Balance positivo de VOG en Fruit Attraction 2021

Balance muy positivo el trazado por el Consorcio VOG durante su participación en Fruit Attraction, la importante feria internacional del ramo hortofrutícola que se ha celebrado en Madrid del 5 al 7 de octubre.

Tras la edición exclusivamente digital del año pasado, a causa de la emergencia debida a la pandemia, este año los pabellones de **IFEMA han vuelto a albergar de manera presencial a expositores y visitantes, transmitiendo un optimista mensaje de recuperación a todo el sector.**

"**Estamos verdaderamente encantados de volver a Madrid para participar en Fruit Attraction,** una feria que representa una etapa fundamental, porque nos permite mostrar todas las novedades al comienzo de la nueva temporada comercial a un gran número de compradores internacionales y a la prensa del sector" explica Walter Pardatscher, director del VOG. "El mercado español es muy importante para nosotros; la marca Marlene® goza de enorme aceptación y estima entre los consumidores de este país, hasta el punto de ser la más famosa de todo el sector hortofrutícola".

Fruit Attraction ha brindado la oportunidad de realizar un primer balance del comienzo de la nueva temporada de la manzana para el Consorcio VOG: "En este momento estamos en plena cosecha y después de terminar con las Royal Gala, que han abierto la temporada a mediados de agosto, seguimos con otras variedades como Golden Delicious, Stark, Granny Smith y Kanzi®" explica Klaus Hölzl, responsable comercial de VOG. "**No hay duda de que la calidad global es excelente.** En lo que concierne al inicio de la campaña los resultados son de lo mas positivos y la

comercialización ha sido muy dinámica desde el primer momento en los principales mercados. Las ventas siguen produciéndose con regularidad, por lo que se dan las condiciones para que la primera parte de la temporada se desarrolle de manera satisfactoria".

"El nuevo anuncio también está gozando de una óptima acogida en España, mercado muy importante para nuestras manzanas", comenta Hannes Tauber, responsable de marketing del Consorcio VOG. "El anuncio articula el universo de Marlene® a través de sonidos e imágenes grabados a lo largo de todo un año y montados con una dirección creativa y un lenguaje fílmico innovador. Ilustra cómo la intensidad de las estaciones en nuestros manzanares crea las condiciones climáticas ideales para el desarrollo de nuestras variedades de manzanas, merecedoras de portar la etiqueta azul".

En Madrid el Consorcio **VOG también ilustró las características de las tres nuevas manzanas** presentadas el pasado mes de enero: Red Pop®, Giga® y Cosmic Crisp®. Destinadas a la segunda parte de la temporada, se ubican en un segmento premium y presentan características muy distintivas. "Las primeras pruebas efectuadas la temporada pasada han arrojado resultados muy interesantes: el gusto de estas nuevas manzanas ha sido apreciado en todos los canales", concluye Walter Pardatscher. Somos muy optimistas de cara a la próxima temporada, que va a disponer de volúmenes más importantes."