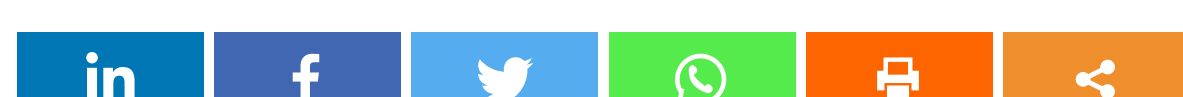


Bimi, il superfood rivoluzione delle crucifere alla conquista della Gdo

19 Gennaio 2023

Tags Categorie



Convenience, gusto unico, elevate proprietà nutraceutiche, zero waste: con questo biglietto da visita Bimi, il broccoletto dallo stelo edibile che sa di nocciola e asparago, si prepara a conquistare un posto di rilievo sugli scaffali della grande distribuzione italiana, alla quale viene presentato ufficialmente a Marca Fresh 2023. "Contiamo entro l'anno di aprire diversi canali ed entrare in diverse catene della Gdo", rivela Massimiliano Ceccarini, general manager di Sipo, distributore in esclusiva sul mercato italiano (e greco) di questo speciale ortaggio che, per le sue caratteristiche, strizza l'occhio ai consumatori più giovani

di Carlotta Benini



Bimi è un incrocio naturale fra cavolo cinese e broccolo (copyright: Fm)

Il suo nome in giapponese significa "delizioso". È un ortaggio la cui bontà non sta solo nel gusto, ma anche nella sua caratteristica di essere "zero waste": anche lo stelo infatti è edibile e insieme all'infiorescenza ha un **retrogusto di nocciola** e di **asparago**, oltre ad essere ricco di proprietà nutraceutiche. **Bimi** è il nuovo **superfood** che mira a rivoluzionare il comparto delle **crucifere**. La nuova varietà che nasce da un incrocio naturale tra broccolo e cavolo cinese, sviluppata dal breeder giapponese **Sakata** e commercializzata in esclusiva sul mercato italiano e anche su quello greco da **Sipo**, su licenza di **Cinana Vibes** (leggi qui), è pronta a conquistare gli **scaffali della Gdo**. Ce ne ha parlato a **Marca Fresh** **Massimiliano Ceccarini**, general manager di Sipo.



Massimiliano Ceccarini (copyright: Fm)

Quando troveremo Bimi sugli scaffali?

Parlare di distribuzione vera e propria ancora è prematuro, ai buyer italiani lo presentiamo ufficialmente in questi giorni in fiera. A dicembre siamo partiti con i primi test commerciali nei punti vendita A&O (Gruppo Arca) dell'Emilia Romagna e in Aldi. I riscontri ad oggi sono positivi e abbiamo anche una case history di successo in Grecia, altro mercato su cui siamo esclusivisti in partnership con Cinana Vibes: un nostro cliente che ha testato Bimi oggi lo acquista con consuetudine tutte le settimane, quindi qui ha già trovato i suoi canali di vendita. Per quanto riguarda il mercato italiano contiamo nell'anno solare di aprire diversi canali ed entrare in diverse catene distributive.

Parla di diversi canali, quindi non solo Gdo?

Oltre retail, dove sarà commercializzato nel formato da 150 grammi, lo valorizzeremo in formati più grandi nel canale della ristorazione, destinato in particolare all'alta cucina gourmet.

Quali sono i punti di forza di questa speciale crucifera?

È molto più tenero, soave e dolce di un broccolo tradizionale, inoltre ha il vantaggio di non fare odore durante la cottura. Bimi è un vero e proprio superfood perché ha proprietà nutritive molto più alte e concentrate per 100 grammi di prodotto, broccoletto tradizionale. È tutto edibile, quindi non si spreca niente, ed è quindi anche sostenibile e amico dell'ambiente.

Che packaging ha a questo proposito?

La confezione è molto semplice: solo flowpack, senza vassoio, con film riciclabile.

Come si consuma Bimi?

Il prodotto è molto agevole e facile da consumare: croccante e delicato, si può gustare sia crudo che cotto e si presta a molteplici preparazioni. E anche un prodotto a elevata convenience, infatti non deve essere mondato e per cucinarlo bastano pochi minuti. Per queste sue caratteristiche e per il retrogusto peculiare di nocciola e asparago è un ortaggio che strizza l'occhio al target dei più giovani.

Dove è coltivato?

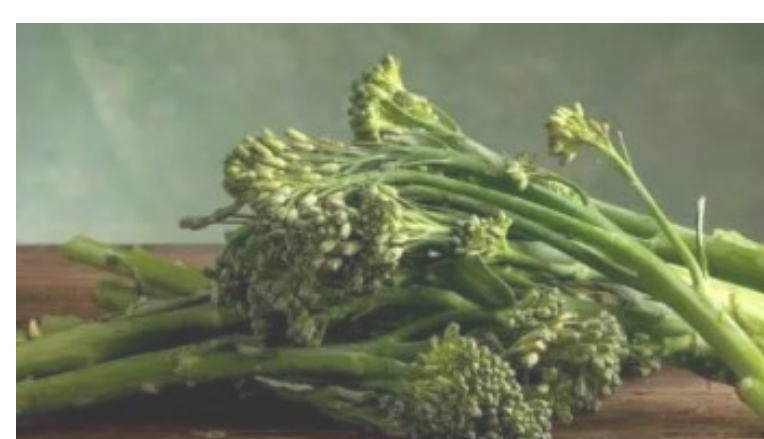
La produzione attualmente è in Spagna ma stiamo facendo dei test con alcune aziende agricole sia in Puglia che in Romagna. Per Sipo la territorialità è un fattore molto importante e contiamo anche su Bimi: di essere a pieno regime con la produzione made in Italy entro un anno e mezzo.

Copyright: Fruitbook Magazine

Correlati



Bimi, l'incrocio "superfood" fra kale e broccolo coltivato anche in Italia a breve in Gdo
In "Comunicati Stampa"



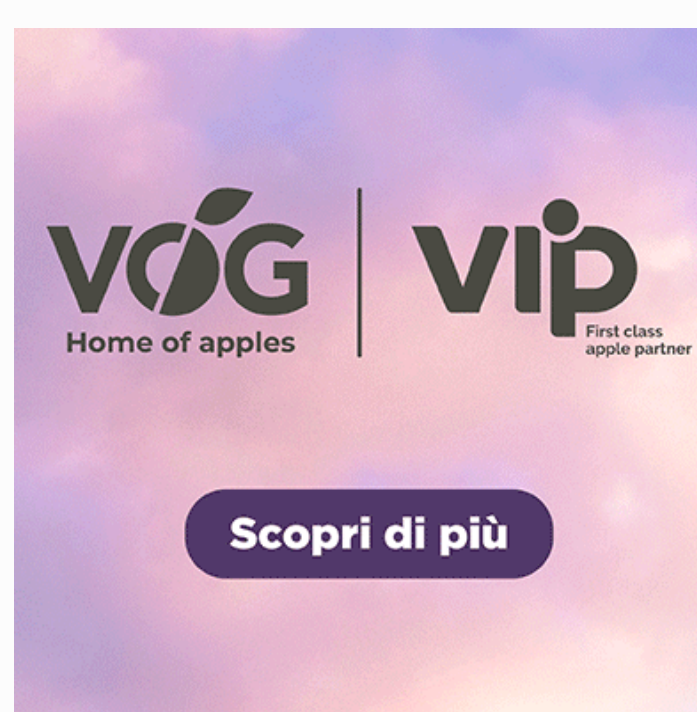
Bimi, l'incrocio fra kale e broccolo, si fa strada in Gdo e nella cucina degli chef
In "Comunicati Stampa"

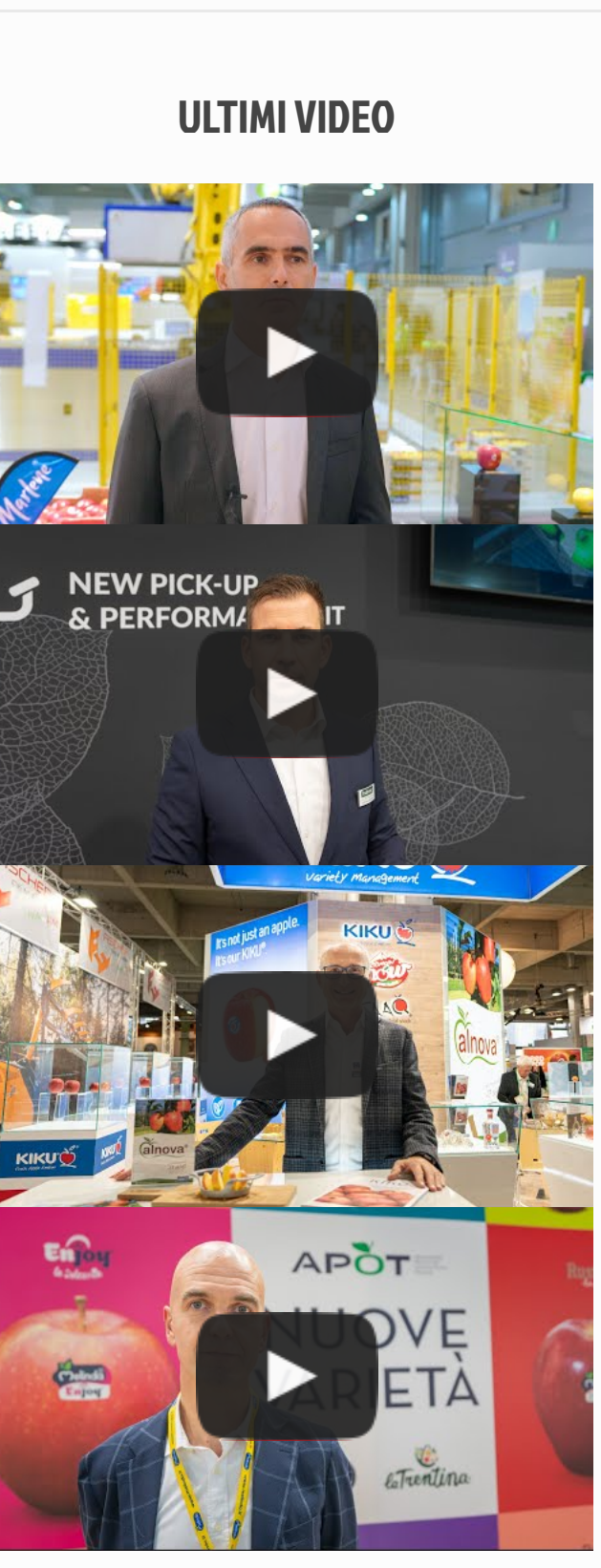


Sipo e T18: partnership commerciale per sviluppare l'export sul mercato mondiale
In "Comunicati Stampa"

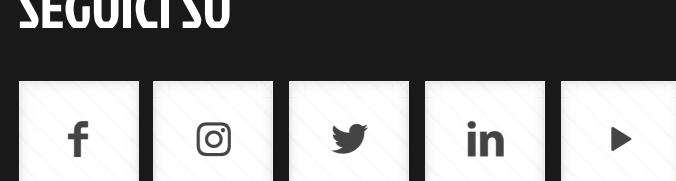
TOP DELLA SETTIMANA TOP DEL MESE

- Coop lancia il nuovo spot "Insieme" e investe quas...
- VIP: il rinnovo dello staff commerciale migliora L...
- Packaging alimentare, Carton Pack SpA acquisisce S...
- MD Spa chiude il 2022 con un fatturato da 3,4 mil...





SEGUICI SU



Fruitbook Magazine fornisce informazioni originali sulle ultime tendenze e novità nel mondo dell'ortofrutta.

Fruitbook Magazine è la rivista stampata b2b leader in Italia per reputazione e diffusione nel settore dell'ortofrutta. I nostri giornalisti selezionano e sviluppano ogni giorno informazioni originali. Il sito web e i social network ne amplificano e arricchiscono i contenuti, con un taglio pensato anche per i non addetti ai lavori.

ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER

Ricevi le ultime notizie di Fruitbook Magazine ogni settimana nella tua mail

ISCRIVITI ORA

Fruitbook Magazine

Editore: ELNATH Media Srl

via Poiano 53
37029 - San Pietro in Cariano (VR)
Tel. 045.6837296
redazione@fruitbookmagazine.it

Per informazioni pubblicità:
adver@fruitbookmagazine.it

INFORMATIVA GDPR