VI.P presenta su nueva reorganización en Fruit Logistica

VI.P acude a Fruit Logistica dando los primeros pasos en una comercialización más centralizada, y con muchas más novedades

VI.P, la Asociación de Productores Hortofrutícolas de Val Venosta, está presente en el **stand A-40 del pabellón 6.2 de** Fruit Logistica, la feria líder del sector hortofrutícola, donde las innovaciones, las tendencias y los retos de futuro serán el centro de atención. **VI.P** se reúne con los clientes y todas las partes interesadas del Consorcio para presentarles las últimas novedades en innovación, como los próximos pasos en la dirección de una comercialización cada vez más centralizada, además de explicar cómo está reaccionando la compañía ante las condiciones actuales del mercado.

Los retos del mercado se afrontan con una estructura de ventas más fuerte

La situación actual presenta múltiples retos: cosechas récord, que se traducen en un exceso de oferta de manzanas; temperaturas estivales extraordinariamente elevadas, que en consecuencia muchas zonas de cosecha se han visto afectadas en su calidad; un entorno político traicionero que, entre otras cosas, ha disparado los precios de la energía y las materias primas; una inflación galopante y por lo tanto su repercusión en el comportamiento de compra.

“A pesar de los continuos retos, garantizamos a nuestros clientes un surtido de manzanas de alta calidad y un servicio excelente, también gracias a nuestra nueva estructura de ventas", explica **Kurt Ratschiller, director de ventas** VI.P**.** La creciente profesionalización de los competidores, la segmentación del mercado y las necesidades de asesoramiento y orientación de los clientes impulsaron a **VI.P** a adaptar su estructura organizativa interna y centralizar el 100% de las ventas operativas de sus cooperativas asociadas. En palabras de Kurt Ratschiller: "El negocio de la fruta

ha alcanzado un alto nivel, que se presta a nuevos pasos de desarrollo para su optimización. La especialización en ventas nos permite atender las crecientes demandas de clientes individuales de forma aún más específica e intercambiar información con ellos de forma aún más intensa. Por último, la introducción de nuevas variedades de manzanas y una gama cada vez más amplia de productos ecológicos requiere el desarrollo de nuevos mercados y canales de venta y una mayor presencia de clientes".

Cambiar y reposicionarse en estos tiempos difíciles requirió gran valor y esfuerzo por parte de **VI.P**. Para responder a los retos de forma adecuada y consolidar sus puntos fuertes como proveedor de manzanas de primera calidad, era necesario reorganizar la estructura comercial, con un equipo aún más motivado y competente, y todo el apoyo de los directores de las cooperativas socias fue crucial.

El **Director de Producción de** VI.P**, Peter Stricker**, que coordina a los responsables de producción de todas las cooperativas asociadas, explica: "La especialización en ventas va de la mano de la especialización en producción. La comercialización centralizada también requiere una buena planificación conjunta de los procesos de producción. La experiencia de los últimos años nos ha mostrado cómo podemos optimizar las ventas y la producción para seguir generando los mejores ingresos para nuestros productores en el futuro".

Golden Delicious: todavía muy solicitada después de un siglo

Centrándonos en las variedades, si bien es cierto que existe un exceso de oferta de manzanas en el mercado europeo, también lo es que la disponibilidad de **Golden Delicious** -la principal variedad tradicional **VI.P**, que representa el 50% de la oferta total- es limitada en esta campaña, tanto en Val Venosta como en las demás zonas de producción. "Hemos podido empezar con buen pie las ventas de Golden Delicious y garantizar que nuestros clientes estratégicos vuelvan a tener 12 meses de disponibilidad este año", afirma Kurt Ratschiller. La variedad Golden encuentra unas condiciones de cultivo ideales en el valle, que es la zona de cultivo homogénea más alta de Europa. "Es realmente admirable que una variedad que tiene más de 100 años y que se cultiva con éxito desde hace décadas en el valle, siga teniendo demanda. Para ello es fundamental plantar manzanos de la variedad Golden donde mejor crecen y renovar las plantas", explica el **director de producción Peter Stricker**.

Garantizadas 12 meses al año las manzanas club más populares

Junto a variedades tradicionales como Golden, **VI.P** y sus cultivadores se han convertido en los últimos años en importantes proveedores de nuevas variedades como **SweeTango™, Ambrosia™, Envy™, Kanzi® y Cosmic Crisp®.** "Con la mezcla de variedades de probada eficacia y manzanas club seleccionadas, VI.P garantiza la disponibilidad de manzanas de alta calidad durante todo el año, además de satisfacer los diferentes deseos de los clientes en un mercado cada vez más segmentado", afirma **Fabio Zanesco**, que, como **responsable de variedades**

protegidas, mantiene contactos internacionales con los clubes y coordina todas las funciones de **VI.P** relacionadas con el surtido de club, hasta las ventas operativas.

Líder europeo en calidad y cantidad de productos ecológicos

VI.P se ha consolidado como **líder BIO en el mercado europeo de la manzana**, tanto en cantidad como en calidad. La ultramoderna planta de envasado puesta en marcha en 2019 exclusivamente para procesar manzanas ecológicas de Val Venosta, garantiza una manipulación muy flexible de las manzanas. "Gracias a la reorganización, la venta de manzanas ecológicas corre ahora íntegramente a cargo de VI.P. Esto significa que podemos ofrecer a los clientes un servicio aún más especializado", explica **Gerhard Eberhöfer, responsable de variedades ecológicas de** VI.P**. Alrededor del 20% de la superficie total del valle se cultiva siguiendo directrices ecológicas.** La cantidad de manzanas ecológicas cosechadas en Val Venosta garantiza así un suministro de productos BIO durante todo el año a las grandes cadenas de supermercados. Las **manzanas Gala** ecológicas, por ejemplo, están disponibles 12 meses al año.

La posición privilegiada de los huertos, una promesa (cumplida) de calidad

Es innegable que las altas temperaturas estivales han supuesto un reto para todas las regiones productoras y también han dejado su huella en Val Venosta, pero, comenta el director comercial Kurt Ratschiller, "Nuestra ubicación en la región productora alpina nos ha beneficiado climáticamente y esperamos que también contribuya a nuestra promesa de calidad en el futuro. Por ejemplo, podemos ofrecer una Gala de calidad incluso en abril".