

Azura promet le soleil à vos clients



Pour dynamiser sa fin de campagne, Azura, intervenant majeur du marché de la tomate de contre-saison (87 000 tonnes cette année), met en place un concours durant le mois de mars. Relayé sur certains packs de la marque, ce jeu sur Internet (jaimelatomate.com) permet de gagner, entre autres, un séjour au Maroc, lieu de production de l'ensemble de la gamme. C'est également ce mois-ci qu'arrivent en Europe ses premiers melons Gourmet, dont la qualité est systématiquement validée par une machine contrôlant leurs taux de sucre et de fermeté. Le potentiel est estimé entre 1 500 et 2 000 tonnes.