



Miércoles, 8 de Julio de 2020
NOTA DE PRENSA

Vicasol y Coprohníjar sellan una alianza comercial para lanzar al mercado una nueva marca de tomate gourmet

Las dos cooperativas crean la marca 'FLOU' para comercializar un tomate que busca conectar con el consumidor

Almería. Las cooperativas hortofrutícolas Coprohníjar y Vicasol han presentado hoy la alianza comercial que han puesto en marcha para lanzar al mercado una nueva marca de tomate gourmet, con el que pretenden ofrecer un producto diferenciador en un mercado que demanda cada vez más calidad y sabor.

En rueda de prensa el presidente de Vicasol, Juan Antonio González, junto al presidente de Coprohníjar, Juan Segura, han explicado en que consiste esta nueva alianza comercial para impulsar una nueva marca de tomate gourmet con el objetivo de conquistar nuevos mercados.

Con este acuerdo comercial, y la nueva marca de tomate presentada hoy, ambas cooperativas buscan unificar la oferta para satisfacer una demanda cada vez más creciente, tanto del consumidor nacional, como del europeo: Poder comprar un tomate gourmet, con sabor, de gran calidad, a un precio asumible.

Ambas cooperativas son especialistas en tomate. Coprohníjar en tomate cherry, y Vicasol en tomate pera.

Para hacer realidad este proyecto, tanto Segura como González han destacado la colaboración indispensable de sus socios agricultores. “Nuestros agricultores son los verdaderos artesanos del tomate de nuestra tierra, para los que buscamos la máxima rentabilidad con este proyecto.

FLOU, comparte, disfruta y saborea

Hoy se ha presentado en rueda de prensa la nueva marca de tomate gourmet con la que arranca esta alianza comercial: FLOU, comparte, disfruta y saborea.

Un tomate de la familia raf que se presenta al consumidor para compartirlo, disfrutarlo y saborearlo como una experiencia. Donde además de la categoría del producto, se acompañará al cliente final durante toda la experiencia gastronómica.

Hoy más que nunca, con la aparición de las plataformas sociales, la gastronomía se disfruta y se comparte. “FLOU es un tomate que se presta a dejarse llevar por un mundo de sensaciones, fiel al sabor de siempre”. Ha destacado Juan Antonio González.

Por su parte, el presidente de Coprohníjar ha afirmado que dado que el mercado “no para de moverse, nosotros tenemos que intentar ser más rápidos. FLOU, esta nueva marca de tomate gourmet, busca llegar al mercado con dos metas”.

Por un lado, “producir un tomate de calidad gourmet, asurcado, de la familia raf, con sabor y con vida. Para llegar con las máximas garantías de sabor y de maduración al cliente final”. Y por otro, “hacerlo a un precio accesible tanto para el consumidor, como para nuestros agricultores, el corazón y el motor de todo lo que hacemos”.

“Con FLOU vamos a llevar dos líneas de desarrollo. Una de tomate con producción integrada, y otra línea de tomate de producción ecológica”.

Segura ha explicado que en noviembre se comenzarán a recolectar los primeros tomates FLOU, si bien ambas cooperativas ya están cerrando acuerdos comerciales y la planificación de la próxima campaña con sus clientes.

De momento esta alianza nace con esta referencia de tomate, pero ambos presidentes no descartan seguir sumando nuevos productos en un futuro.

Para ampliar información:

comunicacion@agatar.es | 646 576 652