

Ortofrutta di alta gamma per il mercato estero

 freshplaza.it/article/9292094/ortofrutta-di-alta-gamma-per-il-mercato-estero/

Maria Luigia Brusco



Cinquant'anni di età e 35 di presenza nel settore ortofrutticolo. "E' un lavoro che mi piace molto. Ho iniziato a 15 anni, facendo la gavetta, partendo dal gradino più basso. Quando si è giovani, non manca la voglia di fare e l'energia. Nel corso del tempo, ho cambiato diverse aziende, tutte imprese di un certo calibro, con le quali ho avuto collaborazioni durature". Inizia così il racconto di Vladimiro Salzano, oggi titolare della Luxury Fruit, con sede presso l'[Ortomercato](#) di Milano.

"Negli anni dal 2000 al 2004, ho cominciato a creare una rete di scambi commerciali nel Regno Unito, al mercato di Covent Garden. Ricordo che facevo la spola per l'azienda per cui lavoravo allora, e sono riuscito a creare un portfolio di 31 clienti. Poi, nel 2007, è arrivata la recessione ed è stato necessario *tirare i remi in barca*. A quel punto, abbiamo spostato l'attenzione sul mercato svizzero. Lavoravamo con i grandi gruppi della distribuzione, puntando sulla qualità e non sui volumi", continua Salzano.



(Foto fornite dalla Luxury Fruit)

Dopo la chiusura della ditta, per la quale lavorava, e qualche collaborazione sbagliata con altre imprese, nel 2017 Salzano ha deciso di aprire una propria attività, insieme al padre, sempre nell'[Ortomercato](#) di Milano. "La bottega la fa il bottegaio", si è detto. "Oggi fatturiamo circa 1,5 milioni di euro all'anno, puntando esclusivamente sulla qualità, su prodotti ortofrutticoli di lusso e ricercati. Non facciamo un lavoro di massa o di ricerca del prezzo più basso. Abbiamo iniziato a lavorare principalmente in Svizzera, poi la rete di clienti si è allargata a Francia e Paesi Bassi".



(Foto fornite dalla Luxury Fruit)

Essendo una clientela geograficamente vicina, in particolare quella svizzera, Salzano spiega in semplici passaggi la maniera in cui opera. "Il giorno prima del carico della merce veniamo contattati per telefono e, a quel punto, cerchiamo di reperire all'interno dell'[Ortomercato](#) (anche fuori, se necessario) il prodotto migliore e più ricercato, al miglior prezzo per il cliente. Il tutto con la massima trasparenza, in quanto la nostra commissione è fissa. Nello spazio a noi riservato nella struttura mercatale, assembliamo i vari pallet misti. Il nostro obiettivo è quello di soddisfare al 100% le richieste e le esigenze della nostra clientela".



(Foto fornite dalla Luxury Fruit)

In questo momento, Salzano sta offrendo un'ampia gamma di ortaggi. "Fa freddo e il clima spinge a consumare ad esempio cavolfiori, cime di rapa, broccoli e peperoni, ma sono disponibili anche le primissime fragole". L'assortimento delle referenze spazia però dal prodotto fresco al secco, dallo scatolame al trasformato.

In 35 anni, cosa è cambiato?

"In questi 35 anni di attività nel settore ho visto un ritorno alla qualità. Le persone sono stanche di prodotti che hanno un mero valore numerico. Ecco come si spiega anche il calo di acquisto nei grandi centri commerciali. I consumatori vogliono acquistare una referenza che abbia gusto, che sia buona, che abbia un'adequata conservabilità e che sia bella da vedere", dichiara Salzano.



(Foto fornita dalla Luxury Fruit)

"La clientela ha ora una maggiore consapevolezza e sceglie in maniera oculata. E' ovvio che dipende dalle finanze di ogni persona, ma si cerca la migliore qualità possibile. Una fragola, ad esempio, deve sapere di fragola. Ed è questo che noi offriamo".

Presente e futuro

"Nonostante la crisi legata al coronavirus abbiamo registrato un 30-40% in più di fatturato nel 2020. Durante i lockdown europei, il settore ortofrutticolo dell'Ue ha continuato a lavorare senza blocchi. La nostra fortuna è derivata, anzi, dall'incremento delle attività dei nostri clienti", sottolinea Salzano. "A livello di logistica, ci affidiamo alla Swiss Logistics per il trasporto su gomma verso la Svizzera, che gestisce anche tutte le pratiche doganali".



(Foto fornite dalla Luxury Fruit)

Infine, parlando di sviluppi futuri, il commerciante dichiara: "Ora siamo in un momento di stallo. Siamo in una fase in cui, se decidessimo di compiere un ulteriore passo avanti, si tratterebbe di farne uno bello grosso, con una strutturazione ben precisa. Dovremmo anche assumere del personale. Stiamo quindi riflettendo bene sul da farsi".

Contatti

Vladimiro Salzano

Luxury Fruit Srl

Via Cesare [Lombroso](#), 54

20137 Milano

Tettoia carico e scarico B-2 1-E, 1-F

Cell.: +39 392 5703880

Email: luxuryfruitsrlsociounico@gmail.com