



KISSABEL®: EMPIEZA LA TEMPORADA EN EL HEMISFERIO SUR

Las condiciones climáticas favorables han producido, en términos generales, una calidad excelente, buenos calibres y una coloración óptima de la pulpa. Nuestros socios en el hemisferio sur comentan los grandes avances obtenidos. Se ponen en marcha varias actividades promocionales

ANGERS, 11 de mayo de 2022. En las últimas semanas, se ha terminado con resultados muy positivos la recolección de las manzanas Kissabel® en Chile, Argentina, Nueva Zelanda, Australia y Sudáfrica. Gracias a una estación estival caracterizada esencialmente por la normalidad, la calidad ha alcanzado niveles óptimos con frutos de buen tamaño. Las manzanas de pulpa roja, con su consistencia crujiente, apetitosa y su sabor extraordinario, están listas para enamorar a los consumidores y consumidoras del hemisferio austral.

Uno de los balances más alentadores viene de **Australia**, el país del hemisferio sur donde las fases del programa están más avanzadas. «La cosecha de manzanas Kissabel® —afirma **Angela Bracken, directora de marketing de Montague**— ha sido muy positiva, ya que en la mayoría de las áreas de cultivo hemos disfrutado de un verano algo más fresco de lo habitual, con precipitaciones superiores a la media. El resultado son frutos de gran calidad y buen tamaño. Aunque ha habido un problema relacionado con la humedad, el balance es sin lugar a dudas positivo». También son buenas las impresiones desde el punto de vista de las ventas. «La tienda que hemos abierto recientemente, Bill's Orchard Gate —continúa diciendo Bracken—, nos ha dado la oportunidad de poner a prueba las Kissabel® directamente con la clientela local y de conocer la opinión de los consumidores (y consumidoras) sobre su aspecto estético y su sabor. Las reacciones han sido muy buenas en todos los aspectos y varias personas han vuelto a comprarlas de nuevo y nos han pedido más información». Y eso no es todo. «También hemos incluido las Kissabel® —termina diciendo Bracken— en las visitas a los huertos que organizamos para los consumidores, durante las cuales les enseñamos cómo se cosecha esta manzana y cómo disfrutar de ella al máximo».

Son varias las actividades de marketing puestas en marcha por Montague para fomentar el consumo de la gama de manzanas de pulpa rosa y roja. Entre ellas se encuentran los carteles para los puntos de venta (utilizados también en los paquetes de regalo distribuidos entre los clientes y los medios de comunicación), charlas educativas para los consumidores, degustaciones en los puntos de venta, actividades de RR. PP. con los medios y publicaciones en las redes sociales.

En la vecina **Nueva Zelanda**, el proyecto Kissabel® continúa avanzando con visión de futuro. «Se cumple ahora el tercer año de prueba —explica **Paul Paynter, director general de Yummyfruit**— y podemos decir que estas manzanas, con su acidez reducida, son justo lo que estábamos necesitando. Se trata de una característica muy apreciada y exigida por los consumidores asiáticos a los que nos vamos dirigiendo cada vez más a nivel comercial».

Más hacia el oeste, otra zona de producción de referencia es **Sudáfrica**, donde la fase avanzada de pruebas está orientando a los productores hacia el grupo varietal de las



manzanas «rojas», que son las que mejores resultados obtienen dadas las características edafoclimáticas de este territorio. «Nos concentraremos en las variedades de piel roja — confirma **Tanith Freeman, directora de desarrollo de producto de Dutoit**— al comenzar la campaña comercial en 2025 y como objetivo principal apostaremos por una distribución a nivel local en supermercados prémium».

Por último, también están teniendo muy buenos resultados las pruebas que están llevando a cabo Unifrutti, en Chile, y Mono Azul, en Argentina. «El color de la pulpa y la consistencia crujiente de Kissabel® son muy buenos —afirma **Riccardo Gatti, responsable de producción de Unifrutti**—. Las reacciones de la gente que ha podido probarlas han sido excepcionales y, de hecho, en poquísimo tiempo se han agotado los reducidos volúmenes disponibles. Este año nos concentraremos en las pruebas en Centroamérica y miramos con mucho optimismo hacia las siguientes etapas de la comercialización».

Estas previsiones optimistas se ven confirmadas por las afirmaciones del responsable del programa, Emmanuel de Lapparent: «Es genial observar que el programa IFORED también avanza a grandes pasos en el hemisferio sur, donde en estos momentos nuestros socios están planificando las primeras plantaciones piloto. En breve tendrán a disposición más cantidad de frutos para evaluar las posibilidades que ofrece el mercado de esta manzana única y promocionar la marca Kissabel®».

***Kissabel®** es la marca que identifica las distintas variedades de manzana de pulpa de color — del rosa al rojo intenso— creadas utilizando exclusivamente técnicas naturales de mejora vegetal, gracias al programa IFORED, una colaboración internacional en la que participan catorce de las principales empresas de producción y comercialización del mundo.*

Para más información:

www.kissabel.com

<https://www.facebook.com/kissabel.apples/>

https://www.instagram.com/kissabel_apples/

PRESS RELEASE