“Esperamos una campaña de comercialización equilibrada y positiva para este 2023”

Entrevistamos a Joaquim Rabensteiner, director de exportación en Val Venosta quien nos habla de cómo prevén que será la próxima campaña 2023.

Por: Bárbara Aguayo Martínez, periodista agroalimentaria @BarbaraAguayoM3

Sin ninguna duda, el Valle Venosta es un verdadero punto de atracción donde las condiciones climáticas garantizan un cultivo paradisíaco, en este sentido, ¿qué características destaca de la variedad Golden Delicious?

La Golden Delicious tiene varias características que hacen única a esta variedad de Val Venosta. Especialmente relevante es la altitud de nuestra zona de cultivo. Las zonas de cultivo de manzanas del valle de Vinschgau se sitúan entre los 500 y los 1000 metros de altitud. Esto significa que las manzanas maduran más lentamente, la división celular se ralentiza y, como resultado, la Golden Delicious de Vinschgau es más crujiente y sabrosa al mismo tiempo.

Otro valor añadido es que las manzanas suelen tener una vida útil más larga, por lo que la Val Venosta Golden Delicious está disponible con la máxima calidad durante más de 12 meses.

Además, las grandes oscilaciones térmicas entre el día y la noche y los 300 días de sol al año son decisivos para la mejilla roja de nuestra Golden Delicious, percibida desde hace años como una característica de calidad por los consumidores españoles.

¿Cómo ha sido la comercialización de esta variedad con respecto al volumen total del pasado año 2022 y cómo prevén que puede ser la campaña actual?

En términos de Golden, la cosecha de 2022 se caracterizó por un déficit de casi -30% o 5.450 wgg con respecto al año anterior. Una cosa es una cosecha reducida y otra la calidad de las manzanas.

Como es bien sabido, el verano caluroso y seco aceleró el proceso de maduración de muchas variedades de los productores, lo que obligó a comercializar rápidamente los productos menos duraderos.

Gracias a la altitud y a una gestión selectiva de la cosecha, pudimos recolectar y almacenar manzanas de buena calidad y durabilidad. Esto nos ha permitido abastecer a nuestros clientes habituales en Italia y en el extranjero con la habitual calidad "Val Venosta" sin ejercer una gran

presión de venta en el mercado. El hecho de que VIP fuera capaz de producir manzanas de calidad excepcional incluso en un año de condiciones climáticas difíciles atrajo la atención de nuevos clientes a Val Venosta durante la temporada, por lo que podemos esperar una campaña de comercialización equilibrada y positiva para este 2023.

El mantenimiento de la biodiversidad de las especies que viven en este territorio situado en los Alpes italianos es clave para una producción sostenible. ¿Cuáles son las líneas a seguir de Val Venosta para alcanzar la sostenibilidad en todos los ámbitos?

Mantener la biodiversidad de las especies que viven en nuestra zona de los Alpes italianos es crucial no sólo para nosotros como VIP, sino también para nuestros productores.

Tenemos varias actividades relacionadas con distintos temas y ámbitos de sostenibilidad que forman parte de la **estrategia sustainapple**, la estrategia para el desarrollo sostenible del cultivo de manzanas del Tirol del Sur, uno de los cuales es la biodiversidad. En particular, los insectos y las abejas son de gran importancia, porque nos ayudan en la importante labor de la polinización. En nuestro valle colaboramos intensamente con los apicultores desde hace ya más de 20 años.

Muchos de nuestros productores son a la vez fruticultores y apicultores, por lo que tienen una comprensión y una sensibilidad aún mayores respecto a la importancia de la biodiversidad.

Algunos elementos estructurales que muchos fruticultores ya han integrado en sus campos son: setos y arbustos como hábitats ricos en especies, arbustos perennes y árboles aislados, franjas de semillas y flores en los manzanos, cajas nido y nidos artificiales para insectos y pájaros, muros y piedras como lugares de retiro.

Desde VIP, proporcionan un servicio de primera categoría a todos los socios con el fin de tener un contacto más directo y cercano. ¿Cuáles son los servicios que ofrecen desde la propia identidad y que identifican como *VIP First Class apple partner?*

La reorientación de nuestra organización de ventas y marketing, puesta en marcha con el inicio de esta temporada de rebajas, es sin duda el mayor cambio que hemos podido realizar para nuestros clientes.

Antes, las ventas se dividían entre vendedores centralizados y descentralizados. Ahora la situación ha cambiado. Hemos concentrado toda la fuerza de ventas en VIP, nuestra sede central, y a partir de ahora garantizamos procesos de toma de decisiones cortos y rápidos, accesibilidad para nuestros socios y, sobre todo, podemos asegurar la proximidad a nuestros clientes.

Durante las reuniones en nuestra sede o en las instalaciones del cliente, se planifica conjuntamente la gama de productos y se definen las estrategias.

Además, las cooperativas de Vinschgau se coordinan ahora entre sí para aumentar nuestra eficacia, lo que se refleja en un nuevo incremento del servicio.

Internamente, hablamos de una evolución, nuestros clientes y socios de profesionalidad.

Estos dos importantes cambios, el refuerzo del equipo de ventas y la racionalización de la producción, nos han llevado a insistir aún más en nuestro objetivo de ser percibidos como un "socio de primera clase de la manzana".

Uno de los grandes retos que se le ha planteado al sector es acabar con el uso de plásticos para el embalaje de los productos y en especial para los productos hortofrutícolas. ¿Qué tipo de embalaje están utilizando?

Para nosotros, una actitud sostenible también es muy importante en lo que respecta a los envases. Desde hace algunos años, utilizamos cartón 100% certificado FSC para todos los envases de nuestra marca Val Venosta.

Además, con la bandeja de fruta monomaterial, 100% libre de plástico, hemos dado otro paso importante para eliminar al máximo el plástico en los envases pequeños. Con este envase hemos conseguido evitar el film de plástico.

Nuestra novedad en el campo de los envases pequeños es un envase de papel con una red de lino. Con este envase hemos reducido enormemente el uso total de materiales, la red de lino proporciona al consumidor la visibilidad necesaria del producto, y la gran superficie personalizable comunica al consumidor mucha información sobre el producto a través del envase.