



09/02/2026

VIP a Fruit Logistica: reti strategiche e innovazione per la mela del futuro

A Berlino il Consorzio consolida partnership internazionali e punta sulle mele Club per intercettare nuovi consumatori

REDAZIONE

redazione@italiafruit.net

WWW.ITALIAFRUIT.NET

VIP ha partecipato a Fruit Logistica, a Berlino, confermando il proprio ruolo di player internazionale nel settore melicolo e l'importanza strategica del confronto con clienti e partner globali. Il Consorzio era presente presso il nuovo stand Alto Adige. Fruit Logistica rappresenta per VIP un appuntamento centrale non solo per il business operativo, ma soprattutto per il dialogo strategico in un contesto economico e politico complesso.

«Berlino non è solo una fiera, ma un momento fondamentale per la cura delle reti strategiche», afferma Martin Pinzger, Direttore di VIP. «È qui che si pongono le basi per decisioni di lungo periodo. Le cooperazioni e le reti internazionali sono essenziali per garantire la sostenibilità e il futuro delle aziende agricole».

In qualità di player globale, VIP punta a rafforzare le relazioni e a definire con lungimiranza le proprie direttrici strategiche. La presenza a Berlino è orientata al consolidamento del network e al confronto su una situazione di mercato complessa, con effetti differenziati nei vari Paesi europei. In questo contesto, VIP registra una stabilità nei volumi di consumo.

La Germania rimane un mercato chiave: a un raccolto abbondante si affianca una fase economica debole, che rappresenta una sfida. A livello internazionale, tuttavia, il quadro appare più articolato, con mercati che mostrano segnali positivi alla luce di un'offerta Europea contenuta.

Accanto alle reti internazionali, VIP continua a investire anche in collaborazioni mirate, in particolare nel segmento delle mele Club, dove diverse partnership contribuiscono a rafforzare la competitività e il posizionamento sui mercati. «Le mele Club ci permettono di proporre progetti chiari e riconoscibili, capaci di intercettare nuove occasioni di consumo e dialogare con target più giovani», spiega Kurt Ratschiller, Direttore Commerciale di VIP. «Si tratta di un segmento strategico, che affianca le varietà tradizionali e genera nuovi impulsi lungo tutta la filiera».

In quest'ottica, grande attenzione è rivolta anche ai consumatori del futuro. Accanto alle nuove varietà, VIP sviluppa strumenti come l'Apple Pairing, pensati per valorizzare le varietà tradizionali attraverso nuovi contesti di consumo. In questo contesto si inserisce anche una segmentazione più mirata della mela Golden Delicious, con soluzioni dedicate a canali di vendita selezionati.

A Fruit Logistica era presente allo stand Alto Adige anche alpoma, l'AOP (associazione di organizzazioni di produttori, tra cui VIP), che favorisce un coordinamento più efficiente su temi strategici come innovazione varietale, ricerca e sviluppo, mantenendo l'autonomia delle singole realtà.

Con la partecipazione a Fruit Logistica, VIP conferma il proprio impegno nello sviluppo di relazioni solide e strategie di lungo periodo per il settore ortofrutticolo internazionale. (lg)

Fonte: Ufficio Stampa VIP