

ECONOMIA

Home » Economia » La banana milionaria

AZIENDE

La banana milionaria

I Fratelli Orsero investono 5 mln per conquistare il mercato.



(© Fratelliorsero.it) Fratelli Orsero appartiene a Gf group.

Dal carretto in Liguria alla sfida sul mercato nazionale con Chiquita. Questo in breve l'iter di crescita della fratelli Orsero, nuovo marchio che viaggia sotto l'ombrello di Gf group realtà specializzata nell'importazione e distribuzione di frutta fresca e ortaggi, che da qualche giorno sta spopolando con la sua comunicazione su tutti i media nazionali. Un battage impressionante considerato il prodotto.

SFIDA A CHIQUITA. Del resto l'obiettivo dell'azienda di origini liguri è ambizioso: puntare sulla commercializzazione di banane e ananas e imporsi sul mercato scommettendo sulla riconoscibilità del marchio. Insomma sfidare il bollino blu di

Chiquita. Sognando di conquistare il mercato italiano equello spagnolo, affermandosi anche in Portogallo, Grecia e in Francia. Per raggiungere la meta ha messo sul piatto un budget stimato tra i 3,5 e i 5 milioni di euro.

NEL LOGO LA STORIA DELL'AZIENDA. Il logo dei Fratelli Orsero richiama la storia della società: un camioncino con il nome dell'azienda e la scritta «qualità». Lo scelse il padre di Raffaella e Antonio, il capostipite che ha creato Gf group e richiama quello che nel 1940 il nonno usava per trasportare le pesche da Pietra Ligure alle città del Nord Italia.

Da quel business a oggi la crescita è stata notevole. Dopo decenni di bilanci in attivo e successi, ora gli Orsero vogliono guadagnare il loro posto al sole, imponendosi su un mercato in cui dominano incontrastate le multinazionali.

Nel 2011 fatturato da 965 milioni di euro

La Gf group, che ha chiuso il 2011 con 965 milioni di fatturato, in effetti fino a ieri lavorava con i colossi come la Del Monte foods, che si divide il settore dell'alimentare con la Chiquita Internationals e la Dole food company.

Poi la decisione di far da soli. L'impresa è ardua, ma per capire di che affare si tratti, basta guardare un po' di numeri: nel 2011 in Italia sono state vendute 550 mila tonnellate di banane e 140 mila di ananas. Cifre che rendono la decisione di Gf group più chiara.

FILIERA INTERAMENTE ITALIANA.

«Siamo un'azienda italiana e orgogliosa di esserlo», dice a *Lettera43.it* Fulvio Zendrini, responsabile marketing della società. «Per



Fratelli Orsero appartiene a Gf group.

SEGUICI: [f](#) [t](#) [t](#) [+](#) [You Tube](#) [RSS](#)

L43 ARTICOLI CORRELATI

IL CASO

Xango: l'Antitrust sdogana il succo

+ Il prodotto si è allineato alle richieste della legislazione italiana.

ALIMENTAZIONE

Un regime alla frutta

+ Spopola in Usa la dieta che prevede solo questo alimento.

LA RICERCA

Consumi alla frutta

+ Istat, giù le vendite nei negozi: -1,6%, alimentari -0,2%.

L43 VIDEO



TENSIONE

Muamba, dramma in campo

Il giocatore del Bolton colpito da infarto durante la partita.

35 anni abbiamo distribuito il marchio Del Monte, ma in realtà già da tempo producevamo parte del prodotto, tra il Costa Rica, la Colombia e il Camerun. La frutta la imbarchiamo su navi rigorosamente italiane, realizzate dalla Fincantieri».

Le imbarcazioni sono «bananiere speciali che vanno più veloci delle altre». In questo modo, spiega Zendrini, «la frutta arriva prima a destinazione per la lavorazione. Il nostro obiettivo è un prodotto molto selezionato e garantito, tanto che curiamo l'intera filiera», precisa il manager che insiste sull'italianità del progetto.

ALLA CONQUISTA DI ITALIA E SPAGNA. Una scelta in controtendenza: «Le aziende fuggono, noi restiamo. E ci aspettiamo che la gente capisca», spiega il responsabile del marketing.

«L'obiettivo di mercato è mantenere lo share che avevano già distribuendo per gli altri. Una percentuale del mercato italiano e spagnolo che oscilla tra il 10 e il 20%: altro che accontentarsi, è una vera e propria sfida alle multinazionali».

CAMPAGNA SPOT FINO A 5 MLN DI EURO. Il gioco insomma vale la candela, e merita investimenti consistenti. La campagna mediatica ha un budget stimato tra i 3,5 e i 5 milioni di euro per i due mercati principali di intervento: Italia e Spagna.

Una cifra notevole soprattutto in tempi di crisi economica che ha visto le spese per pubblicità e marketing generalmente ridursi del 4% circa nel 2011.

SPOT IDEATI DALL'AGENZIA MRM. Per riuscire Fratelli Orsero si è affidata a Mrm, l'agenzia internazionale che ha tra i suoi clienti colossi come Parmalat, General Motors, Findus, Mastercard, Eli Lilly. Chissà se basterà per battere Chiquita.

Sabato, 17 Marzo 2012

TAG: FRATELLI ORSERO BANANE ANANAS - FRUTTA PUBBLICITÀ FRATELLI ORSERO

L43 MULTIMEDIA CORRELATI

3 foto
FOTO

Non sono ancora presenti commenti sulla notizia, vuoi essere il primo?

LASCIA UN COMMENTO

Per scrivere un commento è necessario registrarsi: [Loggati](#) - [Registrati](#)



ATTUALITÀ CRONACA POLITICA ECONOMIA CULTURA AMBIENTE STILI DI VITA TECNOLOGIA BENESSERE SPORT MOTORI

FOTO VIDEO | FATTI PERSONE GOSSIP TENDENZE FIRME LETTERE COMMENTI

© NEWS 3.0 S.p.A. via Garofalo 31, 20133 Milano - P.IVA 07122950962 note legali - pubblicità - credits - Web Analytics certified by Trackset

