

Il 90% dei rifiuti dell'azienda diventa energia. E le emissioni sono in calo

# Dalla IV gamma al biogas

## Così L'Insalata dell'Orto trasforma gli scarti

DI ANDREA SETTEFONTI

**D**a scarto a biogas. **L'Insalata dell'Orto**, impresa di trasformazione e confezionamento di prodotti orticoli con sede a Mira (Ve), valorizza ogni anno tonnellate di residui vegetali. Infatti, quasi il 90% dei rifiuti prodotti è organico e finisce in un impianto esterno per la produzione di biogas, cuore del modello di economia circolare della realtà veneta. L'azienda è uno degli operatori italiani della IV gamma. Ed è il primo produttore europeo di fiori eduli che ha avviato anche un percorso di riduzione dei consumi energetici e dell'impatto ambientale.

Per quanto riguarda gli scarti vegetali recuperati e destinati al biogas, nel 2025 hanno raggiunto 2.708,05 tonnellate, in aumento rispetto dell'anno precedente (+4,5%). Si tratta dei residui generati dalla mondanatura delle insalate adulte e dalle attività di selezione e cernita degli ortaggi a foglia, triturati e conferiti a un impianto



Cinzia Busana

esterno dove vengono trasformati in energia. Un percorso che dà nuova utilità alla componente organica dei processi di lavorazione, invece di considerarla semplicemente uno scarto da smaltire.

«Nella IV Gamma la gestione degli scarti non è separata dall'efficienza produttiva, ma ne è parte essenziale», spiega Cinzia Busana, ad de L'Insalata dell'Orto. «L'obiettivo è ridurre gli impatti in ogni fase e,

quando un residuo non può essere evitato, generare nuovo valore. Misurare i risultati ci permette di individuare margini di miglioramento nel modello produttivo».

L'impegno ambientale si estende anche al fronte energetico. Nel 2025 le emissioni di CO2 equivalente legate ai consumi sono diminuite del 27,5%, passando da 670,60 a 486,49 tonnellate, calcolate con il metodo location-based per gli Scope

1 e Scope 2. Già anche i consumi energetici dello stabilimento di Mira, da 12.516,31 GJ nel 2024 a 11.605,33 GJ nel 2025.

A fine 2025 è stata completata la diagnosi energetica dello stabilimento veneziano, con mappatura sistematica dei consumi per area funzionale e cinque interventi individuati, con risparmi stimati tra pochi MWh e oltre 200 MWh l'anno ciascuno: dal monitoraggio dei consumi elettrici al recupero di calore dai compressori ad aria, dal sistema di power quality alla sostituzione dei filtri delle Uta con filtri elettrostatici, fino al nuovo impianto frigorifero.

Nei primi mesi del 2026 è iniziata la sostituzione del sistema a gas Hfc con un impianto ad ammoniaca, fluido a ridotto impatto ambientale e potenziale di riscaldamento globale pari a zero. A contribuire al bilancio energetico c'è anche il fotovoltaico aziendale, che nel 2025 ha permesso di autoprodurre e autoconsumare oltre 524 mila kWh.

— © Riproduzione riservata —

### CDP AL CACAO

«Vediamo una capacità nuova degli stati africani nel ribadire la loro sovranità con la forza economica e la stabilità politica. L'amicizia migliore si forma sul reciproco rispetto». Sono parole del viceministro degli esteri, **Edmondo Cirielli**, espresse al Meeting di Rimini. Ricostruendo il **Piano Mattei**, Cirielli ha ricordato come siano stati messi in rete privati, sistema bancario, Cassa Depositi e Prestiti e tante organizzazioni italiane attive in Africa. In più: «Il **Global Gateway Ue** ha sposato progetti faro del governo e il G7 ha fatto sua l'idea del Piano Mattei». Da parte sua, Cdp punta molto sul rafforzamento delle filiere agroalimentari nel continente. Ad esempio, del programma «**Cacao Connect** - La via italiana per il cacao in Africa», raccontato al meeting e dedicato alla filiera, CDP: «Non è solo finanziatore, ma un partner strategico capace di accompagnare i progetti fin dalle fasi di sviluppo, mobilitare risorse e favorire il coinvolgimento delle imprese italiane», ha detto il direttore cooperazione allo sviluppo, **Carlo Rossotto**.

— © Riproduzione riservata —

## Gli infrarossi per salvare la castagna dai marciumi

La tecnologia entra nel bosco: nasce il progetto **Forecast** per salvare la **Castagna dell'Amiata Igp** da marciume e cambiamenti climatici. Sul monte omonimo la castagna, prodotto simbolo del territorio, trova un alleato inedito nella tecnologia che ha visto la realizzazione di una **Forma Organizzata di Rete Evoluta della Castanicoltura**.



La Castagna dell'Amiata Igp

Il piano è stato promosso dall'associazione per la valorizzazione della castagna del Monte Amiata Igp insieme a otto partner tra cooperative, aziende agricole, università ed enti di ricerca.

L'iniziativa nasce da una emergenza concreta: i cambia-

menti climatici hanno favorito la diffusione di marciumi che colpiscono i frutti anche dopo la raccolta. Tra gli strumenti sperimentati, spicca l'uso della spettroscopia nel vicino infrarosso (Nir): tecnologia non distruttiva capace di individuare danni visibili e occulti con un'accuratezza superiore al 90%.

Sul fronte agronomico sono stati testati anche trattamenti a basso impatto ambientale, come la bio-fumigazione a base di brassicacee e l'uso del fosfito di potassio.

Il progetto - che vuole ridurre gli scarti, evitare il ritiro dal mercato di castagne difettose e migliorare la produttività dei castagneti - ha favorito uno scambio concreto di conoscenze tra produttori e ricercatori e ha portato a miglioramenti della salute delle piante e della loro produttività. Un risultato che, secondo la **Regione Toscana**, rafforza il ruolo della castanicoltura come motore di sviluppo per l'intera area amiatina e, allo stesso tempo, nuove prospettive legate al turismo escursionistico nei boschi del territorio.

Il progetto è stato finanziato dal **Psr Toscana 2014/2022** nell'ambito dei Progetti dei Gruppi operativi, con un contributo di 323mila euro tra il 2019 e il 2022.

— © Riproduzione riservata —

## Lavoro agricolo, Amadori torna in colonia Confagri va sull'appeal. Identità Confcoop

da Rimini

MAICOL MERCURIALI

Una colonia estiva 4.0 per i figli dei dipendenti. Potrebbe sembrare un ritorno al passato, ai tempi di **Olivetti**, invece per **Denis Amadori**, ad del **Gruppo Amadori**, è un modo concreto per costruire appartenenza. Da circa dieci anni finanzia i summer camp per i figli dei suoi 9.700 collaboratori. Negli stabilimenti un lavoratore su quattro è straniero e, ha spiegato al **Meeting di Rimini** nell'incontro «Fatto bene, tutti i giorni», senza quel sostegno molte famiglie lascerebbero i figli a casa. Diventa così uno strumento di integrazione per le seconde generazioni.

È uno degli spunti più interessanti arrivati dal **Meeting** sul lavoro agroalimentare: non fermarsi alla crisi della manodopera, ma chiedersi come coinvolgere le persone e farle sentire parte di un progetto. Amadori lo ha sintetizzato così: «La cura fa la differenza». Da qui i summer camp, ma anche **Germoglio Onlus**, che sostiene l'oncoematologia pediatrica, e la **Fondazione Amadori**, impegnata su inclusione e sanità. Un welfare che alimenta orgoglio e senso di appartenenza e finisce per riflettersi anche sulla passione con cui ogni giorno viene realizzato il prodotto. Più di tanti premi individuali.

Sul senso di appartenenza ha insistito anche **Maurizio Gardini**, presidente di **Conf-cooperative e Conserve Italia**. La cooperativa nacque 50 anni fa perché la frutta marciva nei campi: da quella «disperazione», ha ricordato, è cresciuto un gruppo leader in Europa, legato ai soci e a un territorio da cui non può delocalizzare. Ma l'appartenenza, da sola, non basta.

Servono investimenti, innovazione, sostenibilità e soprattutto dimensione: «O stai in una nicchia, o devi organizzarti per stare sul mercato». Gardini ha chiesto strumenti per rafforzare il patrimonio delle imprese, più che contributi, mettendo in guardia dai fondi con logiche di breve periodo.

Il tema della carenza di manodopera è reale, ma nello stand di **Confagricoltura** si è cercato di andare oltre, col direttore generale **Roberto Caponi** e il presidente **Inps, Gabriele Fava**, che hanno segnalato la necessità di rendere il comparto più attrattivo e stabilizzare l'occupazione, premiando le imprese sane che assumono, investono in sicurezza, innovazione e giovani.

Il coinvolgimento può diventare anche sistema territoriale. La Valtellina si è presentata al Meeting mettendo insieme turismo, sport, comunità e produzioni Dop e Igp: dalla Bresaola al Bitto, dai Pizzoccheri alle mele e ai vini. Prodotti, persone e filiere per un'identità comune.

La persona torna centrale anche quando si tratta di formare nuovi imprenditori. Durante il Meeting si è svolto il quarto modulo di **Bottega di Prodotto**, il percorso promosso da **Impresa Persona Agroalimentare** per accompagnare idee e progetti verso il mercato: i partecipanti hanno condiviso con la rete di **Ipagro** una giornata tra incontri e mostre. Per il presidente, **Gianmaria Bettoni**, significa «valorizzare e sostenere il tentativo audace e responsabile di chi costruisce nuovi percorsi professionali e imprenditoriali, con un obiettivo: «Creare valore per un mercato che, ricordiamolo sempre, è fatto di persone».

— © Riproduzione riservata —



Denis Amadori