

IL CASH &amp; CARRY DI VIVO FRIULI VENEZIA GIULIA, SEDE A GORIZIA E UFFICI A MARTIGNACCO

# «La qualità viene prima del prezzo»

MAURIZIO CESCONE

**U**n assortimento di oltre 15 mila prodotti in 130 categorie merceologiche dal fresco all'alimentare, dalla detergenza all'ortofrutta alle bevande con un'alta specializzazione sui liquori. Vivo Friuli Venezia Giulia è un'azienda familiare fondata nel 1976 da Mario Brendolan, che l'anno prossimo taglierà il traguardo del mezzo secolo di attività. Dopo la scomparsa nel 2008 di Gianpaolo, che a cavallo degli anni Novanta e Duemila aveva contribuito allo sviluppo dell'attività, oggi l'azienda di cash & carry all'ingrosso per le partite Iva, in particolare commercianti ed esercenti del settore Horeca, è presieduta dal fratello Giuliano Brendolan, 50 anni, che la gestisce con uno staff di un'ottantina di dipendenti, più gli stagionali, in 6 punti vendita, 5 in Friuli Venezia Giulia e uno in Veneto, a Montebelluna, per complessivi 25 mila metri quadrati di superficie. Un business che, nel 2024, ha consentito a Vivo Friuli Venezia Giulia di sfiorare i 70 milioni di fatturato.

**Presidente come è nata Vivo e cosa fa oggi?**

«Mio padre, un vero e proprio pioniere, nel settembre del 1976, in piena emergenza terremoto, aprì il primo punto vendita a Casanova di Martignacco, alle porte di Udine. Nasciamo come distributori all'ingrosso per il piccolo negozio al dettaglio, ma negli anni ci siamo evoluti come specialisti del cosiddetto fuori casa (bar, ristoranti, pizzerie, catering) anche se non abbiamo rinunciato a servire i nostri clienti storici, quali panifici, rivendite di ortofrutta e piccoli alimentari di paese. La sede legale è a Gorizia, dove abbiamo anche uno dei punti vendita, mentre gli uffici amministrativi e commerciali sono a Martignacco».



**GIULIANO BRENDOLAN**  
PRESIDENTE E AD  
DI VIVO FRIULI VENEZIA GIULIA

«Nel fuori casa manca personale: a Lignano molti alberghi hanno dovuto rinunciare a servire la cena»

**Come funzionano gli acquisti?**

«È necessario avere la partita Iva. Oggi abbiamo tra i 7 e gli 8 mila clienti nelle due regioni dove siamo attivi. Il cliente, esercente o negoziante che sia, una volta codificato e munito di tessera, viene a fare la spesa in uno dei punti vendita e si rifornisce. Abbiamo un'importante varietà di opzioni, le nostre offerte speciali cambiano e si aggiornano ogni due settimane».

**Quali sono i vostri canali di approvvigionamento?**

«Per il reparto ortofrutta ci approvvigioniamo sia dal mercato di Udine, che da quelli del Veneto, e per alcune referenze stagionali direttamente dalla Sicilia. Nel fresco, sulla frutta e verdura, per noi la priorità è la qualità, sempre abbinata a un prezzo competitivo».

**Come è andato il vostro settore negli ultimi anni e Vivo in particolare?**

«I ricavi del 2024 sono stati di

circa 70 milioni di euro, con un +1% rispetto al 2023. Possiamo dire che l'anno scorso abbiamo consolidato il risultato dell'anno precedente, che aveva visto un incremento del 10% rispetto al 2022. Attenzione che di mezzo c'è l'inflazione, quindi non tutto è oro quel che luccica, ma comunque non possiamo lamentarci».

**Il 2025 che anno è per i consumi?**

«È un anno più difficile rispetto agli ultimi due, perché l'economia è in difficoltà e il mondo del fuori casa sta un po' rallentando, anche a causa del caro prezzi e dell'inflazione accumulatasi negli ultimi due anni, e solo in parte rientrata. Alcune merci, olio di semi e farine per esempio che sono presenti negli ingredienti di molti prodotti, sono aumentati tantissimo a causa della guerra in Ucraina e hanno mantenuto livelli di prezzo elevati. Si nota insomma molta più attenzione a spendere. E in questi primi mesi dell'anno, il meteo non ha aiutato, almeno qui in Friuli Venezia Giulia: con pioggia e maltempo la gente esce meno e quindi consuma meno. Il nostro obiettivo è quello di mantenere i volumi dello scorso anno, una sfida importante. Ma poi c'è un'altra difficoltà che assilla il settore».

**Quale?**

«Il reperimento del personale nel terziario, nel turismo. Quando c'è un pensionamento, per molte attività, è un dramma, non c'è ricambio. A Lignano nel 2024 diversi alberghi che facevano colazione e cena, hanno rinunciato alla cena perché non avevano personale a sufficienza. Noi siamo fortunati, abbiamo collaboratori storici che hanno contribuito a rafforzare un'azienda sana e a fidelizzare la clientela. Ma queste difficoltà ormai riguardano anche noi». —