

Marketing

Modelo de gestión en comunicación

En sandía, elige Fashion, sabor sin pepitas

Las ventajas de comercializar frutas "con marca"

Las campañas de promoción de las sandías con la marca Fashion están en su tercer año. Las sandías que llevan esta marca provienen de horticultores que utilizan plantas de elevada capacidad productiva con frutos redondos, de corteza negra, con 5 a 7 Kgs de peso y carne roja sin semillas y de muy buen sabor.

Es una sandía que el consumidor en las tiendas no identificaría fácilmente sus aspectos de calidad, como es su sabor final con 10 grados Brix certificados por un protocolo, si no fuera por la identificación de marca en las fruterías. Actualmente la sandía Fashion es la primera sandía negra sin pepitas producida y comercializada para el mercado español. AGF es la "asociación grupo Fashion" formada por organizaciones de pro-

ductores de Ciudad Real, Sevilla, Granada, Almería, Murcia, Alicante, Valencia, Castellón, Tarragona y Palma de Mallorca. La asociación AGF se encarga de la promoción y apoyo de la comunicación con los puntos de venta y la información a los consumidores; también coordina la gestión desde la siembra y la trazabilidad hasta la entrega a los compradores.

Ventajas de "con marca"

En el caso de las frutas y hortalizas las organizaciones de productores se enfrentan a diversos tipos de dificultades para comercializar "con marca". En general esta dificultad se extiende en la mayor parte de los alimentos naturales comercializados sin ninguna transformación, los pescados y carnes en fresco, o las frutas.



Presentación de la Asociación AGF Compañía Fashion de este año, en Mercamadrid

Ocurre lo contrario para el resto de la industria alimentaria que se necesita identificación y comunicación para resaltar los aspectos de calidad a los consumidores.

La asociación AGF es un consorcio con un modelo de gestión determinado innovador y "útil para el sector primario" formado por 22 empresa que venden 40.000 toneladas al año de estas sandías. Ahora Fashion es la marca con mayor notoriedad en sandía "sin semillas"

Vender un alimento "con marca" trae ventajas para el productor, el comercio y para los clientes de las tiendas. ¿Cuáles son las ventajas, en el caso de las sandías Fashion?: sabor garantizado y diferenciado, oferta continua de producto durante todo el año, adecuado suministro en la cadena comercial, marca "Premium" para el consumidor, inversión en marketing continuada, dirigida al consumidor, el mensaje y cómo decirlo.

En comunicación el mensaje es lo principal, dicen los expertos. Para una sandía lo esencial es cómo decirlo y a quién. El aspecto del fruto es el

de una sandía de toda la vida, negra por fuera y roja por dentro.

En la comunicación, ¿qué hacen los vendedores? engrandecer las cualidades, es decir, elegir palabras, "sin pepitas", "sabor" marca Premium, "acertarás" (dar confianza) y todo ello dicho en el sitio adecuado, con el fruto, en una etiqueta, en la caja, en la tienda, ... en cuántos más sitios mejor, en las revistas o en la tele si puede pagarse.

Las campañas de Fashion se ponen en marcha en España cuando se acerca el verano, la época de la sandía. Pero no se trata de que se consuma más sandía, que para eso ya están las campañas del Ministerio de Agricultura "consume frutos de estación" o las de promoción de la salud, como 5 al Día, sino que de lo que se trata es que los clientes en las tiendas elijan a las de la marca Fashion.

El calendario mayoritario de la producción de los productores asociados a Fashion en España es de Abril a Octubre y para las épocas de contraestación está en estudio producir es-



En sandía,
elige fashion.

Acertarás.

fashion
sandia
sabor sin pepitas
A.G.F.
Asociación Gran Frutas

tas sandías en otros países, quizás Brasil, Ecuador o en alguna región africana.

El mensaje de “sabor sin pepitas” asociado a un logotipo, a una etiqueta en 3 idiomas, un teléfono de atención al cliente y una página web, es una imagen de marca suficiente para diferenciarse en un punto de venta. “Elige Fashion. Acertarás” dice el plan de comunicación, “es un auténtico sabor sin pepitas” añaden. “Negra por fuera y sin pepitas por dentro”, en una clara evidencia de diferenciarse de las sandías “verdes rayadas”.

En una sola pegatina están los mensajes, logo, dirección web y teléfono de atención al cliente, estas son unas claves de la comunicación, y también lo es la elección de las palabras en 3 idiomas, gusto por sabor, dicho en español, francés, inglés y alemán.

Para saber más:

- La campaña de comercialización de la Asociación AGF, sandía Fashion, la presentó Atwork agencia de publicidad en Mercamadrid destacando por tercer año consecutivo el el apoyo de publicidad en televisión, revistas profesionales y acciones en los puntos de venta, a realizar en España entre Mayo y agosto.
- <http://www.sandiafashion.com>
- En la promoción de Fashion colabora la empresa de semillas Nunhems Spain, S.A.



Innovación para un éxito creciente



High Quality Printing

TEKU Macetas y Contenedores
como medio publicitario
con impresión o etiquetado
nuestro departamento de publicidad
le asesorará gustosamente.



PÖPPELMANN

Pöppelmann Ibérica S.R.L.U.
Plaça Vicenç Casanovas, 11-15
08340 Vilassar de Mar (Barcelona)
Tel. 93 754 09 20 • Fax 93 754 09 21
teku-es@poeppelemann.com • www.teku.com