

È IL MOMENTO GIUSTO PER CONSUMARE I KIWI ITALIANI.

Roma, 7 gennaio 2019 - *Parte in questi giorni la campagna di promozione e comunicazione istituzionale dell'Organizzazione Interprofessionale ortofrutticola italiana - ORTOFRUTTA ITALIA - a sostegno dei consumi di kiwi nazionali, con il patrocinio del Ministero delle Politiche Agricole, Alimentari, Forestali e del Turismo.*

Si consolida, con i kiwi nazionali che entrano per la prima volta nel progetto annuale di promozione di Ortofrutta Italia, l'azione di comunicazione istituzionale su tutto il territorio nazionale a sostegno dei consumi di ortofrutta, caratterizzata dal comune richiamo della filiera (l'Organizzazione Interprofessionale) e della Pubblica Amministrazione competente (il MiPAAFT).

L'iniziativa si articolerà in tutto il territorio nazionale, fino a tutto marzo, in alcune migliaia di punti di vendita di tutte le maggiori catene della Distribuzione Moderna e nei negozi del Dettaglio specializzato con la partecipazione degli operatori Grossisti dei principali mercati agroalimentari.

I punti vendita esporranno locandine, poster e altro materiale simile che con lo stesso layout richiameranno l'attenzione del consumatore alla stagionalità, alla territorialità e alla qualità, evidenziando soprattutto gli aspetti "salutari" di questo prodotto: l'altissimo contenuto di vitamina C, di antiossidanti, di potassio e di fibre.

La Campagna Kiwi si caratterizza, inoltre, per un impegno concordato della produzione, nel contesto dei migliori rapporti con i loro "clienti" commercianti o distributori, ad un processo di miglioramento qualitativo generalizzato del prodotto nazionale, esponendo alla vendita nella zona dedicata alla comunicazione istituzionale promossa da Ortofrutta Italia, solo quei lotti che rispetteranno un capitolato condiviso in sede interprofessionale che migliora i fondamentali parametri qualitativi, dalla pezzatura al rapporto fra durezza e dolcezza dei frutti.

A questo proposito il Comitato di prodotto dell'Organizzazione Interprofessionale – coordinato con passione e professionalità da Pietro Fabbri – ha redatto anche un vademecum per una corretta gestione di questo frutto lungo tutta la "filiera logistica", dalla raccolta, alla frigoconservazione, fino al punto vendita, proprio per valorizzare al massimo verso i consumatori, gli sforzi dei produttori italiani per un prodotto di altissima qualità.

La promozione istituzionale - dovutamente “generica” - delle produzioni ortofrutticole è una innovazione da far crescere ancora nel nostro Paese, con l’obiettivo di stimolare il consumo di frutta e verdura di stagione, per l’“utilità pubblica” della comprovata ricaduta benefica sulla salute dei cittadini che questo comporta. A maggior ragione in un momento in cui – come rivelano purtroppo anche recenti indagini di mercato - in troppi casi le persone rinunciano alla corretta razione quotidiana di frutta e verdura di stagione, e, nel caso dei kiwi, ad una protezione naturale ed efficace nel periodo più freddo dell’anno.

ORTOFRUTTA ITALIA è l'Organizzazione Interprofessionale riconosciuta a livello nazionale dal MiPAAFT ed è costituita dalle maggiori rappresentanze nazionali delle attività economiche del settore ortofrutticolo, suddivise in due raggruppamenti – Produzione agricola da un lato, Commercio e Distribuzione dall'altro - che si rapportano con il criterio della pariteticità.

È rappresentata così l'intera filiera ortofrutticola nazionale che confronta e porta a sintesi con queste iniziative, gli interessi di 400.000 Aziende agricole singole o associate, di un migliaio fra Cooperative ortofrutticole e Organizzazioni di Produttori riconosciute, delle più importanti Imprese del commercio ortofrutticolo, dei Grossisti che operano nei mercati agroalimentari, delle primarie Aziende della Grande Distribuzione Moderna e di alcune migliaia di Dettaglianti specializzati.

“Riuscendo a focalizzare la provenienza di questo invito al consumo nella Organizzazione Interprofessionale (tutta la filiera) e nel MiPAAFT (la Pubblica Amministrazione competente) sono convinto, come dimostrato dalle omologhe iniziative che si sono stagionalmente susseguite dalla scorsa primavera per una decina di prodotti ortofrutticoli nazionali, che si possa dare una spinta “istituzionale” alla fiducia necessaria per un aumento dei consumi dei kiwi italiani, preziosissimo comparto dell’economia ortofrutticola del nostro Paese (l’Italia è fra i primi produttori a livello mondiale), presente in molti areali produttivi da nord a sud e, soprattutto, orientato fortemente all’export con oltre i due terzi della produzione annuale” – dichiara il Presidente dell’O.I. Nazario Battelli.

Con richiesta di pubblicazione, alleghiamo i fac-simile delle locandine.