Princesa Amandine da el salto a la Península Ibérica en Fruit Attraction

La feria internacional Fruit Attraction ha sido testigo del lanzamiento de la nueva variedad de patatas Princesa Amandineâ. El nacimiento de la marca surge en España tras la asociación conjunta entre UDAPA, GV El Zamorano e Ibérica de Patatas, referentes en el sector a nivel nacional. Las tres compañías productoras han unido fuerzas para promover el consumo de patata y realizar un plan de marketing conjunto que garantice la promoción y la introducción de la marca en el retail español y portugués. El nuevo producto está avalado por el éxito que ya ha cosechado en Francia, donde se comercializa desde hace una década en los principales retailers.

Princesa Amandineâ llega este año a los lineales de España y Portugal tras haber mostrado una producción muy satisfactoria en sus primeros ensayos productivos, situados en Andalucía, Castilla y León y Región de Murcia. Tratada con extremo cuidado desde el momento de sembrado hasta su cosecha, los exigentes requisitos técnicos que debe superar el producto y la homogeneidad que debe presentar lo sitúan en el rango de mayor calidad en el lineal. Un

formato más alargado y homogéneo que el resto de variedades de patata, y su piel lisa y regular marcan la diferencia en su aspecto; mientras que su ternura, ligereza y sabor la convierten en la clara aliada de los consumidores por su versatilidad culinaria.

Con el objetivo de mostrar al sector profesional qué puede aportar a la producción y promoción esta asociación, el Foro Innova ha acogido en Fruit Attraction la sesión “Cómo crear valor en un mercado con poco valor añadido”. En la misma, el Presidente del grupo de trabajo hispanofrancés (APAF), Francisco Moya; junto con el Presidente de la Asociación Princesa Amandine Ibérica, Alfonso Sáenz de Cámara, han defendido la apuesta conjunta por el impulso del consumo de patata en general y de Princesa Amandineâ en concreto: “Queremos impulsar la marca para que en España se consuma más patata de forma muy saludable, mediante recetas hipocalóricas, comunes en otros países europeos pero desconocidas en este mercado”, ha apuntado Sáenz de Cámara. Partiendo de cero pero aprovechando el know-how que les brinda la francesa Princesse Amandineâ, la nueva asociación se marca un claro objetivo a cinco años: conseguir que Princesa Amandineâ sea reconocible y valoradas en España y Portugal, tanto por distribuidores como por consumidores.

La presentación de Princesa Amandineâ en Fruit Attraction 2019 se completó con la degustación del producto en Factoría Chef, la plataforma que la feria ofrece a sus expositores para promover la realización de degustaciones. Fabián León, finalista de la primera edición del concurso televisivo Masterchef, fue el encargado de elaborar en directo una receta para que los asistentes presentes en el acto pudieran comprobar de primera mano las características que diferencian esta nueva variedad. “He quedado muy sorprendido por todas la posibilidades que ofrece en cocinas Princesa Amandineâ. Es una patata que presenta una gran firmeza en cocción y con la que se trabaja fabulosamente para ensaladas y purés. Tengo que confesar que me ha resultado difícil escoger una única manera de cocinarla para presentar en la exposición porque es un gran ingrediente con el que crear grandes platos”, ha manifestado el televisivo chef.

Princesa Amandineâ ya está disponible en los lineales de Alcampo. Además, para celebrar su lanzamiento en España, la marca devuelve el importe de los primeros consumidores que se animen a probarlas a través de la web www.princesa-amandine.es.