

# La sfida di Agrumepuro tra biologico e digitale

**I progetti di Giosuè Arcoria, titolare dell'azienda**

«Da tre generazioni coltiviamo agrumi alle pendici dell'Etna. Siamo passati da 20 a 130 ettari, con 1.500 tonnellate prodotte. Centraline robotiche per l'irrigazione, quest'anno siamo sbarcati sul web»

IL SUPPORTO DI PRIMA

**Grazie all'innovazione l'azienda è stata fornitrice di arance per i McDonald's «L'Europa è il nostro grande mercato»**

CATANIA

Una terra meravigliosa e difficile. Una scommessa sul futuro di un'azienda che da tre generazioni produce agrumi. Per giocare la partita, Giosuè Arcoria e i suoi fratelli hanno scelto due carte: il biologico e il digitale. E nei primi mesi dell'anno, il volume delle vendite ha dato loro ragione. La storia dell'azienda agricola Arcoria parte negli anni '50, quando grazie a bonifiche e opere idrauliche l'acqua arriva in pianura, a valle dell'Etna, e nascono i primi agrumeti su quei nuovi terreni. Il passaggio alla seconda generazione, dal nonno al padre, porta l'azienda a raggiungere i venti ettari. Ed è a questo punto che entrano in gioco gli attuali proprietari. Che hanno investito in quella terra la loro passione e la loro visione del futuro. Oggi gli ettari sono 130. E producono 1.500 tonnellate di agrumi l'anno. La parte che si occupa delle vendite si chiama Agrumepuro, e ha investito sull'e-commerce avviando un'importante attività online proprio qualche mese prima del lockdown, durante il quale il volu-

me degli ordini è lievitato. Per qualche anno, l'azienda è stata il fornitore ufficiale di arance di McDonald's per i McCafè italiani e adesso si prepara a entrare in #AgrifoodXRipartire, sulla piattaforma Prima Observatory on Innovation, del Segretariato italiano di PRIMA, il programma europeo che sostiene la ricerca e l'innovazione sui sistemi agroalimentari, presieduto dal professor Angelo Riccaboni al Santa Chiara Lab dell'Università di Siena. «La scelta del biologico ci ha premiati – racconta Arcoria – perché al tempo il prodotto non andava bene, i prezzi erano troppo bassi per investire. Adesso, invece, i nostri agrumi sono richiesti non solo in Italia, ma anche all'estero. Germania, Francia, Svezia. Abbiamo rilanciato l'attività. Il nostro cavallo di battaglia è l'arancia rossa, sempre più richiesta». Insieme alla scelta bio, ha premiato anche quella del digitale. «Siamo partiti quest'anno con il sito – spiega Arcoria – e abbiamo fatto numeri importanti, che ci hanno consentito di assumere altro personale dedicato a questa attività. Tra febbraio e marzo abbiamo avuto ordini ogni minuto. E adesso possiamo già pensare alla prossima stagione». Oltre al digitale, ciò che ha spinto la Arcoria nella sua nuova dimensione è stata la capacità di introdurre innovazione tecnologica nel processo produttivo. Cinquanta ettari oggi sono irri-

gati in automatico, con centraline programmate. Un risparmio di circa 20mila euro l'anno, con i nuovi impianti ad ala gocciolante. E poi i pannelli fotovoltaici, che sfruttando il sole della Sicilia fanno risparmiare altri soldi. «In questo modo – spiega ancora il titolare – abbiamo abbattuto i costi di produzione, mantenendo un buon prezzo sul mercato».

**Tradizione** e innovazione, la tecnologia vissuta come ponte per il futuro. Come lo vede un addetto ai lavori che ha fatto centro il domani del settore agroalimentare? «Ho quarant'anni da qualche giorno – racconta Arcoria – e almeno la metà li ho passati lavorando a capofitto in azienda. Senza contare che la mia infanzia, comunque, è stata tutta qui. Devi averlo nel sangue. Nascere con la passione per la terra, l'unico settore che non ti abbandonerà mai. Lo abbiamo visto in questi mesi, l'agroalimentare è l'unico settore che non si è fermato. Se puntiamo alla qualità e all'innovazione, l'agricoltura italiana avrà sicuramente un gran futuro».

**Riccardo Bruni**

© RIPRODUZIONE RISERVATA





**Giosuè Arcoria, titolare dell'azienda di famiglia, che ha lanciato il progetto 'Agrumepuro'**