. Abbiamo così incrementato la capacità di stoccaggio di insalate e radicchi con 6mila metri cubi a disposizione. Un investimento

aziendali e si concretizza anche nelle produzioni biologiche e a residuo zero, su cui l'impresa si è specializzata. A proposito di specializzazione, L'Insalata dell'Orto ha coltivato una nicchia di mercato molto interessante e promettente, quella dei fiori commestibili.

«L'Insalata dell'Orto, alle porte della laguna di Venezia, coltiva 41mila metri quadri di serre dedicate ai fiori eduli: qui crescono oltre 240mila piante e, nei periodi di punta, sono raccolti manualmente 100mila fiori freschi al giorno: rose, garofani, dalie, margherite, viole e crisantemi... Complessivamente sono prodotte 16 varietà di fiori commestibili, disponibili in 40 cromie, destinate al mercato italiano ed estero. Oltre ai fiori freschi, novità di quest'anno, ci sono i fiori disidratati, che possono essere impiegati anche nella preparazione di focacce e altri panificati».

L'export, come detto, è una parte preponderante del business de L'Insalata dell'Orto con la Germania che da anni è il mercato estero di riferimento. Importanti relazioni commerciali sono poi state avviate con operatori di Polonia, Romania, Ungheria, Slovenia ed Emirati Arabi. Parallelamente sta crescendo il mercato italiano dal quale stanno arrivando segnali di crescita interessanti grazie a nuo-

## DALLA PARTE DELLA NATURA

L'azienda veneta è specializzata nella produzione biologica e a residuo zero. Attenzione alla sostenibilità lungo tutta la filiera



## UNA SPECIALIZZAZIONE NEI RADICCHI VENETI IGP

L'Insalata dell'Orto ha una straordinaria capacità di segmentare la propria offerta di ortaggi a foglia destinati alla IV Gamma: produzioni a lotta integrata, biologiche e residuo zero; e poi ancora prodotti Igp, mix e monovarietà... A proposito di Igp, il legame dell'azienda con il territorio si manifesta nell'ampia gamma di referenze di IV Gamma che fa perno sulle eccellenze venete: Radicchio di Chioggia Igp, Radicchio Variiegato di Castelfranco Igp, Radicchio di Verona Igp, Radicchio Variiegato di Castelfranco Igp e Radicchio Rosso di Treviso Igp, Trittico di Radicchi Igp (Variiegato di Castelfranco, Chioggia e Verona). Monoreferenze e mix che L'Insalata dell'Orto produce sia a marca del distributore che con il proprio brand.

strategico pianificato per lo sviluppo del segmento delle insalate adulte: queste nuove celle refrigerate a temperatura positiva sono dotate di un moderno impianto frigorifero a glicole e ci consentono di difendere la qualità del prodotto, che raccogliamo nel suo perfetto stadio di maturazione. Soprattutto in estate, queste strutture consentono di abbattere la temperatura degli ortaggi, preservando la qualità organolettica e rendendo le successive fasi di lavorazione più semplici e veloci: se la merce entra in stabilimento fredda dà massima resa e bontà».

La sostenibilità è al centro delle strategie

vi accordi con la Gdo.

«Il controllo di filiera è un valore aggiunto apprezzato dai nostri partner, così come l'expertise maturata nel campo del biologico e del residuo zero - conclude l'amministratore Cinzia Busana -. Per questo ci siamo consolidati nel ruolo di fornitori affidabili per la marca del distributore: mettiamo al centro la qualità della materia prima e la sostenibilità». Per sostenere questa espansione, l'azienda è protagonista di diversi appuntamenti fieristici: nel 2025 sarà a Marca, Fruit Logistica, Macfrut e Fruit Attraction.

■ Bianca Raimondi