Top Seeds International presenta en Fruit Logística una marca para Milenials

La empresa semillera especializada en la investigación y comercialización de innovadoras variedades híbridas de hortalizas ha presentado en Fruit Logistica Ikygai, la nueva marca paraguas nacida tras una serie de sesiones de grupo, seminarios y pruebas entre los consumidores.

En efecto, los mileniales —es decir, las personas nacidas entre principios de los años 80 y finales de los años 90, muy atentas a la calidad de vida, la salud y el bienestar— son los principales consumidores en los que se ha pensado al crear **Ikygai**, la nueva marca presentada por **Top Seeds International** con ocasión de **Fruit Logistica**, la feria internacional más relevante dentro del sector hortofrutícola, que se celebrará en Berlín del 5 al 7 de febrero.

Así es, la marca Ikygai **se origina directamente a partir de las exigencias de los consumidores**, consultados por Top Seeds International mediante una serie de pruebas sobre el producto, desarrolladas no solo entre potenciales compradores tradicionales, sino también entre un panel de expertos.

Los resultados de este estudio, llevado a cabo a lo largo de 2019, han puesto de relieve la exigencia creciente de una marca dedicada a productos frescos, sinónimo de salud, belleza, gusto e inspiración. Por ello nace Ikygai, firma presentada estos días en el mercado por medio de una campaña que incluye recetas, folletos y relatos de historias compartidos en el sitio web y en los medios y redes sociales dedicados a la salud y el bienestar. La nueva marca se caracteriza por prestar una especial atención a los alimentos y su calidad. El **empaquetado**, **de plástico transparente reciclado**, responde a las exigencias manifestadas en las pruebas por el consumidor, quien, además de sencillez, elegancia y transparencia, pide poder ver el producto de modo inmediato, todo ello observando los principios fundamentales de la ética y la sostenibilidad. Con Ikygai, Top Seeds International no solo apuesta por la **exclusividad** sino que quiere hacerlo también por la **innovación**, introduciendo, cada dos años aproximadamente, productos —tales como pimientos, pepinos, melones, sandías y cebollas— de calidad suprema.

Yuka —el **pequeño tomate miniciruela** de racimos elegantes y uniformes, con frutos de un vivo color naranja y con un peso medio de 20-25 gramos— es el **primer producto perteneciente a la línea Ikygai que se va a presentar en Berlín.** Capaz de proporcionar una experiencia de sabor única, está dotado de una buena conservabilidad, tiene frutos consistentes y ligeramente crujientes y un elevato grado brix. Yuka es resistente a un gran número de enfermedades y muestra una planta abierta de considerable vigor y sumamente productiva.

Los estudios y sondeos realizados entre muestras significativas de consumidores en los Países Bajos a lo largo de 2019 han detectado un **gran entusiasmo**: el tomate miniciruela ha sido definido como “provisto de un gusto dulce y afrutado”, que cumple exactamente con las expectativas que el producto suscita en el consumidor cuando lo ve. También se ha valorado muy positivamente el brillo de su color.

Un panel de expertos sensoriales, además, ha trazado el perfil de Yuka en lo que concierne al gusto, comparándolo con los puntos de referencia actuales: “Según los estudios efectuados —explica **Gianni Bernardotto**, CEO de Top Seeds International—su dulzura ha resultado significativamente más alta, su sabor más afrutado y con menos regusto, y su textura más sólida. Hemos realizado estos estudios para poder satisfacer las exigencias del mercado: nuestro objetivo es desarrollar variedades hortícolas no solo con una amplia gama de resistencias genéticas, sino también con unas características cada vez más deseables para el consumidor.”

La nueva marca paraguas ocupa una posición de protagonismo en el **stand** de Top Seeds International (**City Cube, Hall B – C05**), en parte gracias a la presencia de una **chef japonesa**, Shin Miyeon, que elabora y propone a los visitantes platos a base de Yuka, que interpretan el estilo de vida oriental que transmite Ikygai. **“Food with purpose”** es el *claim* que acompaña a la marca y que recuerda que la comida no es solo un medio para saciar el hambre sino que sobre todo está ligada a otros aspectos, como salud, belleza, gusto e inspiración.