Comienza la campaña de sandías Bouquet

Anecoop arranca su campaña de sandías Bouquet anunciando un importante proyecto de recuperación de zonas de cultivo, con el objetivo de extender la campaña hasta mediados de septiembre.

Con las primeras sandías de producción almeriense, Anecoop da el pistoletazo de salida a la campaña comercial y promocional de uno de sus productos estrella, la **sandía sin pepitas.** Una campaña que quiere conquistar al consumidor invitándole a recuperar la alegría, esa emoción que despierta la llegada del buen tiempo, el color, la diversión y el desenfado de los días de verano.

La campaña **#sanDías** Bouquet toma partido por los agricultores y apela a los valores de la cooperativa que se proyectan en su marca Bouquet, siendo su principal eje estratégico la defensa del medio rural y de las personas que viven y trabajan en él al apostar por un programa de producción 100% nacional con presencia en **Andalucía, Región de Murcia, Comunidad Valenciana y Castilla La Mancha.**

Como ha señalado el director comercial de Anecoop, Miguel Abril, ***"el objetivo es volver a la cuota de exportación media de hace dos años, del 15%, y superar el volumen que hicimos***

en 2021. La confianza viene del aumento de rendimiento de la superficie previsto para este año, sumado a la estrategia de recuperación de cultivo llevada a cabo en la provincia de Valencia, que nos ha permitido duplicar la superficie con respecto al año anterior, una prueba comercial que estamos realizando en la zona de Sevilla y un plan específico acometido en Murcia para alargar la campaña hasta mediados de septiembre. Ello, sumado a la buena disposición de los clientes a la hora de programar la campaña gracias a la previsión de un verano caluroso, nos permite ser optimistas y recuperar la ilusión de que sea una buena campaña".

Alejandro Monzón, presidente de Anecoop, ha apuntado "***queremos seguir siendo un referente en producción y comercialización de sandía sin pepitas, apelando al consumidor responsable que elige marcas con compromiso social, que además de aportar calidad garantizan la responsabilidad medioambiental, toman partido por el agricultor y apuestan por un producto de temporada 100% nacional".***

Por su parte, el director general de Anecoop, **Joan Mir**, ha añadido ***"el reto para nosotros, que fuimos pioneros en el*** re-posicionamiento de una fruta convencional***, es seguir manteniendo nuestro liderazgo. Para ello, y una vez realizada la planificación comercial de la campaña, hemos de centrar nuestros esfuerzos en llegar al consumidor de la manera más atractiva posible, poniendo en valor los atributos de sabor, diversión y salud del producto además de su temporalidad".***

Campaña de promoción

La responsable de Marketing de la entidad, **Piedad Coscollá**, ha presentado la campaña de comunicación que este año pone el acento en la capacidad de esta fruta refrescante de temporada para "dar vida y despertar la ilusión en el consumidor". ***"Hemos querido destacar sus atributos y la fuerza y vitalidad que desprende su consumo, alineándolo con los días de alegría propios de la primavera y el verano. La sandía siempre viene acompañada de la llegada del buen tiempo, la luz y el ascenso de las temperaturas, que reclaman frutas refrescantes de temporada y proximidad como la sandía".***

Con el atributo del posicionamiento geográfico, la propuesta para la campaña promocional en España quiere situar a la sandía Bouquet en algunos de los rincones más "instragrameables" del territorio, incidiendo en las principales zonas de producción con el empleo del hashtag de moda, #picoftheday (foto del día). Con el objetivo de dar visibilidad al producto y captar la atención del consumidor de manera atractiva, la campaña tendrá una fuerte inversión online, así como en prensa especializada, radio local y tv autonómica, nacional y por cable.

La **publicidad aérea** en las costas mediterráneas vuelve a ser una de las acciones de marketing off-line estrella del verano, ya que se prevé aforo lleno en las playas. Esta acción tan unida a la climatología se apoyará con la presencia en la APP eltiempo.es**,** que permite segmentar por

temperaturas, asociando sus sandías Bouquet a los días y lugares más calurosos.

Además, y para reforzar el vínculo con las zonas de producción, Anecoop ha diseñado una estrategia que se fundamenta en la elección de conocidos *influencers* locales como prescriptores del producto.

Por último, y como viene siendo habitual, la cooperativa de segundo grado continúa su apuesta por el deporte inclusivo con el patrocinio de la Asociación AVAPACE de Valencia, que este domingo 30 de abril celebra su tradicional Volta a Peu Tavernes Blanques, y de la Fundación URA Clan de Almería, con un apoyo anual que se intensifica durante la campaña de sandía.

Completan el calendario promocional las acciones que se desarrollarán en Francia, República Checa y Polonia, que son coordinadas junto a sus filiales en destino.