La sandía sin pepitas Bouquet lidera el consumo de sandía en Europa

La sandía sin pepitas *Bouquet* ha convertido a Anecoop en el primer operador español de sandías, tal como recoge el último ranking elaborado por la revista especializada Alimarket en 2017. Hoy, desde hace 26 años, continúa liderando su categoría en el mercado europeo, al estar presente desde el año 1991 en los lineales de frutas y verduras de las principales cadenas de distribución en 30 países.

> El 100% de las sandías Bouquet se producen en España. Su cultivo está realizado por agricultores españoles con un alto grado de especialización en esta fruta. Gracias al programa Bouquet, Anecoop ha conseguido extender la campaña de sandía desde abril hasta finales de agosto.

En la actualidad, la sandía sin pepitas *Bouquet* representa el 18% de las sandías producidas en España y el 15% de las exportadas y este producto lidera el consumo en Europa, situándose hoy como primer operador. El 100% de estas sandías se cultivan en España por agricultores con alto grado de experiencia.

Anecoop ha presentado este mediodía a los medios de comunicación las acciones que desarrollará esta temporada para acercar la sandía Bouquet al consumidor. Ha realizado además un balance de los resultados obtenidos en 2017 y ha anunciado sus perspectivas de crecimiento de cara a los próximos ejercicios. Ha contado en el evento con la presencia de representantes de varias de sus cooperativas socias de distintas zonas que están integradas en el programa Bouquet.

> Durante este ejercicio, Anecoop prevé comercializar 150.000 toneladas de sandía, uno de sus productos estrella, de las que un 80% corresponde a la sandía sin pepitas Bouquet. En

2017 Anecoop comercializó 132.000 toneladas.

Durante la presentación de la campaña, el Presidente de Anecoop, Alejandro Monzón, ha explicado que *“su cultivo tiene un importante valor social, ya que se diseñan los programas de producción en colaboración con las cooperativas socias y permite una cuidadosa planificación comercial, permitiendo que numerosos agricultores españoles y sus familias den continuidad a la actividad agrícola durante todo el año”. “Para nosotros es un ejemplo de defensa de la agricultura española y hemos apostado por la calidad del producto en España”.*

Por su parte, el Director General de Anecoop, Joan Mir, ha afirmado: “*Somos optimistas en cuanto a volumen y calidad del producto en la presente campaña. Continuamos con nuestro plan de mejora varietal y vamos a continuar trabajando el segmento de alta gama y sabor para seguir creciendo en los mercados europeos, que sigue en alza“.* Respecto al futuro Joan Mir ha señalado: *“Nuestro reto es seguir trabajando para distinguirnos de las producciones procedentes de otros países, diferenciándonos por una mayor frescura y un menor impacto en la huella de carbono, al ser más corto el transporte, y por una mejor calidad, color y sabor”.*

La proyección de este producto en el mercado internacional es fruto de la unidad de acción comercial y de la I+D+i aplicada. Desde sus dos campos de experiencias en Almería y Valencia, en cultivo bajo invernadero y al aire libre, la empresa continúa trabajando en sus procesos de producción y en nuevas formas de cultivo. En su evolución destaca la tendencia hacia un menor tamaño y la segmentación por calidades y colores.

El calendario de producción arranca en abril en Almería y después se extiende a Murcia, Alicante, Valencia y Castellón. Las producciones de Sevilla y Castilla-La Mancha completan el calendario de la campaña. Se trata de un programa global único en España que cuenta con unos procedimientos que manejan todo el proceso: desde la selección varietal, el manejo agronómico de las variedades a la integración de la producción, la diversificación de la oferta hasta la comercialización misma.

En la actualidad, la familia de sandías sin pepitas *Bouquet* está integrada por 4 tipos de sandía: la Roja y la Amarilla de piel rayada, la de piel Negra y la Mini, todas ellas disponibles también en cultivo Bio.

Campaña de promoción

La empresa abordará una intensa campaña de comunicación y marketing, que ha supuesto una inversión de más de 900.000 €. Tendrá impacto en España, Francia, República Checa, Bielorrusia y Polonia, con acciones en puntos de venta, radio, televisión y redes sociales, eventos culturales y deportivos y encuentros con los medios de comunicación.

Dentro de la campaña destaca una novedosa acción en la que la marca Bouquet, en colaboración

con la gran distribución, ofrecerá a todos los consumidores de sandía Bouquet un regalo seguro basado en diferentes tipos de experiencias de distintas categorías (deporte y aventura, belleza y salud, ocio y hogar, gastronomía, infantil y noches de hotel). En Francia se potenciará a través de una campaña de televisión en programas de máxima audiencia y en redes sociales y en España, con una de radio, redes sociales y publicidad aérea.

TAMBIÉN TE PUEDE INTERESAR:

??Anecoop recibe el premio ‘Ilustres 2017’ al mérito empresarial del Casino de Agricultura