La manzana Ambrosia llega al lineal europeo

Comienza la temporada de la manzana Ambrosia una fruta que llega de la mano del Grupo Rivoira, además de las cosechadas en Val Venosta. Una campaña 2020-2021 repleta de acciones y novedades para toda la familia.

“La producción es estable, en total **tenemos 24.000 toneladas de producto disponible**” - afirma **Marco Rivoira** - “lo que nos permitirá gestionar su comercialización durante los próximos seis meses. La calidad es **muy buena**. Aunque nos preocupaban las altas temperaturas ocasionadas durante la primera parte de septiembre, llegaron, finalmente, corrientes más frías. Esto permitió que el producto se coloreara, lo que por tanto, satisfará a clientes y consumidores. Los **calibres son medianos-grandes e ideales para cubrir las zonas mediterráneas, de hecho, me sorprendió el fuerte comienzo en Italia y España**. Trabajamos a toda velocidad a finales de septiembre, pero **no pudimos satisfacer todos los pedidos, fue realmente increíble**”.

“Una salida como la de Ambrosia ™ este año” - continúa **Fabio Zanesco**, Director Comercial de VIP - “confirma la búsqueda del consumidor de manzanas dulces con posicionamiento premium, que sean capaces de brindar una **experiencia de sabor superior**. En lo que a nosotros respecta, hemos trabajado las primeras manzanas con excelentes resultados, y estamos comenzando progresivamente con las entregas para los distintos canales y clientes; además de lo dicho por Marco, esperamos una **mayor disponibilidad para la mercancía en la marca Gold Rosé**, especialmente para Italia que ya ha consolidado la presencia de producto dulce y crujiente, aunque con menos color y por lo tanto a precios más competitivos. Finalmente, **Ambrosia ™ BIO también está creciendo y ya está disponible**, con una campaña que se extenderá hasta enero de 2021”.

En estos momentos **se están activando los programas comerciales en distintos países europeos**, Alemania, la zona escandinava y España, estando en camino los primeros volúmenes enviados a Asia. El procesamiento continúa de manera constante y, por lo tanto, **la disponibilidad está garantizada hasta marzo/abril, según calibres y canales** comerciales predefinidos. Planeamos un **aumento en los volúmenes de producción para los próximos años, especialmente a partir de 2022-23**, por lo que hoy se está construyendo una base sólida para la **expansión del número de puntos de venta** donde los consumidores podrán comprar Ambrosia ™.

Desde el punto de vista del marketing y la comunicación, la temporada Ambrosia ™ este año traerá muchas **novedades y sorpresas**. Un registro creativo actual, limpio y *healthy,* que involucra a toda la familia.

Tras 4 años trabajando en un contexto promocional B2B, y haciendo que el mayorista y minorista conociesen las cualidades reales de nuestro producto, **es el paso de llegar al Consumidor**

Final y poner nombre a nuestro producto.

Ambrosia **sigue apostando por el mundo digital,** las recetas, la forma de vida saludable y el aporte de sabor a través de redes sociales e influencers y, sin duda alguna, **en esta nueva campaña**, con sorteos integradores y regalos divinos para los consumidores.

En noviembre presentaremos un importante paso adelante para Ambrosia ™ , en forma de **spot de TV,** con una imagen fresca y adaptada a nivel branding, un pequeño cambio que aporta mucho sentido a nuestra marca y se mimetiza con el consumidor.

Ambrosia está en primera fila entre las nuevas manzanas, que están ganando el gusto y la atención de los consumidores.