VIP confirma su fortaleza en Fruit Logistica 2024

En Fruit Logistica 2024, VIP confirma su posición como *First Class Apple Partner* para las manzanas en Europa.

Tras un exitoso inicio de la temporada de comercialización, la Asociación de Cooperativas Hortofrutícolas de Val Venosta garantiza su disponibilidad durante todo el año de manzanas que se caracterizan por su alta calidad y larga conservación, a pesar de las anormales condiciones meteorológicas del pasado verano, gracias a la altitud y al microclima alpino-mediterráneo de su zona de producción.

> VIP también hace hincapié en el apoyo a sus clientes mediante excelentes medidas de promoción de ventas y campañas de marketing innovadoras.

La campaña de ventas 2023/2024 de VIP comenzó antes de lo habitual y con una buena demanda por parte de los socios comerciales. En septiembre, VIP comercializó con éxito la variedad Gala y la nueva manzana club SweeTango™ en varios mercados. "*Pudimos colocar muy rápidamente la manzana de verano SweeTango™ una vez más en Italia y, por primera vez, en clientes importantes*

de España y Dinamarca. Y algunos nuevos socios ya han confirmado la inclusión de esta manzana club en su oferta para la nueva temporada, lo que demuestra la respuesta positiva de los consumidores finales", explica Kurt Ratschiller, director de ventas VIP.

VIP se muestra optimista de cara a los próximos meses de comercialización. La variedad Gala estará en el mercado hasta finales de marzo y será sustituida parcialmente por la variedad Pinova a partir de principios de febrero. En los meses de verano, la manzana club Cosmic Crisp® estará disponible junto a la principal variedad de Val Venosta, la Golden Delicious.

El volumen de cosecha de las manzanas Golden y Club de Val Venosta es de tal envergadura que VIP puede garantizar su disponibilidad durante todo el año. Lo mismo ocurre con las manzanas biológicas: tanto la cantidad como la calidad de la cosecha han sido muy positivas. Por lo tanto, VIP también puede abastecer los mercados de los países con cosechas ecológicas más débiles como Alemania, con manzanas ecológicas de alta calidad hasta el final de la temporada. "*De este modo, reforzamos nuestro papel como proveedor líder de manzanas ecológicas en Europa y demostramos que somos un proveedor confiable de manzanas, también durante las fases de comercialización en las que las manzanas de cultivo integrado o ecológico no están totalmente disponibles*", afirma el director general Martin Pinzger.

Además de las campañas de marketing de las distintas manzanas club, este año VIP centra su comunicación en la principal variedad de Val Venosta, la Golden Delicious. En Italia y España, los dos principales mercados de nuestra Golden, estamos organizando "Golden Weeks "*en cadenas de distribución seleccionadas. Además de recibir información detallada sobre el producto, durante estas semanas promocionales los clientes tienen la oportunidad de sumergirse en el sabor de la Golden y redescubrir una variedad tradicional de una forma nueva*", explica su director de marketing Benjamin Laimer.

En colaboración con la nutricionista Chiara Manzi, VIP ha desarrollado diversas opciones de maridaje con las distintas variedades de manzana. El folleto informativo "Applepairing", que se publicará a finales de febrero, contiene información sobre cómo combinar armoniosamente los sabores de seis variedades tradicionales de manzana de Val Venosta con otros productos alimenticios. “*El Foodpairing con manzanas ofrece una nueva experiencia gustativa. En tiendas seleccionadas organizaremos degustaciones en las que las manzanas Golden Val Venosta se combinarán a la perfección con especialidades locales, como en Roma con el típico Pecorino Romano o en Madrid con el jamón*”, revela finalmente Laimer.