



07/12/2022

VerdeDivo, ecco il nuovo kiwi italiano

Con Newplant, Apofruit, Alegra e Orogel una panoramica sulla campagna

REDAZIONE

redazione@italiafruit.net

WWW.ITALIAFRUIT.NET

Ha tutte le carte in regola per diventare il nuovo kiwi verde italiano e differenziarsi dalla proposta finora offerta con la varietà Hayward. Stiamo parlando di Verde-Divo®, il kiwi realizzato dal consorzio Newplant e commercializzato da Apofruit, Alegra e Orogel Fresco. Con le aziende protagoniste del suo sviluppo, ne abbiamo tracciato le principali caratteristiche.

"Il progetto sta andando avanti piuttosto bene e il consorzio Newplant (proprietario della varietà) ha investito in materiale vegetale per arrivare a 100 ettari nel 2023 - spiega a IFN Ernesto Fornari, direttore generale del gruppo Apofruit - Ad oggi sono 50 gli ettari a dimora e abbiamo iniziato con un'annata penalizzata dalle alte temperature: anche se non abbiamo ottenuto volumi elevati, il prodotto presenta eccellenti qualità organolettiche".



Il Verde-Divo® è commercializzato fino ad aprile, mentre la raccolta è iniziata già a metà ottobre. "Per i produttori rappresenta una novità interessante considerata anche la sua resistenza al gelo - continua Fornari - i frutti si presentano con un gusto piacevole, determinato da un buon grado Brix ed un elevato livello di sostanza secca. Il suo sapore è leggermente più acido del kiwi giallo anche se somiglia più a quella categoria piuttosto che all'Hayward, possiamo dire che è un kiwi molto equilibrato".

Una volta testata la qualità del progetto, è giunta l'ora di comunicare e fare assaggiare VerdeDivo®. "Dobbiamo far capire ai consumatori che rappresenta la rinascita del kiwi italiano - commenta il direttore di Apofruit - siamo convinti che VerdeDivo® potrà offrire un nuovo gusto ai consumatori italiani, offrendo così una valida alternativa ad Hayward che inizia a mostrare dei limiti importanti. VerdeDivo® ha quindi tutte le carte in regola per imporsi sul mercato anche grazie al lavoro congiunto di tre gruppi importanti come Apofruit, Alegra e Orogel Fresco". E continua: "Il suo posizionamento seguirà quello del kiwi giallo e per differenziarlo dall'Hayward dovremo spiegare che questo è il nuovo verde. Il lavoro del consorzio sarà quello di garantire sempre un ottimo sapore in modo da dare continuità al gusto e fidelizzare i consumatori".

Fornari specifica come rimane fondamentale far passare il claim giusto per valorizzare questa tipologia di kiwi, trasmettere ai consumatori il grande valore aggiunto rispetto ad un tradizionale kiwi verde, premiare il lavoro dei produttori e la ricerca tutta italiana.

VerdeDivo® si presenta come una novità dal sapore premiante e sarà promosso tramite attività instore dedicate.



VerdeDivo® in dettaglio

"VerdeDivo® (AC 459011) è frutto di un programma di miglioramento genetico realizzato in collaborazione con Newplant e con le università di Udine e Bologna - spiega a IFN Mirco Montefiori, direttore del consorzio Newplant - si tratta di un prodotto appositamente studiato per l'Italia, frutto di una ricerca avviata 15 anni fa per trovare un nuovo prodotto nel settore kiwi a polpa verde ma totalmente innovativo. Per realizzare questa tipologia, siamo partiti dalle Actinidia chinensis (la specie delle principali varietà di kiwi giallo ndr) ".

Il suo punto di forza è l'alto livello qualitativo: "E' un kiwi giallo ma con un 'cappotto' verde, è un'innovazione per il mercato del kiwi verde dato che generalmente le cultivar di A. Chinensis producono frutti più aromatici rispetto all'Actinidia deliciosa. Come Newplant gestiamo i diritti di commercializzazione della coltivazione del frutto che ha affidato ai suoi tre soci (Apofruit, Orogel Fresco e Alegra) e il suo piano potrà essere sviluppato solo dalle strutture licenziatarie del progetto".



Gli impianti più sviluppati di VerdeDivo® si trovano nella zona di Latina e in Emilia Romagna nel faentino. "Ma non mancano impianti anche a Pordenone in Veneto e in Basilicata mentre in Calabria proveremo quest'anno - dice Montefiori - la varietà si presenta produttiva, di buon calibro ed elevata qualità gustativa ed organolettica, confermate anche dai panel test fatti negli anni su oltre 700 consumatori e buyer della Gdo italiana ed europea in cui il 98% dei consumatori si è detto favorevole all'acquisto".

Anno scorso sono state fatte per VerdeDivo® le prime prove di commercializzazione e la finestra di commercializzazione del frutto va da metà ottobre/novembre fino a fine marzo/aprile. "Con atmosfere controllate potremmo estendere la conservazione e probabilmente arrivare anche a maggio - specifica il direttore di Newplant - in generale la raccolta di VerdeDivo® avviene dieci giorni prima dell'Hayward e solo sotto autorizzazione al raggiungimento dei parametri indicati".

"VerdeDivo® è tollerante alla Psa e quest'anno non sono stati registrati casi di cascola o di avvizzimento dei frutti - conclude Montefiori - ovviamente parliamo di impianti giovani che sono al massimo alla quinta foglia".



Pienamente soddisfatta del lavoro svolto finora anche Alegra, società di commercializzazione di Agrintesa. "VerdeDivo® vuole essere una risposta ai desideri del mercato italiano ed estero - aggiunge Rita Biserni, marketing estero di Alegra - ma anche un prodotto che sappia garantire un'adeguata remunerazione ai nostri soci: un kiwi verde, di alta qualità e che sappia soddisfare quella richiesta che abbiamo percepito sempre più forte nel consumatore di un prodotto premium, dolce ed equilibrato".

In VerdeDivo® la realtà vede uno strumento per rinforzare l'offerta del kiwi a polpa verde con un prodotto, va sottolineato, 100% made in Italy dalla selezione varietale fino alla produzione e lavorazione. "L'Hayward naturalmente mantiene un proprio mercato così come accade per le varietà a polpa gialla e rossa che Alegra è pronta a fornire ai propri clienti".

Se c'è un termine che più rappresenta questa nuova varietà del frutto è equilibrio. "Si tratta di un frutto dolce - prosegue Biserni - il cui aroma viene bilanciato da un giusto grado di acidità, ma il verdetto finale naturalmente spetta al mercato".

I primi test commerciali lasciano spazio all'ottimismo. "Già lo scorso anno abbiamo effettuato assaggi e panel test sia nei supermercati, coinvolgendo i consumatori, che con gli operatori commerciali responsabili degli acquisti e i riscontri sono stati ampiamente positivi. La qualità del frutto c'è, su questo non abbiamo dubbi: ora occorre una buona azione sul fronte comunicativo per fare emergere il prodotto in uno scaffale già ricco. Chi assaggia VerdeDivo ripeterà l'acquisto ma tocca a noi farglielo conoscere e scoprire".



"Questa nuova varietà ci permette di dare risposte ai produttori che in un periodo di grande incertezza e difficoltà come questo anche avendo le possibilità non sanno dove rivolgere i loro investimenti", esordisce Vincenzo Finelli, direttore di Orogel Fresco, tra le quattro realtà incluse nel progetto.



VerdeDivo® ha grandi potenzialità secondo Finelli e andrà a fare concorrenza all'Hayward. "È una nuova risposta nel segmento kiwi verde. Molto consumo si sta spostando dal verde al giallo perché quest'ultimo incontra maggiormente il favore del pubblico, ma VerdeDivo® è una varietà che piace ai consumatori e può contenere la perdita di consumi del verde. Ci crediamo particolarmente e investiremo molto nel portare avanti il progetto".



A dare manforte sono i primi risultati commerciali. "Abbiamo fatto una prima campagna commerciale lo scorso anno - continua - e i risultati sono stati molto incoraggianti in termini di gradevolezza. La seconda stagione commerciale avviata in questi giorni per ora prevede quantità ridotte di prodotto perché siamo all'inizio del percorso, ma nel giro di 4/5 anni potremo contare su quantità importanti".
A cura di Alice Magnani e Lucia Caselli