

E' vietata la riproduzione. Tutti i diritti sono riservati.

16 | Matera e provincia

Sabato 1 agosto 2026
info@quotidianodelsud.it



Si è ufficialmente conclusa la stagione 2026 di Fragola Matera, eccellenza della Basilicata valorizzata dal riconoscimento Igp, con 9,5 milioni di cestini distribuiti sul mercato italiano, in crescita rispetto allo scorso anno (8 milioni).

Prodotta e commercializzata da Nicofruit, brand dell'Organizzazione di Produttori Frutthera Growers, Fragola Matera conferma il proprio posizionamento premium grazie ad un modello che integra qualità, innovazione e valorizzazione del territorio della Basilicata.

L'annata, come si legge

Parte anche la campagna Kiwy Matera

in una nota che è stata diffusa, è stata caratterizzata da un andamento climatico discontinuo, con una raccolta anticipata già a febbraio, un piccolo produttivo ad aprile e un rallentamento nel mese di maggio.

Una situazione - si legge ancora - che ha richiesto grande cura e attenzione nella gestione della produzione per non compromettere la qualità di Fragola Matera®. «Nonostante un anda-

mento della stagione meno lineare rispetto agli scorsi anni, il nostro bilancio è decisamente positivo.

Con 9,5 milioni di cestini distribuiti abbiamo superato i volumi già ottimi dello scorso anno continuando a migliorare la qualità del nostro prodotto.

Questi risultati confermano la solidità del nostro modello produttivo e la capacità di tutta la filiera di adattarsi alle diverse condizioni. Per il prossimo anno abbiamo in programma importanti scel-

te strategiche ed investimenti per innalzare ulteriormente i nostri standard qualitativi per rispondere alle aspettative di consumatori sempre più attenti ed esigenti - commenta Francesco Nicodemo, Presidente dell'Organizzazione Produttori Frutthera Growers.

Alla base di questi risultati rimane una filiera orientata all'innovazione, investimenti in tecniche sostenibili ed efficienti uniti ad un nuovo packaging ecosostenibile e dalla grafica accattivante, realizzati da Brand-Cross

che per Nicofruit e Fragola Matera ha curato anche tutta la campagna digital, la campagna Dooh pianificata ad aprile a Bari e Milano e la sponsorizzazione di Palazzo Bovara alla Design Week di Milano.

Per la stagione 2027, Frutthera Growers conferma la volontà di rafforzare ulteriormente il posizionamento premium del marchio Fragola Matera con potenziamento delle serre

con coltivazione fuori suolo ed un incremento degli investimenti in ricerca e sviluppo.

Frutthera Growers si prepara ora all'avvio della stagione dedicata a Kiwy Matera, con il kiwi giallo Top Gold in arrivo sul mercato in autunno.

Per questo prodotto - prosegue la nota - sarà nuovamente attivo l'e-commerce dedicato, proseguiranno le attività di comunicazione ed eventi, e la sponsorizzazione della Prosecco Doc Imoco Volley Conegliano, squadra di pallavolo femminile Campione d'Italia, d'Europa e del Mondo per club.

Superati i volumi dello scorso anno e migliorato ancora la qualità del prodotto

Fragola Matera è a 9,5 milioni di cestini

Si rafforza il settore Premium

