

イタリア Vogがリンゴの新しい販売方法を導入

[EUROFRUIT 2024年3月28日](#)

新しい小売用移動式展示台は、コンソーシアムのトップブランドを1か所に集める

イタリアのVogリンゴ・コンソーシアムは、スーパーマーケットの青果物売り場に付加価値と魅力を与えるため、最新のブランドを1か所にまとめて展示する新しい展示方法をヨーロッパのいくつかの国で開始した。

「移動式で多用途に柔軟に使える展示台で、消費者が自分のニーズに合ったリンゴを見つけられるように導きながら、売り場に魅力的な要素を追加する」と説明されている「イノベーションコーナー」は、消費者の注目を集め、品種の進歩を強調するように設計されている。



この取り組みは、コズミッククリスプ、レッドポップ、ギガ、イエロなどのブランドを対象にすでにヨーロッパの多くの小売店で登場している。Vogは、各市場や時期に特有のニーズに適応できるとしている。

販売部長のハンネス・タウバー氏は、「我々はリンゴに特化しているため、青果物売り場における(消費者との)コミュニケーションを改善する(小売業者の)品目別管理のパートナーとして最適である。イノベーションコーナーはその一例だ。この道具立てにより、最新の特徴的なブランドが、新しい消費者の興味をそそり、好みの商品を選定するための手段を提供することで、その魅力を十分に発揮することができる」と述べている。

Vogは、新しいディスプレイと店頭での試食を組み合わせさせており、それによってその場での即売や、後日の再購入を促進することができるとしている。また、このツールの柔軟性により、青果物売り場から離れてリンゴに関するコミュニケーションを行うことも可能になった。

営業部長のクラウス・ヘルツル氏は、「消費者も取引先も、この取り組みに非常に関心が高かった」と言い、「消費者は、通常とは異なる展示方法で、品種やブランドについてよりよい説明を提供するためのスペースが広いことに気づいた。小売業者は、リンゴについて何か新しいものを生み出そうとする努力を高く評価している。中には、コミュニケーションの要素を加え、ディスプレイをクリエイティブに使用している業者もいた。この熱意は、この取組みが正しい方向を向いており、サプライチェーン全体を強化するための当社と取引先の共同作業を強化するものであることを裏付けている」と述べた。

Vogは、総合的生産管理と有機栽培のどちらかで栽培されたリンゴでも、一年中毎月、適切なものを提供できるとしている。このコンソーシアムは1945年に設立され、4,600の家族経営農場を組合員とする11の協同組合で構成されている。世界の75の市場に向けて、年間50万トン以上のリンゴを出荷している。

執筆者: マウラ・マクスウェル

* 訳注: イエロ(yello®)は長野県で開発されたシナノゴールドの商標であり、イタリアの2団体(VIP(ヴァル・ヴェノスタ果実・野菜協同組合連合会)及びVog(南チロル果実生産者協同組合共同事業体))が県と独占的販売契約を結んでいます。