



F.lli Orsero, frutta on the go

Un modo innovativo di comunicare attraverso modalità di interazione con i propri consumatori in un settore tradizionale come la frutta, lo ha sperimentato con successo F.lli Orsero, marchio di GF Group player internazionale leader nell'Europa mediterranea per l'importazione e la distribuzione di prodotti ortofrutticoli freschi. Già da un paio d'anni, per esempio, è attiva l'app F.lli Orsero che offre una serie di interessanti contenuti fruibili in mobilità: ricette, curiosità, informazioni nutrizionali, entertainment. Un lettore di codici QR permette all'utente di visualizzare il contenuto associato sul proprio telefono e di memorizzare le informazioni di maggior interesse all'interno di un'area dell'applicazione dedicata, in modo da creare un archivio personale. Tra le iniziative più recenti, la collaborazione con lo chef Davide Oldani, attraverso video ricette pubblicate sul canale Youtube e pensate per essere caricate sulla pagina Facebook di Fratelli Orsero. E sempre sulla pagina Facebook, è stato realizzato un contest riservato a tutti i fan di F.lli Orsero, amatori e professionisti, che permetteva di condividere sia sul social network, sia sul sito web di F.lli Orsero, o tramite l'app, una ricetta a base di frutta. I concorrenti che hanno ottenuto più like e più condivisioni del proprio piatto sono stati nominati 'Social Chef' Fratelli Orsero, diventando blogger ufficiali del brand. "F.lli Orsero è l'unico brand di frutta in Italia che porta avanti un'intensa attività di comunicazione online – afferma **Fulvio Zandrini, marketing and communication advisor di Fratelli Orsero** –. Oggi per le aziende è essenziale costruire relazioni forti con gli utenti, poiché si vuole creare una vera e propria community. E lo si fa utilizzando strumenti che creano interazione con e tra le persone, come i social network. Le aziende sono infatti sempre più intenzionate ad aprirsi al dialogo con il consumatore finale: cresce così l'uso di contenuti originali per il web, per creare una forte identità digitale. Questo è il motivo per cui l'azienda porta avanti numerose attività online e sviluppa nuovi contenuti esclusivamente per il web e il digital, come per esempio il documentario realizzato dal regista Luca Lucini". (F.Z.)