

# *ItalianBerry* Magazine



**Speciale Italian Berry Day**

•  
**La segmentazione, chiave  
per aumentare le vendite**

•  
**Quanto costa un impianto  
di lamponi**

# Indice

- 3 **Benvenuti! Welcome!**
- 4 **Italian Berry Day:**
  - Programma convegno
  - Workshop
  - Stand
  - Area espositiva
- 6 **Uva spina, perché è proibita negli Stati Uniti**
- 6 **More: problema drupe rosse**
- 7 **Scheda variante mirtillo Duke**
- 8 **Come conservare i lamponi in casa**
- 11 **Mirtilli: quanto costano e come risparmiare**
- 12 **La segmentazione, chiave per aumentare le vendite**
- 16 **Shelf life, una sfida da € 10 milioni**
- 18 **65.000 dati raccolti dagli scaffali dei piccoli frutti della GDO**
- 20 **Forse non sapevi che...**
- 21 **Quanto costa un impianto di lamponi**
- 22 **Un mirtillo per ogni clima**
- 23 **Caro buyer ti scrivo**

## PREMIUM SPONSOR



## STANDARD SPONSOR



## PARTNER TECNICI



# Italian Berry Day

**ncx**  
**Drahorad**  
SERVING EARTH

*Italian Berry Day è un evento organizzato da NCX Drahorad, società di servizi fondata nel 1982 e che da quindici anni opera nel settore dei piccoli frutti a livello professionale, con un'attività commerciale internazionale (export e import) e una serie di iniziative per promuovere e valorizzare i piccoli frutti. Thomas Drahorad ha partecipato come speaker al Global Berry Congress di Amsterdam (2019), è promotore dell'evento Mirtillo Business Day (2019), dell'Osservatorio Piccoli Frutti nella GDO Italiana e curatore del blog tematico Italian Berry (con oltre 15000 visite mensili) e autore di numerosi pubblicazioni sulla stampa specializzata internazionale.*

## Benvenuti! Welcome!

Italian Berry Day celebra i piccoli frutti, la categoria più performante del reparto ortofrutta a livello globale. Anche in Italia le performance di crescita sono state rilevanti negli ultimi anni. Per cogliere appieno queste opportunità abbiamo commissionato una ricerca di mercato esclusiva e invitato relatori internazionali ed esperti italiani.

Il mercato italiano sta dimostrando un dinamismo superiore ad altre realtà europee e il suo potenziale è sotto gli occhi di tutti anche in questo periodo caratterizzato dalla pandemia.

Tramite l'Osservatorio Piccoli Frutti (che dal 2019 monitoria prezzi e assortimento nella GDO) abbiamo assistito ai rapidi mutamenti nell'offerta e nella distribuzione dei piccoli frutti in Italia, con la nascita dei segmenti di marketing (premium, biologico, residuo zero) che si sono aggiunti alle linee standard che solo fino a un paio di anni costituivano l'unica offerta disponibile; alle nuove soluzioni di packaging (cestini, bicchieri, barattoli) e di formati (con l'aumento dei formati diversi dal 125g l'offerta ormai va dai 100g per il consumo on-the-go fino ai 500g per i più appassionati).

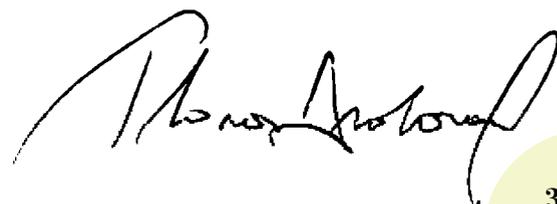
Il crescente consumo interno sta rendendo l'Italia un mercato obiettivo per i principali produttori globali (Perù, Cile, Marocco, Spagna, Polonia, Sudafrica) e stimola i produttori nazionali, che dalla Sicilia al Trentino-Alto Adige ormai riescono a produrre lamponi per 12 mesi l'anno e mirtilli per 9 mesi.

È per questo motivo che abbiamo invitato qui ricercatori, produttori, importatori, grossisti, confezionatori, tecnici di campagna e della qualità, buyer, esportatori e tutti gli attori della filiera: vogliamo cogliere insieme tutte le potenzialità che i piccoli frutti ci possono offrire per i prossimi anni.

Un grazie particolare a chi ha fatto sì che questo evento potesse avere luogo: a Cesena Fiera che con Macfrut ha messo a disposizione una prestigiosa piattaforma internazionale e ai numerosi sponsor che hanno sostenuto l'iniziativa: Unitec, Arrigoni, Ilip, oltre ad Aurorafruit, Battistini, Dole, Molari, Planasa e Trifoglio.

Vi auguro un buon lavoro e spero che continuiamo a confrontarci e crescere insieme: l'appuntamento è ogni giorno online con Italian Berry.

**Thomas Drahorad**  
Presidente NCX Drahorad



# Italian Berry Day

## Programma convegno

MERCOLEDÌ  
8 SETTEMBRE 2021

### 9.55 APERTURA

**Raffaella Quadretti**

*Direttrice myfruit.it*

**PICCOLI FRUTTI: COME I NUOVI  
COMPORAMENTI DI ACQUISTO HANNO  
INFLUENZATO ANCHE L'ACQUISTO DI QUESTA  
CATEGORIA**

**Marco Pellizzoni**

*Direttore Commerciale - Consumer Panel & Services,  
GFK Italia*

**I TREND DEL MERCATO GLOBALE DEL MIRTILLO**

**Andrea Pergher**

*Supporto tecnico e vendita Sud-Est Europa e Regno  
Unito, Fall Creek Farm & Nursery*

**OPPORTUNITÀ E SFIDE PER L'EXPORT  
DI BERRIES DALL'EMISFERO SUD**

**Marta Betancur**

*Vicepresidente, SHAFFE (Southern Hemisphere  
Association of Fresh Fruit Exporters)*

**MIRTILLI DAL CILE: QUALITÀ E INNOVAZIONE**

**Andrés Armstrong**

*Direttore esecutivo, Chilean Blueberry Committee*

**IL SETTORE DEI PICCOLI FRUTTI IN MAROCCO**

**Amin Bennani**

*Presidente, AMPFR (Association Marocaine  
Producteurs Fruits Rouges)*

**COSTI, MARGINI E PREZZI, UN APPROCCIO  
COLLABORATIVO**

**Thomas Drahorad**

*Presidente, NCX Drahorad srl*

Coffee break sponsorizzato da



Parte 2

**Raffaella Quadretti intervista**

**Giovanni Panzeri**

*Chief Commercial Officer, Gorillas Italia*

**LA COLTIVAZIONE DEL MIRTILLO GIGANTE  
AMERICANO IN FUORISUOLO**

**Tommaso Pantezzi**

*Responsabile Unità Frutticoltura e piccoli frutti,  
Fondazione Mach*

**IL RECENTE ANDAMENTO DELLE SUPERFICI  
DEI PICCOLI FRUTTI IN ITALIA**

**Tomas Bosi**

*Statistica e Osservatorio di Mercato, CSO Italy*

**CLASSIFICAZIONE DI QUALITÀ DEL MIRTILLO:  
STRUMENTI E OBIETTIVI**

**Nour Abdrabbo**

*Direttore Commerciale, Unitec*

**SHELF LIFE E PACKAGING ATTIVO**

**Luigi Garavaglia**

*R&D manager, ILIP*

**VARIETÀ E MERCATO:**

**UNA CASE HISTORY PER I LAMPONI**

**Matteo Molari**

*Managing partner, Molari Berries & Breeding*

**13.00 Q&A e CONCLUSIONI**

**Raffaella Quadretti**

*Direttrice myfruit.it*

## Workshop

Dopo il convegno, Italian Berry Day prosegue nel pomeriggio con i workshop tecnici.

### HALL SUD, RIMINI FIERA

**14.30-15.15**

#### COLTIVARE I BERRIES IN AMBIENTI NON AUTOCTONI – SCHERMI PROTETTIVI PER OGNI ESIGENZA AMBIENTALE

**Giuseppe Netti**

*Technical Sales Support, Arrigoni*



Nuove esigenze commerciali hanno spostato la coltivazione dei berries in luoghi ben diversi da quelli di origine. Si è passati dal sottobosco ad ambienti aridi ed estremi. Creare il microclima più idoneo alla coltivazione dei piccoli frutti è la chiave per poter garantire rese e qualità.

**15.30-16.15**

#### LIFE+BIOACTIVE – LA NUOVA DIMENSIONE DEL PACKAGING ATTIVO\* DI ILIP

**Luigi Garavaglia**

*Quality Assurance – R&D manager, ILIP*



Life+bioactive – La nuova dimensione del packaging attivo di Ilip che esplica un'azione antimicrobica ad antiossidante. Life+bioactive comprende un trattamento ad azione antimicrobica ed antiossidante che prolunga la shelf-life della frutta fresca confezionata fino a 48 ore in più rispetto a quella di un equivalente packaging non attivo.

**16.30-17.15**

#### PREZZI, ASSORTIMENTO E QUALITÀ: I PICCOLI FRUTTI NELLA GDO ITALIANA (2019-2021)

**Thomas Drahorad**

*Presidente, NCX Drahorad*



L'Osservatorio Piccoli Frutti raccoglie due volte al mese i dati della categoria dei piccoli frutti nei punti vendita della GDO di 12 città italiane.

In questo workshop verranno analizzati i principali trend dell'assortimento: prezzi, confezioni, segmentazione, qualità, brand, packer, MDD, analisi del punto vendita (banco frigo, posizione, stock).

## Stand

Italian Berry Day è anche un'area espositiva specializzata, dove potrete incontrare gli espositori per tutta la durata della **fiera Macfrut** (7-9 settembre):

- Aurorafruit
- Fogliati
- Ilip
- Planasa
- SanLucar
- Unitec.

## Area espositiva

**Dal 7 al 9 settembre** sarà aperta un'area espositiva con una selezione dell'assortimento di piccoli frutti della GDO italiana e alcuni prodotti alimentari che utilizzano i piccoli frutti come ingredienti o come elemento di comunicazione.

## Uva spina, perché è proibita negli Stati Uniti

**L'uva spina, un frutto della famiglia del ribes, cresce in tutta Europa e a nord fino al Circolo Polare Artico.** Anche il Nord America ha la sua buona parte di specie di uva spina, ma coltivare il frutto sul suolo americano è tutt'altro che semplice.

Questo perché **alcuni stati come il Maine vietano ai coltivatori di piantare alcune specie di uva spina**, così come il suo parente, il ribes nero, perché i frutti servono come ospite **intermedio per** una malattia che attacca il pino bianco. Questa malattia che uccide gli alberi può decimare le economie che dipendono dal pino bianco, come quelle legate al legname.

**Le restrizioni risalgono a un divieto federale all'inizio del 1900**, quando i coltivatori si resero conto che l'uva spina era un ospite intermedio per una dannosa malattia che attacca il pino bianco.

**Nel 1966, le restrizioni sull'uva spina sono passate dal divieto federale alle giurisdizioni statali.** Ora, la maggior parte degli stati accoglie l'uva spina a braccia aperte, ma alcuni stati come il Maine hanno ancora delle restrizioni. Il pino bianco è parte integrante dell'economia dello stato, quindi la "vendita, il trasporto e il possesso di Ribes spp. [uva spina e ribes] è illegale in gran parte del Maine", secondo il governo statale del Maine.



Approfondisci online

## More: problema drupe rosse

La presenza di drupe rosse nei frutti maturi delle more di rovo è **uno dei difetti più comuni e meno tollerati** dai clienti. Solo recentemente gli scienziati hanno iniziato la comprensione di questo fenomeno: **sono state proposte diverse spiegazioni per le sue cause**, anche se i meccanismi esatti non sono ancora compresi interamente.

L'arrossamento delle drupe può verificarsi **dopo e prima della raccolta.**

Una ricerca condotta da **Max Edgley dell'Università della Tasmania ha esaminato diversi fattori**, tra cui i tassi di azoto, i danni fisici durante la raccolta e il trasporto alla refrigerazione, le temperature dell'aria durante la raccolta, il raffreddamento lento o veloce della frutta dopo la raccolta.

Altri fattori individuati dagli esperti sono l'eriofide del rovo e la pioggia eccessiva.



Approfondisci online

## Scheda varietale mirtillo Duke

La **varietà di mirtillo Duke** è la principale varietà di mirtillo tipologia "Northern Highbush" a maturazione precoce. **Northern Highbush** è una tipologia di mirtillo originaria delle zone nord e nord-est degli Stati Uniti, commercializzata da oltre 100 anni. È la tipologia più diffusa a livello mondiale per la produzione nei climi temperati e continentali; richiede una certa quantità di ore di freddo invernale.

Secondo una classificazione più dettagliata introdotta da Fall Creek, **Duke è una varietà High Chill**, adatta a latitudini attorno a 42°, con un clima in cui le quattro stagioni sono distinte e gli inverni freddi. Duke è una varietà nota per le sue **alte rese di frutti uniformi e di qualità**. Il sapore delicato sembra migliorare con la conservazione a freddo. Mantenere il vigore della pianta dei mirtillo Duke nel lungo periodo può essere una sfida. I produttori devono **scegliere un luogo di coltivazione di qualità e impiegare continuamente buone pratiche culturali**. Il mirtillo Duke è uno dei principali candidati per la raccolta meccanica, la vendita di prodotti freschi e per la trasformazione.

### Le caratteristiche principali di Duke sono:

- Calibro: L
- Utilizzo principale: fresco e industriale
- Caratteristiche frutto: blu chiaro, sodo, sapore delicato
- Portamento pianta: tarchiata, verticale
- Stagionalità: molto precoce

Nella valutazione delle principali varietà di mirtillo effettuata nel 2019 da Agrion (la fondazione per la ricerca, l'innovazione e lo sviluppo tecnologico dell'agricoltura piemontese che da anni ha in osservazione le principali varietà di mirtillo) le caratteristiche di Duke sono così riassunte:



Approfondisci online

### PUNTI DI FORZA

- Cultivar di riferimento
- Alto fabbisogno in freddo
- Vigoria medio-elevata, espansa.
- Frutto di buona pezzatura e ottime caratteristiche pomologiche.
- Sapore buono, equilibrato
- La prima varietà a perdere le foglie in autunno

### CRITICITÀ

- Produttività media
- Richiede razionali potature per favorire una buona emissione di nuovi ricacci.

## Come conservare i lamponi a casa

1. Se non usi subito i lamponi appena raccolti, conservali in **frigorifero**. I lamponi del giardino rimarranno freschi in frigorifero per alcuni giorni. I lamponi acquistati supermercato rimarranno in buone condizioni per almeno 1-2 giorni.
2. Se non hai intenzione di mangiarli immediatamente, conservali **non lavati**: l'introduzione di umidità nelle bacche le farà andare a male più rapidamente.
3. I lamponi freschi sono sodi, paffuti, hanno un colore vibrante e brillante e un tipico odore di lampone. La prima cosa da fare è **eliminare i lamponi cattivi**. Rimuovi i frutti ammaccati, molto morbidi o schiacciati.
4. Anche i lamponi con la muffa sono immangiabili. **Scarta subito la frutta marcia** per evitare che la muffa si diffonda alle bacche vicine.
5. I lamponi diventano rapidamente mollicci in acqua e perdono il loro sapore. Pertanto, è meglio **lavare i piccoli frutti solo se necessario**. Non devi necessariamente lavare i lamponi che vengono dal tuo giardino. Per esempio, se c'è della terra sulle bacche, sciacqua brevemente la frutta sotto un getto d'acqua dolce e sottile.
6. Se hai lavato i lamponi, **lasciali asciugare** prima di conservarli. Metti le bacche su carta da cucina, per esempio. Gli asciugamani da cucina non sono adatti come superficie di asciugatura, perché le bacche rosse lasciano macchie.
7. Se la confezione originale non ha sul fondo un **tappetino** che assorbe l'umidità, utilizza un tovagliolo di carta per mantenere i lamponi freschi più a lungo.
8. Dopo aver eliminato i lamponi cattivi, puoi conservare le bacche rimanenti in **frigorifero**.
9. Fai il necessario per **mettere i lamponi in frigorifero appena possibile**: anche poche ore fuori dal frigorifero possono avere un effetto negativo immediato sulla qualità, il gusto e la conservabilità.
10. I lamponi si conservano al meglio in un **contenitore permeabile all'aria**. Lascia quindi i lamponi acquistati supermercato nella loro confezione originale, non trasferirli in un contenitore ermetico. Il contenitore originale è progettato con fessure e fori per consentire il flusso d'aria, contribuendo a mantenere le bacche più fresche più a lungo.
11. Posiziona la confezione di lamponi su un **supporto**, come un piattino. Questo proteggerà il tuo frigorifero dalle eventuali macchie di bacche e dalle perdite di succo della frutta. Così preparati, puoi mettere i lamponi in frigorifero.
12. Tienili **davanti e al centro del frigorifero** dove saranno visibili e facili da raggiungere. In questo modo, li userai prima che abbiano la possibilità di andare a male.
13. Non conservare i lamponi nella parte posteriore del frigorifero o nel compartimento inferiore per l'ortofrutta. L'aria del **compartimento ortofrutta** può essere leggermente più umida di quella del resto del frigorifero e può far sì che i lamponi si guastino più rapidamente.
14. Ricorda che i lamponi possono essere più delicati delle altre bacche. **Sciacquali delicatamente** con acqua fresca, ma solo subito prima di mangiarli.
15. Per esaltare i loro sapori naturali, lasciateli a **temperatura ambiente** prima di servirli.
16. Anche nelle migliori condizioni, i lamponi durano solo pochi giorni al massimo in frigorifero. Se vuoi conservarli più a lungo finché non li utilizzi, è meglio **congelarli**.





Passion for packaging



## Ridurre

L'uso di materie plastiche diminuendo spessore e peso degli imballaggi senza comprometterne le performance. Ridurre lo spreco alimentare migliorando la shelf life degli alimenti.

## Riciclare

La materia prima plastica post-consumo e trasformarla in nuovi imballaggi in r-Pet per alimenti significa pensare in ottica di economia circolare. Abbiamo integrato verticalmente la nostra supply chain in un sistema circolare chiuso

Per noi  
la parola  
**sostenibilità**  
inizia con  
**3 R**

ILIP's [3 R]

**R**idurre

**R**iciclare

**R**isorse  
rinnovabili

**R**isorse  
rinnovabili

come, ad esempio, le bioplastiche sono valide alternative ai polimeri fossili.

Per questo motivo molti prodotti del nostro assortimento sono realizzati in PLA e Mater-Bi®

## Blueberry Vision 3 di Unitec: il risultato di ricerca e innovazione continua nella classificazione della qualità dei mirtilli

Blueberry Vision 3 di UNITEC è l'ultimo risultato ottenuto dalla più approfondita ricerca nella **classificazione della qualità dei mirtilli** ed è l'evoluzione di Blueberry Vision 2 che è stata la prima tecnologia al mondo in grado di **visionare il 100% della superficie di ogni mirtillo**.

Blueberry Vision 3 è dotata delle più avanzate telecamere che consentono una classificazione delle qualità del frutto ancora più performante e precisa rispetto a Blueberry Vision 2.

Le nuove telecamere di Blueberry Vision 3, infatti, concorrono a **classificare i mirtilli sulla base di una molteplicità di parametri indipendenti** tra loro – qualità interna (frutto morbido), qualità esterna, difetti di forma, oltre a calibro ottico e colore – con **altissima precisione** e secondo una pluralità di combinazioni, dando vita così a **tante classi qualitative in grado di soddisfare i differenti gusti** del consumatore e le svariate esigenze di destinazione e distribuzione del prodotto.

Molti sono i benefici riscontrati dalle centrali ortofrutticole che hanno scelto di adottare linee di lavorazione UNITEC equipaggiate con la tecnologia Blueberry Vision 3.

In primis, **delicatezza nel trattamento del frutto** mai raggiunta prima unita a un notevole incremento dell'efficienza produttiva.

In secondo luogo, **riduzione al minimo delle contestazioni dovute a difformità** tra il prodotto pattuito con il distributore e quello effettivamente consegnato. Questo è possibile grazie alla possibilità data da Blueberry Vision 3 che con precisione e coerenza consente di aiutare l'operatore ad effettuare con accuratezza le giuste ripartizioni delle differenti classi di qualità dei frutti.

Tutto questo si coniuga con una **riduzione del personale impiegato sulle linee** equipaggiate con Blueberry Vision 3 grazie all'alto livello di automazione degli impianti, portando a un conseguente **abbattimento dei costi** legati alla manodopera.

Blueberry Vision 3, inoltre, permettendo di ottenere un prodotto di qualità omogenea all'interno di una confezione e tra una confezione e l'altra, **supporta l'apertura a nuovi sbocchi di esportazione, anche in mercati molto lontani** dal luogo di produzione e lavorazione che richiedono standard qualitativi molto alti.

Ricerca e innovazione accompagnano da sempre UNITEC nel cammino verso l'eccellenza con **l'obiettivo di costruire Risultati concreti per i Clienti di tutto il mondo**. L'attenzione alle esigenze del mercato e la ricerca di soluzioni atte ad aumentare l'efficienza e a ridurre i costi dei processi di lavorazione dell'ortofrutta sono alla base della sua mission.

L'innovazione di UNITEC non è mai stata fine a sé stessa ma è sempre stata guidata dalla volontà di dare concrete **risposte ad esigenze reali del mercato**, attraverso una forte specializzazione.

Grazie all'affidabile classificazione della qualità di Blueberry Vision 3, la centrale ortofrutticola può **garantire alla GDO e a tutti i suoi Clienti un prodotto di qualità coerente ad ogni consegna e nel pieno rispetto di standard stabiliti** tra le parti, contribuendo così a generare una fidelizzazione del consumatore finale nel lungo periodo, con conseguenti benefici per l'intera filiale grazie a un sicuro aumento dei consumi.

UNITEC è un gruppo internazionale specializzato nella progettazione e realizzazione di innovative tecnologie per la lavorazione, calibratura, classificazione della qualità e confezionamento di frutta e ortaggi freschi.

Da oltre 95 anni UNITEC è impegnato a migliorare la qualità delle lavorazioni dei prodotti ortofrutticoli nei molti paesi del mondo dove opera, fornendo soluzioni tecnologiche e servizi basati sull'innovazione e con i più alti standard di affidabilità e redditività per i suoi Clienti.

A livello internazionale, UNITEC ha realizzato una rete di sue filiali operative nei paesi tra i più importanti in campo ortofrutticolo (Washington, California e Oregon negli USA, Francia, Spagna, Cile, Argentina, Sudafrica, Turchia, Russia, Australia e Canada) e una struttura commerciale che consente al gruppo UNITEC di connettersi alle singole esigenze dei Clienti negli oltre 65 paesi in cui opera.

## Mirtilli: quanto costano e come risparmiare

Come per gli altri prodotti nel reparto ortofrutta, **il prezzo dei mirtilli dipende da vari fattori e può variare nel corso dell'anno**, anche frequentemente, in funzione della disponibilità stagionale e di eventuali cali di disponibilità negli approvvigionamenti. Non sempre queste variazioni sono indicative per quanto riguarda la qualità, ma ci sono vari accorgimenti da mettere in pratica per risparmiare e godersi comunque dei mirtilli di ottima qualità.

Guardando solo alle cifre, il mirtillo ha **un costo al kg tra i più alti del reparto, principalmente a causa dei suoi elevati costi di raccolta** e confezionamento: i mirtilli infatti vengono raccolti quasi esclusivamente a mano, praticamente uno a uno per scegliere quelli maturi e lasciare invece sulle piante quelli troppo acerbi. **Non spaventatevi però dei prezzi al chilogrammo**: bastano poche decine di grammi per avere una piacevole esperienza e la dose giornaliera di mirtilli raccomandata dai nutrizionisti è 80 grammi.

In linea di massima **non aspettatevi differenze di prezzo sostanziali tra i canali principali** di distribuzione del mirtillo, come il supermercato, lo shop online oppure la bancarella del produttore. Invece potrebbero avere prezzi più alti i fruttivendoli e le bancarelle al mercato specialmente se si tratta delle solite confezioni da 125g che si trovano normalmente al supermercato.

Il prezzo più elevato di questi canali dipende dal fatto che hanno vendite meno frequenti e quindi maggiori scarti, oppure che servono una clientela più interessata al servizio di prossimità che al prezzo, come nel caso di certi fruttivendoli nelle zone più ricche delle grandi città.

Per semplificare possiamo individuare quattro fasce di prezzo:

- **sotto ai € 10/kg**: è un prezzo molto conveniente, fate scorta e riempite il frigorifero!
- **tra € 10 e € 15/kg**: quando un cestino da 125g costa nel supermercato meno di Eur 1.89 compratelo pure perché si tratta di un buon prezzo standard per i mirtilli
- **tra € 15 e € 20/kg**: se avete propria voglia di mirtilli concedetevi pure uno sfizio, con un cestino da 125g a € 2.49 siamo al limite ma si tratta ancora di prezzi accettabili: sono due porzioni e ognuna costa poco più di un caffè!
- **oltre ai € 20/kg**: acquistate solo se si tratta di qualcosa di speciale come un prodotto premium o biologico, ma se non offre niente di questo aspettate che i prezzi ritornino su livelli più ragionevoli.



**0-10 €/kg**  
125g a meno di € 1,25

**VAI!**



**10-15 €/kg**  
125g a meno di € 1,89

**OK**



**15-20 €/kg**  
125g a meno di € 2,50

**FORSE**



**20+ €/kg**  
125g a oltre € 2,50

**ASPETTA**

Approfondisci online



- Il prezzo dipende dalla qualità?
- Come risparmiare?
- Dove trovo i prezzi dei supermercati?

# La segmentazione, chiave per aumentare le vendite

Il mercato del mirtillo si presta a essere segmentato a seconda delle esigenze dei consumatori: come qualsiasi altro prodotto, i consumatori hanno preferenze e aspettative diverse riguardo al prodotto e alle sue caratteristiche. **La segmentazione risponde quindi alle esigenze dei consumatori** (che possono acquistare un prodotto più rispondente alle proprie esigenze) **e delle aziende produttrici e distributrici** (che possono differenziarsi dai concorrenti rispondendo in modo più efficace alle complesse esigenze dei consumatori),

*La segmentazione del mercato è la suddivisione del mercato in sottosezioni omogenee di clienti, dove ogni sottosezione può essere plausibilmente selezionata come obiettivo di mercato da raggiungere con un marketing mix distinto.*

## Philip Kotler

Il consumatore italiano non ha ancora la possibilità di essere pienamente soddisfatto nelle sue esigenze nel caso dell'acquisto dei mirtilli perchè **in Italia il mercato dei mirtilli non è segmentato.**

## LA SEGMENTAZIONE

Per esempio l'offerta delle arance nella GDO italiana invece ha individuato vari segmenti come arance da consumo, arance da spremuta, arance con foglia o senza foglia, arance con buccia non trattata o con buccia trattata, arance biologiche, arance premium per calibro, varietà o colorazione, arance con denominazione di qualità garantita (Arancia Rossa di Sicilia IGP).

Per i mirtilli invece **la GDO italiana generalmente non offre scelta al consumatore**: una sola linea di prodotto indifferenziato, un solo prezzo. Solo in casi sporadici (ad esempio **Esselunga**) coesistono nello stesso punto vendita una linea standard e una linea premium.

Per poter validamente rappresentare un elemento di segmentazione occorrono alcune caratteristiche:

- **più di un segmento** in offerta nel punto vendita;
- chiari **elementi di identificazione strategica** del segmento (ad esempio origine, qualità, prezzo);
- **comunicazione verso il consumatore** (packaging, brand, posizionamento nel pdv).

Non è quindi una valida strategia di segmentazione offrire in modo sporadico dei mirtilli premium come unica referenza della categoria, oppure non comunicare al consumatore che può avere la scelta tra comprare un mirtillo di provenienza nazionale e uno di provenienza estera.

## PERCHÉ SEGMENTARE

È probabile che si sia una parziale **cannibalizzazione** tra segmenti ma se la segmentazione è impostata correttamente deve portare a un **aumento complessivo delle vendite.**

Ad esempio un consumatore può smettere di comprare mirtilli standard per passare alla linea premium senza modificare le quantità acquistate, ma ci saranno consumatori che verranno attirati da una linea premium e che prima non acquistavano mirtilli.

## COME SEGMENTARE IL MERCATO DEI MIRTILLI

Nei mercati più sviluppati i mirtilli vengono regolarmente segmentati e le seguenti categorie sono le più utilizzate:

- **Standard**
- **Premium**
- **Discount**
- **Biologico**
- **Local (nazionale).**



Approfondisci online

# BLUEBERRY SEGMENTATION CHART



Standard

S

Premium

P

Organic

O

Local

L

Discount

D

## Biologico Premium

Il segmento Premium si rivolge a un consumatore che ricerca un prodotto con **caratteristiche superiori**, al quale è disposto a riconoscere un valore aggiuntivo rispetto a un prodotto standard.

Quindi perché questo segmento possa essere sostenibile deve essere caratterizzato da un **prezzo superiore** al normale.

Normalmente nel segmento mirtillo il Premium viene identificato per la presenza di caratteristiche superiori per quanto riguarda la **dimensione minima delle bacche** (calibro) oppure per le **caratteristiche gustative** distintive. In certi casi vengono applicati entrambi i criteri.

La segmentazione per calibro richiede al fornitore un'apposita **linea di calibrazione** che permetta di garantire che ogni mirtillo è conforme alla dimensione minima.

Le caratteristiche gustative vengono normalmente associate alla **varietà**, per cui certe cultivar sono considerate Premium e altre non rientrano nella categoria anche se magari possono esprimere dimensioni superiori alla norma.

Altre caratteristiche che vengono valutate sono la **croccantezza**, la persistenza della **pruina**.

Le caratteristiche che permettono a una mirtillo di essere classificato come Premium sono oggetto dell'attenzione costante dei **programmi di selezione varietale**. La ricerca produce costantemente nuove varietà che sono migliorative in uno o più aspetti, inclusi quelli che determinano la possibilità di inserirle nel segmento Premium.

Questo determina che **il livello per accedere a questa categoria tende ad alzarsi** con il passare del tempo: mentre 14mm era considerato un calibro Premium fino a qualche anno fa, adesso il calibro minimo per questa categoria è considerato il 16mm.

**Il segmento biologico è definito strettamente** sia dal punto di vista merceologico (Reg. CE n° 834/2007) che di marketing.

Dal punto di vista del marketing, per questa categoria i **consumatori hanno attese precise in termini di salubrità del prodotto e sostenibilità della filiera** e mostrano comportamenti e abitudini di consumo differenti rispetto ai consumatori che non acquistano biologico.



Il segmento biologico interessa **due tipologie di consumatori**:

- quelli che **acquistano prevalentemente biologico** e che desiderano ampliare la propria gamma di prodotti (aggiungendo ad esempio allo yoghurt biologico anche una manciata di mirtillo biologici)
- i consumatori di mirtillo convenzionali che **migrano al biologico**.

**Nel primo caso si crea nuovo consumo** perché il consumatore che inizia ad acquistare mirtillo biologici per ampliare il proprio carrello bio prima non acquistava altri tipi di mirtillo. **Nel secondo caso invece è probabile che ci sia una sostituzione** e che i consumi complessivi non aumentino; potrebbero anzi calare a causa dei prezzi più elevati e di altri fattori (ad esempio un atteggiamento più frugale del consumatore di prodotti biologici, la minore propensione al prodotto fuori stagione o di importazione).

**Il differenziale di prezzo tra biologico e convenzionale** sebbene normalmente molto elevato se espresso in €/kg, viene normalmente **attenuato da un'attenta politica dei formati**. Infatti i supermercati offrono normalmente il biologico solo nei formati da 125g oppure 150g. Così facendo, il prezzo per confezione risulta spesso confrontabile con il prodotto convenzionale venduto nello stesso punto vendita.

Approfondisci online



- Altri segmenti: local e discount.
- Segmentazione per formato, abitudini, destinazione d'uso.

# with or without

with  
ARRIGONI

HEALTHY CROP.  
HIGHEST  
COMMERCIAL  
VALUE.



without  
ARRIGONI

LOWER  
CROP QUALITY.  
LOWER COMMERCIAL  
VALUE.



**ADVANCED**  
AGROTEXTILES

FOR **SAFE FOOD**  
AND **CLIMATE**  
**CONTROL**

ROBUXTA 

PRISMA 

Thermo-reflective screens  
improve the microclimate  
and reduce the temperature  
while increasing  
the percentage  
of diffused light.

VISIT US AT MACFRUIT  
PAD. B3 - STAND 067

AGROTEXTILES & TECHTEXTILES  
**ARRIGONI**  
1936 



*SanLucar*

## ILIP Life+ 2.0: l'evoluzione del packaging attivo

Fra i tre pilastri che identificano e guidano la politica della sostenibilità di ILIP, **Ridurre, Riciclo e Risorse Rinnovabili**, la prima "R" riguarda anche la riduzione e la lotta allo spreco alimentare che ha un impatto ambientale notevolmente superiore a quello dell'imballaggio che protegge il prodotto, senza considerare i temi etici e gli impatti sociali.

Fin dal 2012, anno dell'adesione all'iniziativa della FAO "Save Food" **ILIP ha cominciato ad investigare l'interrelazione fra i propri imballaggi ed i prodotti confezionati** avvalendosi della collaborazione di varie università italiane, fra cui anche Università di Bologna, al fine di potere migliorare le performance del packaging in funzione di riduzione dello spreco alimentare secondo il concetto di "fit4purpose packaging".

Il cammino intrapreso ha portato alla realizzazione di Life plus che rappresenta **uno dei primi sviluppi di imballaggio attivo di rilevanza industriale** che Ilip ha proposto al mercato Italiano ed Europeo a partire dal 2018. L'obiettivo era di **estendere la durata di conservazione dei piccoli frutti mediante la combinazione di molecole attive** contenute in un pad assorbente e la tecnologia EQMAP ottenuta con l'impiego di film laser perforati con specifici pattern in base al prodotto da confezionare, su vaschette termosaldabili in RPET.

Gli sforzi di ILIP mirati alla ricerca di innovativi packaging attivi ed intelligenti non si è tuttavia esaurita con lo sviluppo di Life plus ma, grazie alla qualità delle collaborazioni attivate con il Dipartimento di Scienze Agrarie e Forestali dell'Università degli Studi della Tuscia (DAFNE), con il Dipartimento di Scienze Agrarie e Forestali dell'Università degli Studi di Torino (DISAFA) e con la

Soc. Prolabin & Tefarm si sono generate le condizioni che hanno portato ad acquisire **ulteriori conoscenze nella caratterizzazione di molecole attive naturali ad azione antibatterica, antiossidante ed alla funzionalizzazione di packaging** per alimenti freschi.

Queste ricerche si sono **concretizzate nel 2021 con life plus 2.0** ed il deposito di un Brevetto Italiano per invenzione industriale relativo ad un trattamento antimicrobico e/o antiossidante che viene applicato in forma colloidale ad un packaging della gamma ILIP.

"Impiegando **un cocktail di estratti naturali di crostacei e di vegetali**, in forma libera o intercalata su composti ibridi inorganici si è dimostrato la capacità del packaging di contrastare le alterazioni post raccolta (ammuffimenti, rammollimenti, decolorazioni) causate da batteri, lieviti e muffe estendendo la durata di conservazione della frutta" afferma Luigi Garavaglia Responsabile della Ricerca e Sviluppo di ILPA Group.

**Le molecole attive sono state selezionate in modo da avere un effetto sinergico** tra loro e per essere rilasciate in modo progressivo al prodotto alimentare sia per contatto diretto sia come vapore, **augmentando le capacità di difesa del frutto così da contrastare lo sviluppo microbico.**

Test ripetuti su fragole dimostrano che un semplice packaging coperchiato in RPET che incorpora le molecole attive **estende la durata di conservazione** rispetto allo standard facendo registrare l'assenza di ammuffimenti dopo una conservazione di 4gg a 7°C seguito da 2 giorni a 14°C.



## 65.000 dati raccolti dagli scaffali dei piccoli frutti della GDO

**Italian Berry** raccoglie regolarmente prezzi e assortimenti dei piccoli frutti nella GDO, con tre tipologie di rilevazione:

- **GDO Italia:** Osservatorio Piccoli Frutti nei punti vendita per Myfruit.it (quindicinale)
- **GDO Italia e-commerce:** Offerta Piccoli Frutti sui canali online (settimanale)
- **GDO Globale e-commerce:** Osservatorio Mirtilli su canali online (settimanale).

Il servizio di punta è l'**Osservatorio Piccoli Frutti della GDO italiana**: si tratta di una rilevazione quindicinale che copre a rotazione 12 città del nord Italia in cui vengono visitati circa 20 punti vendita differenti ed è disponibile su abbonamento.

I rilevatori, appositamente formati, analizzano i principali indicatori dell'assortimento:

- posizionamento nel punto vendita e numero referenze disponibili a scaffale;
- brand, confezionatore, tipo e peso netto confezione, provenienza;
- prezzo, segmento di marketing (premium, bio, ecc);
- qualità
- attività promozionali.

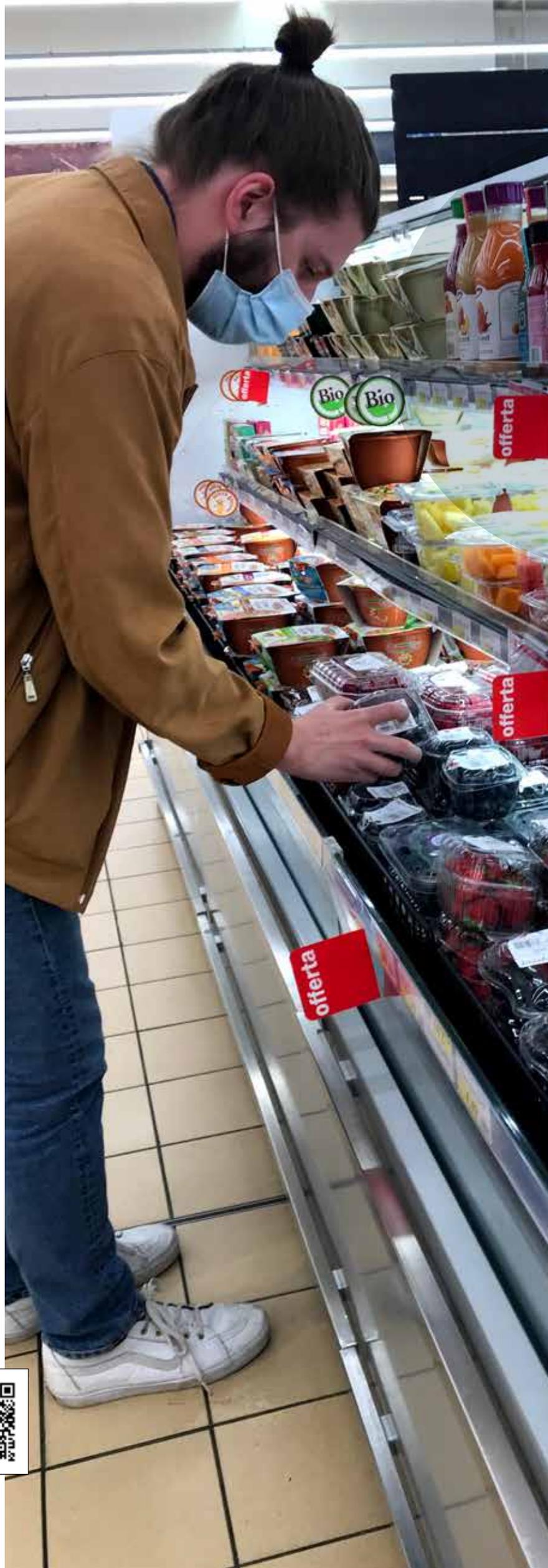
**Le rilevazioni dell'assortimento e-commerce** forniscono un quadro in tempo reale delle dinamiche settimanali di mercato e i risultati sono pubblicati online da Italian Berry.

Il confronto con **le più avanzate realtà globali** permette agli operatori di conoscere, per i mirtilli, prezzi e strategie dei principali retailer mondiali: Tesco e Sainsbury's (Regno Unito), Wal-Mart e Kroger (Stati Uniti), Woolworths (Australia), Rewe (Germania), Carrefour (Francia), FairPrice (Singapore), Coop (Svizzera).

L'assortimento online viene rilevato **in Italia per l'intera categoria dei piccoli frutti**, con un monitoraggio settimanale di Easy Coop, Conad, Amazon, U2, Esselunga, Netto e Carrefour.

I dati raccolti dai monitoraggi sull'e-commerce sono disponibili **gratuitamente online**, dove vengono analizzati e commentati per evidenziare andamenti, novità, indici di prezzo e variazioni significative dell'assortimento.

Approfondisci online



## Arrigoni: soluzioni innovative per la protezione

I piccoli frutti non conoscono crisi, grazie alle loro straordinarie proprietà di “superfood”. Tuttavia, si tratta di **coltivazioni complesse, molto sensibili alle condizioni ambientali**.

Arrigoni – leader europeo nel settore agrotessile – risponde a queste problematiche con diverse proposte ecosostenibili e ad alta tecnologia. Tra queste, ROBUXTA®, la gamma di **schermi termoriflettenti che abbassa la temperatura** anche di diversi gradi nei mesi caldi, il che contribuisce efficacemente a un migliore sviluppo delle piante e a condizioni di lavoro più confortevoli per gli operatori. Prove in campo dell'efficacia di ROBUXTA® sono già state effettuate recentemente in Sud Africa, presso una produzione di mirtilli. A una temperatura esterna di 34° C, corrispondeva una temperatura fogliare al di sotto della copertura di 28° C.

Per una protezione completa e la massima sicurezza del raccolto, Arrigoni propone BIORETE® AIR PLUS, gli **schermi efficaci**

**nella protezione dagli insetti**, come ad esempio *Drosophila suzukii* e *Tuta absoluta* con il passaggio d'aria migliorato.

Le soluzioni Arrigoni sono concepite e testate con un obiettivo, la **protezione della pianta dalle avversità climatiche e biologiche attraverso la creazione di un ambiente di crescita ideale**. Un migliore microclima aumenta la produttività e la sostenibilità delle colture.

Con oltre 50 anni di esperienza nel settore degli schermi protettivi, Arrigoni concepisce, produce e distribuisce **agrotessili innovativi per un migliore controllo climatico ed una produzione di cibo più sano e sicuro** e altri tessuti outdoor per usi tecnici e/o ambientali. Il suo team di ingegneri, tecnici e agronomi lavora assiduamente per un mondo più verde e più sostenibile.



## Forse non sapevi che...

### SEGMENTAZIONE

Il segmento standard costituisce il 97,2% delle rilevazioni di piccoli frutti della GDO italiana.

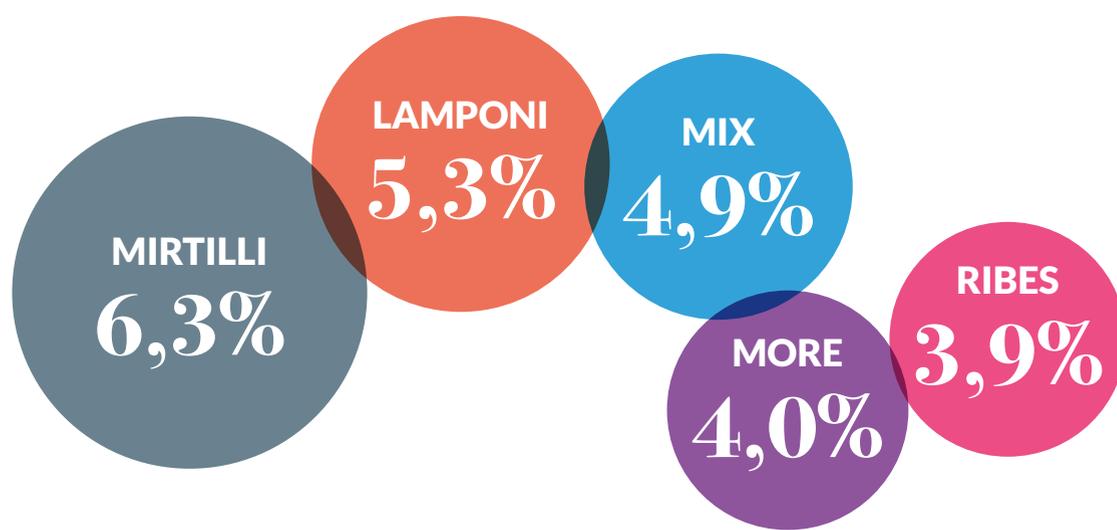
Seguono gli altri segmenti: premium 1,3%, biologico 0,8%, residuo zero 0,7%, altri (discount, locale) 0%.



### ROTTURA DI STOCK

La rottura di stock, cioè quando c'è il cartellino prezzo ma non c'è il prodotto, è un problema grave, che indica un'errata valutazione previsionale delle vendite e determina gravi conseguenze sulle vendite e la soddisfazione dei consumatori.

E nella GDO italiana non è così infrequente.



### MIRTILLI NEL 125G

Sebbene in calo nel periodo di rilevazione (2019-2021), i mirtilli offerti nella confezione da 125g sono mediamente il 79,9% sul totale delle confezioni.

La seconda confezione più diffusa è il 250g (8.3%), seguita dal 170g (3.3%) e 100g (2.9%).

L'aggressivo formato da 500g rappresenta solo l'1,2% delle confezioni in vendita.

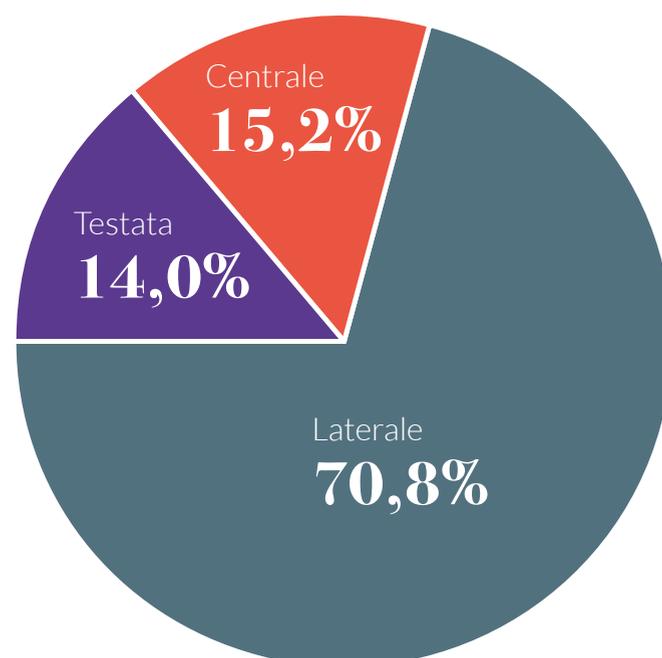
Mirtilli nel 125g



### POSIZIONE NEL PDV

Nel 70,8% dei punti vendita visitati i piccoli frutti sono posizionati negli scaffali laterali.

Le posizioni più dinamiche (centrale e in testata) sono occupate rispettivamente nel 15,2% e 14,0% dei punti vendita.



## Quanto costa un impianto di lamponi

**La progettazione e realizzazione di un impianto di lamponi richiede tempo ed un'attenta analisi.** Se non si è coltivatori esperti di lamponi è bene avvalersi della consulenza di un tecnico che possa assistere in ogni sua fase.

**Il primo passo da fare è un'analisi del suolo** che permetta di conoscere le **caratteristiche fisiche** (tipo di terreno) **e chimiche** (dotazione di sostanza organica e di elementi nutritivi). Se il terreno non soddisfa i requisiti sono necessari ingenti interventi agronomici, oppure virare ad una coltivazione fuori-suolo. Così come il suolo, anche l'**acqua** dovrebbe presentare delle caratteristiche ideali.

**Le piante di lamponi necessitano di un sistema di sostegno**, solitamente vengono realizzate strutture a "T" o a "V". Quando si progetta un impianto di lamponi è inoltre fondamentale programmare anche l'irrigazione: **per una buona gestione dell'acqua è consigliabile ricorrere ad un impianto di irrigazione a goccia**. Altre modalità e tecniche di irrigazione possono essere prese in considerazione, l'importante è soddisfare al meglio le esigenze idriche delle piante a seconda delle condizioni colturali evitando stress idrici.

**I costi variano a seconda della tipologia di impianto** che si intende realizzare. Innanzitutto bisogna considerare i **costi per le analisi del terreno e dell'acqua**. Nel caso si realizzi una coltivazione a suolo è necessario includere i **costi di lavorazione del terreno** che si possono stimare in circa € 300/ha. Nel caso ci siano carenze nutritive vanno fatte le concimazioni di fondo ed abbassamento del pH (nelle peggiori delle ipotesi possiamo stimare circa € 1.300).

Per la **struttura di sostegno** a "T" sono circa € 6.500 ad ettaro circa. Se l'impianto venisse realizzato con 12.000 Enrosadira in s84 il costo totale sarebbe di circa € 10.500 più l'eventuale trasporto. Nel caso si decidesse di coltivare i lamponi in **struttura protetta di elevato livello** il costo per la realizzazione della struttura potrebbe essere di poco superiore ai € 150.000. Eventualmente si possono prevedere strutture più semplici abbassando drasticamente i costi. Altri costi rilevanti che possono essere considerati riguardano l'**impianto di fertirrigazione**, che a seconda delle caratteristiche specifiche può variare notevolmente, ma possiamo stimare, per un ottimo impianto iniziale, circa € 12.000. Se si opta per una **coltivazione in vaso** vanno eliminati costi per la lavorazione del suolo e la concimazione di fondo, ma bisogna aggiungere i costi dei vasi stimabili in circa € 3.600 e del substrato € 4.200.

Approfondisci online



## Un mirtillo per ogni clima

Il mirtillo esiste in tre tipologie principali: Lowbush, Highbush e Rabbiteye. La tipologia **Lowbush** si contraddistingue per le piante basse, solitamente selvatiche; **Highbush** è la principale tipologia commerciale e comprende vari ibridi e cultivar di *Vaccinium corymbosum*, mentre i mirtilli della tipologia **Rabbiteye** si caratterizzano per un'altezza media della pianta e una certa presenza di semi nella polpa.

Il mirtillo è una coltura che **richiede tradizionalmente un certo numero di ore di freddo** essendo originaria del Nord America, dove è commercialmente sviluppato da circa un secolo.

Nel tempo sono stati sviluppati **mirtilli che si adattano anche ai climi più temperati e caldi** tramite l'ibridazione tra *Vaccinium corymbosum* e *Vaccinium darrowii*.

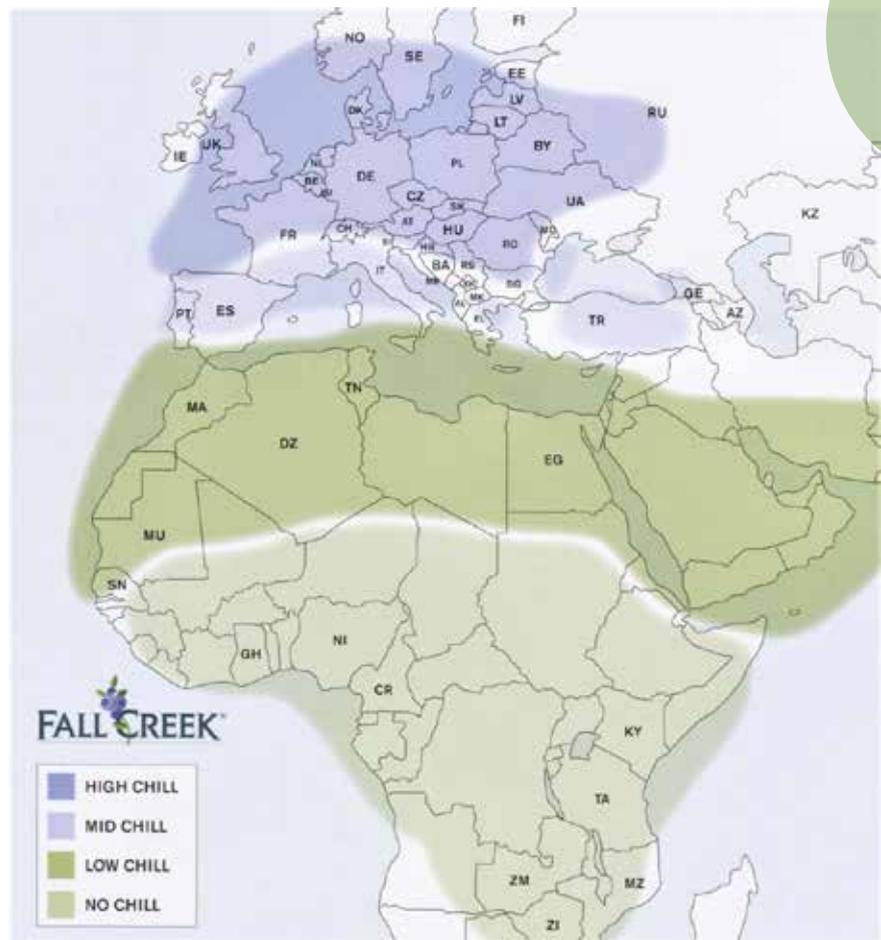
La classificazione classica prevede la **distinzione tra due tipologie: Northern e Southern**, a seconda del fabbisogno di ore di freddo (*chill hours*).

La classificazione è stata **adottata dal Dipartimento USA dell'Agricoltura (USDA)** che gestisce anche una mappa dettagliata delle zone climatiche del territorio statunitense.

**Negli ultimi anni sono stati sviluppati ibridi interspecifici** (incroci tra varietà Northern Highbush e Southern Highbush) che hanno reso possibile la produzione anche in regioni con clima tropicale, aumentando la complessità della classificazione delle diverse varietà secondo i criteri tradizionali.

È per questo che qualche anno fa la società statunitense di ricerca e sviluppo varietale **Fall Creek ha introdotto una nuova classificazione** che tiene conto del luogo di produzione (regioni e climi) e delle modalità di produzione, basata su quattro categorie: **High Chill, Mid Chill, Low Chill e No Chill**.

La maggior parte delle varietà di mirtilli richiede un certo livello di freddo nei mesi invernali per produrre germogli per i fiori e quindi frutti. Tuttavia **stanno emergendo varietà che possono essere prodotte con successo in regioni senza clima invernale**, spesso tramite la tecnica del *evergreening*, gestendo cioè in modo selettivo raccolta e potatura per fare produrre le piante quasi a ciclo continuo.



Approfondisci online

## Caro buyer ti scrivo

**Ben Goodchild dal 2008 ha ricoperto vari ruoli commerciali nella filiera dei berries nel Regno Unito.** In questa intervista esclusiva a Italian Berry svela alcuni dei meccanismi virtuosi che sono stati attivati sul mercato inglese per fare crescere la categoria dei piccoli frutti a vantaggio dei consumatori e dei produttori.

### **Iniziamo dalle more, un prodotto ancora poco conosciuto in Italia. Cosa si è fatto nel Regno Unito?**

Le more nel Regno Unito hanno raggiunto un **fatturato di £ 50 milioni** e c'è che lo vede come il prodotto con più potenziale di crescita nella categoria. Una delle chiavi di sviluppo di questo prodotto è stato segmentare il mercato in funzione della destinazione d'uso. Infatti il consumatore inglese è molto affezionato a questo prodotto che è un ingrediente fondamentale per molte **ricette tradizionali**: il budino estivo, il trifle (una sorta di zuppa inglese alla frutta) e la marmellata di more, oltre alle ricette salate che utilizzano le more con carni ricche come l'anatra. Per queste ricette sono adatte le varietà tradizionali dal gusto più pungente e acidulo. Ma la selezione genetica ha sviluppato negli ultimi anni delle nuove varietà con un gusto più dolce e delicato, quindi più adatta al consumo fresco.

### **Come sono stati valorizzati questi due segmenti?**

Abbiamo quindi proposto a un supermercato di vendere le more in due linee diverse: una linea di more "cooking", cioè adatte per cucinare e una linea "sweet" per essere gustata fresca. Sono state individuate due varietà rappresentative delle due categorie: Kiowa per la linea "**cooking**" in una confezione da 225g e Tupi per la linea "**sweet**" nel 125g. Le confezioni erano chiaramente identificate e il consumatore ha subito incrementato i consumi di entrambe le linee, portando a un aumento complessivo del fatturato.

### **Sul mercato italiano si stanno affacciando le prime linee premium per i lamponi. Come viene venduto questo frutto nei supermercati britannici?**

Il lampone rappresenta il **42% del fatturato** dei piccoli frutti (escluse le fragole) e vende nel Regno Unito più di tutte le arance messe insieme e sette volte più del kiwi, con oltre £ 350M di vendite al dettaglio. Anche qui si è partiti da un'analisi delle preferenze espresse dal mercato. Il consumatore inglese preferisce i lamponi di colore chiaro. Per gestire il primo trimestre dell'anno, tuttora un



periodo critico per l'approvvigionamento globale di lamponi, si è affermata una segmentazione in base alla disponibilità di prodotto e quindi al prezzo: nella categoria **premium** rientrano Adelita e Sarafina che si distinguono per il colore non troppo scuro e il calibro grosso, di norma confezionate nel 125g; invece nella categoria **base** viene normalmente venduto il lampone della tipologia Glen, che tende a produrre frutti di calibro inferiore e colore molto pronunciato, venduto in confezioni da 150g. A queste due linee si aggiunge anche il prodotto **standard**, portando quindi a tre le categorie in cui è segmentato il mercato.

Questa strategia si è rivelata vincente non solo per il **consumatore**, ma anche per il **produttore** che riesce ad ottimizzare gli aspetti colturali, le rese e le operazioni di raccolta. Infatti le diverse linee hanno prezzi di vendita con differenziali di £ 1.50-2.00/kg al dettaglio: questo permette di pagare in modo differenziato le diverse varietà e remunerare il produttore in modo più equo, realizzando **differenze di circa £ 1.00/kg** tra i segmenti.

Approfondisci online



- Per quanto riguarda i mirtilli, quali sono stati i fattori trainanti del consumo che nel Regno Unito aumenta ogni anno da vent'anni?
- Cosa comporta gestire le diverse varietà di mirtilli lungo tutta la filiera, dal produttore al consumatore?
- Questo salto di qualità fatto dalla filiera dei piccoli frutti nel Regno Unito è replicabile anche in Italia?



Metti il futuro  
del business dei tuoi Mirtilli  
sulla strada del successo.

## L'innovativa tecnologia **Blueberry Vision 3** di UNITEC è premurosa con i tuoi Mirtilli e con il tuo business.

In UNITEC siamo abituati a prenderci cura del tuo futuro, con tecnologie all'avanguardia, intelligenti e automatiche, in grado di assicurare importanti e concreti Risultati, nel tempo.

Con **Blueberry Vision 3** i tuoi Mirtilli hanno più valore.

Nulla è lasciato al caso grazie ad una **performante e completa classificazione delle qualità: qualità interna (frutto morbido), qualità esterna, difetti di forma**, oltre a **calibro ottico e colore**.

Perché il tuo business ha bisogno di certezze. E di un futuro luminoso.

Entra nel mondo UNITEC. Metterai il futuro del tuo business sulla strada del successo.



**BLUEBERRY VISION 3**  
Unitec Technology



**UNITEC**  
We work for your results

