

## **Sandía Fashion® refuerza su compromiso con la sostenibilidad en FRUIT ATTRACTION 2021**

- Grupo AGF hace una apuesta clara por la sostenibilidad como uno de los ejes principales de su estrategia empresarial.
- Son varios los hitos relacionados con la sostenibilidad que Grupo AGF va a presentar en Fruit Attraction 2021.
- AENOR certifica la estrategia de sostenibilidad de sandía Fashion y su contribución a los ODS 2030 de la ONU.
- Ágatha Ruíz de la Prada visitará el stand de sandía Fashion para presentar en nuevo envase más sostenible de sandía Fashion que ella misma ha diseñado.

**Septiembre 2021.** *“Para Grupo AGF, las empresas somos unos agentes clave en la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible 2030 de la ONU. Por ello desde Sandía Fashion proponemos a nuestros clientes y a la sociedad en general, un paquete de propuestas relacionadas con la producción, el consumo responsable, el uso de los recursos y la economía circular, la salud y el bienestar o la innovación, que nos ayuden a construir entre todos los cimientos de un crecimiento de calidad, con unos principios más sólidos, más sostenible tanto medioambiental como socialmente”,* Joaquín Hidalgo, Director General de Grupo AGF Fashion.

Dentro del plan de marketing de sandía Fashion, Fruit Attraction es una cita fundamental como lo demuestra la presencia ininterrumpida de Grupo AGF desde los inicios feria. Para la edición de 2021, la presencia de Grupo AGF en Fruit Attraction gira entorno a las acciones en materia de sostenibilidad social y medioambiental de Sandía Fashion.

En esta edición, se ha optado por un stand más sostenible, eco-diseñado como el nuevo envase de Sandía Fashion, utilizando materiales **100% reciclables** y decorado en cartón. Una imagen que nos trasladará al spot publicitario de Sandía Fashion para esta campaña, con el que, bajo el claim **“Ponle corazón a la vida”**, hemos mandado un mensaje vital y optimista de apoyo a la sociedad, en estos momentos tan difíciles que atravesamos por la COVID-19 y sus consecuencias sanitarias y económicas. En cuanto al diseño, *“queremos que el stand traiga a la realidad el universo pop-up del spot de sandía Fashion, un entorno onírico y mágico, donde los protagonistas le ponen corazón a la vida, visto a través de los ojos de una niña”*, comenta Joaquín Hidalgo.

La estrategia empresarial de Grupo AGF y su compromiso con la consecución de las metas de los ODS 2030 de las Naciones Unidas, ha sido certificada por AENOR. Esta certificación, será entregada durante esta edición de Fruit Attraction como parte de los eventos en la agenda de Sandía Fashion en Madrid.

También se presentará en esta edición de Fruit Attraction, el nuevo envase más sostenible de Sandía Fashion, que será expuesto en el Innovation Hub, la plataforma de innovaciones de la feria, ha sido eco-diseñado por Agatha Ruíz de la Prada que pondrá la guinda a la presentación del envase asistiendo a la feria en una de las jornadas de Fruit Attraction.

## **Sobre Sandía Fashion**

En 2002 nace el proyecto de la **Asociación Grupo Fashion®** (hoy **Grupo AGF**), con el propósito de crear un amplio calendario de sandía de máxima calidad, ajustado a las necesidades de los clientes y consumidores, estableciendo como principal objetivo recuperar la confianza en el consumo de sandía. Hoy en día es la agrupación de empresas de mayor envergadura en el sector primario hortofrutícola en Europa. Propietario de sandía sin pepitas marca **Fashion®**, líder en ventas en el sector, está formado por 15 empresas hortofrutícolas que se concentran especialmente en el litoral mediterráneo español, por lo que **Sandía Fashion®** se cultiva tanto en invernadero como en aire libre, garantizando un amplio calendario de producción y suministro, de abril a octubre.

Más información o entrevistas:

Víctor González  
659931151