

| AFFARI ITALIANI



DALLA GIUNGLA ALLA TAVOLA, IL LUNGO VIAGGIO DEI *F.lli Orsero*

| DI SONIA OLIVA

LA FAMIGLIA ORSERO, specializzata nel settore dei prodotti ortofrutticoli freschi, produce e distribuisce ananas e banane da più di cinquant'anni ed è un'azienda totalmente italiana. Assolutamente *Made in Italy*, la proprietà delle piantagioni in Sud America, delle navi utilizzate per il trasporto, della logistica e della distribuzione. La sede dell'azienda Orsero è in provincia di Savona, tra Albenga e Vado Ligure, ed è proprio da lì che ogni giorno parte la frutta che raggiunge grossisti e GDO.

L'azienda dei Fratelli Orsero è di proprietà di GF Group S.p.a., holding finanziaria e storico leader del mercato europeo ortofrutticolo, mentre la commercializzazione fa capo a Simba S.p.a., società del gruppo specializzata nell'importazione e distribuzione di frutta. Con più di 9.500 et-

tari di terreni coltivati a frutta, GF Group è presente in Argentina, Cameroon, Cile, Costa Rica, Messico, Portogallo e Spagna ed esporta verso tutti i Paesi del mondo.

L'attività imprenditoriale, che legherà la famiglia Orsero al commercio, all'esportazione e all'importazione di frutta e verdura, è cominciata negli anni '40 quando il capostipite della famiglia, Antonio Orsero, con il suo camioncino, portava le pesche dalla Liguria alle città del nord Italia. Dapprima solo in Italia e poi, grazie alle intuizioni e alle capacità imprenditoriali di Raffaello Orsero, in tutta Europa attraverso l'importazione e la distribuzione di banane e ananas per conto delle grandi multinazionali.

Dopo 30 anni di esperienza nel settore i figli di Raffaello, i fratelli Antonio e Raffaella Orsero, decisero

di spezzare il monopolio delle multinazionali e di proporsi al *trade*, ovvero ai grossisti del mercato tradizionale, e al consumatore finale direttamente con il proprio nome, mettendoci la firma e il proprio nome. Nasce così, nel gennaio 2012 il brand F.lli Orsero. Da piccola realtà imprenditoriale del dopoguerra, a moderna e avanzata struttura internazionale che dà lavoro a circa 3.500 persone, il cui piano di sviluppo prevede non solo il consolidamento dell'attività commerciale nei principali e storici mercati di riferimento ma anche la distribuzione in nuovi mercati sia Europei che extraeuropei. «Noi garantiamo un'altissima qualità del prodotto, grazie al controllo dell'intero ciclo: dalla produzione all'arrivo sul punto vendita», spiega Alessandro Canalella, Amministratore Delegato Simba S.p.A.



ALESSANDRO CANALELLA,
AMMINISTRATORE DELEGATO SIMBA S.P.A

Con più di 9500 ettari di terreni coltivati a frutta in Sud America, il gruppo ligure esporta verso tutti i Paesi del mondo. Un'attività iniziata negli anni '40 da Antonio Orsero, e che oggi viene portata avanti con risultati in crescita dai nipoti Antonio e Raffaella

«Ananas e banane F.Ili Orsero viaggiano a bordo dei Cala Rossi, le quattro navi speciali di proprietà al 100 per cento del Gruppo, concepite grazie ad un'intuizione di Raffaello Orsero e costruite dall'italiana Fincantieri. Navi refrigerate – precisa Alessandro Canalella – che mantengono una temperatura controllata al decimo di grado, rese uniche da uno speciale ed innovativo sistema di stoccaggio che permette di dimezzare i tempi di carico e scarico e raggiungere così il porto di Vado Ligure dal Costa Rica, con due soste in Portogallo e in Spagna, in soli 14 giorni di navigazione, risparmiando così almeno 2-3 giorni rispetto alla concorrenza. La catena del freddo mantenuta in ogni fase del trasporto e lo sbarco veloce permettono un'ottima conservazione della frutta».

Il brand F.Ili Orsero vende sia alla grande distribuzione organizzata in modo diretto sia al *trade*. In percentuale, per quanto riguarda le banane, il 65 per cento viene venduto in GDO e il 35 per cento al mercato tradizionale, mentre per gli ananas il 35 per cento alla GDO e il 65 per cento in modo tradizionale. Il progetto di distribuzione è partito correttamente in Italia e Spagna ed è in via di sviluppo su altri mercati come Francia, Nord Europa e Grecia. «Recentemente abbiamo ampliato la nostra gamma di prodotti, affiancando alla frutta esotica nuove referenze italiane al 100 per cento: mele e kiwi scelti nelle migliori zone di produzione», continua l'A.D. di Simba S.p.A.

«Per quanto riguarda il nostro fatturato annuo (di Simba S.p.a., ndr), nessuna flessione rispetto al passato.

Il solo mercato di banane e ananas, relativo ai mercati di Italia ed Europa, è di circa 175 milioni di euro, di cui il 50 per cento in Italia e il 50 per cento all'estero. Anche per quest'anno – aggiunge Canalella – abbiamo in programma un importante piano di comunicazione e una forte campagna pubblicitaria per accrescere ancor più la *brand awareness*, risultata comunque già soddisfacente dopo il primo anno di lancio, grazie anche alle operazioni di *product placement* nel film *Viva l'Italia* e in tv con *Masterchef*. A questo si aggiunge la sponsorizzazione, per la seconda volta, della Maglia Bianca del Giro d'Italia 2013». In aggiunta, sono state pianificate attività di trade marketing (quali promozioni in-store) per far conoscere sempre più, anche con prove di degustazione, i prodotti firmati F.Ili Orsero. ■