





Progetto:

Strategie e strumenti a supporto del processo di internazionalizzazione nel settore ortofrutta

Codice: 5787/0/1/785/2015

Nel biennio 2015-2016 Bruno Elio SRL ha partecipato al progetto "Strategie e strumenti a supporto del processo di internazionalizzazione nel settore ortofrutta" finanziato dal Fondo Sociale Europeo in sinergia con il Fondo Europeo di Sviluppo Regionale, bando POR 2014 – 2020 – ob. "investimenti a favore della crescita e dell'occupazione, più competenti più competitive la formazione continua per le aziende Venete".

I cambiamenti intervenuti nello scenario Veneto negli ultimi anni hanno evidenziato come, accanto ai classici fattori produttivi (terra, lavoro e capitale), vi sia un quarto fattore, la conoscenza, su cui potrà giocarsi la competizione attuale e futura. La leva centrale su cui agire è, dunque, il capitale umano, il cui valore si misura attraverso la formazione, la professionalità e l'adeguamento continuo ai mutamenti. Anche per questo motivo, Bruno Elio SRL ha deciso di promuovere processi di innovazione e di crescita formativa del proprio personale. Nell'ottica di adeguamento ai mutamenti e generazione di comunicazione e contenuti attraverso il nostro capitale umano, abbiamo migliorato la nostra presenza sui social network, come la nostra pagina Facebook https://facebook.com/eliovero.it, il nostro canale Youtube https://www.youtube.com/channel/UCBLsN4Yb9ZtNKKnnOO7rb1w e il nostro profilo su Istagram https://www.instagram.com/eliovero.it/, creato in occasione e grazie al Progetto del Fondo Sociale Europeo.

L'opportunità offerta dal **Fondo Sociale Europeo** ha consentito alla nostra azienda di aumentare il livello di qualificazione del personale e del livello di innovazione e competitività con particolare attenzione ai processi di internazionalizzazione. In particolare, le attività realizzate, costituite da tre interventi formativi di media durata (48 ore ciascuno) e quattro interventi di accompagnamento individuale, volte ad approfondire le conoscenze e competenze nei confronti di **nuovi mercati** e della **internazionalizzazione**, hanno permesso di raggiungere **obbiettivi** quali:

- sostenere lo sviluppo aziendale per favorire la capacità di interfacciarsi nel panorama internazionale;
- potenziare le capacità di organizzazione e gestione dei rapporti internazionali nell'ottica di rafforzare i volumi di vendita, i contatti sui mercati internazionali conosciuti e quelli potenzialmente interessanti;
- intensificare le relazioni con il cliente estero e la gestione di dati commerciali sui mercati internazionali.

Durante la realizzazione del Progetto Bruno Elio SRL ha partecipato all'Esposizione Mondiale – **EXPO 2015** di Milano, un'occasione imperdibile per la creazione di relazioni istituzionali ed internazionali.

Il confronto con nuovi mercati e l'internazionalizzazione sono per noi importanti per poter sempre offrire ai nostri clienti internazionali i migliori prodotti locali freschi di stagione. Questo è uno dei motivi che ci hanno spinto, a conclusione del Progetto, a partecipare all'evento *Fruit Logistica 2017* di Berlino www.fruitlogistica.de.





CORRIERE DELLA SERA

Lunedì, 13 Febbraio 2017

CORRIERE DEL VENETO

www.corriereimprese.it

CORRIERE IMPRESE

UOMINI, AZIENDE, TERRITORI, INNOVAZIONE



Corriere Imprese Lunedi 13 Febbraio 2017 $15_{_{{
m P}}}$

L'IMPRESA DELLE IMPRESE

MONDI



L'internazionale della frutta

Mele, kiwi e molto altro: Eliovero, dal mercato di Verona fino a India e Cina

igliaia di pallet composti e spediti ogni anno; centinaia di camion inviati in mezza Europa; almeno un volo a settimana destinato agli hotel a 5 stelle dell'Estremo Oriente, senza considerare i container reefer (dotati di tecnologia per la refrigerazione e capaci di contenere zomila kg di prodotti) imbarcati e spediti nei porti indiani e cinesi. Il tutto per far arrivare frutta e verdura italiane nel mondo.

«Inizio mio nonno, nel '54 – racconta Ciro Bruno, giovane amministratore unico di «Bruno Elio», con un diplome di ligo colessica in tesse a studi di concensora.

«Iniziò mio nonno, nel '54 – racconta Ciro Bruno, giovane amministratore unico di «Bruno Elio», con un diploma di liceo classico in tasca e studi di conservatorio lasciati, ma non abbandonati – quando si fece arrivare, via treno, un carico di arance dalla Sicilia. Fu un esperimento, andò bene. E da allora ci siamo specializzati nella commercializzazione di frutta e verdura». Venne così fondata la «Bruno Elio Srl», con sede a Verona e base operativa nel mercato ortofrutticolo scaligero, che con il marchio «Eliovero» ha sviluppato la commercializzazione di verdura e frutta fresca prima in Europa e, poi, negli altri continenti.

dura». Venne cosi fondata la «Bruno Elio Srl», con sede a Verona e base operativa nel mercato ortofrutticolo scaligero, che con il marchio «Eliovero» ha sviluppato la commercializzazione di verdura e frutta fresca prima in Europa e, poi, negli altri continenti.
Con un'adeguata organizzazione, nessun luogo è troppo lontano per spedire frutta. Ad esempio, i porti indiani di Mumbai e Chennal hanno rappresentato le porte d'accesso a un mercato che ha dimostrato di essere molto vivace e attento a frutta e verdura italiane. Questa piazza commerciale ha la caratteristica di non poter essere affrontata direttamente, ma solo

attraverso un importatore locale. Ha il vantaggio, però, di essere in forte espansione, almeno fino alla recentissima svalutazione della rupia. «Nel 2011 – spiega Bruno – abbiamo affrontato l'india per la prima volta. In pochissimi anni è diventato il nostro quinto mercato. L'anno scorso abbiamo imbarcato oltre una ventina di reefer che hanno rifornito di mele, uva e kiwi una catena di supermercati di alta gamma del sud del Paese e altre catene nell'area della capitale». Per i collegamenti europei, invece, si utilitza la gomma. Ogni giorno, partono da Verona camino con

Per I collegamenti europei, invece, si utilizza la gomma. Ogni giorno, partono da Verona camion con frutta e verdura selezionata e preparata da «Eliovero» per Monaco di Baviera, Stoccarda e il sud della Germania. Due volte alla settimana la destinazione è il nord, Berlino compresa. Per la Polonia il tempo di percorrenza è un giorno, per la Russia qualcosa di più. «Per rendere migliore il servizio – spiega Bruno – abbiamo stretto rapporti diretti con le catene di supermercati: dal momento della raccolta a quello in cui la frutta e la verdura vengono esposte sugli scaffali passa veramente poco tempo». La stessa operazione è stata condotta anche nei confronti della filiera produttiva che sta a monte dell'attività commerciale. «Abbiamo consolidato una rete di produttori – chiarisce il manager – che conferiscono solo a noi. Questo ci permette di collaborare con loro per la produzione, quindi anche nel controllo qualità, e possiamo definire insieme la programmazione agricola».

Ci sono alcuni casi, poi, in cui per poter esportare frutta e verdura c'è bisogno di un controllo rigoroso della produzione. Un esempio sono le mele destinate al mercato cinese: «La Cina richiede certificazioni particolari sulla frutta che non potremmo ottenere se non seguissimo direttamente la produzione in campagna. Quindi, i nostri tecnici hanno affiancato i contadini e una volta ottenute le certificazioni, sono diventati nostri conferitori esclusivis. Dopodiche, le mele (e anche i kiwi) viaggiano alla volta dei porti di Shangai o Bechino.

«Riforniamo – conferma Bruno – gli hotel a 5 stelle di Hong Kong, Singapore, Mauritius con insalatine, pomodori ciliegino, prezzemolo, uva fresca, frutta. Spesso i pacchi destinati agli alberghi contengono più di sessanta referenze: tutto ciò di cui hanno bisogno le loro cucine». Una diversificazione delle mete e del mercato (che per adesso esclude solo Australia e Giappone) che da «Eliovero» è scientifica e corrisponde ai diktat: nessun cliente deve valere più del 5% del fatturato. Anche per questo l'azienda veronese ha sof-ferto relativamente l'embargo nei confronti della Russia ed è riuscita a sviluppare nuovi canali commerciali e, soprattutto, il giro d'affari. Il fatturato 2016 è stato di 9,5 millioni, in cui il commercio «oltremare» ha contribuito per 1,8.

Samuele Nottegar

Un Paese che



Il grande hub manifatturiero: un'economia che cresce al ritmo dell'8% all'anno e una forza lavoro molto istruita

India occupa quasi per intero il subcontinente indiano ed è, con 1,2 miliardi di abitanti, il secondo Paese più popoloso al mondo dopo la Cina. Le città più popolate sono la capitale Nuova Delhi, seguita da Mumbai, Kolkata e Bangalore. Il PII. indiano, a partire dagli anni Novanta, sull'onda del processo di liberalizzazione economica, ha registrato una forte crescita, che, tranne la battuta d'arresto tra il 2011 el 2014, è continuata fino a oggi.

Attualmente l'economia sta crescendo a un tasso superiore al 7% e le previsioni stimano che L'India crescerà a un tasso del 7,7% nel 2016-2019 e dell'8% nel biennio 2018 -2019. Circa metà della forza lavoro indiana è tuttora impiegata in agricoltura, ma i servizi sono la principale fonte di crescita economica, pari a quasi due terzi del PIL. L'India ha infatti saputo sfruttare la presenza di un'ampia forza lavoro istruita per diventare un grande esportatore di servizi in outsourcing per le imprese e un polo economico in ambito informatico, farmaceutico e ingegneristico.

Dal maggio 2014 il Paese è guidato dal leader

Dal maggio 2014 il Paese è guidato dal leader Narendra Modi, il quale punta a incentivare ulteriormente l'economia attraverso un programma di riforme volte ad attrarre più investimenti. A questo scopo, nel 2014 il governo Modi ha lanciato un programma denominato «Make in India» mirato ad alcuni settori, in particolare quello automobilistico, delle costruzioni e risorse minerarie e quello farmaceutico. L'obiettivo è trasformare l'India in un hub manifatturiero mondiale e creare 100 milioni di posti di lavoro entro il 2020. Sono stati stanziati inoltre dei fondi per i prossimi 5 cinque anni per finanziare le infrastrutture in 100 città nell'ambito del programma «india"s Smart Cities». Uttalia è il quarto partner commerciale dell'India tra i paesi UE e i settori più interessanti per le viando di liguarco partner commerciale dell'India tra i paesi UE e i settori più interessanti per le

Litaia e il quarro partiner conimerciare deil mula tra i paesi UE e i settori più interessanti per le aziende italiane sono le infrastrutture, la meccanica e meccatronica, le energie rinnovabili, il comparto automobilistico e il settore delle tecnologie agroalimentari. L'export italiano verso l'India continua a crescere, soprattutto nel settore dei macchinari e apparecchi, seguiti dal tessile-abbigliamento-accessori in pelle. La disponibilità di materie prime e di risorse qualificate nel settore dell'ingegneria non-ché la presenza di un mercato in crescita rappresentano delle valide ragioni per investire in India.

a cura di Rödl & Partner