



Giovedì 19 Aprile 2018

L'APPROFONDIMENTO

Kiwiny, brand e biologico per conquistare nuovi mercati

Un'azienda giovane, selezionata dal Mipaaf tra le 25 migliori startup italiane a Expo 2015, che punta sul **kiwi biologico** e sul valore del *brand* per continuare e crescere e conquistare i mercati esteri. Si chiama

Kiwiny, è nata ufficialmente cinque anni fa dall'intuizione dei fratelli **Philipp e Manuel Breitenberger** (nella foto), che oggi coltivano **10 ettari** a Giavera del Montello, nel Trevigiano, dove producono varietà *green* e *gold* nel rispetto della certificazione biologica. In tutto sono circa **10mila i quintali** immessi ogni anno sul mercato; negli ultimi tempi l'azienda si sta specializzando nel kiwi a **pasta gialla** ed è esclusivista per il **biologico di Dori**. Ma non è tutto qui.



Dall'impegno sul fronte della sostenibilità e del rispetto per l'ambiente che ha ispirato il *lifting* all'azienda agricola paterna (che peraltro produceva bio già nel 1996), nascono anche tre linee di **trasformati** destinati prevalentemente a negozi specializzati: **Kiwiny Smoothie, Kiwiny Jam e Kiwiny Juice**. Le vendite sono indirizzate per l'**80% Oltralpe**, prevalentemente in **Mercati** e catene della **Gdo europea** e sbarcano persino in **Australia**, patria del frutto. E' la **Germania**, però, lo sbocco numero uno, mentre in Italia le referenze dell'azienda raggiungono catene del bio e alcuni **supermercati**.





progetto è nato con un investimento iniziale di circa un milione di euro, cui ha contribuito anche un bando Ismea per l'imprenditoria giovanile e l'agricoltura. **Freschezza e innovazione** sono nel Dna di Kiwiny e a dimostrarlo sono le strategie legate a **comunicazione e marketing**: l'azienda è molto attiva sui social e partecipa a numerose rassegne del food. In questi giorni ha esposto all'**Alimentaria** di Barcellona e si è fatta vedere anche al **Vinitaly** di Verona. A febbraio era a Norimberga per **Biofach**. Non disdegna neppure eventi di interesse culturale (Biennale di Venezia e Cannes International Film Festival) che si aggiungono ad eventi legati alla comunità locale, con la sponsorizzazione di vari eventi nella Marca trevigiana.



Anche la **formazione** ha un ruolo di primo piano: serve a far crescere a 360 gradi i dipendenti, tutti tra i 22 e i 33 anni. E poi, **tracciabilità e tecnologia**: dalla piantagione alla lavorazione, sempre fatta in azienda, il frutto viene monitorato e quindi affidato a una linea di lavorazione di ultima generazione dotata di fotocamera integrata ultravision.



“La nostra è una azienda giovane ed in crescita che fattura un milione e mezzo di euro circa e punta su **dinamismo, flessibilità e sinergie**”, spiega Manuel Breitenberger (*a sinistra nella foto di apertura*). “Ci avvaliamo di una cooperativa, **Sapori di Marca**, che dal 2015 crea sinergie tra piccoli produttori di kiwi dell'area in cui operiamo, in modo da coordinare le diverse fasi della filiera di produzione, esaltando le potenzialità produttive dei singoli”. I progetti non mancano, Kiwiny non vuole fermarsi: “E' un settore difficile quanto imprevedibile e a noi piacciono le sfide”.

Copyright 2018 Italiafruit News



Mirko Aldinucci

Leader Writer

mirko@italiafruit.net

© Italiafruit News. Tutti i diritti riservati.