

Spreafico consolida l'alleanza per la distribuzione esclusiva del marchio Tango Fruit in Italia

freshplaza.it/article/9276687/spreafico-consolida-l-alleanza-per-la-distribuzione-esclusiva-del-marchio-tango-fruit-in-italia/

Per la seconda stagione consecutiva, Spreafico manterrà la partnership con Tango Fruit per distribuire in esclusiva il marchio di mandarini senza semi sul mercato italiano.

L'alleanza, suggellata all'inizio di quest'anno (cfr. [FreshPlaza del 3/02/2020](#)), si rafforzerà in questa stagione, interessando le principali catene di supermercati del Paese, di cui Spreafico è fornitore abituale, dove l'apprezzato brand sarà presente. Tango Fruit raggiungerà i consumatori italiani anche attraverso il tradizionale canale all'ingrosso, dove Spreafico ha, allo stesso modo, una presenza significativa.

I test di soddisfazione effettuati la scorsa stagione hanno confermato che Tango Fruit è stato ben accolto, per cui ci si aspetta che il marchio di mandarino associato all'ape sorridente venga fornito in maniera continuativa, integrando le spedizioni dall'emisfero sud con quelle dalle aree del Mediterraneo, Italia e Spagna, che presto inizieranno la produzione e la commercializzazione.



L'accordo tra il marchio Eurosemillas e Spreafico ha permesso a quest'ultima di ampliare la propria gamma di frutta premium - che vanta già brand come Zespri nei kiwi, la pera Angys o la frutta tropicale di alta qualità - con uno dei mandarini senza semi più apprezzati in Europa. Tango Fruit, dal canto suo, continuerà a crescere nei prossimi anni nel nostro Paese esclusivamente con Spreafico, una delle principali aziende ortofrutticole italiane, con 65 anni di esperienza nel settore, un fatturato di oltre 350 milioni di euro, otto magazzini di distribuzione e centri logistici e una forte penetrazione sia nella grande distribuzione del Paese sia nei mercati all'ingrosso di Milano, Bologna, Verona e Roma, dove dispone anche di stand di proprietà.

L'accordo prevede un significativo sforzo promozionale congiunto durante la fase di lancio. Dal programma pilota, che si è concentrato sul Nord Italia con alcune insegne e molti punti vendita, l'attenzione si è spostata su un approccio più ambizioso, secondo il quale il volume di Tango Fruit venduto dovrebbe moltiplicarsi.



Le indagini presso i consumatori e il feedback dato al marchio dalle principali catene di distribuzione italiana hanno confermato l'alto livello di apprezzamento del carattere sostenibile associato a questa varietà e dell'immagine di marca ad essa associata, la simpatica ape sorridente. Una filosofia che, inoltre, si sposa particolarmente bene con la gamma di prodotti premium di Spreafico, anch'essa particolarmente selettiva.

Per raggiungere tali volumi, la pianificazione commerciale e produttiva che Tango Fruit realizza sarà fondamentale. Per la presente campagna è previsto che l'approvvigionamento principale arrivi dalle piantagioni spagnole di Tang Gold ma, già nei primi mesi del 2021, ci sarà una crescente presenza di coltivazioni in Italia, che nel medio/lungo periodo diventeranno il principale fornitore. Nell'ottica di rafforzare la propria filiera integrata, Spreafico ha deciso di potenziare ulteriormente la produzione italiana, acquisendo la

licenza per 100 ettari, che saranno piantati nei prossimi 3 anni. Terminata la stagione nell'area mediterranea, la continuità del marchio sugli scaffali dei clienti di Spreafico sarà garantita, fundamentalmente, dagli esportatori autorizzati del Perù e del Sudafrica.

Tango Fruit è l'immagine più raffinata e curata della varietà, il maggior esponente di un agrume che viene trattato come premium. E' il biglietto da visita che meglio valorizza le qualità naturali di questo mandarino: facile da pelare, dolce, senza semi e Bee Friendly, con un alto contenuto di succo e ricco di vitamina C. I mandarini che portano questo brand riflettono anche lo sforzo di adattarsi alle esigenze dei diversi clienti, alla disponibilità e alle politiche di ogni insegna e al target dei suoi consumatori. Per questo motivo, Tango Fruit ha concordato formati differenziati, che vengono adattati e preparati da operatori garantiti.



Nel caso specifico di Spreafico, l'accordo ha finora assunto la forma di quattro confezioni specifiche che vengono realizzate da magazzini selezionati di Tango Fruit. Il marchio prevede anche la progettazione di programmi stabili, con un'offerta regolare, di qualità e omogenea. I mandarini con questo marchio beneficiano della pubblicità, delle promozioni sui media e sui social network e della loro presenza nelle fiere internazionali. Si tratta di azioni promosse da Eurosemillas che, nel mercato italiano, si affianca a Spreafico, per valorizzare il prodotto e differenziarlo dai concorrenti.

Per maggiori informazioni

Viviana Marini – brand manager

Email: viviana.marini@spreafico.net