

I Fratelli Orsero ricominciano dal furgone della prima generazione

Presentato il nuovo brand aziendale, con un logo che ricalca i primordi imprenditoriali del gruppo leader nel commercio della frutta in Europa

A chi gli chiedeva come, partendo dal niente, fosse diventato leader nel commercio e nella logistica dei prodotti ortofrutticoli nel Vecchio Continente, creando – mattoncino dopo mattoncino, con il duro lavoro e le sue geniali intuizioni - un gruppo capace di fatturare cifre con zeri quasi infiniti, Raffaello Orsero amava citare le prime timorose esperienze di coltivatore diretto e venditore in prima persona sulle bancarelle



Raffaella e Antonio Orsero

milanesi. "Partivamo, mio fratello ed io, alla mattina presto dalla Piana di Albenga su un camioncino per essere pronti a mostrare la merce ai consumatori all'apertura del mercato di Milano (S2S n. 33/2006)".

Non è dunque certo un caso che la seconda generazione al potere del GF Group – altri due fratelli, Antonio e Raffaella - nel disegnare il nuovo brand aziendale 'F.lli

Orsero' (S2S n.2/2012 e n.32/2011) abbia pensato opportunamente di ricordare i fondatori dell'impresa anche visivamente, tramandandone gli insegnamenti in materia di elevata qualità del prodotto.

"Il nuovo brand trasmette i valori dell'azienda familiare italiana che lo firma. Un marchio ed una marca che rappresentano esperienza, professionalità, flessibilità e attenzione nei rapporti con

i propri partner. Dalle piantagioni alla tavola dei consumatori, il camioncino F.lli Orsero trasporta qualità, tradizione, affidabilità e passione italiana. La firma di famiglia lo assicura. Le aziende del Gruppo, attive nelle diverse fasi del processo distributivo, garantiscono sempre la salubrità dei prodotti attraverso controlli scrupolosi. Particolare attenzione è anche rivolta agli aspetti riguardanti la responsabilità sociale. La frutta F.lli Orsero è prodotta direttamente in Costa Rica e Colombia, trasportata dalle navi di proprietà del gruppo fino ai porti del Mediterraneo ed attraverso una fitta rete di distribuzione raggiunge velocemente i negozi di ogni città" spiega la società in un comunicato, ricordando anche i requisiti nell'innovazione: "Nel packaging, nuovo ed accattivante, utilizzabile per esporre i prodotti nel punto vendita. Nel modo di approcciare il mercato, costruendo relazioni personali con i clienti per creare valore lungo tutta la catena di distribuzione. Nel piano di marketing pensato inizialmente per Italia e Spagna e che si estenderà poi agli altri Paesi: il camioncino dei F.lli Orsero girerà l'Italia e l'Europa per portare su tutte le tavole le banane e gli ananas più buoni".

"Dopo tanti anni di esperienza, abbiamo deciso che era il momento di mettere la nostra firma sui prodotti che distribuiamo – chiosa Antonio Orsero, Presidente di GF Group SpA - il mercato odierno segue spesso la legge del prezzo più basso, a discapito di qualità e salubrità del prodotto. Per questo abbiamo deciso di produrre e distribuire il nostro prodotto di migliore



qualità ed assicurarlo al consumatore con il nostro nome".

"Crediamo fermamente che la qualità sia la strada per crescere, per questo stiamo investendo tanto in questo progetto per arrivare al consumatore nel modo più diretto: offrendogli il meglio – incalza la sorella minore, Raffaella, Amministratore delegato di GF Group SpA - negli ultimi anni abbiamo intensificato gli investimenti nelle aree di produzione in Costa Rica e Colombia per assicurarci frutta di altissima qualità che sia prodotta responsabilmente".

A.S.