

La frutta di Orsero ora viaggia in Autogrill

Ananas, melone, mango e passion fruit. Arancia, carota e zenzero. O ancora: fragola, mela e banana; cocco e ananas; yogurt e frutti di bosco. Sono solo alcune delle ricette della nuova linea di spremute e frullati «Frutta da Bere» firmata F.Ili Orsero: 100% frutta lavorata a freddo con tecnologia Hpp (High Pressure Processing), che permette, grazie all'utilizzo dell'alta pressione, di mantenere intatte le proprietà organolettiche e nutrizionali della materia prima.

Un prodotto d'eccellenza che si contraddistingue per gusto, freschezza e genuinità, confezionato in bottigliette 100% riciclabili. E che, grazie all'accordo appena siglato tra il Gruppo Orsero, società quotata al segmento Star di Borsa italiana e leader nell'Europa mediterranea per l'importazione e la distribuzione di prodotti ortofruttili freschi, e Autogrill, sarà presente nei 200 punti vendita della rete autostradale e in alcuni punti di snodo delle grandi città, come Milano, Roma e Firenze. In alcuni siti sono previsti anche frigoriferi completamente dedicati al brand, immediatamente riconoscibili grazie alla gra-

fica d'impatto e un casco di banane gigante a sovrastarli. A seguito della collaborazione tra le due società, i viaggiatori in sosta presso i punti vendita Autogrill potranno assaggiare anche gli altri prodotti F.Ili Orsero pronti da gustare, come la linea di IV gamma, frutta di alta qualità lavorata artigianalmente in Italia e confezionata in vaschette, sempre 100% riciclabili.

«Siamo molto orgogliosi dell'accordo stretto con Autogrill», ha dichiarato **Mattia Beda**, business development manager di Orsero, «e di consentire così a milioni di italiani che viaggeranno tutti i giorni, di poter assaporare la nostra frutta fresca pronta al consumo, confezionata in comode confezioni dotate di sigillo anti-manomissione. Autogrill è sicuramente un alleato strategico per noi, essendo uno dei più importanti esempi di on the go in Italia a livello di flussi e di vendite».

Entrambe le società sono molto ottimiste sul progetto in quanto risponde alle nuove esigenze del consumatore che anche in viaggio predilige sempre più alimenti confezionati, pratici e sicuri. E genuini. (riproduzione riservata)

Luca Prestini

