

REGAL'IN™ prend son envol...

Depuis 1986, les obtenteurs Arsène et Laurence Maillard ont travaillé sans relâche à la création de gammes variétales de nectarines et de pêches, rondes et plates, à chair jaune et blanche, toutes d'un même type de fruit, de même présentation attrayante, à la saveur agréable semi douce, sucrée aromatique.

Avec pour fil conducteur : la plus grande satisfaction du consommateur.

Après avoir imaginé le concept REGAL'IN™ dès les années 80, partant de l'intuition profonde que la saveur semi douce, sucrée aromatique et peu acidulée est la plus universellement appréciée des consommateurs, Agro Sélection Fruits a lancé la marque REGAL'IN™ qui permet d'identifier toute une gamme de fruits dont les caractéristiques répondent à ce concept. Fort d'une gamme très étoffée en pêches et nectarines, le concept s'étend aujourd'hui à d'autres sous-espèces (abricots, cerises et pommes), qui arriveront sur le marché à partir de 2013.

Toutes ces années de recherche et de sélections rigoureuses selon des critères précis portent aujourd'hui leurs fruits : les consommateurs plébiscitent les fruits de type «semi doux» et la production des variétés REGAL'IN™ devient suffisante au niveau des pays producteurs de l'Union Européenne pour pouvoir alimenter le marché.



La signature REGAL'IN™ : repère d'achat du consommateur

La majorité des consommateurs, exigeants en saveur, recherchent le sucre et les arômes, rejettent l'acidité mais ne craignent pas la fermeté. Les variétés de type REGAL'IN™ arrivent systématiquement en tête des préférences des consommateurs, quelles que soient par ailleurs leurs préférences propres (saveur, texture, arômes...).

La très bonne tenue des fruits au rayon est permise par une excellente conservation naturelle des fruits ; en effet, la fermeté ne baisse que très lentement, il en résulte qu'à maturité complète ou après une longue conservation en chambre froide, un fruit REGAL'IN™ est plus ferme qu'un fruit équilibré ou acidulé.



Une campagne de lancement 2012 réussie

La campagne 2012 a mise en avant la gamme des pêches et nectarines plates dans 200 Hypermarchés et 100 supermarchés. Sur le segment porteur des fruits plats, la progression des ventes à 3 chiffres en hypermarché est spectaculaire. Outre le plateau vrac lité en deux rangs, la gamme se compose d'une barquette de 6 fruits en 600 g et d'un plateau 2 kg de 16 fruits lités en deux rangs très original.

La vente de plateaux 2 kg, volontairement positionné sur le cœur de marché, représente plus de 35% des ventes.

La PLV dynamique et les animations en point de vente ont renforcé l'impact de la marque auprès du consommateur dont la curiosité s'est massivement manifestée sous la forme de visites du site internet www.regal-in.com.



Les enseignes de distribution conquises

En France, les deux enseignes qui ont participé à la première campagne reconduisent avec plus de force les lignes de produit plates en y associant les fruits ronds français qui se retrouveront dans les rayons avec un sticker «REGAL'IN™ de France».

Au Royaume-Uni, l'enseigne Waitrose a signé un contrat d'exclusivité de deux ans pour commercialiser la marque REGAL'IN™; les ventes vont commencer cet hiver avec les fruits en provenance de l'hémisphère sud.

Les enseignes espagnoles, suisses, belges, allemandes sont très intéressées pour commencer la commercialisation au cours de la prochaine campagne.

Des variétés de pommes très prometteuses

La sélection REGAL'IN™ ne s'arrête pas aux fruits d'été et les pommes qui font partie du programme de recherche annoncent la naissance de deux variétés exceptionnelles croquantes et savoureuses au taux de brix de 17%.



Le pitoufo de 2 kg représente 35 % des ventes en volumes



PLV soutien des ventes