VI.P- Manzanas Val Venosta inicia una campaña para dar a conocer su variedad Pinova

VI.P – Manzanas Val Venosta pone en marcha una segunda fase de acciones en el punto de venta para acercar sus productos a los profesionales del sector de la venta de fruta.

Desde finales de febrero y hasta finales de marzo, un equipo en representación de la Asociación de Productores Hortofrutícolas de Val Venosta **visitará varios mercas de España para reforzar su relación con los responsables de acercar el producto al consumidor final.**

Los de Madrid, Barcelona, Sevilla, Málaga y Valencia contarán con un stand en el que se ofrecerán degustaciones de Pinova, una de las manzanas rojas dentro del catálogo de VI.P, compuesto por 16 propuestas, que incluyen novedosas variedades Club y entre las que destaca la Golden Delicious como producto estrella.

Además, los stands situados en los mercas, van servir para recoger las solicitudes de aquellos fruteros que deseen disponer gratuitamente de material generado por VI.P para incentivar las

ventas en su negocio.

En abril, un equipo de Manzanas Val Venosta se desplazará a los comercios inscritos en esta acción para **instalar elementos de visibilidad como stoppers y carteles.** También, aportarán los materiales necesarios para implementar una promoción en el punto de venta.

Por cada kilo de Manzanas Val Venosta adquirido en estos locales, los consumidores recibirán un boleto con un código único. Y desde finales de marzo estará activa la web www.manzanasvalvenosta.es donde podrán introducir su código para saber en el momento si su boleto ha sido agraciado.

Entre los premios se incluyen cheques por valor de 50€ para utilizar en Amazon y destaca un viaje para dos personas al Valle Venosta, en los Alpes italianos, donde descubrir el enclave natural privilegiado en el que se cultivan las Manzanas Val Venosta.

Esta acción se enmarca en la línea de trabajo que VI.P viene realizando desde el arranque de la temporada, con visitas a destacados mercas nacionales para entrar en contacto con los fruteros y con los importadores, promoviendo sus productos entre aquellos que sirven de enlace entre sus cultivos y los consumidores españoles.

VI.P trabaja la Península Ibérica dentro del medio centenar de mercados mundiales en los que comercializa sus productos. Desde hace una década, ha introducido en España sus Manzanas Val Venosta como producto de alta calidad, con sello de Indicación Geográfica Protegida.

También impulsa acciones para poner en valor la figura de los profesionales de la venta de fruta, como los ‘Premios Golden Gold’, que reconocen a los mejores fruteros de España y que ya han celebrado su cuarta edición.

Y ha instaurado la celebración de **‘El Día Del Frutero’,** coincidiendo con el 6 de febrero, la

onomástica de Santa Dorotea, patrona de estos trabajadores. Un acto que va por la cuarta edición y que se ha celebrado en Madrid este año, con el apoyo de Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, del Ayuntamiento madrileño y de las principales asociaciones profesionales del sector.

El propósito de estas acciones en los puntos de venta y de reconocimiento a los fruteros, prescriptores necesarios para el contacto con el cliente final, es promover el dinamismo de la venta de fruta y plasmar el compromiso de VI.P- Manzanas Val Venosta con el sector.