“Las manzanas BIO Val Venosta destacan por su calidad todo el año”

eComercio Agrario entrevista en exclusiva a Benjamin Laimer, Director de Marketing de Val Venosta.

Por; Bárbara Aguayo Martínez, periodista Agroalimentaria / @BarbaraAguayoM3

Val Venosta **sigue siendo todo un referente en manzanas BIO del mercado europeo. ¿Qué destacaría de la calidad de estas manzanas?**

VIP es el mayor productor de manzanas ecológicas de Europa. En Val Venosta, las manzanas ecológicas se producen en el 20% de la superficie cultivada por lo que conlleva a una cosecha media anual de más de 50.000 toneladas.

Val Venosta es una garantía de calidad y continuidad para nuestros clientes, que les permite tener una amplia gama de variedades con una calidad extra y constante, por lo que la marca tiene una fidelidad cada vez mayor en el mercado.

El proceso de envasado es otro de los aspectos que ha hecho posicionar a VIP como líder del mercado. ¿Podría contarnos cuál es la diferencia con respecto a otros?

Desde 2019, VIP cuenta con instalaciones propias de envasado exclusivas para las manzanas ecológicas. Esto nos garantiza la máxima profesionalización de nuestra organización en la planificación y el procesamiento del producto orgánico con la última tecnología disponible, gracias también a un nuevo almacén automatizado, que nos permite responder rápidamente a las solicitudes de nuestros clientes.

En este sentido, algunos datos técnicos que nos parece importante destacar es nuestra capacidad de clasificación - 60 contenedores de 300 kg/hora-, nuestra capacidad de embalaje- 28 toneladas/hora- y la capacidad de almacenamiento del almacén de estanterías verticales para 18.000 cajas.

Val Venosta cuenta con BioGraphy, un proyecto único y propio que ha crecido en este último año. ¿Qué nos puede contar de este proyecto?

Con Biography, VIP ha marcado otro hito en la producción ecológica de Val Venosta.

Biography permite a los consumidores conocer a los productores de manzanas ecológicas del Valle. Cada uno de nuestros 290 productores ecológicos tiene su propia página en el portal biography.vip.coop, donde todos presentan su trabajo, cuentan su historia y muestran toda su cartera de productos. Este proyecto es único en el sector de la manzana y demuestra una vez más la profesionalidad de VIP, por un lado, y su transparencia y trazabilidad al 100%, por otro.

¿Qué variedades de manzana son las más demandas por los españoles? ¿Por qué?

Los consumidores españoles prefieren las manzanas dulces. La variedad de manzana más consumida en España sigue siendo la Golden Delicious.

El valle Venosta ofrece condiciones ideales para producir una Golden Delicious de alta calidad, disponible durante 12 meses. Además de esta variedad tradicional de manzanas, las nuevas manzanas club también desempeñan un papel cada vez más importante. Entre ellas, la variedad Ambrosia™, dulce como la miel, y la refrescante manzana *Kanzi*®, agridulce.

> El año pasado también se comercializó por primera vez la manzana *Cosmic Crisp*®, que obtuvo una excelente acogida en el mercado.

¿Cómo se prevé la próxima campaña de manzanas con respecto a la anterior?

Se trata de dos temporadas completamente diferentes desde el punto de vista de la cosecha, el inicio de la campaña y el entorno competitivo.

El año pasado tuvimos una cosecha menor y un inicio de ventas difícil caracterizado por la crisis económica y política en Europa. Sólo a partir de enero de 2023 la situación se calmó y los mercados fueron más dinámicos.

En 2024, en cambio, tenemos una cosecha mayor en un entorno económico que sigue sin ser fácil, pero con menos tensiones que el año pasado. Esto también se refleja en el consumo de manzanas en general, así que hemos empezado con buen pie, incluso en España.

Tenemos suficiente Golden Delicious para servir a nuestros clientes españoles todo el año, cosa que el año pasado, con la cantidad de manzanas en general y especialmente Golden Delicious, no fue fácil, sobretodo en la segunda mitad de la temporada comercial.

Desde España, uno de nuestros principales mercados para Golden Delicious, vemos gran interés por nuestra primera variedad y confiamos en poder aumentar con nuestros socios la presencia de Golden. También ha sido bueno el desarrollo que hemos tenido en el país este año con *SweeTango*™ al principio de la campaña y ahora en la segunda mitad con nuestra Envy, que acaba de ganar el premio 'Sabor del año' en España. Sin olvidar la Cosmic, que hemos calibrado en estos días y que también llegará pronto a España.

En cuanto a la producción ecológica, vemos una buena tendencia en nuestros dos principales mercados, Escandinavia y Alemania. En España estamos dando nuestros primeros pasos y vemos un gran potencial.

A pocos días de la celebración de una de las ferias más importantes para el sector como es Fruit Logistica, ¿Van a presentar alguna novedad? ¿Qué supone para Val Venosta la celebración de este tipo de ferias?

La feria Fruit Logistica de Berlín es, junto con la feria Fruit Attraction de Madrid, la feria más importante para VIP. Es aquí donde nuestros vendedores se reúnen con clientes de todo el mundo.

Uno de los puntos centrales de la feria de Berlín es el rincón del sumiller de manzanas, donde los embajadores de manzanas hacen probar a nuestros clientes nuevas manzanas de forma profesional. Al mismo tiempo, la venta Cosmic de este año comienza el 1 de febrero. Esto significa que la manzana *Cosmic Crisp*®, también ocupará un lugar central.