



KISSABEL®: SI APRE LA STAGIONE NELL'EMISFERO SUD

Le condizioni climatiche favorevoli hanno prodotto, in linea generale, qualità eccellente, buoni calibri e un'ottima colorazione della polpa. I partner dell'Emisfero Sud riferiscono grandi passi avanti. Al via diverse attività promozionali

ANGERS, 11 maggio 2022 - Si è concluso nelle scorse settimane, con risultati molto positivi, il raccolto delle mele Kissabel® in Cile, Argentina, Nuova Zelanda, Australia e Sudafrica. Complice una stagione estiva sostanzialmente normale, la qualità si è attestata su ottimi livelli, con calibri di buone dimensioni. Le mele a polpa rossa, dall'invitante croccantezza e dal gusto straordinario, sono pronte per conquistare il cuore dei consumatori dell'Emisfero Meridionale.

Uno dei bilanci più entusiastici arriva dall'**Australia**, il paese dell'Emisfero Sud dove le fasi di programma sono più avanzate. “La raccolta delle mele Kissabel® - testimonia **Angela Bracken, Marketing Manager di Montague** - è stata molto positiva, poiché nella maggior parte degli areali di coltivazione abbiamo goduto di un'estate più fresca del solito, con precipitazioni superiori alla media. Questo ha portato a frutti di grande qualità e di buone dimensioni. Ci sono state alcune problematiche da affrontare legate all'umidità, ma il bilancio è senz'altro positivo.”. Buone le sensazioni anche dal punto di vista delle vendite. “Il nostro negozio al dettaglio di recente apertura, il Bill's Orchard Gate – prosegue Bracken - ci ha permesso di testare Kissabel® direttamente con la comunità locale e di ottenere opinioni da parte dei consumatori sull'appeal visivo, il gusto e il sapore. Abbiamo ricevuto un feedback molto buono su tutti i fronti, con diversi consumatori che sono tornati ad acquistare e hanno chiesto maggiori informazioni.”. Ma non è tutto. “Abbiamo anche ricompreso – conclude Bracken - le mele Kissabel® nei nostri tour tra i frutteti che organizziamo per i consumatori, e durante i quali insegniamo come raccogliere questa mela e gustarla al meglio”.

Diverse, del resto, sono le attività di marketing messe in campo da Montague per promuovere il consumo della gamma di mele a polpa rosa e rossa. Tra queste, poster nei punti vendita (utilizzati anche nelle confezioni regalo distribuite a clienti e media), momenti di formazione per i consumatori, degustazioni sul punto vendita, attività di pr con i media e post sui social.

Pure nella vicina **Nuova Zelanda**, il progetto Kissabel® prosegue e guarda già avanti. “Siamo al terzo anno di prova ora – spiega **Paul Paynter, General Manager di Yummyfruit** –. e possiamo dire che queste mele a basso contenuto di acidità sono ciò di cui abbiamo bisogno. Questa è una caratteristica particolarmente richiesta dai consumatori asiatici, verso cui ci stiamo sempre più dirigendo a livello commerciale”. Proseguendo verso ovest, un altro areale produttivo di riferimento è il **Sudafrica**, dove la fase di test avanzata sta orientando i produttori verso il gruppo varietale delle “rosse”, che meglio vengono esaltate dalle caratteristiche pedoclimatiche di questo territorio. “Ci concentreremo sulle varietà a buccia rossa – conferma infatti **Tanith**

PRESS RELEASE



Freeman, Product Development Manager di Dutoit – iniziando la campagna commerciale nel 2025 e puntando su una distribuzione a livello locale in supermercati di fascia premium, come target principale”.

Stanno ottenendo ottimi riscontri, infine, anche i test in corso in Cile da parte di Unifrutti e in Argentina da parte di Mono Azul. “Il colore della polpa e la croccantezza di Kissabel® sono stati molto buoni”, riferisce **Riccardo Gatti, Responsabile Produzione di Unifrutti**. “La risposta tra chi ha potuto assaggiarle – prosegue – è stata eccezionale, tanto che i pochi quantitativi disponibili sono andati presto tutti esauriti. Quest’anno ci concentreremo sui test in America Centrale e siamo molto ottimisti rispetto ai prossimi passi della commercializzazione”.

Queste previsioni ottimistiche sono state confermate anche dal responsabile del programma Emmanuel de Lapparent: “È fantastico vedere che il programma IFORED stia facendo grandi passi avanti anche nell’Emisfero Sud, dove i nostri partner stanno attualmente pianificando le prime piantagioni pilota. Molto presto avranno a disposizione una quantità maggiore di frutti per valutare le potenzialità di mercato di questo frutto unico e promuovere il brand Kissabel®”.

***Kissabel®** è il brand che identifica le diverse varietà di mela a polpa colorata - dal rosa al rosso intenso - sviluppate utilizzando esclusivamente tecniche di breeding naturali grazie al programma IFORED, una partnership internazionale che vede coinvolte 14 tra le maggiori aziende di produzione e commercializzazione del mondo.*

Per maggiori informazioni:

www.kissabel.com

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

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

PRESS RELEASE