

valencia fruits

18 de enero de 2022 • Número 2.966 • Año LX • Fundador: José Ferrer Camarena • 4,00 euros • www.valenciafruits.com

SEMANARIO HORTOFRUTICOLA FUNDADO EN 1962

La crisis de la naranja

El aumento de las exportaciones de países terceros hunde la campaña española

► ÓSCAR ORZANCO. REDACCIÓN.

El sector cítrico español atraviesa una situación delicada debido a los bajos precios a los que se está pagando la fruta. Una crisis que se manifiesta con su máxima crudeza en la campaña naranjera de Navelina. En el campo, las cotizaciones en origen se han desplomado hasta los 0,09 euros/kg y no cubren, ni de lejos, los gastos del citricultor. Y a esta situación hay que sumarle la importante escalada de costes de producción. Esto se está traduciendo en que actualmente mucha naranja se está quedando en los árboles o en el suelo sin recolectar ante la falta de rentabilidad.

En el origen de este descalabro se encuentra la entrada masiva de cítricos de países terceros, sobre todo naranjas, hasta casi el mes de diciembre. Se ha producido un desplazamiento e, incluso, la sustitución en los mercados de la producción cítrica comunitaria por las importaciones procedentes principalmente Sudáfrica en la primera mitad de la campaña. Y en enero la competencia de Egipto jugará un papel muy importante en el desarrollo de la segunda parte del ejercicio.

Esta campaña, además, ha tenido sus particularidades. En julio de 2021 Sudáfrica vivió una oleada de saqueos y graves disturbios y, además, Transnet Port Terminals (TPT), empresa estatal sudafricana de ferrocarriles, puertos y oleoductos, confirmó un ciberataque que afectó a toda su infraestructura informática. La empresa de logística se vio obligada a detener las operaciones en las terminales de contenedores en Durban, Ngqura, Port Elizabeth y Ciudad del Cabo. Estos dos factores frenaron



Los precios de la Navelina se han desplomado hasta los 0,09 euros por kilo y no cubren los costes del citricultor. / ARCHIVO

ron la llegada de cítricos sudafricanos al mercado europeo.

Sin embargo, según constatan fuentes del sector consultadas por Valencia Fruits, superados los problemas, Sudáfrica recobró su dinámica exportadora y concentró sus envíos en los meses de septiembre y, sobre todo, octubre, saturando el mercado europeo.

En esta línea, el informe del Ministerio de Agricultura de seguimiento reforzado de las importaciones de cítricos por la

UE constata que en octubre de 2021 se importaron 181.593 toneladas de naranjas procedentes de países terceros, lo que supone la cifra más alta de los últimos ocho años y un incremento del 72,2% respecto al ejercicio 2020.

En este contexto, la campaña española de Navelina arrancó con cierto retraso y se encontró en noviembre con los mercados llenos de naranja procedente de países terceros, sobre todo sudafricana, que a pesar del incremento de los costes logísticos

llegaba a la Unión Europea con muchos kilos y a precios muy bajos. En el mes de octubre, la UE importó 144.387 toneladas de naranjas de Sudáfrica, un 67,7% más que en 2020. Este elevado volumen de oferta ha provocado la saturación del mercado y la naranja sudafricana se ha mantenido en los lineales europeos en noviembre y diciembre, entrando en competencia directa con la fruta española, desplazándola del mercado, y hundiendo los precios.

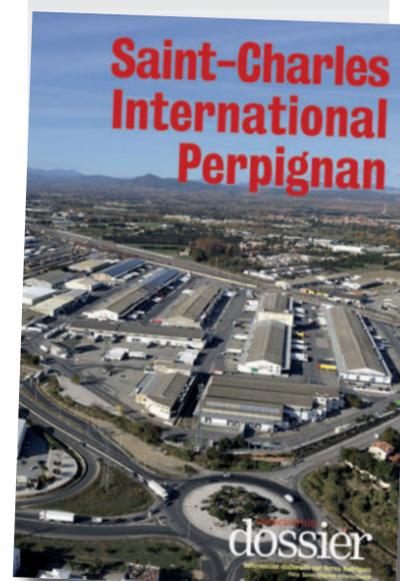


Esta semana

- 3** El balance de AVA-Asaja constata que el campo valenciano cerró 2021 con pérdidas de 640 millones de euros
- 4** Los pomelos turcos acumulan 23 alertas sanitarias en la UE



- 6** Artículo de opinión de Cirilo Arandis: "Pese a todo, somos los que más cumplimos"
- 7** La campaña naranjera alicantina acumula pérdidas de 50 millones
- 8** Intercitrus: El récord de rechazos por 'Falsa polilla' y el informe de la EFSA deberían forzar a Bruselas a imponer el 'cold treatment'
- 9** El Consell destinará 14,2 millones para convertir la bioplantia de Gaudete en referente mundial de lucha biológica contra las plagas



ÍNDICE

Agrocomercio:	3
Agrocultivos:	9
Agrocotizaciones:	10
Noticias de empresas:	15

LO INTELIGENTE ES TENERLO TODO

SMART CITRUS
all in one by AgroFresh

AgroFresh
We Grow Confidence™
AgroFresh.com

FOMESA FRUITECH
Your postharvest partner since 1955

Excelencia en productos postcosecha

Camí de Racó, 10 - Pol. Ind. Norte | T. +34 96 121 18 62 | info@fomesafruitech.net
46469 Beniparrell - Valencia (España) | F. +34 96 121 41 13 | www.fomesafruitech.net

valencia
fruits

Fundadores

JOSÉ FERRER CAMARENA
JOSEFINA ORTIZ LÓPEZ

Presidenta

ROCÍO FERRER ORTIZ

Vicepresidente

AGUSTÍN FERRER ORTIZ

Gerente

RAQUEL FUERTES REDÓN

■ raquel.fuertes@valenciafruits.com

Director

ÓSCAR ORZANCO UNZUÉ

■ director@valenciafruits.com

Redacción

NEREA RODRIGUEZ ORONÓZ

■ nerea.rodriguez@valenciafruits.com

JULIA LUZ GOMIS

■ julia.luz@valenciafruits.com

Red de corresponsales

■ corresponsales@valenciafruits.com

Preimpresión

RAFAEL CABO CORTELL

ALEGRES DELICADES, S.L.

■ preimpresion@valenciafruits.com

**Administración
y Suscripciones**

ANA MARÍA AGUILAR MELIÁ

■ administracion@valenciafruits.com

■ suscripciones@valenciafruits.com

Publicidad

Directora de Marketing y Publicidad

ROCÍO FERRER ORTIZ

■ rocio.ferrer@valenciafruits.com

LUCÍA GARCÍA COLINÓ

GIANLUCA PIGNATELLI

BEATRIZ YAGÜE PALOMO

■ info@valenciafruits.com

Valencia Fruits no se hace responsable de las opiniones emitidas por sus colaboradores.



SUCRO

Edita: SUCRO, S.L.

Depósito Legal: V-1450-1962

Fotocomposición: SUCRO

Imprime: IMPRICA V

Gran Vía Marqués del Turia, 49, 5º, 6

46005 Valencia

Tel.: 96 352 53 01

www.valenciafruits.com

info@valenciafruits.com

Empresa Asociada:



Tribuna Abierta

Respaldo a la agricultura valenciana

Por GONZALO GAYO

Buen comienzo del año tras los anuncios de apoyo a la agricultura desde el Palau de la Generalitat. La concreción de las ayudas Next Generation para la agricultura valenciana y el plan de regadíos suponen algo más que una declaración de intenciones en el comienzo de un ejercicio 2022, y será clave en el reparto de las ayudas Next Generation. El manifiesto respaldo del Gobierno y la Generalitat al campo valenciano realizado la semana pasada disipa dudas y proyecta esperanza para el futuro en la modernización y sostenibilidad.

Era necesaria e importante la puesta en escena que la Generalitat ha llevado a cabo en la presentación del plan de modernización de regadíos hasta 2040 para brindar un rotundo respaldo a la necesaria modernización que reclama la agricultura con una apuesta clara de recursos y objetivos para los próximos años.

De hecho, el propio el presidente de la Generalitat, Ximo Puig, estrenaba el nuevo año con una apuesta clara por la digitalización, la sostenibilidad y la resiliencia de la agricultura valenciana por garantizar su futuro, parámetros que coinciden plenamente con los objetivos del Next Generation EU.

Así lo ha manifestado el jefe del ejecutivo valenciano en la firma de los convenios entre el presidente de la Sociedad Estatal de Infraestructuras Agrarias (SEIASA) y los presidentes de las comunidades de regantes Acequia Real del Júcar, Llíria y La Vall d'Uixò, que contemplan destinar 55,9 millones de euros para la modernización del regadío de estas entidades con cargo al Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia del Gobierno de España.

El jefe del Consell ratificó el firme compromiso por la mejora de la eficiencia energética a través del uso de energías renovables como la fotovoltaica o la eólica, que contribuirá a "reducir la factura energética", y la necesidad de incrementar "a productividad y la competitividad para mejorar las rentas" y garantizar así el relevo generacional en la agricultura.

Los primeros fondos de Next Generation EU para la agricultura valenciana hablan de una inversión de 103 millones de euros para la modernización de regadíos de la Comunitat Valenciana con los que se complementará el esfuerzo inversor que está haciendo la Generalitat a través de la Estrategia Valenciana de Regadíos.

Desde la Generalitat informan que la estrategia valenciana contempla un total de 1.200 millones de inversión hasta el año 2040 para garantizar "agua para siempre", de los que la Generalitat ya ha invertido 75 millones de euros en los últimos tres años y, en 2022 se prevé destinar otros 27 millones de euros.

El compromiso de la Generalitat con la modernización de la agricultura valenciana cuenta con el apoyo del Gobierno de España en la apuesta por la sostenibilidad, tanto ambiental como económica, que permita garantizar el futuro de este sector que da trabajo a 90.000 valencianos y representa el 10% del PIB de la Comuni-



Agricultura tradicional en la huerta de Valencia. / GONZALO GAYO

tat Valenciana. Los tres convenios firmados el pasado viernes con el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, a través de la Sociedad Mercantil Estatal de Infraestructuras Agrarias (SEIASA), constatan una inversión de 18.360.260 euros a actuaciones en las comunidades de regantes.

Estos convenios se incluyen en la fase I del plan para la mejora de la eficiencia y sostenibilidad en regadíos que contempla destinar un total de 55,9 millones de euros a la modernización de 32.454 hectáreas de regadíos sostenibles en la Comunitat Valenciana, lo cual beneficiará a 25.546 regantes.

Además, la primera fase también contempla las actuaciones comprometidas a principios del pasado mes de diciembre con la Comunidad General de Regantes Riegos de Levante Margen Izquierda del Segura (Alicante), por un importe de 37.625.230 euros.

Las inversiones del Plan para la mejora de la eficiencia y la sostenibilidad en regadíos tienen un carácter público-privado, por lo que la aportación pública será de un máximo del 80% del coste de los gastos elegibles, mientras que las comunidades de regantes aportarán el resto.

Cabe destacar que a través de las actuaciones previstas se pretende digitalizar y automatizar el riego con el fin de ahorrar agua, posibilitar el uso de aguas

regeneradas para conseguir más recursos disponibles y reducir costes energéticos con plantas solares fotovoltaicas.

La firma de estos convenios se produce tras la aprobación del decreto de la Estrategia Valenciana de Regadíos 2020-2040, la norma que guiará la inversión pública y privada en materia de regadío en la Comunitat Valenciana durante las próximas dos décadas.

El decreto fija los nuevos retos, líneas de actuación y prioridades de inversión, con el fin de modernizar e impulsar las medidas de innovación técnica del regadío valenciano, teniendo en cuenta las nuevas necesidades sociales y ambientales.

La estrategia plantea la ejecución de nuevas infraestructuras y obras de renovación y mejora, así como el desarrollo de medidas institucionales, administrativas y formativas, con el objetivo de garantizar la sostenibilidad económica y ambiental de los regadíos valencianos como pilar fundamental de la agricultura valenciana y de desarrollo del medio rural.

Esta iniciativa permitirá la instalación de 116.000 KW de energías renovables, la mejora de más de 100.000 hectáreas de regadío, tanto en riego localizado como en riego por gravedad, así como la instalación de riego localizado en 41.000 hectáreas.

Además, se realizará la modernización mediante tecnologías de la información y de la comunicación de 98.000 hectáreas, el incremento de la capacidad de los embalses en 16 hm³ y la reutilización de 103 hm³ de aguas regeneradas.

La inversión pública y privada que es necesario acometer para desarrollar este programa, que está llamado a garantizar el futuro del sector, asciende a 1.200 millones de euros.

También en el estreno del nuevo año, la Conselleria de Agricultura ha convocado, para el ejercicio 2022, las ayudas para el fomento de la innovación tecnológica a través de fincas o explotaciones colaboradoras. Esta línea de ayudas, que está financiada al 100% con fondos de la Generalitat Valenciana, tiene por objeto generar y financiar una red de transferencia de tecnología mediante el apoyo a fincas o explotaciones colaboradoras. Se convoca por un importe de 315.000 euros, que puede ser ampliado hasta un máximo de 450.000 euros. Cada proyecto se puede subvencionar hasta un máximo de 15.000 euros. Sin duda, un buen comienzo del año que invita a la esperanza sobre el futuro de la agricultura valenciana.

LA PLANTA BAJA

LUISFU



Agrocomercio

El campo valenciano cerró 2021 con pérdidas de 640 millones de euros

La organización AVA-Asaja destaca en su balance la escalada de costes que sufren los productores

► ÓSCAR ORZANCO. REDACCIÓN.

Los productores de la Comunitat Valenciana atraviesan una situación delicada. Las cifras presentadas en el balance agrario de AVA-Asaja no dejan lugar a dudas. Las pérdidas totales del sector agropecuario valenciano ascendieron en 2021 a 640 millones de euros. De ellos, 230 millones corresponden a los problemas de mercado en la mayoría de las producciones. Los precios de la naranja se han hundido hasta los 0,09 euros/kg, la tercera parte de los costes de producción, y hay muchos campos que no se van a recolectar. Otro gran cultivo, como la uva para vino, sigue sin volver a los niveles prepandemia, y otras producciones con graves descensos de rentabilidad fueron el kaki, frutales de hueso, cebollas y patatas. Por el contrario, tuvieron un buen comportamiento la algarroba, aguacate, kiwi, chufa, cereales, agricultura ecológica y flores y plantas.

En esta disminución de ingresos, los daños en cosechas por ataques de enfermedades y plagas alcanzaron los 250 millones en la agricultura valenciana. El Cotonet de Sudáfrica en cítricos, los cotonets, las moscas blancas y la mancha foliar en el kaki, el mildiu en la vid o la avispa en el almendro, la Xylella fastidiosa, entre otros problemas de sanidad vegetal, han provocado daños récord. Las adversidades climáticas ocasionaron en 2021 unas pérdidas superiores a los 100 millones, destacando la devastadora granizada de abril en La Plana Baixa y la DANA en Benicarló. Y la superpoblación de fauna salvaje disparó sus daños un 15% hasta situarlos en niveles récord de 35 millones. Los robos, por su parte, provocaron 25 millones de euros en pérdidas.

■ ESCALADA DE COSTES

A las pérdidas registradas durante el desarrollo de las campañas agrarias se le suma la escalada de costes a los que está teniendo que hacer frente el sector. El campo se está viendo muy castigado por el incremento de los gastos de producción. Según las estimaciones de AVA-Asaja, los sobrecostes económicos que soportó el sector agropecuario valenciano en 2021 ascendieron a 500 millones de euros, de los cuales 300 millones corresponden al cultivo de los cítricos.

La energía eléctrica se ha encarecido un 270% en un año, el gasóleo (+73%) y los abonos (+48%). Los piensos para alimentación animal se han disparado en torno al 25%, según cabañas ganaderas. Otros inputs a destacar son los plásticos para invernaderos (+46%), las semillas (+20%) y materiales como cobre (+42%) o



Imagen de la presentación del balance agrario de AVA-Asaja. / ÓSCAR ORZANCO

El mundo rural dice basta



El campo español, representado a través de las tres organizaciones profesionales agrarias —Asociación Agraria de Jóvenes Agricultores (Asaja), Coordinadora de Asociaciones de Agricultores y Ganaderos (COAG), Unión de Pequeños Agricultores y Ganaderos (UPA)—, la Real Federación Española de Caza (RFEC) y Alianza Rural, han anunciado una gran manifestación del mundo rural en Madrid el 20 de marzo, que se celebrará bajo el lema #JuntosPorElCampo.

El mundo rural dice basta y saldrá en marzo a llenar las calles de Madrid para que la sociedad en general escuche sus necesidades, muestre su apoyo y el Gobierno presente la atención y cuidado necesario a quienes ocupan el 84% del territorio. En defensa de la agricultura y la ganadería, de la caza, del campo y su cultura y tradiciones, el 20M será una gran cita para apoyar un mundo rural vivo, para que el campo sea un espacio para vivir dignamente, que sea comprendido y valorado desde el mundo urbano. ■

aluminio (+40%). Al igual que ocurre en la construcción y otros ámbitos, las inversiones para la construcción o modernización de las explotaciones agropecuarias se encarecen y se dilatan en el tiempo los plazos de entrega.

En cuanto a la sanidad vegetal, “como los productos fitosanitarios disponibles son menos eficaces, los agricultores asumen también sobrecostes derivados de un mayor número de aplica-

ciones con productos más caros y menos efectivos”, señalan desde AVA-Asaja.

En este contexto, desde la organización califican el año agrario de “dos veces malo” por la escalada histórica de los costes de producción y, a diferencia de otros eslabones de la cadena agroalimentaria y de otros sectores económicos, por la incapacidad real de los agricultores y ganaderos para repercutir ese incremento

redujeron su superficie (-0,2%), bajando de la barrera de las 150.000 hectáreas. Por el contrario, sigue aumentando la superficie cultivada de aguacate (+33,6%) y kiwi (+7,1%) como principales alternativas de cultivo.

■ POLÍTICA AGRARIA

Ante los problemas del campo, las reacciones de las administraciones, hasta el momento, “resultan decepcionantes e incluso insultantes” para la organización agraria. “La reforma de la Ley de la Cadena Alimentaria, viendo el desarrollo de las campañas de cítricos y kakis, es una norma que ha nacido muerta”, indica Cristóbal Aguado. Para la organización agraria esta Ley no da respuesta a los abusos comerciales, a pesar de la prohibición de la venta a pérdidas.

La nueva Política Agrícola Común (PAC) contempla más exigencias agrícolas, ambientales y laborales, para recibir menos dinero. Además, desde AVA-Asaja afirman que, “a pesar de que el ministro de Agricultura, Luis Planas, prometió en Valencia que esta PAC tendría un acento mediterráneo, la agricultura y ganadería valencianas saldrán perjudicadas”.

Por último, la organización agraria denuncia que Enesa, órgano autónomo del Gobierno, secunda a Agrosseguro para acometer el mayor recorte a los seguros agrarios en 40 años.

En el ámbito de la Comunitat Valenciana, AVA-Asaja critica que la Ley de Estructuras Agrarias, “una legislación necesaria para modernizar la agricultura valenciana, apenas ha avanzado en su puesta en marcha a lo largo de 2021” y, además, solicita a la Generalitat una importante tarea divulgadora dirigida al sector.

En clave europea, la Comisión se opone a aplicar el tratamiento en frío a las importaciones cítricas de Sudáfrica con destino a la UE, pese al elevado riesgo fitosanitario. El inacabado proceso de revisión del acuerdo comercial con Sudáfrica —que en estos cinco años le ha permitido aumentar sus envíos de cítricos un 33%— pone en evidencia que Bruselas utiliza la agricultura mediterránea como moneda de cambio. Los primeros informes revelan que el Pacto Verde Europeo reducirá la sostenibilidad económica y deslocalizará las emisiones fuera de Europa, lo que no permitirá luchar contra el cambio climático global.

Para Cristóbal Aguado, “el sector agrario paga las consecuencias de la política europea. Esta no es la UE que defendemos. O Bruselas cambia su política o la decadencia agraria será cada vez más visible”.

AVA exige a las distintas administraciones un plan urgente de choque en auxilio del campo

de costes en los precios que perciben. Por ello, AVA-Asaja exige a las distintas administraciones un plan urgente de choque en auxilio del campo.

El presidente de AVA-Asaja, Cristóbal Aguado, señaló que “2021 ha sido muy difícil y 2022 va a ser muy duro ante la situación actual. Las pérdidas en Navelinas son históricas. No puede ser que un litro de leche sea más barato que uno de agua, o que 14 kilos de Navelina cuesten menos que un café”.

■ TIERRAS SIN CULTIVAR

La prueba más evidente de la crisis agraria es que, según el Ministerio de Agricultura, en 2021 la superficie cultivada retrocedió 2.047 hectáreas en la Comunitat Valenciana, una cifra que representa un descenso del 1,26% respecto al año anterior. Con un total de 164.949 hectáreas sin cultivar, una de cada cinco, la valenciana continúa siendo, y cada vez de manera más destacada, la comunidad española con más tierras baldías.

“La agricultura valenciana sigue siendo el farolillo rojo de España y Europa. Es la única comunidad española que pierde tierras de cultivo”, señaló Cristóbal Aguado.

Los cultivos valencianos que más superficie perdieron en 2021 son el kaki (-5,6%), las frutas de hueso —melocotón, nectarina, ciruela, albaricoque, níspero y cereza— (-5,3%) y las hortalizas y flores (-4%). Los cítricos también

■ A 15 DE ENERO

Exportados 219.197.310 kilos de cítricos a países terceros

En la campaña 2021/2022, a 15 de enero, se han enviado a países terceros, en exportación (218.708.181) y reexportación (489.128), un total de 219.197.310 según informa la Dirección Territorial de Comercio Exterior (Soivre-Valencia). En la campaña 2020/2021, a 16 de enero de 2021, lo exportado eran 148.529.259.

La cifra de exportación a países terceros, sin **Gran Bretaña**, en la campaña 2021/2022 es de 95.897.643 kilos, mientras que en la campaña 2020/2021 el volumen era de 125.016.398.

Países de destino (Kg):	Campaña 21/22		Campaña 20/21	
	Export.	Reexport.	Export.	Reexport.
Andorra	208.824	989	190.236	1.294
Angola	24.300			
Arabia Saudita	5.465.370		9.637.326	
Argentina	220.456		1.693.288	
Armenia	15.971		18.183	
Australia	118.070		166.649	
Bahraín	79.162		78.670	
Bielorrusia	926.273	4.950	2.106.607	
Bosnia-Herzegovina	131.781			
Botsuana			22.880	
Brasil	4.703.722		9.418.408	
Burkina Faso			34.673	
Cabo Verde	158.197	19.524	43.434	
Canadá	19.951.020		29.617.789	22.950
China	41.670		44.370	
Colombia	209.591		266.307	
Congo (República)			22.434	
Corea del Sur	58.956		227.466	
Costa de Marfil	35.185	24.452	59.200	4.787
Costa Rica	520.485		567.429	
Curaçao	95.537		211.151	
El Salvador	63.403		64.299	
Emiratos Árabes Unid	2.580.787		4.572.537	
Estados Unidos	314.816		179.867	
Gabón	31.043		335.650	
Ghana	57.283		135.740	
Gibraltar	141.418	13.726	138.261	11.496
Gran Bretaña	123.226.744	78.923	23.511.361	1.500
Guatemala	66.136		134.945	
Guinea	6.013	4.003	17.430	3.060
Guinea Ecuatorial	117.200	54.328	160.463	37.191
Guinea-Bissau	5.240			
Honduras	135.636		20.956	
Hong-Kong	67.198		4.560	
India			1.388	
Irlanda	67.897			
Islandia	607.004		475.640	
Jordania			48.100	
Kazajistán	799		528	
Kenia			41.600	
Kuwait	143.540		91.599	
Liberia	11.004			
Malasia	219.877		334.915	
Mali	13.797	6.795	135.260	14.361
Marruecos			73	84
Mauritania	3.592	12.674	48.589	1.469
Moldavia	232.997	38.610	244.580	19.413
Nigeria	72.530		49.260	
Noruega	21.421.237	640	21.693.741	
Omán	371.102		884.514	
Panamá	474.034		775.027	
Qatar	1.213.102		2.020.620	
Rep. Centroafricana	18.920	118.455	45.824	75.708
Senegal	5.421	60	22.275	
Serbia	904.747		1.059.608	
Sierra Leona	7.028		4.320	
Singapur	1.452		53.932	
Sri Lanka	47.884			
Sudáfrica	979.243		1.255.908	
Sudán	14.080			
Suiza	29.920.090	104.472	32.839.733	158.049
Ucrania	1.956.135	6.529	2.170.304	
Uruguay	23.184		177.992	
Por variedades (Kg):				
Clausellina	287.637	800	181.332	
Satsuma	13.296.183	198	2.312.469	9
Clementina	83.460.866	11.027	55.194.235	20.147
Clementina hoja	9.483.725	769	7.614.727	
Clemenvilla	4.349.909		2.745.211	
Hernandina	22.031		81.732	
Fortuna	119.881			
Mineola	3.057		535	
Ortanique	303.884		85.996	
Ellendale	70			
Otras mandarinas	6.708.836	10.734	2.909.919	10.325
Uso industrial	241.412		41.219	
Nadorcott	1.027.009	31.201	1.012.116	35.213
■ TOTAL MANDARINAS	119.316.390	54.728	72.179.492	65.694
Navelina	49.244.363	31.596	49.853.864	19.566
Navel	6.023.899	2.897	2.517.344	
Navel Late	62.754	2.108	76.415	257
Lane Late	94.891		374.970	
Salustiana	1.872.553	9.368	3.065.524	
Cadenera	26.099		32.619	
Sanguina	32.790		11.770	
Sanguinelli	49.644		7.000	
Valencia Late	276.001	168.116	220.152	109.709
Verna	858.113	3.094	61.983	23
Otras	3.431.055	60.633	2.001.920	41.291
Uso industrial	88.523		124.907	
Navel Powel	130.891		762	
Barberina	135.112		281.897	47
■ TOTAL NARANJAS	62.326.687	277.812	58.631.127	170.892
■ TOTAL LIMONES	34.927.216	149.031	15.216.096	106.221
■ TOTAL POMELOS	2.124.769	7.498	1.816.818	8.471



Los pomelos procedentes de Turquía están generando numerosas alertas sanitarias desde que comenzó la campaña. / ARCHIVO

Los pomelos turcos acumulan 23 alertas sanitarias en la UE

Los lotes han sido rechazados por presencia de pesticidas superando los LMR hasta 16 veces según confirma Ailimpo

► **VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.** La Comisión europea ha actualizado a través del sistema RASSF —Sistema de alerta rápida para alimentos de la Unión Europea— los datos que acumulan 23 alertas sanitarias de lotes de pomelo turco que han sido

rechazados desde el inicio de la actual campaña 2021-2022.

Según informa Ailimpo (Asociación Interprofesional de Limón y Pomelo), el rechazo de los pomelos turcos se ha debido a la detección de residuos de las siguientes materias acti-

vas cuyo uso está prohibido en la Unión Europea: Clorpirifos y Clorpirifos-Metil, Buprofezin y Óxido de Fenbutatin en concentraciones que superaban hasta 16 veces el LMR (límite máximo de residuos) establecido por la normativa comunitaria.

DETALLE DE LOS 23 RECHAZOS DE POMELO TURCO EN LA UE DESDE 1 SEPTIEMBRE 2021 A 9 ENERO 2022

FECHA	País	Materia Activa	Detección	LMR	Veces que se excede LMR
06/10/21	Eslovaquia	Metil-Clorpirifos	0,026 mg/kg	0,01 mg/kg	2,6
15/11/21	Rumanía	Clorpirifos	0,08 mg/kg	0,01 mg/kg	8
16/11/21	Holanda	Metil-Clorpirifos	0,048 mg/kg	0,01 mg/kg	4,8
26/11/21	Rumanía	Clorpirifos	0,26 mg/kg	0,01 mg/kg	2,6
06/12/21	Rumanía	Clorpirifos	0,024 mg/kg	0,01 mg/kg	2,4
07/12/21	Estonia	Clorpirifos	0,09 mg/kg	0,01 mg/kg	9
08/12/21	Letonia	Metil-Clorpirifos	0,066 mg/kg	0,01 mg/kg	6,6
09/12/21	Polonia	Clorpirifos	0,038 mg/kg	0,01 mg/kg	3,8
14/12/21	Rumanía	Clorpirifos	0,031 mg/kg	0,01 mg/kg	3,1
16/12/21	Rumanía	Metil-Clorpirifos	0,055 mg/kg	0,01 mg/kg	5,5
27/12/21	Polonia	Metil-Clorpirifos	0,07 mg/kg	0,01 mg/kg	7
30/12/21	Eslovenia	Metil-Clorpirifos	0,17 mg/kg	0,01 mg/kg	17
30/12/21	Eslovenia	Metil-Clorpirifos	0,06 mg/kg	0,01 mg/kg	6
30/12/21	Eslovenia	Buprofezin	0,082 mg/kg	0,01 mg/kg	8,2
31/12/21	Italia	Buprofezin	0,45 mg/kg	0,01 mg/kg	45
31/12/21	Italia	Metil-Clorpirifos	0,033 mg/kg	0,01 mg/kg	3,3
3/1/22	Rumanía	Metil-Clorpirifos	0,110 mg/kg	0,01 mg/kg	11
4/1/22	Eslovaquia	Clorpirifos	0,028 mg/kg	0,01 mg/kg	2,8
4/1/22	Eslovaquia	Óxido Fenbutatin	0,035 mg/kg	0,01 mg/kg	3,5
8/1/22	Bulgaria	Metil-Clorpirifos	0,135 mg/kg	0,01 mg/kg	13,5
8/1/22	Bulgaria	Clorpirifos	0,129 mg/kg	0,01 mg/kg	12,9
8/1/22	Bulgaria	Clorpirifos	0,102 mg/kg	0,01 mg/kg	10,2
9/1/22	Bulgaria	Clorpirifos	0,163 mg/kg	0,01 mg/kg	16,3

¿Por qué somos LÍDERES en POSTCOSECHA?



Dr. Benito Orihuel ————— Postharvest Advisor en CITROSOL

Porque... “CITROSOL incrementó notablemente ya hace años (2008-09) su capacidad y recursos para la I+D+i. Fruto de este trabajo hemos ido lanzando al mercado una serie de soluciones – productos y sistemas de aplicación – que incrementan notablemente la frescura de los frutos, con el objetivo de que lleguen al consumidor con todo su sabor y máxima calidad, como cuando fueron recolectados; porque la cosecha se recoge en el lineal del supermercado. Asimismo, contribuimos a mejorar la seguridad alimentaria, evitando que los frutos se conviertan en un vector para la transmisión de patógenos alimentarios.”



@Citrosol_com



CITROSOL

CITROSOL
ADVANCED POSTHARVEST SOLUTIONS

www.citrosol.com
info@citrosol.com

OPINIÓN

Pese a todo, somos los que más cumplimos

No hace mucho tiempo estábamos hablando de 2022 como “el año que viene”. Pues bueno, 2022 ya está aquí y no es que haya cambiado demasiado respecto a 2021. Lo que allí dejamos continúa tras un lapso caracterizado por las fiestas navideñas y, en este caso, por una sexta ola de contagios de la variante Ómicron del coronavirus. Ese virus del que dicen los expertos que, en no muy pocas fechas, la mitad de los europeos estarán infectados, esperamos que de modo asintomático en el mayor número posible de casos. Pese a este escenario, el sector agroalimentario deberá de seguir cumpliendo con esa misión tan noble, y a la vez tan esencial y primordial, como es la de producir y suministrar a la sociedad alimentos sanos y saludables, y a un precio asequible.

Viejos temas, ya por todos conocidos, volverán a la palestra. La reciprocidad, entendida como el contexto legislativo que obligue por igual a las producciones europeas y a aquellas procedentes de países terceros, volverá a ser un tema recurrente. Del mismo modo, la reciprocidad, en este caso, entendida como conseguir que Bruselas legisle condiciones de acceso a nuestros mercados lo más periclitadas posibles, si no iguales, a las que se nos exigen a nosotros a la hora de enviar nuestros productos fuera de la Unión Europea. En este sentido, la presidencia francesa del Consejo de la UE durante los primeros seis meses de este año ha fijado las “cláusulas espejo” como una de sus prioridades de actuación.

En el plano normativo, y ya aquí en casa, deberá pasar la prueba del algodón la modificación de la Ley de la Cadena publicada a finales del mes de diciembre. Todo se ha escrito sobre ella durante su proceso de tramitación, y es ahora, en un escenario todavía reivindicativo por parte de las organizaciones profesionales agrarias —que siguen con sus manifestaciones en la calle—, y en un contexto de incrementos de costes de los inputs y de los servicios, donde de verdad se verá lo afinados que han estado nuestros políticos. En breve, tendremos que añadir los efectos de la reforma laboral que, planteada sin observar las especificidades propias de nuestro sector, sin duda servirá para incrementar un poco más los costes de producción. Además, esperamos encontrar una solución útil y asumible a los efectos de las plagas de cuarentena que nos afectan. Nuevos tratamientos y estrategias que se convierten en más gasto, para en ocasiones, no poder recolectar nada.

La aplicación de la PAC en nuestro país viene recogida en el documento de su “Plan Estratégico”, conocida como PEPAC por sus siglas, que recientemente, el Ministerio de Agricultura



El sector seguirá cumpliendo con la misión de suministrar alimentos sanos y saludables, y a un precio asequible. / ARCHIVO

“La reciprocidad, entendida como el contexto legislativo que obligue por igual a las producciones europeas y a aquellas procedentes de países terceros, volverá a ser un tema recurrente en 2022”

“Entramos en una nueva era donde el sector agroalimentario debe de ser más verde, más innovador y digitalizado, pero con menos recursos y herramientas”

“En el plano normativo, y ya aquí en casa, deberá pasar la prueba del algodón la modificación de la Ley de la Cadena publicada a finales del mes de diciembre”

ha presentado en Bruselas para su aprobación por parte de la Comisión Europea. Ahí está lo que se podrá hacer desde las Administraciones nacional y autonómicas, y lo que podrán y no podrán hacer los productores en el periodo comprendido entre 2023 y 2027. Más allá de ayudas y subvenciones que, por cierto, digan lo que digan desde Bruselas, han disminuido, las exigencias y obligaciones son crecientes respecto del anterior periodo de programación. Ya lo hemos repetido hasta la saciedad: a los agricultores se nos va a exigir más, por menos beneficios.

Entramos en una nueva era donde el sector agroalimentario debe de ser más verde, más innovador y digitalizado, pero con menos recursos y herramientas. Respecto de los Fondos de Recuperación, Transformación y Resiliencia, que la Unión Europea ha dispuesto como respuesta a la crisis provocada por el coronavirus, y de los cuales España es uno de los países de la Unión más beneficiados, me viene a la cabeza la película “Bienvenido Mister Marshall”, del genial Luis García Berlanga. Algunos, los veremos

pasar, en el mejor de los casos hacia otros ministerios, debiendo de dirigirnos a ellos para ver la posibilidad de su aprovechamiento en esta oportunidad, que según nos dicen, es única.

El último escollo, de momento, es el borrador de la nueva Ley que pretende minorar el desperdicio alimentario, y que lleva el pomposo nombre de “Ley de prevención de las pérdidas y el desperdicio alimentario”. No cabe duda de que hay ámbitos donde esta labor es necesaria, ya que implicaría un menor uso de factores de producción, así como una menor generación de desperdicios, residuos y emisiones, aunque estos pudieran ser más o menos biodegradables. Pero también es cierto que el planteamiento de esta norma es más de carácter sancionador que incentivador, en lo que más parece un texto de carácter ideológico que generador de oportunidades para quienes se esfuerzan en apostar cada vez más por una Economía circular. Nuevamente más exigencias.

Prueba de lo que digo es la consideración como residuo, de prosperar el actual texto de esta futura Ley, de la cosecha que no

se recolecte en el campo y de la fruta no apta para la comercialización que quede en los almacenes. La propuesta de Ley pone en el mismo plano conceptos como pérdida y desperdicio, cuando son ámbitos completamente distintos. Producir en el campo no es producir tornillos, siendo inevitable que una parte de la producción del campo, en muchos casos de carácter perecedero, deba dirigirse, por apariencia, por calibre, o por cuestiones de mercado hacia otras opciones, que también generan beneficios económicos, y que activan otros sectores de la economía. Vamos, lo que se conoce como economía circular, ya que un residuo en un determinado contexto es una oportunidad en otro ámbito.

La mentada futura Ley contra el desperdicio alimentario genera, y exige, una serie de prioridades a la hora de dirigir el producto alimentario, siendo el primer destino, y previo a cualquier otro, el consumo humano. Así, aquella fruta que no es susceptible de ser asumida por el mercado debe tener como primer destino la donación a aquellos más desfavorecidos. Queda en el espíritu de esta norma, y así lo impone, el concepto de solidaridad y caridad social antes que cualquier otro posible destino de la fruta no apta para el mercado. Eso sí, por cuenta del productor, no considerándose la posibilidad de usos alternativos. Incluso dentro del concepto de la economía circular, en un potencial uso como materia prima de otros procesos productivos de bienes económicos más allá del sector agroalimentario.

Recientemente he tenido ocasión de asistir a la presentación de un nuevo producto elaborado a partir de excedentes y restos de cosecha de caqui. El resultado es un producto textil que, además, ha sido creado por una firma local, en este caso valenciana. Nos encontramos ante una solución



Por CIRILO ARANDIS (*)

“En breve, tendremos que añadir los efectos de la reforma laboral que, planteada sin observar las especificidades propias de nuestro sector, sin duda servirá para incrementar un poco más los costes de producción”

innovadora, con aporte de nuevas tecnologías, que puede ser alternativa, ahora que está tan de moda el tema ganadero, al cuerpo de origen animal. Además, el productor se encuentra con una nueva oportunidad para la fruta de peor condición más allá de la industria agroalimentaria. Y mejor todavía, también vale para este proceso fruta atacada por plagas, como desgraciadamente estamos sufriendo en el caso de los cotonets en el caqui. El único problema de esta iniciativa es que no cumple con la prioridad de consumo humano expuesta en el espíritu de esta futura norma.

Estamos ante un claro ejemplo de economía circular, donde se recicla, ya que la materia prima es un producto no apto para el exigente mercado inicial para el que está concebido. Evitamos generar desperdicios, pues se consigue un uso alternativo. El producto es un claro ejemplo de innovación, requiere de la deseada inversión en digitalización y, además, puede generar un importante número de puestos de trabajo en otros sectores, creando una industria dedicada a la generación del producto y su transformación en bienes de consumo. Estamos ante un claro ejemplo de una iniciativa que cumple con todas las premisas que se nos solicita desde Bruselas, una iniciativa verde capaz de generar prosperidad económica y bienestar social para el conjunto de la sociedad pero que, aún así, puede dejar de cumplir alguna expectativa legislativa.

Quienes tienen la capacidad de legislar, y que se supone que son el reflejo de la sociedad, además de producir alimentos, nos exigen que lo hagamos de un modo sostenible y respetuosos con el entorno, lo cual es entendible. Para ser competitivos, hay que innovar y digitalizarnos, lo cual, también es entendible. Sufrimos mayores exigencias en los ámbitos comerciales y productivos que nuestros competidores de países terceros, y aún así, sobrevivimos. No cabe duda de que el sector primario, y el sector agroalimentario han interiorizado su participación en el concepto de economía circular. Algo que se puede acabar haciendo imposible pese a la voluntad manifiesta, con exigencias ideológicas hacia un sector que ya tiene que aguantar bastante.

(*) *Presidente de la sectorial de Frutas y Hortalizas de Cooperativas Agroalimentarias.*

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

No corren buenos tiempos para los cítricos españoles. La campaña se está desarrollando con bajos precios y poca demanda, con la naranja y el limón como productos especialmente perjudicados. Y en esta línea, Jóvenes Agricultores Asaja Alicante evalúa de forma negativa el desarrollo de la temporada de naranja, que sin prácticamente haber empezado, acumula “pérdidas económicas irreversibles que pueden ya cuantificarse en alrededor de 50 millones de euros”. La primera parte del ejercicio citrícola alicantina concluye con una Navelina que se vende a 0,07 euros/kg, mientras que otros años suele cotizar alrededor de 0,20 euros/kg, y tiene unos costes fijos de producción de alrededor de 0,15 euros/kg. Los agricultores achacan el descalabro citrícola del otoño a la entrada masiva de cítricos de Sudáfrica hasta casi diciembre y al escandaloso abuso que están ejerciendo las grandes cadenas, que han subido el precio de la fruta al consumidor, llegando a ofertar en sus lineales un kilo de naranjas entre 1,30-1,50 euros/kg, lo que implica un margen con respecto al precio que pagan al productor del 1.900%.

Además, la organización agraria denuncia una práctica que se está estandarizando durante la presente campaña del limón y que viene a dar la puntilla a una fatídica campaña citrícola marcada por los bajos precios y la aparición sobrevenida de prácticas desleales para llevarse los limones gratis. Según explica Asaja Alicante, “aprovechándose de la situación de incertidumbre que atraviesan los agricultores, algunas empresas intermediarias y ciertos especuladores han estandarizado un sistema de compras por el que mediante contrato con el agricultor fijan un precio de corte acordado por ambas partes, pero sin especificar porcentaje de destrío, al que en ocasiones están destinando más de la mitad de la cosecha cortada y de limones que están en perfectas condiciones, con lo que existe la sospecha de que están siendo clasificados y envasados con destino a la exportación y comercialización en fresco y no a las cítricas y, por tanto, robados a los agricultores”.

■ CAMPAÑA DE NARANJA

La guinda final al ya irrecuperable primer tramo de la campaña de la naranja de la provincia de Alicante la pone la reina de sus variedades, la Navelina, que en el mejor de los casos el agricultor la ha podido vender a 0,07-0,08 euros/kg, cuando sus costes fijos de producción rondan los 0,15 euros/kg. Eso sin contar el desmesurado aumento de los costes de producción (luz, agua, carburantes...) registrado en el último cuatrimestre del año. “Y decimos en el mejor de los casos, porque mucha de ella se va a quedar finalmente sin recoger, en los árboles o el suelo”, aseguran desde Asaja Alicante.

De esta forma, la primera parte de la cosecha de la naranja en la provincia finaliza, paradójicamente, casi sin haber empezado, puesto que la entrada masiva de cítricos de Sudáfrica provocó que en los meses de noviembre y diciembre las grandes cadenas siguieran ofertando en sus lineales naranja del país tercero. Esto redujo al mínimo las operaciones de compra del cítrico español y

La campaña naranjera alicantina acumula pérdidas de 50 millones

Asaja Alicante también denuncia prácticas desleales en la temporada de limón por parte de algunos intermediarios



Mucha naranja se va a quedar sin recolectar ante los bajos precios. / ASAJA ALICANTE

colapsó la salida de la fruta nacional. El daño es ya irreversible y se calculan pérdidas con respecto al mismo tramo otoñal de la naranja de la cosecha 2020-2021 del orden de 50 millones de euros para el campo alicantino.

Asimismo, este año, cuando se acaba de aprobar la Reforma de la Ley de la Cadena Alimentaria, que incorpora la novedad de “prohibir la venta a pérdidas”, Asaja denuncia que estamos asistiendo, de nuevo, a la vulneración de la misma y al abuso al productor cuando las grandes cadenas alimentarias han subido en general el precio de la fruta, mientras que al agricultor se la pagan por debajo de costes. “El claro ejemplo de esta situación de abuso lo tenemos en la naranja. La Navelina cuesta producirla en torno a 0,15 euros/kg, y normalmente el agricultor la puede vender a unos 0,20 euros/kg, mientras el supermercado la oferta a alrededor de 0,80 euros/kg. Esta campaña se la han pagado, al que se las han cortado, a unos vergonzosos 0,07 euros/kg y las han vendido en el súper hasta a 1,50 euros/kg. Queda claro quien se está lucrando aquí y el nivel de abuso y tomadura de pelo al que se ha llegado, tanto con el consumidor como con el productor”, denuncia el presidente de Asaja Alicante, José Vicente Andreu.

En este sentido, Andreu afirma que la publicación con fecha 15 de diciembre de 2021 de la modificación de la Ley de la Cadena Alimentaria “es una buena

“Hoy en día se sigue vendiendo por debajo de costes de producción y, en la práctica, nada ha cambiado”

“No cuadra que a los agricultores se les destrío como limón de industria un 50% de su producción”

noticia, pues es positivo que por fin exista esta norma en nuestro ordenamiento jurídico y que se prohíba expresamente por ley la venta a pérdidas o venta a resultas, así como otras prácticas desleales y fraudulentas. Sin embargo, hoy en día seguimos vendiendo por debajo de costes de producción y, en la práctica, nada ha cambiado”.

El presidente de Asaja Alicante considera que “el problema viene de la gran distribución, que impone las condiciones en la cadena de valor, pervierte la transparencia del mercado bajo un ánimo de lucro atroz. El precio se pone en destino y la AICA (Agencia de Información y Control Alimentario que pertenece al Ministerio de Agricultura) debe de poner el foco en el operador que realiza la venta final al consumidor, es decir, la gran distribución... Mientras la AICA no consiga corregir los abusos de poder de esta parte de la cadena alimentaria y ordene los rendimientos mínimos de cada operador, la nueva ley no va servir para nada”.

■ LIMÓN

En cuanto a la campaña del limón en la Vega Baja del Segura, la temporada ya empezó renqueante ante la entrada masiva de cítricos de Sudáfrica, las escasas operaciones de compra-venta y los bajos precios. Además, Asaja Alicante denuncia que “parece que hay algunas empresas que han decidido sacar tajada de la situación de crisis e incertidumbre que viven los productores. Y es que, esta campaña se está convirtiendo en una práctica estandarizada la forma de proceder de ciertas empresas intermediarias y de especuladores que son los únicos que están realizando cortes en las fincas de limón y que mediante contrato pactan con el agricultor un precio de venta, pero con la novedad de no especificar en él el porcentaje de destrío de la cosecha. La sorpresa llega cuando al agricultor le han cortado la finca y, de los kilos acordados, la mitad no se los pagan porque los han destinado al destrío, es decir, a la industria cítrica. Limones que están en

perfectas condiciones de venta y consumo y que los productores sospechan que están siendo manipulados, envasados y destinados a la exportación para su consumo en fresco”.

José Vicente Andreu afirma que desde hace varias semanas son varios los agricultores que están siendo víctimas de esta práctica desleal y que han denunciado este hecho ante Asaja Alicante. “Desgraciadamente estamos recogiendo múltiples denuncias que relatan la misma situación. Estos intermediarios llegan a un acuerdo de venta con el agricultor sin especificar destrío, que normalmente suele rondar entre el 3-5% del total de la cosecha, y que antes siempre se especificaba en contrato. Según la última denuncia que hemos registrado, la sorpresa es que, de los 300.000 kg de limón que le cortaron al agricultor le pagan 135.000 kg y 150.000 kg se los llevan gratis porque se los clasifican como destrío, cuando el empresario constata que de los desechados más de la mitad estaban en perfectas condiciones. Están menospreciando y abusando del eslabón más débil de la cadena: la producción y el agricultor... con intimidaciones de diferente tipo. Y, lo que es más grave, consumando una estafa en toda regla, bajo la amenaza de que, si pones alguna pega o no estás de acuerdo, no te cortan la fruta, aprovechándose de una estructura de mercado que penaliza al agricultor. Debemos perseguir y erradicar este tipo de prácticas y operadores del mercado que solo aportan corrupción y fraudes y dotar definitivamente al mercado de transparencia”, matiza el presidente de Asaja Alicante.

En este sentido, Andreu asevera que “no cuadra en absoluto que a los agricultores se les destrío como limón de industria un 50% de su producción, cuando la industria está procesando mucho menos limón que el año pasado y, también, se está exportando menos. Hecho que demuestra que ese destrío se reprocesa y se manda en su mayoría al comercio en fresco, lo que viene a ratificar el fraude que se está cometiendo.

Los agricultores esperamos que Ailimpo (Asociación Interprofesional de Limón y Pomeño) tome cartas en el asunto de forma inmediata como órgano representativo de todo el sector, que debe velar por el equilibrio y buen funcionamiento del sistema productivo, del comercio y de la industria”.

Por ello, Asaja Alicante va a poner en conocimiento de la AICA este tipo de operaciones fraudulentas y va a pedir que se exija urgentemente a los exportadores que, ante la llegada de limones de los que no se saben procedencia, sea imprescindible demostrar su trazabilidad, así como el establecimiento de sanciones en caso de detectar este tipo de fraude. “Mucho nos tememos que estos limones se están reclasificando y envasando en almacenes y revendiendo a los exportadores con destino el consumo en fresco, llegando a robar a los productores entre el 30 y el 35% de la cosecha. Es inadmisible que los exportadores no se informen de dónde vienen estos limones y sean cómplices de participar en este atraco al productor”, concluye el presidente de Jóvenes Agricultores Asaja Alicante.

Intercitrus sigue reclamando el 'cold treatment'

La interprofesional citrícola señala que el récord de rechazos por 'Falsa polilla' de 2021 y el informe de la EFSA deberían forzar a Bruselas a imponer el tratamiento de frío a las importaciones

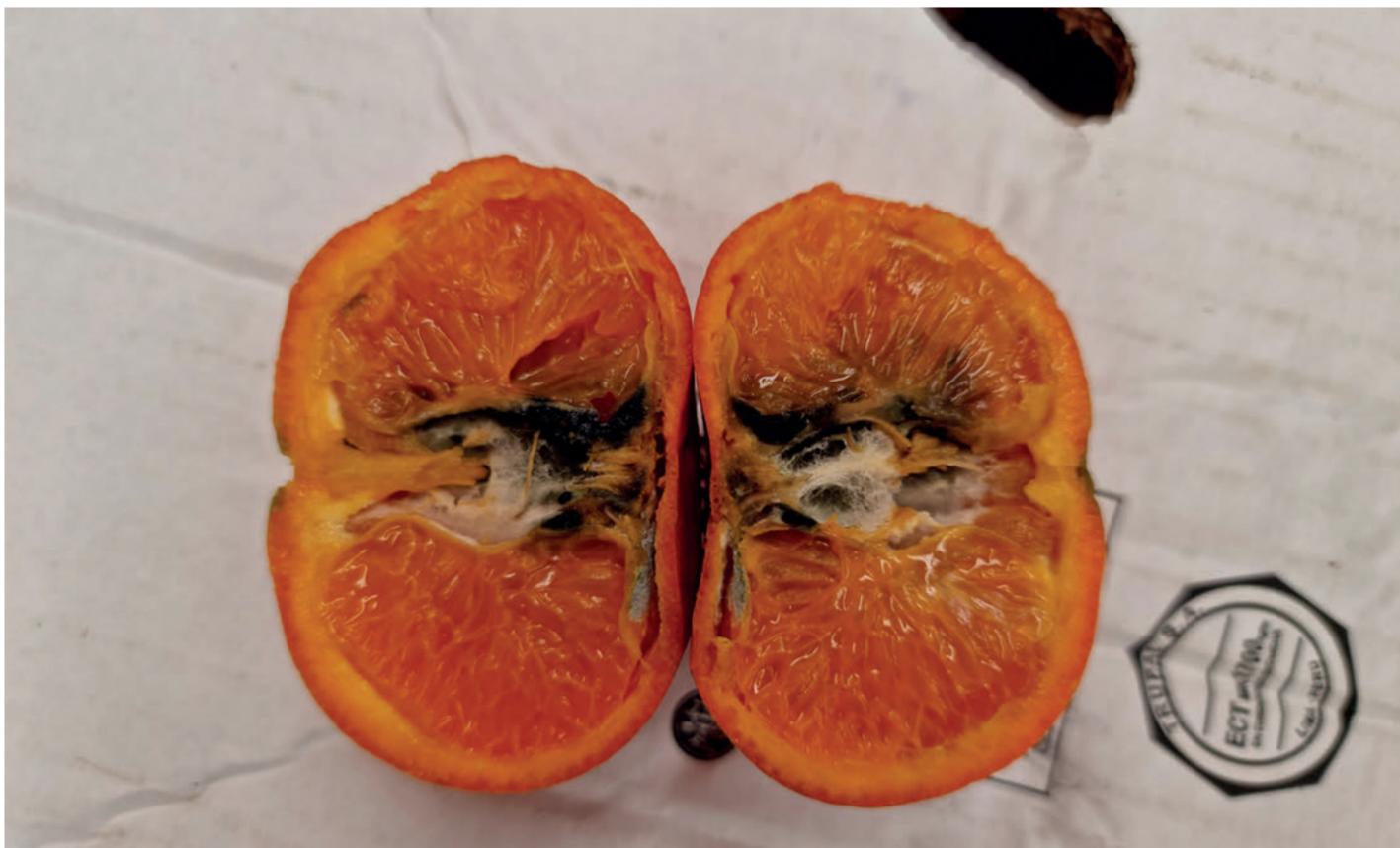
► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

En agosto de 2021, la Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria (EFSA) confirmó en un informe encargado por la propia Comisión Europea lo que el sector citrícola venía denunciando: que el 'enfoque de sistemas' implementado por Sudáfrica desde 2018 para evitar la entrada y propagación en Europa de la 'Falsa polilla' (*Thaumatotibia leucotreta*) no sirve e incumple la normativa comunitaria. Y esto es así porque el conjunto de estrategias de manejo integrado que la UE permite aplicar a Sudáfrica en cítricos para controlar la 'Falsa Polilla', según se acreditó científicamente, están muy lejos de garantizar la ausencia de la plaga que la propia normativa exige explícitamente.

El Comité Permanente Fitosanitario de la UE, del que forman parte la Comisión y los representantes fitosanitarios de los 27 Estados miembros, están debatiendo desde hace meses las medidas a aplicar. Los rechazos acumulados este año en los puertos europeos, hasta noviembre, ya suman otra cifra récord de 29 partidas infectadas con 'Falsa polilla' (18 de Sudáfrica, 10 de Zimbabue y 1 de Israel).

Intercitrus considera que, tratándose de una plaga regulada como cuarentenaria y 'prioritaria' por su impacto económico y medioambiental, la única alternativa que le queda a Bruselas es imponer un *cold treatment* en tránsito para estas importaciones. Un tratamiento de frío que está estandarizado internacionalmente, que es el que le exigen otras potencias citrícolas a las exportaciones españolas, que garantiza eliminar cualquier riesgo de introducción y que ahora la UE debiera aplicar sin excepción a todas las partidas de cítricos procedentes de los países donde esté declarada esta plaga y para todas las frutas en las que, efectivamente, se ha detectado reiteradamente y que la ciencia confirma que están consideradas como portadoras, esto es, para naranjas, mandarinas y pomelos, además de ser consideradas como hospedadores del patógeno.

A estas alturas y tras propagarse por toda África y llegar a Israel en 1984, nadie discute la capacidad de adaptación de la *Thaumatotibia leucotreta* al clima Mediterráneo. Se trata, como se avanzaba, de una plaga catalogada en el 'top 20' de las enfermedades vegetales reguladas por la UE como 'prioritarias' por los graves daños que ocasionan y que en el caso de los cítricos provoca una caída prematura y masiva de los frutos y la aparición de infecciones secundarias causadas por hongos y bacterias. No se trata de una amenaza exclusiva para los cítricos, es una plaga altamente polífaga, que afecta a hasta 70 plantas hospedantes, entre



Una mandarina detectada en una inspección portuaria procedente de un país tercero afectada por *Thaumatotibia leucotreta*. / INTERCITRUS

ellas, a cultivos mediterráneos tan relevantes como el pimienta, algodón, melocotón, nectarina, aguacate, la granada... o a árboles forestales como el roble.

Es más, según advierte el Plan de Contingencia redactado por el Ministerio de Agricultura para prevenir la entrada y prepararse frente a la posible detección de este insecto, "el riesgo de establecimiento en nuestro país es muy alto" y añade que la "principal vía de entrada es la importación de frutos". Y los controles visuales en los puertos de entrada o antes, en los campos de origen, no suponen mayor garantía porque "las larvas de *T.leucotreta* se alimentan internamente y la mayoría de hospedantes (frutos) presenta síntomas externos difíciles de identificar", señala el informe del Ministerio.

No es de extrañar, por tanto, que este patógeno haya supe-

Intercitrus considera que el 'cold treatment' tendría que afectar a las importaciones de países que padecen la plaga y aplicarse a todos los cítricos que pueden transportarla: naranjas, mandarinas y pomelos

rado en multitud de ocasiones los controles fronterizos europeos, provocara un brote en 2018 en un invernadero alemán y haya sido "detectado de manera ocasional en Dinamarca, España, Finlandia, Holanda, Italia, Suecia y Reino Unido". Una vez instalado este insecto, según reconoce también el propio Ministerio, su erradicación se complicaría por la falta de insecticidas autorizados.

De ahí que Intercitrus valore las gestiones que el departamento dirigido por Luis Planas está realizando ante la Comi-

sión y ante los demás Estados miembros para terminar de convencerlos de que la única opción posible —la única que aporta todas las garantías y es viable— es imponer a los países afectados por esta plaga un tratamiento de frío en tránsito para poder exportar sus cítricos a la Unión Europea.

De igual manera, en términos más amplios, la interprofesional quiere aplaudir los acuerdos alcanzados con el gobierno francés, que este semestre ocupa la presidencia de la UE, en materia de reciprocidad de las im-

portaciones, esto es, para asegurar que los productos agrícolas procedentes de terceros países respetan los mismos estándares que los europeos. "Alcanzar la reciprocidad en Europa en materia de uso de fitosanitarios o sobre las condiciones laborales o medioambientales de producción es el único camino posible para evitar que el 'Pacto Verde', que también promueve Europa, no acabe por ser también otra ventaja competitiva más para la producciones foráneas que no tienen que cumplirlo. Imponer el *cold treatment* —que ya le exigen a las exportaciones españolas y que Sudáfrica asume cuando exporta a Estados Unidos, China, Australia...— podría y debiera ser el primer paso para avanzar también hacia esa reciprocidad que ahora se quiere perseguir", concluye la presidenta de Intercitrus, Inmaculada Sanfeliu.

Intercepciones de productos importados en la UE o en Suiza con THAUMATOTIBIA LEUCOTRETA

AÑO	PAÍS DE EXPORTACIÓN	ESPECIES DE PLANTAS	Nº INTERCEPTACIONES	TOTAL POR PAÍS DE EXPORTACIÓN	TOTAL AÑO (HASTA NOVIEMBRE)
AÑO 2021 (HASTA NOVIEMBRE)	SUDÁFRICA	NARANJA (<i>CITRUS SINENSIS</i>)	10	18	29
		POMELO (<i>CITRUS PARADISI</i>)	4		
		MANDARINA (<i>CITRUS RETICULATA</i>)	3		
		KUMQUAT (<i>FORTUNELLA MARGARITA</i>)	1		
	ZIMBABUE	NARANJA (<i>CITRUS SINENSIS</i>)	7	10	
POMELO (<i>CITRUS PARADISI</i>)		3			
	ISRAEL	MANDARINA (<i>CITRUS RETICULATA</i>)	1	1	

Agrocultivos

La bioplanta de Caudete, un referente mundial de lucha biológica contra las plagas

La Generalitat Valenciana invertirá 14,2 millones de euros para ampliar y modernizar las instalaciones de este centro, el segundo más grande de Europa

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La Generalitat Valenciana invertirá 14,2 millones de euros para convertir la bioplanta de Caudete de las Fuentes (Valencia) en un centro de referencia mundial en la lucha biológica contra las plagas. El presidente de la Generalitat, Ximo Puig, y la consellera de Agricultura, Mireia Mollà, visitaron la semana pasada este centro para conocer los detalles del proyecto constructivo, que incluye construir una nueva planta, renovar el equipamiento, implantar sistemas de automatización y robotización, así como disponer de equipos de producción de energía renovable y mejora de la eficiencia energética.

Está previsto que las obras comiencen este año y la construcción de un nuevo edificio en Caudete hace necesario también levantar un nuevo evolucionario en Elche y ampliar con un nuevo edificio las instalaciones del Instituto Valenciano de Investigaciones Agrarias, en Moncada, para poder atender al incremento de la producción de larvas.

Las instalaciones de Caudete albergan desde 2007 la técnica pionera del insecto estéril, principal método de lucha contra la mosca del Mediterráneo ('ceratitis capitata') que afecta principalmente a los cítricos. La esterilización y posterior suelta masiva de los machos estériles hace inviable la fecundación y viabilidad de los huevos, de manera que se preservan los cultivos y se reducen en un 50%



Imagen de la visita de Ximo Puig y Mireia Mollà a la bioplanta de Caudete (Valencia). / GVA

las poblaciones de 'ceratitis'. El presidente de la Generalitat afirmó que los resultados de la experiencia han permitido reducir en un 95% la fumigación química por medios aéreos. De hecho, el objetivo del proyecto de ampliación es incrementar en un 60% la capacidad de producción de machos estériles, de 500 a 800 millones de larvas semanales, y, por tanto, extender el método de lucha al 100% de los campos de cítricos y a otras 40.000 hectáreas de frutales vulnerables a la plaga, como el níspero, el cerezo, el ciruelo o el melocotonero.

El jefe del Ejecutivo valenciano señaló que resulta "fundamental" para el Consell contribuir a "generar el mejor

Con la ampliación del centro se pretende incrementar en un 60% la capacidad de producción de machos estériles y extender el método de lucha al 100% de los campos de cítricos y a otros cultivos

El proyecto de lucha biológica contra la mosca del Mediterráneo ('ceratitis capitata') ha reducido en un 95% la fumigación química por medios aéreos y ha hecho bajar las poblaciones del insecto al 50%

escenario posible para el desarrollo del sector primario" combatiendo las plagas con criterios de respeto medioambiental. En

este sentido, subrayó que las inversiones proyectadas permiten consolidar el "camino de la modernización real de la economía

agraria teniendo en cuenta la sostenibilidad".

Por su parte, la consellera de Agricultura, Desarrollo Rural, Emergencia Climática y Transición Ecológica, Mireia Mollà, indicó que el aumento de capacidad y producción ampliaría en 60.000 hectáreas —de las 140.000 actuales a 200.000— las zonas de liberación y suelta. "Queremos que la bioplanta de Caudete habilite también otros proyectos de control biológico, como los que lleva a cabo la Conselleria contra el 'cotonet' o la mosca del olivo", explicó Mollà.

■ GRAN REFERENTE

La consellera subrayó que se está, por tanto, ante un "gran día" tanto para el Gobierno valenciano como para el sector cítrico, dado que los planes para la planta, la segunda más grande de Europa, la situarán como "gran referente" en la lucha biológica para proteger los cultivos.

La presentación del proyecto fue uno de los compromisos adquiridos por la Conselleria en el pasado Seminari d'Estiu y contó con la presencia de representantes del conjunto de las entidades agrarias, de los alcaldes y alcaldesas de los municipios Caudete de las Fuentes, Camporrobles, Chera, Requena, Sinarcas, Utiel y Venta del Moro, además del presidente de la Mancomunidad.

El Ministerio de Agricultura ha destinado a la Comunitat Valenciana 6 millones de euros, la dotación más grande de todas las comunidades autónomas, para financiar programas de lucha contra las plagas. Mollà señaló que este reparto territorial "es un reconocimiento al esfuerzo y al trabajo que vienen desarrollando el territorio, las entidades agrarias, las universidades y la Administración para encontrar fórmulas exitosas y abrir nuevas líneas de investigación".

La presentación técnica del proyecto corrió a cargo del director general de Agricultura, Antonio Quintana, quien destacó que, con esta iniciativa, aumentará considerablemente la capacidad de respuesta contra las plagas.

■ COMUNITAT VALENCIANA

El Ministerio de Agricultura activa 55,99 millones para modernizar regadíos

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

El Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA), a través de la Sociedad Mercantil Estatal de Infraestructuras Agrarias (SEIASA), destinará un total de 55.985.490 euros de los fondos del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia (PRTR) para la primera fase del programa de modernización de regadíos sostenibles en la Comunitat Valenciana. A tal efecto, el 14 de enero se formalizaron en Valencia tres convenios por los que se invertirán 18.360.260 euros (IVA no incluido) en actuaciones en las comunidades de regantes

de la Acequia Real del Júcar y Llíria, en la provincia de Valencia, y Vall D'Uixó en Castellón. La firma estuvo presidida por el presidente de la Generalitat Valenciana, Ximo Puig, y contó con la asistencia de la delegada del Gobierno en la Comunitat Valenciana, Gloria Isabel Calero Albal. Las actuaciones objeto de los convenios firmados se suman a las comprometidas a principios del pasado mes de diciembre en los regadíos de la Comunidad General de Regantes Riegos de Levante Margen Izquierda del Segura (Alicante), por valor de 37.625.230 euros. En el marco de

esta primera fase del plan de modernización de regadíos contemplado en el PRTR ya en marcha, el MAPA, a través de SEIASA, modernizará un total de 32.454 hectáreas de regadíos sostenibles en la Comunitat Valenciana, de lo que se beneficiarán 25.546 regantes.

El presidente de la Generalitat Valenciana, Ximo Puig, celebró los "buenos resultados" de la estrecha colaboración que mantiene la Comunitat Valenciana con el Gobierno de España y aseguró que las inversiones comprometidas en los convenios firmados servirán para seguir manteniendo

la agricultura valenciana a la cabeza del sector.

Por su parte, la delegada del Gobierno, Gloria Isabel Calero Albal, recordó que "tal y como anunció el ministro de Agricultura, Luis Planas, en su última visita a Valencia, entre las Fases I y II del Plan de Recuperación, la Comunitat Valenciana recibirá un total de 103 millones de euros de los fondos Next Generation para modernización de regadíos, lo que supondrá el 13% de la inversión total nacional".

En este sentido, el presidente de SEIASA, Francisco Rodríguez Mulero, recordó que solo

en la última legislatura se ha multiplicado por más de siete la inversión destinada a este tipo de actuaciones en la huerta valenciana, pasando de los 15 millones de euros consignados en el periodo 2012 a 2018, a 113 millones de euros de 2019 a 2021. Las inversiones del "Plan para la mejora de la eficiencia y la sostenibilidad en regadíos" del PRTR tienen un carácter público-privado, por lo que la aportación pública será de un máximo del 80% del coste de los gastos elegibles, mientras que las comunidades de regantes aportarán el resto.

El objetivo de las actuaciones contempladas en los convenios firmados es digitalizar y automatizar el riego para ahorrar agua, posibilitar el uso de aguas regeneradas para conseguir más recursos disponibles y reducir costes energéticos con plantas solares fotovoltaicas.

Agrocotizaciones

MERCADOS NACIONALES

Mercalicate

Información de precios frecuentes de frutas, hortalizas y patatas, referidos a la semana del 3 al 9 de enero de 2022, ofertados en el Mercado Central de Abastecimiento de Alicante.

FRUTAS	Euros/kg
Aceituna.....	1,70
Aguacate Hass.....	1,80
Fuerte.....	3,17
Kaki Rojo Brillante o Persimon.....	0,88
Sharoni.....	1,36
Castaña.....	4,21
Cereza Otras Variedades.....	11,26
Picota.....	10,30
Chirimoya Fina de Jete.....	3,34
Coco Otras Variedades.....	0,75
Dátil Deglet Nour.....	3,30
Medjoul.....	7,12
Fresón Ventana.....	6,03
Granada Grano de Elche.....	1,08
Guayaba Otras Variedades.....	2,20
Higo Seco.....	1,80
Kiwi Pulpa Verde.....	3,24
Kiwigold.....	4,67
Kumquat.....	2,47
Lima Otras Variedades.....	0,71
Persian.....	1,50
Mejicana.....	3,33
Limón Fino o Primafiori.....	0,30
Verna.....	0,51
Rodrejo.....	0,60
Verna.....	0,51
Mandarina.....	
Otras Variedades.....	1,15
Clemenule.....	0,40
Fortuna.....	0,50
Hernandina.....	0,42
Clemenvilla o Nova.....	1,18
Mango Tommy Atkins.....	2,00
Manzana.....	
Otras Variedades.....	1,86
Fuji.....	1,28
Golden.....	0,70
Granny Smith.....	1,20
Pink Lady.....	2,30
Reineta.....	1,92
Royal Gala.....	0,60
Starking o Similares.....	1,00
Melón Piel de Sapo.....	0,70
Membrillo Común.....	0,70
Naranja Navel.....	0,47
Navelina.....	0,40
Nuez.....	4,50
Papaya Grupo Solo y Sunrise.....	1,47
Papayón.....	3,95
Pera Conferencia.....	0,92
Otras Variedades.....	0,80
Ercolini / Morettini.....	1,96
Piña Golden Sweet.....	1,08
Pitahaya Otras Variedades.....	8,00
Plátano.....	
Americano o Banana.....	0,72
Plátano de Canarias 1ª.....	1,25
Plátano de Canarias 2ª.....	0,45
Extra.....	1,60
Macho.....	0,90
Pomelo Rojo.....	0,68
Resto de Frutas.....	2,00
Uva Aledo.....	2,50
Blanca Otras Variedades.....	2,44
Sin Semilla Negra.....	3,71
Sin Semilla Blanca.....	3,52
Ideal o Italia.....	2,01
Alfonso Lavalle.....	1,90
Napoleón.....	2,20
Red Globe.....	2,73
HORTALIZAS	Euros/kg
Acelga Hojas Lisas.....	0,60
Hojas Rizadas Lyon.....	0,60
Ajo Blanco.....	2,70
Morado.....	3,60
Tierno o Ajete.....	2,32
Alcachofa Blanca de Tudela.....	0,70
Otras Variedades.....	0,76
Apio Verde.....	0,50
Berenjena Morada.....	1,44

Bisalto o Tirabeque.....	3,91
Boniato o Batata.....	0,88
Brocoli o Brócoli o Brecol.....	1,00
Calabacín Verde.....	0,70
Calabaza de Invierno.....	0,40
De Verano.....	0,50
Cardo.....	0,80
Cebolla.....	
Tierna o Cebolleta.....	2,10
Blanca Dulce Fuentes de Ebro.....	0,80
Francesa o Echalote.....	0,75
Grano de Oro o Valenciana.....	0,32
Morada.....	0,70
Chirivía.....	1,00
Col de Hojas Lisas.....	0,30
Lombarda o Repollo Rojo.....	0,50
Repollo de Hojas Rizadas.....	1,00
Otras Variedades.....	1,81
Coliflor.....	1,00
Otras Variedades.....	1,48
Endivia.....	2,16
Escarola Lisa.....	1,00
Espárrago Verde o Triguero.....	3,15
Espinaca.....	0,80
Haba Verde o Habichuela.....	2,13
Jengibre.....	2,40
Judía Verde Fina.....	4,91
Perona.....	3,55
Lechuga Cogollo.....	2,10
Hoja de Roble.....	0,90
Iceberg.....	1,50
Otras Variedades.....	0,90
Romana.....	0,40
Maíz o Millo.....	1,00
Nabo.....	0,70
Pepino Corto o Tipo Español.....	1,15
Perejil.....	0,60
Pimiento Otras Variedades.....	1,41
Rojo Lamuyo.....	1,28
Verde Italiano.....	1,60
Rojo California.....	1,57
Rojo Pico o Piquillo.....	1,65
Verde Padrón.....	2,98
Puerro.....	1,30
Rábano y Rabanilla.....	1,20
Resto de Hortalizas.....	0,60
Seta Champiñón.....	2,39
Níscalo o Rovellón.....	18,00
Tomate.....	
Asucrado Verde Raf.....	1,08
Liso Rojo / Daniela /	
Long Life / Royesta.....	0,88
Liso Rojo Pera.....	1,21
Otras Variedades.....	0,79
Liso Rojo Rama.....	1,30
Yuca o Mandioca o Tapioca.....	1,80
Zanahoria Nantesa.....	0,40
En Rama.....	0,50
Otras Variedades.....	0,67
PATATAS	Euros/kg
Blanca Otras Variedades (Granel).....	0,50
Blanca Otras Variedades (Confec.).....	0,50
Blanca Ágata (Confec.).....	0,44
Blanca Agría (Granel).....	0,48
Blanca Jaerla (Granel).....	1,00
Blanca Spunta (Granel).....	1,00
Roja Otras Variedades (Granel).....	1,40
Roja Otras Variedades (Confec.).....	1,40
Mercabarna	
Información de los precios dominantes de frutas y hortalizas, del 13 de enero de 2022, facilitada por el Mercado Central de frutas y hortalizas de Barcelona, Mercabarna.	
FRUTAS	Euros/kg
Albaricoque.....	1,30
Aguacate.....	3,75
Almendra.....	7,50
Pomelo.....	0,90
Avellana.....	6,50
Kaki.....	0,80
Carambolas.....	4,00
Castañas.....	3,50
Cerezas.....	10,00
Cocos.....	0,60
Membrillo.....	0,90
Dátiles.....	4,00
Feijoa.....	8,00

Higo.....	1,75
Higos Chumbos.....	2,00
Frambuesa.....	8,00
Grosellas.....	10,00
Kiwis.....	2,50
Lichis.....	7,00
Lima.....	4,00
Limón.....	0,60
Fresa.....	6,00
Fresón.....	1,70
Granada.....	0,90
Mandarina.....	
Clementina.....	0,80
Satsuma.....	0,80
Otras.....	1,00
Mangos.....	4,00
Maracuyá.....	8,00
Melón Galia.....	1,00
Amarillo.....	1,40
Piel de Sapo.....	0,90
Otros.....	1,00
Moras.....	12,00
Nashi.....	2,10
Nectarina Blanca.....	1,20
Amarilla.....	1,20
Níspero.....	3,50
Nueces.....	3,20
Olivas.....	3,80
Papayas.....	3,00
Pera Blanquilla.....	1,00
Verano.....	0,40
Invierno.....	1,10
Romana.....	0,90
Temprana.....	1,00
Piña.....	1,00
Pitahaya.....	7,00
Plátanos Canario.....	1,90
Importación.....	0,70
Manzana Bicolor.....	0,70
Rojo Lamuyo.....	0,75
Verde.....	1,00
Roja.....	0,70
Otras.....	1,30
Melocotón Amarillo.....	2,30
Rojo Pulpa Blanca.....	1,75
Rojo Pulpa Amarilla.....	1,30
Ciruella.....	1,20
Uva Blanca.....	2,10
Negra.....	2,50
Rambután.....	14,00
Sandia con semilla.....	1,20
Sin semilla.....	0,90
Naranja.....	0,80
Chirimoya.....	2,70
Otras Frutas.....	0,90
HORTALIZAS	Euros/kg
Berenjena Larga.....	1,70
Redonda.....	1,10
Ajo Seco.....	2,50
Tierno.....	0,60
Apio.....	0,50
Acelgas.....	0,65
Batata.....	0,50
Borrajá.....	1,00
Brócoli.....	1,00
Brecol.....	0,60
Calçots.....	0,11
Calabaza.....	0,30
Calabacín.....	2,80
Cardo.....	0,75
Alcachofa.....	1,30
Cebolla Seca.....	0,25
Figueras.....	0,60
Tierna.....	0,80
Pepino.....	1,65
Col Repollo.....	0,70
Bruselas.....	0,85
Lombarda.....	0,75
China.....	0,70
Coliflor.....	0,95
Berros.....	1,50
Lechuga Iceberg.....	0,90
Larga.....	0,50
Otras.....	0,40
Endibia.....	1,10
Escarola.....	0,60
Espárragos Blancos.....	6,50
Verdes.....	1,45
Espinaca.....	0,60

Haba.....	1,50
Hinojo.....	1,40
Perejil.....	0,50
Judía Bobi.....	1,10
Perona.....	4,00
Fina.....	3,00
Otras.....	1,50
Nabo.....	0,60
Zanahoria.....	0,45
Patata Blanca.....	0,48
Temprana.....	0,50
Roja.....	0,50
Pimiento Lamuyo.....	1,60
Verde.....	1,40
Rojo.....	1,40
Guisante.....	2,00
Puerro.....	1,15
Rábano.....	0,50
Remolacha.....	0,75
Tomate Maduro.....	0,90
Verde.....	1,20
Chirivía.....	1,10
Otras Hortalizas.....	0,70
OTROS PRODUCTOS	Euros/kg
Seta Girgola.....	3,50
Rovellón-Níscalo.....	10,00
Champiñón.....	1,80
Otras Setas.....	10,00
Maíz.....	0,60
Caña de Azúcar.....	1,75
Menestra.....	0,95
Otros Varios.....	1,50

Mercabilbao

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 11 al 14 de enero de 2022, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Bilbao. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Chirimoyas.....	3,50
Limones.....	0,90-0,80
Mandarinas Clementina.....	0,95
Manzana Golden.....	0,75
Naranja Navelina.....	0,60
Pera Blanquilla.....	1,20
Piñas.....	1,20
Plátanos.....	1,75
HORTALIZAS	Euros/kg
Alcachofas.....	1,50-1,35
Cebollas Grano de Oro.....	0,32
Coliflor.....	0,50
Judías Verdes.....	2,60-3,70
Lechugas.....	0,63
Patatas Calidad.....	0,28
Pimientos Verdes.....	1,70-1,60
Tomate Maduro.....	1,10-0,95
Verde.....	1,40-1,30
Zanahoria.....	0,45

Mercacórdoba

Precios medios de frutas y hortalizas, correspondientes al mercado de la semana del 3 al 9 de enero de 2022. Información facilitada por Mercacórdoba.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacates.....	3,41
Almendras.....	8,25
Caqui Pérsimo.....	1,24
Castaña.....	3,83
Cereza Picota.....	9,99
Chirimoya.....	2,97
Coco.....	2,60
Dátil.....	6,63
Fresa / Fresón.....	5,18
Kiwi / Zespri.....	2,73
Limón.....	0,84
Mandarina.....	
Clementina.....	
Fortuna / Nardocott.....	1,04
Clemenules.....	1,10
Clemenville.....	1,10
Mango.....	2,41
Manzanas.....	
O.V. / Pink Lady.....	2,03
Golden / Onzal Gold / Venosta.....	1,17
Royal Gala / Cardinale.....	1,26
Fuji / Braeburn / Pink Kiss.....	1,37

Granny Smith.....	1,51
Starking / R. Chief / Gloster / Reineta / Canadá Gris.....	1,85
Melón / Galia / Coca.....	1,25
Naranja.....	
O.V. / Malta / Minolta / Barberina.....	1,30
Navel.....	0,55
Salustiana.....	0,54
Navelina.....	0,62
Nuez.....	6,73
Papaya.....	2,60
Pera Blanquilla o Agua.....	1,16
Conferencia / Decana.....	1,26
Piña.....	1,01
Plátano.....	1,53
Banana.....	0,81
Uva.....	3,10
Otros Frutos Secos.....	10,97
HORTALIZAS	Euros/kg
Acelga.....	0,89
Ajo Seco.....	2,71
Alcachofa.....	1,18
Apio.....	1,06
Boniato / Batata.....	1,06
Berenjena.....	1,33
Brócoli / Brecol.....	1,32
Calabacín.....	1,06
Calabaza / Marrueco.....	0,69
Cardo.....	1,08
Cebolla / Chalota.....	0,49
Cebolleta.....	0,96
Champiñón.....	1,90
Col Repollo.....	0,59
Lombarda.....	0,75
Coliflor / Romanescu.....	0,69
Endivia.....	2,40
Escarola.....	0,99
Espárrago Verde.....	5,14
Espinaca.....	1,24
Guisante.....	4,20
Haba Verde.....	1,94
Judía.....	
Verde Fina (Brasileña).....	4,27
Perona / Elda / Sabinal / Emerite.....	2,88
Lechuga O.V.....	0,59
Cogollo.....	1,75
Iceberg.....	1,01
Nabo.....	2,58
Pepino.....	1,01
Perejil.....	1,43
Pimiento Verde.....	1,13
Rojo (Asar).....	1,25
Puerro.....	1,05
Rábano / Rabanilla.....	1,67
Remolacha.....	1,33
Seta.....	3,49
Tagarina / Cardillo.....	2,08
Tomate O.V.....	1,13
Chery.....	3,03
Daniela.....	0,91
Zanahoria.....	0,66
Menestra.....	2,60
PATATAS	Euros/kg
Nueva o Temprana.....	0,53
Añeja.....	0,36
Mercalaspalmas	
Precios frecuentes de frutas, hortalizas y patatas, del 10 al 14 de enero de 2022, en el Mercado Central de Abastecimiento de Las Palmas.	
FRUTAS	Euros/kg
Aceituna.....	4,00
Aguacate Hass.....	3,95
Fuerte.....	3,67
Otras Variedades.....	5,45
Castaña.....	4,45
Cereza Picota.....	14,95
Otras Variedades.....	6,95
Ciruela Santa Rosa.....	1,15
Coco Otras Variedades.....	0,95
Dátil Deglet Nour.....	2,35
Fresa.....	9,10
Fresón Otras Variedades.....	11,95
Granada Otras Variedades.....	1,95
Guayaba Otras Variedades.....	1,45
Higo Chumbo.....	2,45

MERCADOS NACIONALES

Verdal	6,00
Kaki	
Rojo Brillante o Persimón	1,65
Otras Variedades	1,65
Kiwi Kiwigold	4,95
Pulpa Verde	3,99
Limón Fino o Primafiori	0,88
Otras Variedades	0,89
Verna	0,86
Mandarina Clemenlate	1,05
Clemenvilla o Nova	1,28
Ortanique	1,15
Clemenule	1,09
Manga Kent	4,14
Manzanas Fuji	1,70
Golden	1,45
Royal Gala	1,75
Granny Smith	1,37
Otras Variedades	1,65
Starking o Similares	1,75
Reineta	2,05
Melocotón Merrill y Elegant Lady	1,65
Melón Piel de Sapo y Similares	1,58
Amarillo	1,62
Galia	1,05
Otras Variedades	1,90
Naranja Navel	1,25
Valencia Late	0,95
Otras Variedades	0,95
Navelina	0,80
Navel Late	1,15
Lane Late	1,15
Nectarina de Carne Blanca	2,10
Papaya Grupo Solo y Sunrise	1,50
Papayón (2-3 kg/ud)	1,15
Pera Conferencia	1,30
Otras Variedades	1,30
Limonera	1,75
Ercolini / Morettini	1,55
Piña Golden Sweet	4,95
Plátanos Canarias Primera	1,25
Canarias Segunda	1,10
Canarias Extra	1,40
Pomelo Amarillo	1,30
Sandía Sin Semilla	1,05
Uva Blanca, Otras Variedades	1,35
Red Globe, Roja	3,25
Aledo	2,50
Frutas IV Gama	7,25
Resto de Frutas	1,30
HORTALIZAS	Euros/kg
Acelga de Hojas Rizadas Lyon	1,45
Ajo Blanco	2,45
Morado	2,45
Alcachofa Blanca de Tudela	1,95
Apio Verde	1,80
Apionabo	2,95
Berenjena Morada	1,45
Berros	1,45
Boniato o Batata	1,30
Brócoli, Brocol o Brócoli	1,39
Calabacín Blanco	2,41
Verde	0,55
Calabaza de Verano	0,72
De Invierno	0,63
Cebolla Grano Oro o Valenciana	0,52
Morada	1,15
Recas o Similares	0,85
Cebolletas o Cebolla Tierna	1,45
Col China o Pekinensis	0,95
Lombarda o Repollo Rojo	0,92
Repollo Hojas Rizadas	0,94
De Bruselas	3,95
Coliflor	0,72
Escarolas Rizada o Frisée	1,10
Endivia	0,95
Espárrago Verde o Triguero	2,35
Espinacas	0,18
Guindilla Verde	3,50
Roja	2,50
Guisante	2,95
Haba Verde o Habichuela	4,00
Hinojo	2,45
Judía Verde Bobby	4,09
Verde Otras Variedades	2,48
Verde Elda	4,95
Lechuga Otras Variedades	0,35
Romana	0,45
Maíz o Millo	0,72
Nabo	0,95
Pepino Corto o Tipo Español	0,75
Largo o Tipo Holandés	0,82
Perejil	0,15
Pimiento Amarillo, tipo California	1,30
Otras Variedades	1,21
Rojo Lamuyo	1,54
Verde Italiano	1,40
Verde Padrón	4,71
Puerro	0,93
Rábano y Rabanilla	1,45

Remolacha Común o Roja	1,30
Seta Champiñón	2,30
Girgola o Chopo	2,20
Tomate Cherry	2,65
Liso Rojo Daniela/Long Life/Royesta	1,36
Liso Rojo Canarias	1,00
Otras Variedades	0,75
Zanahoria o Carlota Nantesa	1,62
Jengibre	2,25
Ñame o Yame	2,20
Yuca o Mandioca o Tapioca	1,55
Hortalizas V Gama	7,50
Hortalizas IV Gama	5,50
Resto Hortalizas	0,80
PATATAS (Granel)	Euros/kg
Blanca, Otras Variedades	0,95
Blanca Spunta	1,45
Otras Variedades	0,95
Roja Otras Variedades	1,45

Mercamadrid

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 11 al 14 de enero de 2022, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Madrid. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Chirimoyas	2,50
Limonas	0,50
Mandarinas Clementinas	1,15
Manzana Golden	1,15
Roja	1,00
Naranja Navelina	0,90
Papaya Grupo Solo y Sunrise	1,20
Piñas	1,25
Plátanos	1,20
HORTALIZAS	Euros/kg
Alcachofas	1,50
Cebollas Grano de Oro	0,27
Coliflor	0,50
Judías Verdes	2,10
Lechugas	0,69
Patatas Calidad	0,38
Pimientos Verdes	1,20
Tomates Verdes	1,425
Zanahorias	0,50

Mercasevilla

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 11 al 14 de enero de 2022, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Sevilla. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Chirimoyas	3,00-2,65
Limonas	0,50-0,55
Mandarinas Clementinas	0,60
Manzana Golden	1,30-1,40
Roja	1,45-1,25
Naranja Navelina	0,41-0,40
Pera Blanquilla	1,35-1,30
Piñas	1,05-1,10
Plátanos	1,20-1,45
HORTALIZAS	Euros/kg
Alcachofas	1,25-1,30
Cebollas Grano de Oro	0,32-0,33
Coliflor	0,60
Judías Verdes	1,70-2,20
Lechugas	0,50-0,39
Patatas Calidad	0,60
Pimientos Verdes	1,40-1,45
Tomates Verdes	1,10-1,25
Maduros	0,95-1,10
Zanahorias	0,56-0,58

Mercatenerife

Información de precios moda de frutas, hortalizas y patatas, del 10 al 16 de enero de 2022, facilitada por el mercado central de frutas y hortalizas de Tenerife.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacates Hass (local)	4,00
Fuerte (local)	2,50
Cerezas (no local)	9,00
Cocos (no local)	0,80
Chirimoyas (no local)	4,00
Fresones (local)	11,00
(no local)	5,50
Granadas (no local)	1,60
Guanábana (local)	7,50
Limón Común (local)	1,00
Común (no local)	1,10
Primofiori (no local)	1,00
Mandarinas Otras (no local)	1,00
Otras (local)	1,40
Manzanas Otras (no local)	2,20
Golden (no local)	1,20
Royal Gala (no local)	1,45
Granny Smith (no local)	1,55
Melones Piel de Sapo (no local)	1,60
Naranja Zumo Pequeña (local)	0,65

Extra Grande (local)	0,80
Extra Grande (local)	0,80
Navelinas (no local)	0,65
Peras Conferencia (no local)	1,10
Devoe (no local)	1,10
Ercoline (no local)	1,60
Lima (local)	2,20
Piña Tropical (local)	3,50
Plátanos Extra (local)	1,10
Primera (local)	0,65
Segunda (local)	0,50
Pomelos (no local)	1,00
(no local)	0,80
Sandías Sin Pepitas (local)	1,60
Uva Otras Blancas (no local)	2,60
Red Globe (no local)	2,20
Papaya Hawaiana (local)	1,00
Cubana (local)	0,60
Híbrida (local)	0,60
Otras (no local)	0,75
Otras (local)	0,75
Guayabos (local)	2,00
Mangos (local)	4,50
Mangas (local)	4,00
(no local)	4,20
Kiwi (no local)	3,05
(local)	1,70
Kiwano (local)	1,50
Higos Picos (local)	1,90
Parchita (local)	4,00
Carambola (local)	3,00
HORTALIZAS	Euros/kg
Acelgas (local)	0,90
Pera Blanquilla	3,65
Albahaca (local)	7,50
Apio (local)	1,50
(no local)	1,10
Berenjenas Moradas (local)	1,50
Moradas (no local)	1,40
Bubangos (local)	2,70
Calabacines (local)	1,20
(no local)	2,00
Redondos (local)	1,40
Zucchini (local)	1,50
Zucchini (no local)	1,80
Calabazas (local)	0,40
Cebollas Cebolletas (local)	3,50
Blancas (no local)	1,20
Blancas (local)	1,20
Moradas (no local)	1,20
Moradas (local)	1,00
Coles Repollo (local)	1,20
Repollo (no local)	1,30
Lombarda (local)	1,80
Lombarda (no local)	1,50
Coliflor (local)	1,20
(no local)	1,20
Champiñón (no local)	2,00
Endivias (no local)	3,00
Escarolas (local)	0,70
Espinacas (local)	2,50
Habas Verdes (local)	2,20
Habichuelas Redondas Bobby (local)	4,00
Redondas Bobby (no local)	4,20
Coco Planas (local)	3,50
Lechugas Batavia (local)	2,20
Romanas Alargadas (local)	1,80
Iceberg (local)	2,20
Iceberg (no local)	2,00
Cogollos de Tudela (local)	6,00
Hoja de Roble (local)	2,70
Lollo Rosso (local)	1,65
Nabos (local)	2,00
(no local)	1,60
Colinabos (local)	2,00
Pepinos (local)	1,50
(no local)	0,80
Perejil (local)	2,60
Pimientos Verdes (local)	1,30
Verdes (no local)	1,40
Rojo (local)	1,50
Rojo (no local)	1,60
Padrón (local)	5,00
Padrón (no local)	4,00
Amarillo (local)	1,50
Puerros (local)	1,20
(no local)	1,30
Rabanillas (local)	1,00
Rábanos (local)	2,00
Remolacha (no local)	1,00
Romero (local)	15,00
Rúcula (local)	4,80
Setas (no local)	6,00
Tomates Pera (local)	1,30
Pera (no local)	1,60
Salsa (local)	1,00
Salsa (no local)	1,00
Ensalada (local)	1,30
Ensalada (no local)	1,20
Cherry (local)	2,00
Cherry (no local)	2,60

Ailimpo. Coyuntura mercado de limón y pomelo

Resumen informativo de la coyuntura de mercado del limón y pomelo en España facilitada por Ailimpo-Consejería de Agricultura de Murcia, durante el periodo comprendido del 3 al 9 de enero de 2022. Precios origen. Semana 01/2022.

Advertencia Consejería Agricultura Murcia: La información contenida en este documento tiene un carácter exclusivamente ORIENTATIVO, de ningún modo posee carácter oficial. Está obtenida como consecuencia del seguimiento que realiza esta Unidad con el único objeto de orientar acerca de las cotizaciones más representativas de cada producto agrícola y ganadero. Por ello, las transacciones realizadas en los periodos de referencia, pueden haber sido realizadas a unas cotizaciones que no se correspondan con las reflejadas en este documento Por tanto la Consejería de Agua, Agricultura, Ganadería y Pesca no se hace responsable de cualquier uso que se le pretenda dar, mas allá del indicado como orientativo.

LIMÓN

Limón Fino (Alicante): 0,15-0,22 €/Kg

Limón Fino Todo Limón (Murcia): 0,17-0,22 €/Kg

Compás de espera en el mes de enero hasta conocer las señales de la demanda. Las cotizaciones de referencia son muy volátiles, y dependen del porcentaje de destrío que es inusualmente alto teniendo en cuenta el volumen global de cosecha. Pero como ya se ha informado en anteriores boletines, en origen el porcentaje de cítrica por plagas penaliza a los buenos, con una industria que trabaja a buen ritmo. El dato habla por sí solo, en el mes diciembre se han procesado 36.600 toneladas, una cifra récord (en los últimos 7 años) en este mes, y superior a las 34.800 que ya fueron récord en diciembre de 2020. Turquía sigue muy agresiva con precios muy bajos.

POMELO

El mercado del **pomelo** sigue tranquilo, a pesar de la puesta en marcha de operaciones promocionales en enero en los supermercados. La oferta sigue compuesta principalmente por orígenes mediterráneos (**España, Israel y Turquía**). En el segmento de alta gama, la oferta de **pomelo de Florida** sigue siendo muy limitada debido al importante déficit de producción y al aumento de los precios de los fletes. A más largo plazo, la oferta podría aumentar para satisfacer el exceso de demanda que suele darse en enero. Sin embargo, la cosecha de **pomelo mediterráneo** 2021-22 sigue siendo media (+3% respecto a la media). Las cosechas española y turca se inscriben en esta tendencia media, con una producción anunciada de 86.000 y 249.000 toneladas respectivamente. La producción israelí debería alcanzar las 147.000 toneladas, un 7% más que la media. La producción de **pomelo de Córcega**, que se iniciará próximamente, debería mantenerse estable en torno a las 6.000 toneladas. En cambio, los volúmenes de Florida deberían seguir siendo bajos.

Tamarillo (local)	1,50
Tomillo (local)	7,50
Zanahorias Segunda (no local)	0,65
Segunda (local)	1,20
Primera (local)	1,90
Primera (no local)	2,00
Batatas Otras (local)	1,20
Yema Huevo (local)	1,20
Lanzarote (no local)	1,10
Blancas (local)	0,90
Pimientos Otras (local)	3,50
Palmeras Secas (local)	25,00
Palmera (local)	6,00
Berros (local)	1,80
Beterrada (local)	1,50
Cilantro (local)	2,80
Chayote (local)	2,40
Piña Millo Dulce (local)	2,40
(no local)	3,00
Ñames (local)	5,50
Yuca (no local)	2,60
Jengibre (no local)	2,55
Pantanas (local)	1,50
Piña de Millo (local)	3,30
(no local)	3,30
Brecol (local)	2,20
Hierba Huerto (local)	4,50
PATATAS	Euros/kg
Patatas	
Otras Blancas (no local)	0,65
Otras Blancas (local)	1,40
Up To Date (local)	1,60
King Edward (no local)	0,75
Cara (local)	1,20
Rosada (local)	1,60
Bonita (local)	4,50
Negra (local)	5,50
Negra Oro (local)	5,50
Slaney (local)	1,40
Red-Cara / Druid (local)	1,20
Colorada Baga (local)	5,00
Galáctica (local)	1,30
Rooster (local)	1,60

Mercavalencia

Precios de frutas y hortalizas, referidos a la semana del 11 al 14 de enero de 2022, comercializados en el Mercado Central de Abastecimiento de Valencia. Información facilitada por MERCASA.

FRUTAS	Euros/kg
Chirimoyas	2,25-2,50
Limonas	0,75
Mandarinas Clementina	0,90
Manzana Golden	0,65
Roja	0,70
Naranja Navelina	0,80
Pera Blanquilla	1,25
Piñas	1,00
Plátanos	1,60
HORTALIZAS	Euros/kg

Alcachofas	1,00-1,25
Cebollas Grano de Oro	0,25
Coliflor	0,55
Judías Verdes	4,25-6,00
Lechugas	0,35-0,40
Patatas Calidad	0,36
Pimientos Verdes	1,00-1,20
Tomates Verdes	1,00-1,20
Maduros	0,30-0,40
Zanahorias	0,45

Mercovasa

Precios de frutas y hortalizas, de la semana del 14 de enero de 2022, facilitados por el Mercado Costa de Valencia.

FRUTAS	Euros/kg
Aguacate (ud.)	1,35
Coco	0,90
Kiwi	1,30
Limón	0,90
Manzana Royal Gala	0,95
Golden	0,85
Melón Galia	0,90
Membrillo	0,75
Pera	0,80
Conferencia	0,90
Piña	0,95
Plátano de Canarias	0,90
Papaya	2,15
Uva Blanca	1,40
Roseti	1,35
VERDURAS Y HORTALIZAS	Euros/kg
Boniato Rojo	0,90
Boniato	0,95
Calabacín	0,97
Calabaza	0,58
Guindilla	1,00
Jengibre	3,00
Judía	1,35
Espárrago	0,95
Patata	0,45
Nueva	0,52
Pimiento Verde Italiano	0,80
Padrón	2,40
Remolacha	0,50
Tomate Daniela	0,70
Pera	1,35
MM Raf	1,30
OTROS	Euros/kg
Almendra	14,00
Dátil Seco	4,00
Nuez California	1,40

Lonja de Albacete

Información de los precios indicativos de los cereales en origen, del día 13 de enero de 2022. Información de EFAGRO.

CEREALES	Euros/Tm
ALFALFA	
Alfalfa Rama campo 1ª	S/C
Rama campo 2ª	S/C

MERCADOS NACIONALES

Comunidad Valenciana

Precios agrarios concertados durante la semana 1, del 4 al 10 de enero de 2022, facilitado por la Conselleria de Agricultura, Medio Ambiente, Cambio Climático y Desarrollo Rural.

CÍTRICOS	Euros/Kg	Zona
(Kg/árbol)		
(Cotización más frecuente)		
CLEMENTINAS		
Clemenules	0,20-0,30	Alicante
Clemenules	0,27	Castellón
Clemenules	0,25-0,34	L. Valencia
Orogrande	0,25-0,34	L. Valencia
Hernandina	0,30-0,40	Alicante
Hernandina	0,32-0,42	Castellón
Hernandina	0,32-0,36	L. Valencia
OTRAS MANDARINAS		
Clemenvilla	0,20-0,37	Alicante
Clemenvilla	0,29-0,40	Castellón
Clemenvilla	0,28-0,36	Valencia
Clemenvilla	0,28-0,42	L. Valencia
Nardocott	0,59-0,75	Alicante
Nardocott	0,59-0,64	Valencia
Nardocott	0,54-0,68	L. Valencia
Ori	0,99-1,17	L. Valencia
Ortanique	0,24	Alicante
Ortanique	0,21-0,25	Valencia
Ortanique	0,21-0,28	L. Valencia
Tango	0,65-0,70	Alicante
Tango	0,60-0,80	Castellón
Tango	0,59-0,68	Valencia
Tango	0,54-0,68	L. Valencia
NARANJAS		
Sanguinelli	0,25-0,34	Valencia
Sanguinelli	0,25-0,32	L. Valencia
Washington Navel	0,15-0,16	Valencia
Washington Navel	0,11-0,17	L. Valencia
Navelina	0,06-0,18	Alicante
Navelina	0,15	Castellón

Navelina	0,06-0,13	L. Valencia
Navel Lane Late	0,24	Alicante
Navel Lane Late	0,17-0,21	L. Valencia
NARANJAS BLANCAS		
Salustiana	0,19-0,21	Alicante
Salustiana	0,17	Castellón
Salustiana	0,15-0,19	Valencia
Salustiana	0,15-0,19	L. Valencia
LIMÓN		
Fino	0,15-0,22	Alicante
POMELO		
Rojo	0,18-0,20	Alicante
FRUTAS		
(Kg/entrada/almacén, cotización más frecuente)		
Granada Mollar	0,47-0,65	Alicante
Manzana Starking	0,50	Alicante
Fuji	0,76	Alicante
HORTALIZAS		
(Kg/entrada/almacén, cotización más frecuente)		
Acelga	0,40-0,45	Alicante
Alcachofa		
Consumo Fresco	0,30-1,10	Alicante
Consumo Fresco	0,50-1,05	Castellón
Consumo Fresco	0,62-1,06	Valencia
Industria Corazonas	0,30-0,75	Alicante
Industria Troceado	0,20-0,25	Alicante
Apio Verde	0,23-0,30	Alicante
Verde	0,25-0,35	Castellón
Ajo Tierno	1,80-2,00	Alicante
Berenjena Rallada	0,58-0,86	Alicante
Brócoli	0,25-0,40	Alicante
	0,33	Castellón
Industria	0,12-0,18	Alicante
Boniato Rojo	0,24-0,35	Alicante

Blanco	0,70-0,95	Alicante
Calabacín	0,77-1,11	Alicante
Calabacín	0,85-1,30	Castellón
Blanco	1,11	Castellón
Calabaza Tipo Cacahuete	0,18-0,28	Alicante
Tipo Cacahuete	0,27-0,55	Castellón
Tipo Cacahuete	0,35-0,53	Valencia
Redonda	0,55-0,64	Castellón
Redonda	0,44-0,66	Valencia
Cebolla tierna (manejo)	0,48-0,53	Alicante
	0,44-0,62	Valencia
Col China	0,35-0,45	Castellón
Lombarda	0,25-0,30	Castellón
Repollo Hoja Lisa	0,19-0,36	Alicante
Repollo Hoja Lisa	0,27	Castellón
Repollo Hoja Lisa	0,44-0,49	Valencia
Repollo Hoja Rizada	0,23-0,36	Alicante
Repollo Hoja Rizada	0,25-0,53	Castellón
Coliflor Blanca	0,15-0,34	Alicante
Blanca	0,30-0,43	Castellón
Blanca	0,44-0,65	Valencia
Escarola Hoja Rizada	0,31-0,40	Alicante
Hoja Rizada	0,21-0,66	Castellón
Hoja Rizada	0,47-0,59	Valencia
Hoja Amplia Lisa	0,29	Alicante
Espinaca	1,38	Alicante
Haba		
Muchamiel	1,16-1,83	Alicante
Muchamiel	0,85-1,50	Castellón
Habichuela Blanca	3,50-7,22	Castellón
Judía Perona	2,25-2,78	Castellón
Lechuga Maravilla	0,25-0,57	Castellón
Romana	0,20-0,34	Alicante
Romana	0,20-0,35	Castellón

Romana	0,22-0,26	Valencia
Trocadero	0,25-0,64	Castellón
Little Gem	0,18-0,24	Alicante
Iceberg	0,35-0,43	Alicante
Minirromana	0,45	Alicante
Patata Blanca	0,35-0,52	Alicante
Blanca	0,55-0,60	Castellón
Pepino Blanco	0,73-0,82	Alicante
Tomate		
Acostillado	0,82-1,20	Alicante
Raff	1,06	Castellón
Valenciano	1,70-2,12	Castellón
Redonda Lisa	0,65	Castellón
Daniela	0,77-0,82	Alicante
Daniela	0,75	Castellón
Zanahoria	0,16-0,17	Alicante
FRUTOS SECOS		
(Entrada descascaradora. Kilo grano s/rendimiento. Cotización más frecuente)		
ALMENDRAS		
Comuna	3,56-3,66	Alicante
Comuna	3,35-3,60	Castellón
Largueta	5,26-5,36	Alicante
Marcona	7,26-7,36	Alicante
Marcona	7,10-7,40	Castellón
Planeta	3,56-3,66	Alicante
INDUSTRIALES		
(Entrada almacén. Cotización más frecuente)		
ACEITE		
Oliva Lampante >2°	2,60-3,00	Castellón
Oliva Virgen 0,8°-2°	3,15-3,20	Castellón
Oliva Virgen Extra	3,35-3,40	Castellón
Garrafa Entera	2,15-2,42	Castellón
Miel De Mielflores	3,30-3,50	Castellón

AVENA	
Avena	
Blanca	244,00
Rubia	251,00
CEBADA NACIONAL	
Cebada	
Pienso -62 kg/hl	266,00
Pienso +62 kg/hl	271,00
CENTENO	
Centeno	251,00
GIRASOL	
Pipa Alto Oléico	S/C
Pipa de Girasol	S/C
MAÍZ NACIONAL	
Maíz sobre Secadero	272,00
TRIGO NACIONAL	
Trigo	
Duro Proté=13%	462,00
Duro Proté=12%	457,00
Extensible Chamorro	289,00
Forrajero	274,00
Gran Fuerza w 300	315,00
Media Fuerza w -300	304,00
Panificable	279,00
Triticales	265,00
LEGUMINOSAS	
Veza Grano	301,00
Yero Grano	258,00

Lonja de Binéfar

Información de precios orientativos de los cereales, acordados como más representativos, referidos al 12 de enero de 2022. Sobre camión con destino fábrica, posición Binéfar.

CEREALES	Euros/Tm
Maíz	276,00
Cebada 64 k/hl	287,00
TRIGO	
Pienso	300,00
Panificable	315,00
ALFALFA	
Rama 1ª - A	133,00-138,00
Rama 2ª	124,00-129,00
Rama 3ª	100,00-105,00

Precio medio s/camión, salida fábrica de zona.

Lonja de Barcelona

Precios de los cereales, frutos secos y las legumbres, en la Lonja de Barcelona del día 11 de enero 2022. Información facilitada por EFEAGRO.

CEREALES	Euros/Tm
ALFALFA	
Harina de Alfalfa	185,00
CEBADA	
Nacional P.E. (62-64)	293,00
CENTENO	
Centeno	273,00
COLZA	
Importación 34/36%	387,00
GARROFA	
Harina	180,00
Troceada	190,00
REMOLACHA	

Pulpa de Remolacha	285,00
GIRASOL	
Importación 34%	328,00
Semillas de Girasol	610,00
Torta de Girasol	S/C
Importación 28/3	290,00
MAÍZ	
DDGs de Maíz Importación	334,00
Importación	275,00
Importación CE	283,00
MIJO	
Importación	470,00
SOJA	
Harina Soja Import. 47%	482,00
Harina Soja Nacional 47%	485,00
Aceite Crudo de Soja	1.265,00
Salvados de Soja	250,00
SORGO	
Importación	S/C
TRIGO NACIONAL	
Salvado de Trigos Finos	270,00
Forrajero	301,00
Panificable, mín. 11	315,00
Triticales	297,00
FRUTOS SECOS	
ALMENDRAS	
Común 14 mm	5.800,00
Largueta 12/13 mm	6.200,00
Largueta 13/14 mm	6.500,00
Marcona 14/16 mm	12.000,00
Marcona 16 mm	12.200,00
AVELLANA	
Negreta en grano	6.900,00
PIÑÓN	
Castilla	65.000,00
Cataluña	64.500,00
LEGUMBRES	
GUISANTE	
Forrajero	S/C
Forrajero	S/C
Importación	S/C
ACEITE	
Palmiste	
Importación	230,00
Crudo de Palma	1.335,00

Lonja de Córdoba

Precios de la Mesa de Cereales de la Lonja de Contratación de productos agrarios, del 13 de enero de 2022. Precios orientativos origen Córdoba, agricultor.

CEREALES	Euros/Tm
TRIGO DURO	
Grupo 1	534,00
Grupo 2	529,00
Grupo 3	526,00
Grupo 4	S/C
TRIGO BLANDO	
Grupo 1	S/O
Grupo 2	S/O
Grupo 3	309,00
Grupo 4	297,00
Grupo 5	297,00
OTROS PRODUCTOS	
Tricale	S/O

Cebada	S/O
Avena	S/O
Maíz	269,00
Sorgo	S/C
Habas	S/O
Colza	S/C
Guisantes	S/O
Girasol Alto Oleico	S/O
Girasol	S/O

Nota: escasas operaciones. Próxima sesión 20 de enero de 2022.

Mesa de almendras de la Lonja de Contratación de Productos Agrarios de Córdoba. Cotización para partidas de grano de almendra en cáscara, situado sobre el almacén partidador. Acta de la sesión del 13 de enero 2022. Precios orientativos agricultor en destino.

ALMENDRAS	Euros/Kg
Belona	5,40
Soleta	3,68
Floración Tardia Monovarietal	3,68
Guara	3,75
Antoñeta	S/C
Constantí	S/C
Comuna Tradicional (máx. 0,2)	3,55
Ecológica	S/C

Próxima sesión el 20 de enero de 2022.

Mesa de Cítricos de la Lonja de Contratación de Productos Agrarios de Córdoba. Cotización para partidas de grano de almendra en cáscara, situado sobre el almacén partidador. Acta de la sesión del 11 de enero 2022. Precios orientativos agricultor en destino.

CÍTRICOS	Euros/Kg
Naranja Navelina Calidad 1ª	S/C
Naranja Navelina Calidad 2ª	0,10-0,12
Naranja Salustiana Calidad 1ª	0,16-0,19
Naranja Salustiana Calidad 2ª	S/C
Naranja Industria Grupo Navel	0,12-0,13
Naranja Industria Grupo Blanca	0,12-0,13

Nota: Los precios son orientativos, en árbol, origen cordoba. Sin IVA incluido para la naranja de industria los precios son sobre camion segunda sesion de la campaña. La lonja retoma su actividad despues del paron navideño. El mercado continua con escasa actividad. Se deja de cotizar la variedad navelina calidad 1a por falta de operaciones. Ligera bajada de la salustiana calidad 1a. Se cotiza por primera vez la variedad blanca para industria que cotiza igual que la navel. La parte superior de la horquilla de calidad 1a se corresponde con calibres altos y extras. La proxima sesión se celebrara el 18 de enero de 2022.

Próxima sesión el 18 de enero de 2021.

Centeno	262,00
Avena	267,00
Maíz	277,00
ALUBIAS	
Canela	1,35
Negra	3,20
PALMEÑA	
Redonda	1,70
Planchada	1,35
Plancheta	1,65
Pinta	1,00
Riñón de León	1,20
Redonda	1,20
PATATAS	
Agria	190,00
Jaerla	S/C
Kennevec	180,00
Red Pontiac	180,00
Red Scarlett	160,00
Hermes	170,00
Yona	160,00
FORRAJES	
Alfafa	
Paquete Rama	186,00
Paquete Deshidratado	245,00
Paja 1ª (Cebada)	33,00
Veza Forraje de 1ª	140,00
Forraje	110,00

Corriente, libra	1,80
Negreta, libra	2,00
PIÑÓN	
Andalucía	65,00
Castilla	65,00

Lonja de Salamanca

Información precios de la Mesa de Cereales, del 10 de enero de 2022, en la Lonja Agropecuaria de Salamanca.

CEREALES	Euros/Tm
Trigo Blando	288,00
Cebada P.E. (+64)	279,00
Avena	259,00
Centeno	264,00
Triticale	283,00
Maíz (14°)	278,00
LEGUMINOSAS	
Garbanzo	
Pedrosillano	S/C
Lenteja	
Armuña (IGP)	S/C
OLEAGINOSAS	
Girasol (9-2-44)	S/C
Girasol Alto Oleico	S/C
FORRAJES	
Avena Forraje	S/C
Paja Paqueta Grande	35,00
Alfafa Empacada	S/C
Veza	S/C

Lonja de Segovia

Precios semanales de los cereales fijado en la Lonja Agropecuaria de Segovia del día 13 de enero de 2022. Información facilitada por EFEAGRO.

CEREALES	Euros/Tm
Alfalfa	
Empacada	168,00
Avena	245,00
CEBADA	
Nacional de 62 Kg/Hl	265,00
Centeno	249,00
Girasol	S/C
Girasol 9-2-44	535,00
Paja Empacada	23,00
TRIGO NACIONAL	
Pienso 72 Kg/Hl	274,00

Lonja de Sevilla

Información de los precios agrarios de la Lonja de Sevilla de la sesión celebrada el día 11 de enero de 2021. Origen almacén agricultor con capacidad de carga rápida, buen acceso y báscula.

CEREALES	Euros/Tm
TRIGO BLANDO PANIFICABLE	
Grupo 1	S/C
Grupo 2	S/C
Grupo 3	318,00
Grupo 4	S/C
Grupo 5, Pienso	S/C

MERCADOS NACIONALES

Grupo 2.....	536,00
Grupo 3.....	532,00
Grupo 4.....	528,00
Triticale	
Nacional.....	S/C
Importación.....	299,00
Avena	
Importación.....	330,00
Nacional.....	S/O
Cebada,	
Igual y más de 64	S/O
Menos de 64.....	S/O
Importación Origen Puerto.....	305,00
Maíz	
Importación origen Puerto	275,00
Nacional.....	280,00
Habas	
Nacional.....	S/O
Importación.....	358,00
Guisantes	
Nacional.....	S/O
Importación.....	363,00
Girasol	
Alto oleico +80%	635,00
Convencional	610,00
Colza.....	S/O
Próxima sesión 25 de enero de 2022.	

Lonja de Toledo

Información de la Mesa de Cereales referida al día 2 de enero de 2022. Precios orientativos en origen agricultor sobre camión. Condiciones de calidad OCM. Cereales-FE-GA (Campaña 2021-2022).

CEREALES	Euros/Tm
MAÍZ	
Maíz Secadero	278,00
CEBADA	
Pienso +62 kg/Hl.....	270,00
Pienso -62 kg/Hl	264,00
AVENA	
Rubia	258,00
Pienso	258,00
TRIGO	
Duro Pr>12.....	S/C
Pienso +72 Kg/Hl.....	281,00
Fuerza +300w +14 pr.....	330,00
Fuerza -300 +12,5 pr	315,00
Panificable Pr>11, W<200	288,00
Chamorro.....	315,00
Triticale.....	272,00
Centeno.....	S/C
Yeros.....	300,00
Garbanzo sin limpiar	500,00
Veza	330,00
Guisante	290,00

NOTA: La tendencia a la baja de los mercados internacionales y aumento de la oferta de **cereal**, condiciona las cotizaciones del mercado interior, que han sufrido descensos fundamentalmente en los últimos días de la semana.
Próxima reunión el jueves 28 de enero de 2022.

Lonja de Valencia

Información de la Mesa de precios de Cítricos del Consulado de la Lonja de Valencia, de la sesión del día 10 de enero de 2022. Campaña 2021-2022.

GRUPO NARANJAS	Euros/Kg
SUBGRUPO NAVEL	
Navelina.....	0,07-0,14
Navel.....	0,11-0,18
Navel Lane Late	0,18-0,23
Navel Powell,	
Barnfield y Chislett.....	Sin Operaciones
GRUPO SANGRE	
Sanguelini	Sin Operaciones
GRUPO BLANCAS	
Salustiana	0,16-0,21
Barberina y Mid-night	
Sin Operaciones	
Valencia Late.....	Sin Operaciones
GRUPO MANDARINAS	Euros/Kg
GRUPO SATSUMAS	
Iwasaki.....	Sin Operaciones
Okitsu	Sin Operaciones
Owari	Sin existencias
GRUPO CLEMENTINAS	
Clemenrubi, Orogrós	
y Basol	Sin existencias
Oronules	Sin existencias
Marisol.....	Sin existencias
Mioro	Sin existencias
Arrufatina.....	Sin existencias
Clemenules	
Orogrande.....	0,25-0,37
Hernandina	0,35-0,40
GRUPO HÍBRIDOS	
Clemenvilla	0,30-0,47

Andalucía

Resumen informativo de la situación del estado de los cultivos, por grupos y provincias, facilitada por el Servicio de Estudios y Estadísticas de la Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía. Datos del 20 de diciembre de 2021 al 9 de enero de 2022.

CEREALES

■ **De invierno:** **Almería:** En la comarca de **los Vélez**, está sembrado todo el **trigo** y la **cebada**, así como la **avena** y **centeno**. La nascencia está teniendo problemas por falta de precipitaciones, y hay pocas parcelas con todas las plantas emergidas. La **cebada caballar** que predomina en la zona es la variedad **Albacete**. En el **Alto Almanzora**, la llegada de temperaturas más frías ha parado los cultivos por completo. **Cádiz:** Los **trigos** en la provincia presentan diferentes estados desde los más tardíos en fase de nascencia a los más adelantados con varias hojitas. Unos se sembraron antes de las lluvias y otros después. **Córdoba:** El estado fenológico de las parcelas más adelantadas es de "Desarrollo de hojas" y los más tardíos están por nacer. En las comarcas de la **Campaña Baja** y **Las Colonias**, el cultivo presenta un estado más adelantado, aunque hay parcelas sembradas detrás de las lluvias y que están por nacer. En las comarcas de **Pedroche** y **La Sierra**, el cultivo presenta más parcelas en fase de germinación. **Granada:** En las comarcas de **Alhama**, **Iznalloz** y **Montefrío** los **cereales** se encuentran recién nacidos. Las **cebadas** de seis carreras se observan con dos hojitas en muchas zonas. Los **trigos duros** se encuentran en fase de nascencia o con las primeras hojas fuera y la **avena** con unos 3-4 cm de altura. Los **cereales** en las comarcas de **Valle de Lecrin**, **Alpujarras**, **Guadix**, **Baza** y **Hués-car** se encuentran más retrasados. **Huelva:** Las últimas lluvias han ayudado al desarrollo de los **trigos** y **cebadas** que se han sembrado en la totalidad durante el mes de diciembre, no obstante, los cultivos están muy parados y retrasados. Hay pocas zonas con los **trigos** en buenas condiciones y se ven parcelas en las que la nascencia no ha sido todo lo positiva que el agricultor desearía. Hay fincas en la zona de **El Andévalo**, más tardías y otras en la zona **Condado Campiña** que están necesitando abonado nitrogenado y se encuentran amarilleando. **Jaén:** Los **trigos** más avanzados se encuentran en estado fenológico de desarrollo de hojas, observándose en la mayoría la nascencia. Por la falta de lluvias el cultivo va retrasado y tienen una altura de unos 4-8 cm. **Málaga:** Los **cereales** se encuentran en estado fenológico de emergencia de las primeras hojas y nascencia en las más tardías. El desarrollo está muy condicionado por la falta de lluvias. Muchas parcelas no abonaron en sementera y están a la espera de lluvias para aplicar la cobertera de nitrógeno. **Sevilla:** Concluidas las labores de siembra de los **cereales de invierno** en la provincia, el estado fenológico dominante es el de desarrollo de las primeras hojas y nascencia con disparidad entre comarcas en función de la fecha de siembra y de las precipitaciones recibidas. Las lluvias de la semana de Navidad han permitido el establecimiento del cultivo en muchas parcelas que se veían previamente raleando y con la nascencia muy irregular.

LEGUMINOSAS

Almería: En **los Vélez**, las labores de siembra han concluido. Se ha plantado **veza-avena** y **yeros**. Según se viene observando en años anteriores, la superficie dedicada a estos cultivos va en disminución en la comarca. Las **vezas** se han sembrado a primeros de diciembre y están teniendo problemas de nascencia por la falta de lluvias. **Córdoba:** Las **habas** se encuentran todas nacidas y en la fase de desarrollo de hojas. Las **vezas** se encuentran en fase de desarrollo de hojas. **Granadas:** Las **vezas** se han sembrado, ya se encuentran germinados en algunas zonas. Los **guisantes** se han sembrado hace pocos días y están por germinar. **Jaén:** Las mezclas forrajeras predominan en estado BBCH 1-9 (Germinación). Los más tempranos presentan un estado BBCH 10-19 (Desarrollo de hojas). Las **habas** se encuentran en BBCH 10-19 (Desarrollo de hojas). **Sevilla:** El estado fenológico de las **habas**, **guisantes** y mezclas forrajeras es bastante dispar también en función de la fecha de siembra, aunque domina el de germinación y desarrollo de las primeras hojas en las **habas** y mezclas forrajeras y el de germinación en los **guisantes**.

CULTIVOS HORTÍCOLAS

■ **Protegidos:** **Almería:** En los invernaderos del **Poniente**, continúan las recolecciones de **tomates**. Se realizan labores de entutorado y de eliminación de hojas para limpiar la planta. Continúa la recolección de los **pimientos California verdes, rojos y amarillos**, así como de **Lamuyos**. También se está recolectando el **pimiento italiano en verde y rojo**. Continúan las recolecciones de **berenjenas**, en general, las plantas vegetan con normalidad, floreciendo, cuajando y engordando los frutos. Se siguen arrancando los cultivos agotados de **pepinos** que se sustituirán por otro cultivo de **pepino** u otra hortaliza. El resto de invernaderos trasplantados más recientemente tienen instaladas, en su mayoría, doble cubierta y manta térmica para aumentar la temperatura y acelerar así el desarrollo vegetativo. Se recogen **pepinos del tipo Almería**, variedad **Litoral**. La producción ha comenzado a subir estos días porque en las fiestas, con los fríos, bajaron los rendimientos. En estos momentos se llevan sacados 3,5 kg/m². Las plantaciones de **calabacín** que han terminado su ciclo se están arrancando para poner otra vez **calabacín**, con manta térmica para proteger la planta de las bajas temperaturas. Otros invernaderos están en plena recolección. En los invernaderos de **Níjar**, se recogen **tomates de los tipos Daniela, Raf, Cherry** tanto lisos como en rama. Se observa un aumento del tipo **Kumato**. La calidad de algunos frutos se está viendo comprometida por la presencia de algunas manchas y frutos rajados a causa de los fuertes vientos de las semanas anteriores, que hicieron disminuir mucho la humedad ambiental. Continúa la recolección de los **pimientos** con normalidad. Se aprecian algunas enfermedades por hongos al igual que en **tomate**. La bajada de temperatura en las **berenjenas** ha afectado un poco a la calidad de frutos recién cuajados. Algunas flores se han podrido debido a la humedad y hay algunos problemas de cuajado. Está acabando la recolección del cultivo del **calabacín**. Se han arrancado casi todas las plantaciones de **pepinos**. Ya se han iniciado los trasplantes de **sandías**, se protegen con tunelillos en estas primeras fases. En **melón**, también han comenzado los primeros trasplantes. **Granada:** Se recolectan **tomates** en los invernaderos de la comarca de la **Costa de los tipos Cherrys, Pera, Rama** y tipo **Daniela** así como **Raf, Asurcados** y **Kumatos**. El mercado se encuentra muy paralizado estos días después de las fiestas. Hay fincas que ya están arrancando matas y que dan por finalizada la campaña de otoño y comienzan a preparar la de primavera. De igual forma hay invernaderos en recolección desde octubre-noviembre de **pepino holandés** en la zona de **Vélez de Benaudalla**. Se observan invernaderos de **pimientos Lamuyos** e **Italianos** en recolección en la **comarca de la Costa**. **Huelva:** La campaña de la **fresa** se está desarrollando en los últimos días con problemas de botritis debido a la humedad que hay en los invernaderos debido a las lluvias registradas en este periodo. En la semana del 20 al 25 de diciembre la precipitación en las zonas productoras fue de unos 150-200 l/m². Debido a esto se ventilan los invernaderos, para favorecer la aireación. Se registran algunos problemas de mano de obra en las zonas productoras con las fiestas navideñas. El cultivo de la **frambuesa** se encuentra en producción en las variedades más tempranas y en aparición del órgano floral y floración en los más tardíos. Se abona con nitrato potásico, nitrato de calcio, eponita y ácido fosfórico entre otros abonados. No hay problemas de plagas en esta época y si de botritis debido a la humedad que hay en los invernaderos. Hay parcelas de **arándanos** en recolección, son las menos, la mayoría se encuentra en las fases de floración, cuaje y formación del fruto. Hay explotaciones en las que se están dando repasos más seguidos. El cultivo lleva más de dos semanas de adelanto. Se observan variedades como **Ventura, Star** y **Wilson**. En las plantaciones se realizan abonados con fosfato monopotásico, nitrato amónico, nitrato de cal y sulfato de magnesio entre otros abonados. ■ **Al aire libre:** **Almería:** En el **Bajo Almanzora** se recolectan **lechugas iceberg, romanas** y **babys**. Se plantaron en el mes de agosto y comenzó la recolección en octubre. En el **Bajo Almanzora**, en la zona de **Pulpí** se recolectan **brócolis**. La variedad **Parthenon** es una de las más empleadas. Las mermas esta campaña oscilan entre 8-12% de las plantas. También en el **Bajo Almanzora**, se observan parcelas de **coliflores** recién plantadas, otras se encuentran en desarrollo de hojas y las más avanzadas en desarrollo de las partes vegetales cosechables. Se están aplicando abonados con nitrato amónico, nitrato potásico y nitrato cálcico entre otros. Las temperaturas están siendo suaves, con producciones en aumento. **Cádiz:** Se están cogiendo los primeros apios en la comarca **Costa Noroeste**. No se registran ni enfermedades ni plagas reseñables. Se le aportan en cobertera nitrato amónico 34,5%. Las parcelas de **puerros** se encuentran en todos los estados fenológicos, yendo desde plantación a recolección. Se han abonado con 800 kg/ha de abonado complejo 10-10-20. En las **coliflores**, el estado fenológico predominante es el BBCH 10-19 (Desarrollo de hojas). El más tardío BBCH 1-9 (Germinación). El más avanzado es BBCH 41-49 (Desarrollo de las partes vegetales cosechables). **Córdoba:** El estado fenológico predominante de los **ajos "chinos"** es el "Desarrollo de las primeras hojas" en las parcelas de la comarca de **La Campiña Baja**. Más retrasado se encuentran las parcelas de la **Campaña Alta** y **Las Colonias**. En los **ajos "morados"** predominan las parcelas en fase de

desarrollo de las primeras hojas. Con las últimas lluvias han mejorado las parcelas del cultivo por que había un déficit hídrico. El estado fenológico predominante de las **cebollas tempranas** es de crecimiento de hojas y el más tardío el estado de emergencia de las primeras hojas. Las más adelantadas se encuentran en la comarca de **La Campiña Baja** y las más tardías en la **Campaña Alta**. La dosis de siembra de la **Babosa** en la comarca de la **Campaña Alta** ha sido de 65.000 plantas/ha. **Granada:** En la comarca de **Alhama**, se están preparando tierras para las próximas siembras de primavera. Se están quitando restos de cosechas de parcelas de **coliflores, tomates**, entre otras. Hay algunas parcelas de **coliflores** de invierno que han aguantado las bajas temperaturas. Se siembran parcelas de **habas de verdeo** y alguna de **alcachofa** algo afectada por las heladas, aunque el frío le viene bien al fruto. En la comarca de **La Vega**, está finalizando la siega de las matas de las parcelas de **espárragos**. La recolección de **Romanesco** continúa. Hay plantadas parcelas de **coles, lombardas** y **coles picuda**, así como fincas de **lechugas**. En la comarca de **La Costa**, se observan un buen número de parcelas de **espinacas** que se encuentran recién plantadas, con unos 5 cm de tamaño o con una altura indicada para recolección. **Jaén:** Se han desbrozado las matas en las fincas de **espárrago blanco** de la zona de **Bedmar**. Se le ha aplicado abono en fondo del tipo 5-12-25 con dosis de unos 1.000 kg/ha en el mes de diciembre, para el aprovechamiento de la planta poco a poco. La campaña comenzará a finales de febrero o antes ya que va adelantado. **Málaga:** En la comarca de **Vélez-Málaga** comienzan a recolectarse parcelas de **puerros** con otros en fase de desarrollo del tallo. Encontramos parcelas de **coles** desde plantación hasta desarrollo de las partes vegetales cosechables. Se observa un buen número de parcelas de **cilantro** y **perejil**, con una superficie mayor a las 150 has en la zona. Hay parcelas recién plantadas y otras más adelantadas en recolección. **Sevilla:** Desarrollo de hojas y primeros estadios de las **cebollas tempranas** en la **Vega**. Desarrollo de las partes vegetales cosechables y recolección de **alcachofas, brócolis** y **coliflores**. Desarrollo de hojas de la espinaca para industria en la **Marisma**. Desarrollo de la raíz de las **zanahorias** para industria. Se produce una significativa reducción en la superficie sembrada de cultivos hortícolas.

FRUTALES NO CÍTRICOS

■ **Frutales de hueso y pepita:** **Sevilla:** Los frutales se encuentran en parada vegetativa, se van rematando las labores de poda y aplicando tratamientos fungicidas. Se inicia el engrosamiento de las yemas en las parcelas más precoces de **frutales de hueso**. ■ **Frutales subtropicales:** **Granada:** En la zona de **Almuñécar** y **Salobreña** se observan fincas de **chirimoya** con frutos en los árboles, pero dañados por las heladas y que se perderán. Los que están en crecimiento de cara a la primavera habrá que ver si no se han dañado también. Hay recogidas muchas parcelas de **aguacates** de la variedad **Hass**. Los árboles han sufrido quemaduras provocadas por las bajas temperaturas. La campaña del **mango** ha finalizado en la comarca de **La Costa** quedando pocas parcelas por recolectar. En la comarca de **La Costa**, se observan fincas de **nísperos** que ya están finalizando la floración junto con otras más adelantadas que están en fase de cuaje. Presenta cierto retraso el cultivo. **Málaga:** La recolección de **aguacate Hass** sigue en las zonas de **Vélez-Málaga, Estepona** y otros municipios de la comarca **Centro**. Hay muchas zonas ya recogidas y las cotizaciones se mantienen estables, aunque inferiores al año anterior. Los calibres son medianos y la fruta es de calidad. La falta de recursos hídricos es evidente y parece que va a empeorar como no llueva estas semanas. Con el fin de la campaña de los **mangos** se realizan trabajos de poda. Observamos en las parcelas más adelantadas la brotación de nuevas hojas. Al igual que el **aguacate** se encuentra muy condicionado por la falta de riego y por las reservas hídricas del terreno. Las plantaciones de **chirimoyas** son un cultivo en retroceso en la provincia de **Málaga**, sustituyendo las plantaciones por **aguacates** y **mangos**, más si caben los primeros. No obstante, hay parcelas en los municipios cercanos a **Granada** en la costa. Los frutos que se recogerán en primavera están en fase de crecimiento. En la comarca de **Vélez-Málaga**, las plantaciones más tempranas de **nísperos** se encuentran con los frutos en crecimiento y finalizando la floración en las parcelas más tardías con caída de las flores que no han sido fecundadas.

CÍTRICOS

Córdoba: Continúa la recolección de las **naranjas Navelinas, Salustianas** y parcelas de **Washington** y **Thompson Navel**. La **Navelina** está retrasada y se está solapando su campaña con las **Salustianas** y **Washington** y **Thompson Navel**. Los rendimientos de las **Navelinas** en la comarca de la **Campaña Baja** están siendo de unas 38-42 tn/ha. Las bajadas de temperaturas del mes de diciembre no han afectado al fruto ya que las mínimas no han sido demasiado bajas. En los últimos días subieron las temperaturas en torno a 6-8°. Las **Salustianas** han comenzado a primeros de diciembre con producciones medias de 40-50 tn/ha. Las cotizaciones están siendo muy bajas. **Huelva:** La campaña de las **naranjas Navelinas** está casi finalizada. En estos momentos se recolectan **Washington** y **Thompson Navel**, también se está en plena campaña de las **Salustianas**. En las **naranjas Navelinas** han predominado los calibres medianos o pequeños, así como en el resto de **Navel**, las **Salustianas** se han quedado cortas de calibre también. La producción es inferior a la del año pasado entre un 10-20%. Se están recolectando **mandarinas** del tipo **Nova** con rendimientos medios y precios inferiores a las dos últimas campañas. Las fincas de **Oronules** y **Clemenules** están muy avanzadas en la recolección. En fincas se realizan trabajos de mantenimientos del terreno, caminos, etc desperfectos ocasionados por las últimas lluvias. Está habiendo problemas para encontrar cuadrillas de cara a la recolección. **Málaga:** Desde octubre se están recogiendo **limones finos** en la zona de **Cártama**. Los calibres predominantes han sido 58-60, calibres comerciales. A día de hoy los **limones** tienen mayor calibre y se le han dado dos repasos: Repaso de octubre: 30% de la carga. Repaso de enero: 50% de la carga. La recolección de las **naranjas** continúa en la comarca **Centro** con la variedad **Navelina** finalizando campaña. La producción media es más corta en un tercio que el año pasado con rendimientos de 25 tn/ha. Los calibres que han predominado son 5, 6 y 7. Comienzan a recogerse las **Salustianas**. Las mandarinas del tipo **Clemenules** están finalizando con producciones de 20-25 tn/ha y mucha mandarina menuda con escaso calibre. Las **Clemenilles** están comenzando a salir de las fincas. **Sevilla:** Está finalizando la campaña de las variedades de **naranjas Navelinas** tempranas con calibres pequeños en general. Se cosechan a buen ritmo las **naranjas Salustianas** y las **mandarinas Clemenules, Oronules** y **Nova**.

OLIVAR

■ **De almazara:** **Almería:** La recolección de la **aceituna de molino** continúa. La campaña en la provincia está adelantada y se espera que finalice en un mes. En la comarca de **Los Vélez**, las labores de recolección casi han concluido. En el **Alto Almanzora**, se generalizan las labores de poda. Los rendimientos se encuentran en torno al 18%, un punto por encima de la campaña pasada. La variedad **Pical** es la predominante, con marcos de plantación de 6x6m y 5x5m. La producción en regadío está cercana a los 7.000 kg/ha, un 10% menor que el año pasado. En el **Alto Andarax-Nacimiento**, se obtiene el fin de la recolección y continúan las labores de poda. Los rendimientos grasos están siendo de un 18-20% en la variedad **Lechin** y de 13-14% en la **Malteña**, 2 puntos por debajo del rendimiento del año pasado. **Cádiz:** Con la recolección muy avanzada en las comarcas de **La Campiña** y **Costa Noroeste** quedan más parcelas en la zona de la **Sierra**. Los rendimientos han subido estas semanas oscilando entre el 18-21% con producciones inferiores al año pasado. Las parcelas ya recolectadas se encuentran podando y retirándolos restos de poda o quemándolos. **Córdoba:** La campaña de la **aceituna de molino** en la provincia se desarrolla con normalidad. En la comarca de la **Campaña Baja** está finalizando con rendimientos del 16° para malteños nuevos, 19° para malteños "viejos" y 16-17° para hojiblancos. La producción está siendo algo mayor que la media en la zona. En las comarcas de la **Campaña Alta** y **Penibética** la recolección de la **Malteña** y **hojiblanca de molino** está adelantada sobre 15 o 20 días. Los rendimientos grasos están oscilando entre 18-21°. Las producciones algo más de media cosecha. En las explotaciones ya recolectadas se están podando las primeras parcelas. **Granada:** En las comarcas de **Alhama, Montefrío** e **Iznalloz** los rendimientos grasos oscilan entre el 16-17%. La producción es de media cosecha, con datos de rendimiento en torno a los 4.000 kg/ha para explotaciones de **hojiblancos** y **picales** con marcos que oscilan entre 8x8m a 12x12m. En zonas como **Salar** y **Piñar** se encuentran en plena recolección, los rendimientos siguen subiendo a medida que avanza la recolección. En las comarcas de **Guadix, Baza** y **Hués-car** se observan zonas con la aceituna caída por los vientos, el frío y por la sequía que han sufrido las parcelas.ue se recogen hasta febrero.

MERCADOS NACIONALES

Tango.....	0,60-0,75
Nardocott.....	0,60-0,75
Ortanique.....	0,23-0,30
Orrí.....	1,10-1,30
<i>Nota: Continúan las compras ralentizadas.</i>	
Información de los precios agrarios de la sesión celebrada en el Consulado de la Lonja de Valencia, del 13 de enero de 2022.	
ARROCES	Euros/Tm
CÁSCARA	
Gleva,	
disponible Valencia	Sin Operaciones
J. Sendra,	
disp. Valencia	Sin Operaciones
Monsianell,	
disp. Valencia	Sin Operaciones
Fonsa,	
disp. Valencia	Sin Operaciones
Guadamar,	
disp. Valencia	S/C
Furia,	
disp. Valencia	S/C
Gladío y Tahibonnet,	
disp. Valencia	S/C
Sirio,	
disp. Valencia	S/C
Puntal	S/C
Bomba,	
disp. Valencia	744,00
<i>Precios según rendimientos, a granel</i>	
BLANCO	
Vaporizado,	
disponible Valencia	730,00-750,00
Gleva, Senia, Fonsa Extra,	
disponible Valencia	740,00-760,00
Guadamar Extra,	
disponible Valencia	740,00-760,00
Largo Índica,	
disponible Valencia	720,00-740,00
<i>Precios por tonelada a granel.</i>	
SUBPRODUCTOS	
Cilindro,	
disponible Valencia	200,00-210,00
Medianos Corrientes,	
disponible Valencia	400,00-410,00
Medianos Gruesos,	
disponible Valencia	450,00-460,00
CEREALES-LEGUMINOSAS	Euros/Tm
Maíz Importación,	
disponible Puerto Valencia	282,00
Maíz Nacional,	
destino Valencia	287,00
Cebada	
Nacional, dest. Val.....	298,00
Avena Rubia,	
dest. Valencia	294,00
Blanca, destino Valencia.....	293,00
Guisantes Nacional,	
dest. Valencia	Sin Operaciones
Veza Nacional.....	Sin Operaciones
Semilla Algodón,	
destino Valencia.....	Sin Operaciones
Trigo Pienso Nacional,	
Tipo 1.....	365,00
Tipo 2.....	S/C
Tipo 3.....	337,00
Tipo 4.....	S/C
Tipo 5.....	310,00-311,00

Trigo importación	327,00
<i>Precios por tonelada a granel.</i>	
TURTOS Y HARINAS	Euros/Tm
Soja 44% baja proteína,	
disponible Barcelona.....	465,00
Soja 47% alta proteína,	
disponible Barcelona.....	475,00
Cascarilla de Soja,	
disponible Tarragona.....	247,00
Cascarilla de Avena,	
destino Valencia	Sin existencias
Alfalfa deshidratada, D. Pellets,	
16% prot., Aragón/Lérida.....	195,00-200,00
14% prot., Aragón/Lérida.....	165,00-170,00
B. Balas s/calidad A./Lér ..	180,00-245,00
Harina de Girasol Integral (28%),	
disponible Tarragona.....	280,00-281,00
disponible Andalucía.....	265,00-266,00
Harina de Girasol Alta Proteína (34-36%),	
disponible Tarragona.....	328,00-329,00
Palmiste,	
disp. Valencia	2427,00-243,00
Harina de Colza, dest. Valencia	387,00
Gluten Feed,	
disp. Valencia	242,00
Bagazo de Maíz,	
disp. Valencia	278,00
Pulpa seca remolacha granulada,	
Import., disp. Tarragona.....	285,00
Import. disp. Andalucía.....	289,00-29,00
Salvado de Trigo	
Cuartas, destino Valencia	218,00
<i>Precios por tonelada a granel.</i>	
GARROFAS Y DERIVADOS	Euros/Tm
Variedad Matalafera y similares (origen)	
ENTERA	
Zona Valencia.....	1.500,00-1.750,00
Zona Alicante	1.500,00-1.750,00
Zona Castellón.....	1.500,00-1.600,00
Zona Tarragona.....	1.500,00-1.600,00
Zona Murcia.....	600,00-1.000,00
Zona Ibiza	650,00-850,00
Zona Mallorca.....	1.300,00-1.700,00
<i>Precios tonelada a granel s/rendimientos</i>	
Troceada Integral,	
disp. orig.	140,00-156,00
Troceada sin Harina	
disponible origen	160,00-170,00
Troceado Fino,	
disp. origen	125,00-135,00
Garrofin,	
disponible origen ..	19.500,00-21.000,00
LEGUMBRES	Euros/Tm
Disponible origen	
ALUBIAS	
Redonda Manteca	2.100,00
Blanca, destino Valencia.....	1.700,00
Michigan	1.500,00
Canellini	
Argentina 170/100	1.500,00
Blackeyes	1.650,00
Negras	1.700,00
Garrofin	2.050,00
GARBANZOS	
Nuevos 44/46	1.500,00
Nuevos 34/36	1.950,00
Nuevos 50/52	
(tipo café americano)	1.500,00

LENTEJAS	
USA Regulars	1.550,00
Laird Canadá.....	1.250,00
Stone.....	1.050,00
Pardina Americana	1.500,00
<i>Precios por tonelada, mercancía envasada.</i>	
FRUTOS SECOS	Euros/Tm
CACAHUETE CÁSCARA	
Chino 9/11,	
disponible origen	2.100,00
Chino 11/13,	
disponible origen	2.050,00
CACAHUETE MONDADO	
Mondado Origen Argentina 38/42	
disponible Valencia	1.800,00
ALMENDRA EN GRANO CON PIEL	
Marcona 14/16 mm, Valencia	8.900,00
Largueta 13/14 mm,	
Valencia	7.600,00
<i>Precios tonelada, mercancía envasada.</i>	
(Pocas operaciones)	
Marcona	
prop, Valencia.....	Sin Operaciones
Largueta	
prop, Valencia.....	Sin Operaciones
Comuna	
prop, Valencia.....	Sin Operaciones
Comuna ecológica,	
Valencia	Sin Operaciones
ALMENDRA REPELADA	
Comuna, sobre 14 mm,	
disponible Valencia	7.000,00
PATATAS	Euros/Tm
Agria Nueva,	
disponible Valencia	400,00
Lavada,	
origen España, disp. Val.....	320,00
Francesa Nueva de Salamanca,	
disponible Valencia	220,00
Elido o Similares,	
origen Francia, disp. Valencia.....	32,00
<i>Precios s/origen y calidad, envas. en 25 kgs.</i>	
CEBOLLAS	Euros/Tm
Variedad Grano, disponible origen	
pocas operaciones	
calibres 1 al 6, en campo	170,00
<i>Nota: Las cotizaciones conocidas facilitadas se entienden sin nuestra garantía ni responsabilidad. Para cualquier aclaración pueden dirigirse a la Sindicatura de este Consulado de la Lonja.</i>	
Lonja de Zamora	
Información de los precios agrarios de la Mesa de Cereales del 11 de enero de 2022 facilitados por la Lonja de Zamora. Almacén agricultor.	
CEREALES	Euros/Tm
Trigo Blando.....	276,00
Cebada	266,00
Avena.....	S/C
Maíz.....	276,00
Alfalfa Empacada.....	S/C
Paja	
Empacada.....	S/C
Girasol.....	S/C
Trigo Forrajero	S/C
Centeno	S/C

La Rioja

Observatorio de precios agrarios, del 3 al 9 de enero de 2022, facilitados por Gobierno de La Rioja (Consejería de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural).

CEREALES	Euros/Kg
Trigo Media Fuerza.....	28,25
Pienso	27,65
Cebada	
Malta.....	26,74
Pienso	26,14
Maíz.....	S/C
Tricale.....	26,89

Después de dos semanas de precios estables, resultado de una operativa comercial prácticamente inexistente, el mercado regresa tal y como tenían los productores con cotizaciones a la baja. Un descenso generalizado del que sólo logra escapar el **maíz**, que se mantiene con un grado mayor de estabilidad, gracias a su participación creciente en las formulaciones de **piensos**, y a unas importaciones que llegan en menor cantidad de lo planificado. Al margen de esta situación de marcada debilidad del sector nacional, a corto y medio plazo todo sigue pendiente de la llegada y del precio del grano de importación, cuya valoración sigue pendiente de la actuación de los fondos de inversión, de la volatilidad, y del próximo informe norteamericano sobre producción y consumo de **cereales** que se publica el jueves.

PATATAS	Euros/100 Kg
Consumo Fresco Libre	S/C
Consumo Fresco Contrato.....	15,00
Industria frito Con Conservación	16,00
Industria frito Sin conservación	S/C
Ya son pocos los agricultores que en estos momentos de campaña poseen patata libre de compromisos de venta, mientras que los almacenes se centran en la comercialización de patatas sujetas a contratos, tanto para la patata en fresco como para industria.	

CHAMPIÑONES Y SETAS	Euros/Kg
Champiñón,	
Granel (Pie Cortado)	2,20
Bandeja (Pie Cortado).....	2,40
Industria 1ª Raíz.....	0,90
Industria 2ª Pie Cortado.....	0,80

Seta	
Ostra Granel.....	2,50
Ostra Bandeja	2,76
Seta Shii-Take Granel	4,50
Comienza el año con estabilidad en las cotizaciones de los diferentes formatos de champiñón y seta , salvo en el caso de la seta de ostra a granel, que, por otra semana consecutiva, muestra un ligero descenso en su precio, debido a un incremento de producto en el mercado, suma de la producción obtenida durante esta semana además de la seta almacenada en las cámaras durante las semanas anteriores.	

HORTALIZAS	Euros/Kg
Acelga	
Amarilla (invernadero)	0,65

Verde (invernadero)	0,45
Borraja	
Hoja (aire libre)	0,60
Lechuga Rizada.....	4,10
Cogollos.....	2,10
Escarola.....	7,80
Apio	0,25
Cardo.....	0,35
Repollo	
Hoja rizada.....	0,27
Coliflor	4,90
Brócoli.....	0,50
Romanesco	8,00
Alcachofa.....	4,00
Zanahoria Industria.....	6,30
Ligera mejoría en los precios de los productos hortícolas de hoja en la primera semana del año, donde el mercado sigue con la misma tónica, una escasa actividad por parte de la demanda. Solo las crucíferas presentan un signo negativo en su cotización, debido a un exceso de producto en el mercado como consecuencia de las suaves temperaturas dadas durante estos días.	

FRUTAS	Euros/Kg
PERA	
Ercolini 50+	0,58
Limonera 60+	0,53
Blanquilla 58+	0,52
Blanquilla DOP.....	0,53
Conferencia DOP Palot.....	0,62-0,65
Conferencia Palot.....	0,58-0,60
Williams	0,09
GRUPO MANZANA	
Golden 70+	0,40
Royal Gala 60+.....	0,40
Fuji 70+	0,60

(* Los precios percibidos por el agricultor en palot son precios de cosecha.

Con la llegada de enero se activa de nuevo el consumo de la **fruta de pepita**, que ha sufrido un parón comercial durante el periodo navideño, donde predominan otras frutas como las **tropicales** y los **cítricos**. A la espera de que la vuelta a la normalidad reactive el mercado, las cotizaciones repiten en todos los productos. Durante este mes se comenzarán a abrir las cámaras de atmósfera controlada para dar salida a las peras Conferencia, que podrán defender fácilmente sus precios debido a la falta de género en **Europa**, así como ocurre con las **manzanas**.

FRUTOS SECOS	Euros/Kg
ALMENDRAS	
Común.....	0,65
Largueta.....	1,16
Marcona	1,53
Floración tardía	1,28
Ecológica.....	1,90
Mercado tranquilo y equilibrado, que da como resultado unos precios estables, que tienen pocas expectativas de lograr alguna variación positiva a corto plazo. Los factores más influyentes en el mercado nacional, como son las importaciones norteamericanas, y sus precios, no dejan por ahora margen al avance de nuestras cotizaciones.	

LEGISLACIÓN

La Junta convoca ayudas por 80 millones para jóvenes agricultores y eleva la cuantía máxima

El Consejo de Gobierno ha sido informado de la convocatoria de ayudas de la Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible para jóvenes agricultores por un montante de 80 millones de euros, en el marco del Programa de Desarrollo Rural de Andalucía 2014-2020 (PDR). La convocatoria se realiza en régimen de concurrencia competitiva y está dirigida a menores de 41 años que vayan a instalarse por primera vez, ya sea como titular exclusivo o no, en una explotación agraria mediante la implantación de un plan empresarial viable técnica y económicamente.

La nueva convocatoria para el año 2022, dentro del objetivo de fomentar de manera decisiva la incorporación de mujeres jóvenes a la actividad agraria, incluye un presupuesto específico de estas ayudas destinado exclusivamente a éstas, de modo que una vez se agote el presupuesto de la convocatoria general (de 64 millones de euros), las mujeres que cumpliendo con los requisitos no resulten beneficiarias por falta de disponibilidad presupuestaria, podrán concurrir de manera separada hasta agotar el presupuesto específico para mujeres, que es de 15,9 millones de euros. Con ello se pretende reforzar la incorpo-

ración de mujeres jóvenes a la actividad agraria, promoviendo para ello la figura de la titularidad compartida en la gestión de la explotación. Con este motivo, se ha disminuido el tamaño mínimo de la explotación en determinados supuestos de acceso en este régimen. También se modifican los criterios de selección de operaciones para priorizar su incorporación bajo la figura de titularidad compartida.

No es ésta la única novedad. Tras analizar el desarrollo de las anteriores convocatorias, la demanda prevista de solicitudes y el presupuesto disponible, se han incrementado los importes de la prima a percibir por los

beneficiarios de las ayudas, tanto en lo que se refiere a la prima base, que pasa de 30.000 a 40.000 euros, como a los incrementos adicionales, de manera que la prima máxima a percibir por los beneficiarios quedará establecida en 90.000 euros, frente a los 70.000 euros de anteriores convocatorias.

El actual Gobierno andaluz ha venido gestionando estas subvenciones a partir de la convocatoria resuelta en 2019 por 82,5 millones de euros, y que supuso la concesión de casi 1.400 ayudas, a lo que siguió las convocatorias del pasado año por 14 millones de euros, 7 millones en el marco de la ITI de Cádiz y

otros 7 en la de Jaén. El plazo de presentación de solicitudes será de dos meses a partir del día siguiente de su publicación en el Boletín Oficial de la Junta de Andalucía (BOJA). Las solicitudes se presentarán de forma exclusivamente electrónica, al poder optar las personas interesadas a la vía telemática a través de las entidades habilitadas reconocidas. Además, se establece como requisito que el plazo máximo para la correcta ejecución del plan empresarial será de 24 meses desde la fecha de instalación. No obstante, no podrán presentarse más solicitudes a partir de la fecha establecida del 30 de junio de 2025.

La mandarina Tang Gold de Italia se integra en el sistema de control y certificación varietal

Este avanzado y completo programa de verificación garantiza el correcto etiquetado de la variedad así como el origen legal de la fruta

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La producción italiana de la mandarina sin semillas (*seedless*) Tang Gold alcanzará esta temporada un volumen significativo, estimado en casi 3.000 toneladas. Se trata de una cifra aún incipiente porque, dada la juventud de las plantaciones, el país transalpino será seguro una de las zonas mediterráneas cuya cosecha más crecerá. De ahí que Eurosemillas —que explota los derechos de este cítrico ‘de autor’— haya integrado este año, por primera vez, a la producción de este país en su sistema de certificación. Este programa de verificación es, probablemente, el más avanzado y completo del mercado cítrico y garantiza, de cara al consumidor, el correcto etiquetado de la variedad así como el origen legal de la fruta. Lo ejecuta una firma especializada, Cyberagrópolis y sus controles afectan a todos los eslabones de la cadena.

El sistema es el mismo que, desde 2020, viene implementán-



Etiquetas para las mandarinas Tang Gold 2022 que Spreafico comercializa, en exclusiva, en Italia. / EUROSEMILLAS

dose con la marca Tango Fruit, que comercializa en exclusiva en Italia el gigante especializado en frutas *premium*, Spreafico. Dado el incremento que se está produciendo en la cosecha local de Tang Gold, está previsto que Spreafico aumente en los próximos años su suministro con los formatos y calidades diferen-

ciales de Tango Fruit, ahora ya de las principales zonas de producción italianas (Reggio Calabria, Basilicata, Apulia, Campania y Cerdeña). De tales regiones también se abastecerán los siete importantes operadores que se han integrado en el sistema de certificación de Tang Gold y que, por tanto, podrán servir esta

variedad protegida con total garantía de autenticidad que son, además de la propia Spreafico: Orchidea Frutta SRL, Apofruit Italia, Linbo S.C.A.R.L., Moderna S.R.L., O.P. Armonia, Ortofrutticola Gallo Di Gallo Natale P. & C. S.A.S. Agrico, Soc. Coop Agricola y la Associazione Agricoltori Villacidresi.



Eurosemillas es conocedora de que, en ocasiones y con la intención de reducir la cantidad de semillas provocada por la polinización cruzada de cítricos, se injertan o plantan árboles con material vegetal no certificado ni licenciado de Tang Gold. Los lotes de estas plantaciones mezclan variedades agrónomicamente problemáticas —porque tienen semillas y las generan en plantaciones vecinas— con las Tang Gold ilegales, lo que supone un fraude a los derechos del agricultor licenciado, del obtentor y los del propio consumidor.

De ahí que desde 2015 Cyberagrópolis haya perfeccionado, de forma diferencial y única, un programa de control que arranca con un etiquetado especial, que impide la falsificación. El sistema incorpora auditorías y toma de muestras de fruta para su análisis por marcadores moleculares en las fincas de los agricultores con permiso de cultivo, en las instalaciones de los operadores autorizados y en los puntos finales de venta (supermercados italianos y/o europeos).

Estos marcadores no son más que segmentos del ADN diferencial de Tang Gold que permiten distinguir inequívocamente esta variedad sobre cualquier otra. Este material, tomado por una empresa independiente, se remite asegurando la cadena de custodia a laboratorios acreditados que comprueban en 24/48 horas si concurren las variaciones de ADN —los marcadores moleculares— que distinguen esta variedad.

Ambrosia™ empieza el año con una fuerte presencia en televisión y medios digitales

► VF. REDACCIÓN.

Por segundo año consecutivo, Ambrosia™ sigue apostando por el canal televisivo para dar a conocer sus excelentes cualidades organolépticas así como sus propiedades saludables a través de un spot convencional de 20 segundos y patrocinios exclusivos.

Mediante el lema Ambrosia™ ¡En familia sabe divina!, Ambrosia™ se posiciona como una manzana ideal para toda la familia, candidata a convertirse en la reina de la cesta de la compra. Por sus numerosas propiedades saludables, además de su

alto contenido en fibra, minerales, vitaminas y antioxidantes, Ambrosia™ es divina para una dieta equilibrada.

Adicionalmente a su campaña en televisión, Ambrosia™ seguirá potenciando su presencia en medios sociales con el fin de generar un mayor *engagement* con su público objetivo y ofrecer contenidos que reflejen el mensaje de su campaña de comunicación. Fresca, sabrosa y con un sabor que enamora a todos, así es como se posiciona la manzana Ambrosia™ en sus diferentes perfiles sociales.

Por otro lado, con el fin de impulsar las ventas, la marca tiene actualmente activado un sorteo para recompensar a sus clientes más fieles. Por la compra de 6 manzanas Ambrosia™, los amantes de la marca pueden entrar en el sorteo de una Thermomix o un Ipad. Además, cada mes la marca reparte entre sus seguidores, una tarjeta regalo de Amazon.com por valor de 50 euros.

Aparte de su fuerte presencia social, la marca apoyará de nuevo a los minoristas en la venta del producto con una campaña de



Ambrosia™ se posiciona como una manzana ideal para toda la familia. / AMBROSIA

publicidad exterior digital en los mercados más gourmet de Madrid tales como el Mercado de La Paz y el Mercado de Chamberí. En definitiva, Ambrosia™ no se

queda atrás en este comienzo de año y apuesta por grandes acciones que dotan de valor a la marca para estimular el consumo así como la venta del producto.

BOLETÍN DE SUSCRIPCIÓN

valencia
fruits

Valencia Fruits y Anuario*

- España: 169,00 Euros (IVA incluido)
 Europa: 295,00 Euros
 Resto países: 370,00 Euros

Anuario Hortofrutícola

- Suscriptor VF: 35,00 Euros (+envío)
 No suscriptor VF: 60,00 Euros (+envío)

(Anotar X en la forma elegida)

* Valencia Fruits incluye el envío del semanario durante un año y del Anuario a la dirección del suscriptor

EMPRESA:

DE ACTIVIDAD: DNI/NIF:

CON DOMICILIO EN: CP:

CALLE: NÚMERO: TEL.:

E-MAIL:

DESEA SUSCRIBIRSE AL SEMANARIO VALENCIA-FRUITS, POR EL PLAZO DE UN AÑO, HACIENDO EFECTIVO EL IMPORTE DE LA SUSCRIPCIÓN POR:

BANCO/CAJA: IBAN Nº

Firma

Enviar por e-mail a Valencia Fruits: info@valenciafruits.com o por correo postal a Gran Vía Marqués del Turia, 49, 5º, 6 - 46005 VALENCIA

PENBOTECH 400 SC™ by Janssen PMP



Solución postcosecha a base de PIRIMETANIL para el tratamiento de cítricos.

- 🍊 Acción preventiva y curativa de los principales patógenos postcosecha.
- 🍊 Excelente herramienta para el manejo de resistencias.
- 🍊 Sin ARfD y un elevado LMR (UE = 8 ppm).
- 🍊 Ideal para almacenamientos y/o transporte prolongados, gracias a su demostrada actividad a largo plazo.



FOMESA FRUITECH

Your postharvest partner since 1955



Camí del Racó, 10 - Pol. Ind. Norte
46469 Beniparrell - Valencia (España)

T. +34 96 121 18 62
F. +34 96 121 41 13

info@fomesafruitech.net
www.fomesafruitech.net

Saint-Charles International Perpignan



valencia fruits
dossier

Información elaborada por Nerea Rodríguez
Foto: Saint-Charles International



Por la zona del Grand Saint-Charles circulan a diario una media de 3.000 camiones por lo que es necesario renovar y readaptar los accesos y salidas de la plataforma. / NEREA RODRÍGUEZ

Saint-Charles 2020-2040: ¡Estudio en marcha!

El estudio, que comenzó en mayo de 2021 y durará 12 meses, tiene la finalidad de identificar las necesidades actuales y futuras de la plataforma de cara a 2040

Desde el Sindicato Nacional de Importadores/Exportadores de Frutas y Hortalizas de Saint-Charles International (SNIFL) se confirma el plan de desarrollo y ordenación de la zona de Saint-Charles, bautizado con el nombre de "Saint-Charles 2020-2040" avanza correctamente.

El estudio comenzó en mayo de 2021 y durante 12 meses, la plataforma está siendo objeto de todo tipo de atenciones. Se trata de un estudio que pretende identificar las necesidades tanto actuales como futuras y hacer que los profesionales de la plataforma se planteen los cambios previsibles en sus oficios y sectores de cara a 2040, con el fin de anticiparse y determinar las soluciones adecuadas para garantizar el crecimiento y desarrollo de la plataforma y sus empresas.

"No debemos olvidar que nuestra plataforma tiene más de cincuenta años y que este histórico terreno privado —de 33 hectáreas— está completo", apunta Denis Ginard, presiden-



Este gran proyecto asegurará el futuro de la plataforma de Perpignan. / SCI

Conseguir un 'Saint-Charles 2.0' es el gran reto de este proyecto de expansión y renovación

Saint-Charles quiere seguir siendo un punto clave en la distribución hortofrutícola

te del SNIFL. "A lo largo de los años, en las afueras, se ha ido ampliando un área de actividad equivalente de 30 a 40 hectáreas, por lo que a día de hoy, el espacio total de la plataforma cuenta con una superficie de actividad total de 70 hectáreas. Este espacio, a día de hoy, acoge a 150 empresas especializadas en el comercio, el transporte y la logística de frutas y verduras frescas, con 2.200 empleos directos y 200.000 m² de almacenes climatizados".

Saint Charles International es la principal plataforma europea de comercialización, transporte y logística de frutas y hortalizas frescas. Pero este punto clave en la distribución hortofrutícola, con medio siglo de vida, si quiere mantener esta posición de referencia de cara al futuro, necesita un plan de modernización y ampliación ambicioso. El reto, en palabras de uno de los miembros del SNIFL, es conseguir un "Saint-Charles 2.0". "El plan 'Saint-Charles 2020-2040' es el gran proyecto de futuro para nuestra plataforma. Es necesario modernizar, aumentar la capacidad de frío, ampliar en superficie todo el mercado, renovar los accesos de entrada y salida para ganar operatividad... para mantenernos como la primera plataforma de distribución y logística especialista en fruta y hortaliza de Europa".

Uno de los puntos clave es la extensión de los terrenos hacia el sur: Una superficie de diez hectáreas que estará exclusivamente dedicada a actividades logísticas y de comercio de frutas y verduras. "La disponibilidad de terreno era un problema recurrente en los últimos años", recuerda Denis Ginard, por lo que disponer de estas nuevas tierras, a unos cientos de metros de la zona histórica de SCI, "es un activo real en el desarrollo y el crecimiento de nuestra plataforma" apunta el presidente del SNIFL.

En el ámbito de remodelación del mercado, numerosas empresas han invertido en la modernización de sus instalaciones en los últimos años, y hay proyectos a la vista a tal efecto en otras muchas, animadas a invertir vista la apuesta que la propia plataforma está haciendo por garantizar su desarrollo con el plan "Saint-Charles 2020-2040".

En términos de servicios proporcionados a los usuarios, con 3.000 camiones por día circulando en nuestra plataforma, se está estudiando la creación de un área de estacionamiento y la remodelación de los accesos y salidas a la zona del Grand Saint-Charles y del propio mercado.

"El estudio que se está llevando a cabo para la ejecución del plan 'Saint-Charles 2020-2040' nos permitirá anticipar y determinar soluciones capaces de garantizar el crecimiento y el desarrollo de nuestra plataforma y de las empresas asociadas", explica Ginard, que destaca las ventas comerciales y logísticas que atesora Saint-Charles. "Ventajas que la han convertido en la primera plataforma de comercialización, transporte y logística de frutas y hortalizas en Europa, con unas 1.768.000 toneladas de frutas y hortalizas tratadas al año, que equivalen a 1,95 millones de euros en cifra de negocio".

El futuro de Saint-Charles es positivo porque seguirá siendo un punto clave para la comercialización y la logística en el mundo de la fruta y hortaliza.



**Import / Export
de Fruits et Légumes**

Pavifruits

M.I. Saint-Charles ● Rue du Languedoc B.P. 35322 ● 66033 PERPIGNAN Cedex France
Tél. +33 (0)4 68 55 70 28 ● Fax. +33 (0)4 68 85 08 14 ● Email: pavifruits@orange.fr





Imagen de la firma del acuerdo de colaboración. / SCI

Saint-Charles International apuesta por la formación

El SNIFL firma un acuerdo con la Escuela de Ingeniería Purpan para la formación y además una futura integración profesional de jóvenes ingenieros en la plataforma

Purpan es una escuela que enfatiza en su proceso de formación fundamentos como la adquisición de habilidades de ingeniería, el desarrollo personal, la profesionalización, la obtención de un título generalista y la adquisición de 9 meses de experiencia internacional para el 100% de sus estudiantes.

La cooperación internacional es una prioridad pedagógica importante para Purpan y un área de excelencia reconocida para la escuela. Está catalogada como una de las tres misiones esenciales, junto con la formación y las actividades de investigación y desarrollo.

Son valores y ámbitos compartidos por la plataforma de Saint-Charles, primer centro de comercialización, transporte y logística de frutas y hortalizas frescas en Europa. Con más de 1,8 millones de toneladas de frutas y hortalizas comercializadas anualmente, sobre todo procedentes de España (60%), Marruecos (30%), así como de Francia y el resto del mundo, no es de extrañar que los profesionales de Saint-Charles hayan querido firmar este acuerdo de colaboración con esta escuela. Ya sea por sus conocimientos "agri-agro", por su apertura al mundo o por su sólida formación en ingeniería, estos estudiantes lo tienen todo para triunfar en el ecosistema de Saint-Charles y en el sector hortofrutícola de Perpignan.

Esta nueva asociación tiene como objetivo mejorar el conocimiento mutuo entre la Escuela de Ingeniería Purpan y el mundo profesional de la plataforma Saint-Charles, estableciendo un diálogo e intercambios entre los profesores, los estudiantes y los responsables de SNIFL - Saint-Charles.

Por tanto, esta asociación debería fomentar el fortalecimiento de los vínculos existentes y la cooperación entre las distintas partes implicadas en este acuerdo, además de contribuir a una mayor comunicación con los estudiantes sobre los retos de los sectores hortofrutícola, del transporte y de la logística.

Esta asociación responde también a las preocupaciones y al trabajo realizado estos últimos

años por los responsables de la Comisión 'Formación / Contratación' del sindicato, deseosos de comunicar y promover entre los jóvenes diplomados y estudiantes en formación, la amplitud y la riqueza de los oficios presentes en Saint-Charles, así como las perspectivas de desarrollo y de futuro que ofrecen estos oficios.

Las disposiciones de este acuerdo de colaboración deben por su parte permitir a los estudiantes de Purpan descubrir la diversidad de estos oficios, proyectarse y proporcionar a los sectores hortofrutícola, del transporte y de la logística los recursos humanos cualificados necesarios para su desarrollo.

En el difícil contexto actual para un primer empleo, esta asociación es esencial para reforzar las condiciones de éxito de los estudiantes.

Se renueva La Démarche Qualité Saint-Charles

El Sindicato Nacional de Importadores/Exportadores de Frutas y Hortalizas de Saint Charles Internacional (SNIFL) y la Direction Générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des Fraudes (DGCCRF) han renovado sus compromisos y su colaboración en el marco de la sexta renovación trienal del acuerdo "Démarche Qualité Saint-Charles" (Iniciativa de calidad Saint-Charles).

Este procedimiento único en su género, voluntario y mutualizado es una garantía para los consumidores. Creado en 2001, el objetivo de esta iniciativa de calidad es permitir a todos los firmantes—profesionales de las frutas y hortalizas de todos los tamaños— alcanzar un nivel de excelencia en el control de los procedimientos APPCC (Análisis de Peligros y Puntos de Control Crítico), garantizando así a sus clientes y a los propios consumidores la disponibilidad de productos que cumplen con características controladas y analizadas regularmente.

Esta sexta renovación de tres años permitirá a la "Démarche Qualité Saint-Charles" continuar su impulso, con el fin de ofrecer al consumidor aún más garantías en materia de seguridad alimentaria.

El acuerdo trienal, aprobado por la DGCCRF para el periodo 2021-2024, ha sido firmado por 62 empresas miembros del SNIFL.

Los servicios de la DIRECCTE Occitanie siguen este trabajo a largo plazo, del que reciben informes periódicos. También participan en este proceso dos laboratorios: el Laboratorio Departamental de Análisis (CAMP) y el Laboratorio Phytocontrol, así como el Centro Técnico Interprofesional de Frutas



Firma de la sexta renovación trienal de esta iniciativa de calidad. / SCI



La nueva imagen del sello. / SCI

y Verduras (CTIFL), que también participa.

■ NOVEDADES

Entre los avances que presenta este nuevo acuerdo respecto al firmado en 2018, destacan: La certificación del Sindicato, con una puntuación del 100% de cumplimiento por parte del Organismo Internacional de Certificación: SGS. Esta etiqueta valida los requisitos identificados por el SNIFL a través de 8 compromisos de servicio, supervisados y detallados en el marco de referencia elaborado para esta certificación.

Otras de las novedades será la renovación de la imagen visual y se oficializará un catálogo de formación.

En esta nueva renovación también se ha procedido a la contratación de un segundo coordinador de calidad para reforzar el seguimiento de la Iniciativa de Calidad de Saint-Charles y apoyar a las empresas firmantes en su correcta aplicación.

Se reforzará así mismo el papel del Sindicato Nacional de Importadores/Exportadores de Frutas y Hortalizas en términos de asesoramiento, formación y apoyo a las empresas firmantes en sus problemas de calidad, y más en general, a las empresas del sector que deseen recibir apoyo del Sindicato en este ámbito.

También es novedad el requisito de la obtención de la certificación "QUALIOPI" en julio de 2021, obligatoria para todas las organizaciones de formación a partir del 1 de enero de 2022.

Por último se ha previsto el lanzamiento de los nuevos cursos de formación "Food Defense" y "Food Fraud".

Una experiencia de más de 50 años



Una selección de los mejores productos

Ahora en hortalizas

BUONANNO
EMPRESA IMPORTACIÓN - EXPORTACIÓN DE FRUTAS, VERDURAS Y HORTALIZAS

Desde ahora, la calidad se pronuncia **BUONANNO**

Saint-Charles International - Magasin 10/12 - B.P 65022 - 66030 Perpignan Cedex - FRANCIA
Tel.: +33 (0)4 68 55 32 33 - Fax: +33 (0)4 68 55 46 01 - commercial@buonanno.fr

www.buonanno.fr



Saint-Charles Export mantiene su operatividad a pesar de la crisis sanitaria

La asociación, creada en 2007 para impulsar la exportación, continúa con sus acciones de promoción y presentación de los servicios que ofrece Saint-Charles desde Perpignan

Tras casi dos años marcados por la COVID-19, el presidente de Saint-Charles Export, Julien Batlle pone en valor la respuesta del sector agroalimentario, el transporte y la logística que “han demostrado una gran resiliencia ante esta crisis y han mantenido sus actividades durante las distintas fases de esta pandemia mundial, no sin dificultad, pero siempre con el objetivo de garantizar el abastecimiento de bienes de primera necesidad en Francia... y todo ello sin interrupción alguna”. A pesar de la situación pandémica, que parece no tener fin, “Saint-Charles Export ha sabido renovarse durante esta crisis y seguir siendo combativo. No podemos detenernos. Hay que seguir estando en movimiento. Debemos seguir con nuestros proyectos porque así es como saldremos más fuertes de esta crisis” destaca convencido su presidente.

Esta asociación, dedicada a promover la exportación de sus socios, es flexible y ágil. Hace frente a las diferentes crisis per-

siguiendo y adaptando su modelo y sus acciones con el único objetivo de satisfacer las necesidades de las pymes y pequeñas empresas asociadas. “Con esta filosofía como base, mientras evolucionemos en modo ‘proyecto’, Saint-Charles Export tendrá un futuro brillante por delante y su razón de ser es indiscutible”, apunta Julien Batlle.

Para una empresa que busca reforzar su línea de trabajo de exportación, la adhesión a Saint-Charles Export le permite acudir a las principales ferias internacionales del sector hortofrutícola para establecer nuevos contactos a nivel mundial. “Las operaciones compartidas que ofrece SCE pueden ir desde la reserva y el acondicionamiento del stand hasta la gestión de los viajes de los directivos de la empresa y sus empleados. Por ejemplo, gestionamos y ofrecemos tarifas preferentes para los viajes a las dos principales ferias en Europa, como son Fruit Logística en Berlín y Fruit Attraction en Madrid; nos ocupamos del



La celebración de Fruit Attraction en octubre de 2021 fue muy celebrada en general por todo el sector hortofrutícola europeo y en especial por las empresas asociadas de Saint-Charles Export. / SCE

Desde la puesta en marcha de Saint-Charles Export, los porcentajes de ventas entre el mercado nacional francés y la exportación han mantenido una línea ascendente

alojamiento en hoteles durante toda la duración de las ferias, o del envío y retorno de material a los lugares de exposición”.

En estas ferias, el pabellón de Saint-Charles Export es generalmente un espacio abierto, cercano, animado y dinámico, donde durante los días que dura cada evento se hace todo lo posible para mantener a las empresas asociadas, sus clientes y proveedores en el stand en el mejor clima de negocios posible.

Ser miembro de Saint-Charles Export significa también poder participar en recepciones para compradores de toda Europa y presentarles, dentro de sus al-

macenes, la gama de productos comercializados por la empresa. “Así mismo pertenecer a un grupo como el nuestro significa formar parte de una importante red de empresas, un colectivo, y podemos decir que durante este período problemático, y para gran satisfacción de todos, la red y la solidaridad están funcionando de forma impecable”.

■ LAS CIFRAS HABLAN

Desde la puesta en marcha de Saint-Charles Export, los porcentajes de ventas entre el mercado nacional francés y la exportación han mantenido una línea ascendente, superando los 370.000.000

El presidente de SCE, Julien Batlle pone en valor la respuesta del sector agroalimentario, el transporte y la logística durante la pandemia

euros y las 300.000 toneladas, que representan un aumento, en cifras porcentuales, del 93% en valor y 87% en volumen.

Queda patente que la creación de Saint-Charles Export en 2007 ha permitido dar un paso decisivo en la estrategia de conquistar nuevos mercados liderados por la plataforma de Perpignan y por sus empresas asociadas. “De los 1.76 millones de toneladas que comercializamos anualmente, el 60% se destina al mercado francés y el 40% se vende fuera de Francia (alrededor de 700.000 toneladas)” confirma Julien Batlle.

■ MARGEN DE CRECIMIENTO

La evolución de la exportación desde la creación de SCE es evidente, pero en opinión de su presidente, aún hay más margen de crecimiento. Para lograrlo Batlle señala que “la asociación debe mantener sus esfuerzos en los mercados en los que ya estamos bien establecidos e incrementar nuestras acciones en aquellos mercados en los que todavía hay un margen significativo de crecimiento”. A pesar de las dificultades que esta crisis sanitaria ha traído consigo, “continuamos con nuestra estrategia de desarrollo mediante acciones de promoción y comunicación dirigidas a los mercados de exportación y apoyando a nuestras empresas asociadas en sus iniciativas de apertura a nuevos mercados”.

■ FRUIT ATTRACTION

La celebración de Fruit Attraction en octubre de 2021 fue muy celebrada en general por todo el sector hortofrutícola europeo y en especial por las empresas asociadas de Saint-Charles Export, que consideran esta feria como una cita ineludible y por la que apuestan fielmente desde su primera edición. Tras la confirmación de la celebración de forma presencial de Fruit Attraction 2021, “SCE junto con sus socios tenía clara su participación, para la que reservó el mayor número de metros cuadrados desde la creación de la feria en 2009”, recuerda Batlle. En total fueron 95 empresas, integradas en SCE, las que viajaron a Madrid. “Además de las fechas en las que se celebra esta feria, que coincide con el principio de la campaña de invierno y que sigue siendo un momento ideal para hacer negocios, España es uno de los principales proveedores de la plataforma de Saint Charles Internacional, algo que ha hecho que la movilización de las empresas de Perpignan siempre haya sido importante en esta feria”.

Una vez más, pudo percibirse la intensidad de esta feria desde el momento de su apertura, con contactos de gran calidad y numerosos, y se puede decir que los participantes, tanto productores, importadores/exportadores, transportistas, especialistas en logística, transitarios, banqueros, aseguradores de crédito, prestatarios informáticos... quedaron conquistados por el ambiente general y por el dinamismo que aportó el stand de Saint-Charles Export.



Spécialiste dans l'import-Export

PA.SA.GE International

Marché SAINT CHARLES INTERNATIONAL
31-32-33 Allée Paul Marquillanes – B.P 55351
66033 – PERPIGNAN

FR 06 421 413 782

PA
SA
GE
INTERNATIONAL

+33 4 68 54 34 88

contact@pasage.fr

www.pasage-international.com

PA.SA.GE Perpignan



La sostenibilidad es un factor clave para el consumidor francés

Los criterios de desarrollo sostenible en las compras son un factor muy importante para los franceses a la hora de consumir (61% frente a un 50% en otros países desarrollados), según se desprende del último Índice de Consumo Futuro de EY, en la que se analizan los cambios en el comportamiento del consumidor como consecuencia de la pandemia de la COVID-19. El consumidor francés se preocupa principalmente de aspectos medioambientales (más de un 80% de los encuestados), sin embargo, a pesar de los esfuerzos de las marcas en este sentido, parecen no ser suficientes, ya que el 79% de los consumidores afirma carecer de buena información en este ámbito.

Además, el 44% de los consumidores encuestados quiere luchar contra el cambio climático y sus efectos, el 36% quiere promover el uso sostenible de los ecosistemas y preservar la biodiversidad y el 31% se preocupa por la conservación de los océanos.

Esta situación concuerda con los esfuerzos del Gobierno francés por dar respuesta



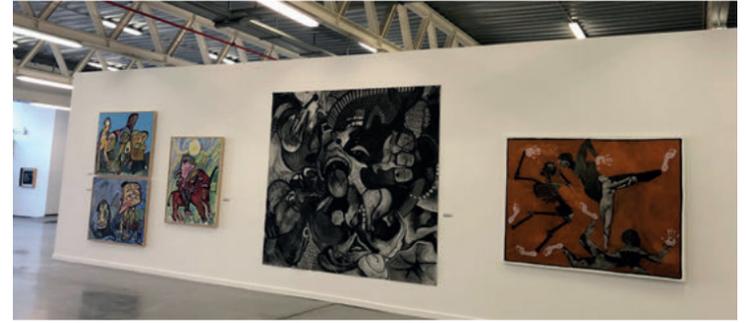
El consumidor galo es uno de los más comprometidos con la sostenibilidad. / EY

a una sociedad comprometida con la lucha contra el cambio climático y culmina con promulgación de la Ley del Clima y la Resiliencia el pasado mes de agosto. En lo relativo al consumo, esta norma incluye novedades como el dispositivo ECO SCORE (que muestra el impacto medioambiental de los bienes y servicios consumidos por los franceses) o que en las superficies de venta de más de 400 m², el 20% se dedique a la venta a granel de aquí a 2030.

Los consumidores también muestran preocupación por otros aspectos. Un 70% de los

encuestados priorizan causas sociales, como derechos humanos y la justicia social (frente al 80% que priorizan aspectos medioambientales).

Del mismo modo, se observa una fractura generacional a la hora de consumir en Francia. Son las generaciones más jóvenes las más proactivas en lo que respecta a la búsqueda de información sobre la sostenibilidad y a evitar la compra de productos de marcas que no cumplan sus expectativas, así como a tener una predisposición a pagar más por productos eco-responsables.



Exposición dedicada a Madramany en la Marina de Valencia. / SALVADOR PAVÍA

Homenaje a Vicent Madramany, empresario hortofrutícola, coleccionista y mecenas de arte

Más de un centenar de obras pertenecientes en inicio al empresario agrícola, activista y coleccionista de arte Vicent Madramany (l'Alcúdia, 1946 - Perpignan, 2018) ponen de manifiesto su pasión por la pintura en la exposición que, hasta el 21 de enero, se puede visitar en La Base de la Marina de Valencia. Es la primera vez que puede verse una selección tan amplia de las obras que Madramany, implicado en el mecenazgo, coleccionó durante más de medio siglo, desde los años 60.

Vicent Madramany Vallés, coleccionista, empresario y mecenas de arte, fue gerente de la Cooperativa Agraria de l'Alcúdia y fue destinado con la cooperativa Anecoop a internacionalizar la cooperativa a Europa, recalando Perpignan. Además de ser conocido por la política y por su trabajo de importación y exportación de fruta, también fue conocido gracias a su pasión por el arte.

El año 1979 se desplazó a Perpignan para dedicarse a su trabajo de importación y exportación de fruta, su profesión. Pero su gran pasión era el arte, que desde muy joven lo lanzó a la pintura y al coleccionismo.

Al poco de instalarse en Perpignan fundó un museo de arte contemporáneo en un viejo almacén de frutas cerca de la estación de trenes, que lo llamó "À cent mètres du monde" (A cien metros del centro del mundo), que se convirtió en un referente artístico de la capital de los Pirineos Orientales.

El museo de Madramany, que actualmente dirigido por su discípulo Salvador Pavia, cuenta con más de 400 obras y cuatro exposiciones anuales, entre las cuales destacan obras de Manuel Boix i Artur Heras y Sanz, Rafael Armengol, Carmen Calvo Sáenz de Tejada, Tània Blanc o Balbino Giner, entre otros.



**IMPORTADOR
EXPORTADOR
EUROPEO**

**DE FRUTAS Y VERDURA
EN FRESCO**

CALIDAD

70 AÑOS DE
EXPERIENCIA

PROFESIONALIDAD

TRAZABILIDAD



ALMACENES 101-106
SAINT-CHARLES INTERNATIONAL
PERPIGNAN - FRANCIA

M MARQUILLANES@MARQUILLANES.FR



MARQUILLANES.COM
+33 (0) 4 68 85 25 15



El Brexit, un desafío recogido por el Grupo Guanter Rodríguez

Ha pasado un año desde que Reino Unido dejó de formar parte de la Unión Europea. Como país tercero, la importación y exportación de mercancías ahora debe cumplir con una serie de trámites aduaneros que en estos doce meses han supuesto más de un quebradero de cabeza para los operadores.

A pesar de las complicaciones burocráticas, para el Grupo Guanter Rodríguez la salida de Reino Unido ha supuesto la llegada de nuevas oportunidades de negocio en el tráfico de mercancías.

Conscientes de los cambios que se avecinaban, durante los dos últimos años Guanter se ha preparado para responder a las nuevas cuestiones logísticas y proporcionar a sus clientes el mejor apoyo posible, evitando irrupciones y obstáculos en sus corrientes comerciales. En este tiempo, la empresa ha ampliado sus puntos de gestión aduanera, situándose en las zonas de Hendaya, Chateaufrenard, Le Havre, Dunkerque, Calais y Lille, puntos de tránsito estratégicos para la carga.

Jean-Patrick Rodriguez, director general del Grupo Guanter, admite que ha sido “un año complicado” pero al mismo tiempo “positivo” ya que han surgido “nuevas oportunidades de negocio”. El Brexit ha supuesto “abrir nuestra visión a nuevos tráficos que hasta ahora no se conocían o se desarrollaban en Guanter”.

La clave del éxito de Guanter Rodríguez ha sido y es ir siempre un paso por delante, conocer bien el mercado, prever cuáles serán las necesidades futuras de



Durante este 2022 está prevista una nueva ampliación de las oficinas en la sede central en Perpignan. / GUANTER

acuerdo a los acontecimientos que se van dando en cada momento y prepararse para esa nueva situación. En definitiva, “tener visión de futuro y ser proactivo”.

■ NUEVOS TRÁFICOS

La base del negocio de Guanter sigue siendo la fruta y hortaliza, pero a raíz del Brexit han surgido peticiones de gestionar otro tipo de tráficos como el industrial. “Podríamos decir que Guanter ahora mismo es una empresa que ofrece un servicio

Jean-Patrick Rodriguez admite que ha sido “un año complicado” pero al mismo tiempo el Brexit ha supuesto “abrir nuestra visión a nuevos tráficos que hasta ahora no se conocían o se desarrollaban en Guanter”

de logística global, especializada con un radio de acción internacional”, señala su director general. Con la internacionalización como objetivo, el grupo prosigue con su plan de estar presente en el mayor número

de puertos ofreciendo su actividad de gestión aduanera.

■ LA RED GCS

Con los cambios que el Brexit iba a generar en el tráfico de mercancía al convertirse Reino Uni-

do en un país tercero, en 2020, se impulsó el proyecto Global Customs Systems (GCS), una red pensada y diseñada para aportar soluciones aduaneras puntuales, incluso integrales punto a punto entre Europa y Gran Bretaña, y que permitiera a sus clientes realizar sus operaciones aduaneras (exportaciones / importaciones), sin preocuparse del punto o incluso de la hora de carga de sus mercancías.

En opinión del director general de Guanter Rodríguez formar parte de esta red “implica una ampliación de las posibilidades logísticas geográficas en nuestras ofertas, a través de una red de colaboradores de calidad que comparten la misma filosofía en la gestión de procesos, así como un dominio de los esquemas logísticos locales”.

La red ‘Global Customs Systems’ está formada por diferentes entidades que la representan en cada uno de los puntos en la que está presente: Asercomex; DESFRU -Despachos Fruteros SL-; GR Logistique -Grupo Guanter Rodríguez SAS-; Grupos Alicante; NAGRUP; Pujol Verdager; RONCO -J.Ronco & Cia-; y Tassa -Tránsitos y aduanas el Segre. “Gracias a esta red el grupo cuenta con puntos de gestión de aduanas en toda España y una gran parte del Reino Unido.”

El trabajo que implica coordinar los flujos, el transporte, la logística, la documentación, etc... es ingente, sin embargo “gracias a la experiencia y profesionalidad del equipo que lidera Javier Navarro, en su primer año de funcionamiento esta red ha logrado una fuerza y un fuerte desarrollo”, confirma el director general del Grupo Guanter Rodríguez.

Es obvio que, desde el año pasado, “entrar y salir del Reino Unido es más complicado por toda la burocracia que entraña la documentación aduanera”, y aún va a ser más difícil a partir de este año con la entrada en vigor de la presentación de las certificaciones de fitosanitarios prevista para julio. “De todas formas, la red GCS, previendo la situación, se ha ido preparando para que este nuevo trámite no suponga un problema para los clientes”.

■ MÁS NOVEDADES

Los proyectos y las nuevas ideas no cesan en esta compañía que siempre se ha caracterizado por su dinamismo e ir siempre un paso por delante. Fieles a este ‘modus operandi’, entre las novedades para este 2022 destaca una nueva ampliación de las oficinas en su sede central en Perpignan. Así mismo, en breve presentará una nueva aplicación en su página web mediante la cual el cliente podrá localizar en tiempo real los camiones con su mercancía. “En plena era digital, queremos aprovechar todas las herramientas a nuestra disposición para facilitar al cliente el acceso a cualquier información y servicio que ofrece nuestro grupo”.



PRODUCTOR - CONFECCIONADOR - EXPEDIDOR

Con más de 30 años de experiencia en la importación - exportación de Frutas y Verduras



Avenue de Barcelone - Rond Point d'Amsterdam - Saint Charles - 66000 Perpignan
 (+33) 468 85 44 01 (Standart) contact@soleilroy.com www.soleilroy.com



LOGISTIQUE

GRUPO

GUANTER-RODRIGUEZ

**EL GRUPO GUANTER RODRIGUEZ,
TODA UNA ORGANIZACION DE
ADUANAS – LOGISTICA –TRANSPORTE – ALMACENAJE**

GRUPO G.R. ESPAÑA – ALGECIRAS (CADIZ):

Tel.: +34 956 10 28 04 – E-mail: algeciras@jronco.com

Puerto de Almería Estación Marítima / Delegación Motril: Tel.: +34 950 24 30 44

GUANTER RODRIGUEZ – CEED GRAND ST CHARLES – BP 15356 – 66033 PERPIGNAN CEDEX

Internet: www.grlogistique.com - Tel.: +33 (0)4 68 85 61 00 - contact@grlogistique.com

GRUPO GUANTER RODRIGUEZ MARRUECOS

TANGER: Tel.: +212 539 34 08 05 – grmaroc@grlogistique.com

AGADIR: Serv. Transport: Tel.: +212 661 16 46 53 – Serv. Douane: Tel.: +212 662 10 99 22

guanteragadir@grlogistique.com

RED ADUANA FRANCIA

PERPIGNAN: Service Douane Import: Tel.: +33 (0)4 68 85 61 56 – douane@grlogistique.com

Service Douane Export: Tel.: +33 (0)4 68 85 61 10 – export@grlogistique.com

CHATEAURENARD: Tel.: +33 (0)4 90 90 16 21 – chateau@grlogistique.com

CALAIS-LEHAVRE-DUNKERQUE-OUISTREHAM: Tel.: +33 (0)4 68 85 61 61– calais@grlogistique.com

HENDAYE: Tel.: +33 (0)4 90 90 16 21 – hendaye@grlogistique.com

RED ADUANA ESPAÑA Y REINO UNIDO

GLOBAL CUSTOMS SYSTEMS: Tel.: +34 972 59 80 70 / +34 669 74 07 32 – jnm@customsgcs.com

TRANSPORT

ENTREPOSAGE

DOUANE
GIR
LOGISTIQUE
GRUPO

Destination le Monde!

GUANTER-RODRIGUEZ

WWW.GUANTER-RODRIGUEZ.FR



ÁNGEL VERDÚ / Director comercial del Grupo Cañamás

“Entre nuestros proyectos está la continuación y la mejora de la empresa en Saint Charles”

El proyecto de internacionalización empresarial de Cañamás Hermanos, que empezó en la década de los 60 con la creación del despacho de ventas en Perpignan, marcó el inicio del posicionamiento de la marca Le Gamin como marca de referencia de los cítricos españoles en el mercado francés. Formar parte del mercado de Saint Charles tiene como objetivo, según señala el director comercial Ángel Verdú, proporcionar a los clientes de Cañamás una mayor adaptabilidad a sus demandas de producción y logística. Con este objetivo como bandera, el director comercial del Grupo Cañamás confirma que la empresa valenciana continuará apostando por Saint-Charles ampliando y mejorando su presencia en este mercado.

Valencia Fruits. ¿Cuáles son las ventajas de estar dentro del Mercado de Saint-Charles para una empresa especialista cítrica como Cañamás? ¿Cuál es su propósito hoy en día cuando muchos de los envíos se realizan directamente desde origen a destino final?

Ángel Verdú. Para el Grupo Cañamás el mercado de Saint Charles es el punto de unión entre el origen del producto y los diferentes mercados mayoristas franceses. Nuestra filial Del Sol, ubicada dentro del mercado desde sus inicios, nos permite una relación directa con el mercado francés y consolida el posicionamiento de una de las marcas de cítricos de referencia en los mercados: Le Gamin, sinónimo de calidad gustativa, tradición y excelente servicio. Además, como plataforma logística, también tiene una función extraordinaria aglutinando mercancías para diferentes operadores, y haciendo las veces de lanzadera al resto del mercado europeo.

Hoy en día, mantenemos el propósito que nos hizo establecernos en el mayor centro de comercialización de Europa: desarrollar una atención al cliente personalizada, directa y duradera. Formar parte del mercado de Saint Charles tiene como objetivo proporcionar a nuestros clientes una mayor adaptabilidad a sus demandas de producción y



Ángel Verdú destaca la fortaleza y fiabilidad del mercado francés. / CAÑAMÁS

logística, hecho que se vio reforzado durante la pandemia y el confinamiento.

VF. ¿Cómo se está desarrollando la campaña comercial cítrica de Cañamás en el mercado francés? ¿Se está notando el descenso de consumo generalizado que los operadores de Saint-Charles comentan y que está condicionando el buen desarrollo de la temporada?

AV. Este año se está volviendo a vivir una cierta incertidumbre por el efecto que la pandemia tiene en la estabilidad del consumo y de los mercados. Esto se está notando, pero el mercado

francés es un mercado fuerte y fiable que, estamos convencidos, irá sorteando la situación de una forma positiva.

VF. ¿Se han dado cambios en la actividad comercial de Cañamás con sus clientes franceses debido a la pandemia? ¿Se han modificado los procedimientos, peticiones, certificaciones, presentaciones...?

AV. La pandemia ha afectado a la cadena de aprovisionamiento de diversas maneras, tanto a nivel logístico, creando tensiones en el flujo de aprovisionamientos como a nivel de producción y demandas. A esto se ha sumado que en los últimos meses esta-

“Después de 50 años, Le Gamin se mantiene como una de las marcas de referencia de los cítricos españoles en el mercado francés”

mos modificando toda la línea de envases y embalajes para adaptarnos a la nueva normativa francesa. Pero más que un cambio, ha sido una aceleración de los procesos que ya veníamos desarrollando en la empresa. Al fin y al cabo, la adaptación que estamos haciendo en línea con las demandas de los clientes y de la legislación vigente es positiva en términos de sostenibilidad y de mejora de los procesos.

VF. Hablando precisamente de la eliminación del plástico a partir del 1 de enero 2022 en Francia, ¿cómo afecta a la preparación y presentación de los envíos de Cañamás al país vecino? ¿Es un problema cuando hablamos de cítricos?

AV. La realidad es que el cambio de formatos lleva consigo una subida de costes por los nuevos materiales y una mayor tensión en la cadena de suministros por la necesidad de cambiar gran parte de las referencias, con el pertinente cambio de maquinaria que ello requiere. Pero

en Cañamás Hnos. empezamos la campaña en septiembre 2021 cambiando todas las líneas que requerían de un formato adaptado. Anticipando la adaptación a los nuevos formatos y materiales, contamos con un margen más amplio para subsanar cualquier pequeño error o dificultad que cualquier cambio de este tipo supone. Así, llegamos al inicio del nuevo año con todas las referencias perfectamente ajustadas a las nuevas demandas, tanto a nivel productivo como logístico.

Cabe destacar que la industria alimentaria es de las más exigentes en materia de calidad y seguridad alimentaria, por razones obvias, por lo que tanto los materiales en plástico que se han utilizado hasta ahora como los nuevos formatos cumplen con todas las exigencias europeas. En Cañamás seguiremos apostando por todas aquellas herramientas que mejor conserven la calidad de nuestro producto final, asegurando su frescura durante todo el proceso productivo y, sobre todo, que tengan un proceso de fabricación y reciclaje de bajo impacto ambiental.

VF. Francia es el principal mercado de exportación para Cañamás y la marca ‘Le Gamin’ es su ‘buque insignia’. ¿Cómo se consigue fidelizar a un país en torno a esta marca? Después de todos estos años ¿Le Gamin aún mantiene ese valor ‘preferencial’ entre los consumidores franceses en el segmento cítrico?

AV. El proyecto de internacionalización empresarial que empezó en la década de los 60 con la creación del despacho de ventas en Perpignan marcó el inicio del posicionamiento de la marca Le Gamin como marca de referencia de los cítricos españoles en el mercado francés. Y esta fidelización, que perdura más de 50 años después, es gracias a que el esfuerzo por producir cítricos de alta calidad empieza en el origen, en el campo. Por eso, la base de nuestro proyecto es la producción propia, porque es la única manera de saber que lo que vamos a proveer a los clientes cumple con nuestros requisitos en temas como innovación en nuevas variedades, calidad gustativa aún con pérdida de productividad, uso responsable de los recursos naturales, desarrollo de la lucha biológica...

Y, además, lo hacemos de forma continuada en el tiempo, con constancia y con la ilusión de proveer el mejor producto al mejor precio durante todo el año. Ese ha sido desde siempre el objetivo de nuestra marca, es lo que hemos aprendido, y es lo que queremos transmitir al equipo presente y futuro.

VF. Volviendo al mercado de Saint-Charles de Perpignan, ¿cuál es el futuro de la filial de Cañamás en esta plataforma?

AV. Nuestro proyecto es la continuidad y la mejora de la presencia de la empresa en Saint Charles para seguir desarrollando las relaciones con el mercado mayorista francés, poder atender las exigencias de la gran distribución y facilitar una respuesta rápida en las faltas de producto que puntualmente pueden surgirles, sin dejar de lado el refuerzo a nivel logístico como plataforma de conexión con el resto del mercado europeo. Todo esto con la ilusión, la dedicación y el esfuerzo por hacer bien nuestro trabajo que siempre nos han caracterizado.

PLATAFORMA DE DISTRIBUCION, GRUPAJES, TRANSPORTES Y ADUANAS

Alma transitaires

C.E.E.D. GRAND SAINT-CHARLES • B.P. 75005 • F-66030 PERPIGNAN CEDEX
Tel.: 33 - 468 68 67 10 • Fax: 33 - 468 68 67 13 • E-mail: alma@alma66.fr
www.alma-transitaires.com

En España: LA JONQUERA/VILAMALLA • DESPACHOS FRUTEROS, S.L.

JAVIER NAVARRO / Director de Global Customs System

“El desarrollo aduanero de GCS llegará hasta donde lo necesiten nuestros clientes”

Según confirma su director, GCS puede hacer un balance muy positivo, porque “no hay mejor indicador para nosotros, que la respuesta que hemos recibido por parte de nuestros clientes de la alta satisfacción sobre el servicio, profesionalidad y apoyo que les hemos prestado”. Javier Navarro señala que el potencial de esta red se basa en conseguir que las operativas aduaneras ya vigentes y las que progresivamente se implantarán durante 2022, afecten lo mínimo posible a la logística diaria de sus clientes

Valencia Fruits. Ha pasado poco más de un año tras la puesta en marcha del proyecto Global Customs System, ¿qué podemos decir de la marcha de esta red de transitarios y agentes de aduanas? ¿Qué balance realiza de su funcionamiento en estos primeros 12 meses?

Javier Navarro. Transcurrido este primer año desde la salida de Reino Unido de la Unión Europea, podemos decir, que con la puesta en marcha de las gestiones aduaneras, y progresivamente la incorporación de los controles para-aduaneros, en lo que se refiere a las operaciones comerciales con ese país, ello ha comportado una complicación añadida al comercio que las entidades comunitarias venían realizando, aunque en general, las entidades exportadoras e importadoras, por lo vivido durante este primer

año, han sabido adaptarse a este nuevo hándicap, gracias también, al soporte y asesoramiento global que los miembros que conforman nuestra RED, agentes de Aduana y Transitarios, les han podido aportar sobre cada operación: asesoramiento, aduanero y para-aduanero, incluso legal y fiscal específico a cada operación que se nos ha planteado.

De este primer año, GCS puede hacer un balance muy positivo, porque no hay mejor indicador para nosotros, que la respuesta que hemos recibido por parte de nuestros clientes de la alta satisfacción sobre el servicio, profesionalidad y apoyo que les hemos prestado.

VF. Recordemos los servicios que ofrece esta red de empresas de servicios aduaneros y transporte, y a quién va dirigida.

JN. GCS inició su camino incorporando la prestación a nuestros clientes de todo tipo de servicios de aduana —Exportación e Importación— hacia y desde Reino Unido, pero conforme hemos ido avanzando en el año, y en base a las experiencias y problemáticas que se nos han ido planteando, hemos incorporado para nuestros clientes la posibilidad de solventarles dudas además de carácter aduanero, sobre problemáticas fiscales a la importación o exportación, obtención de números EORI, Representación Fiscal en UK, y recientemente el asesoramiento técnico aduanero para temas como la obtención de autorizaciones para recintos aduaneros (LAME, DDA, ...), resolución de requerimientos de carácter aduanero y presentación de recursos, etc.



Javier Navarro. / NEREA RODRIGUEZ

VF. En esta nueva realidad con Reino Unido ya como país tercero, ¿qué es lo más complicado a la hora de realizar la importación y la exportación entre España, Francia y Marruecos con Reino Unido?

JN. Para GCS lo más complicado es conseguir que las entidades exportadoras e importadoras dispongan de la logística más ágil y versátil, que les permita no sufrir en sus operativas habituales, las nuevas regulaciones aduaneras implantadas desde 01/01/2021.

VF. ¿Cuál es el potencial de este proyecto? ¿Hasta dónde puede llegar su actividad en el mundo de la gestión de aduanas?

JN. El potencial de este proyecto, como indicaba anteriormente, se basa sobre todo en conseguir que las operativas aduaneras ya vigentes y las que progresivamente se implantarán durante este año 2022, afecten lo mínimo posible a la logística diaria de nuestros clientes.

El desarrollo de nuestra actividad en el mundo aduanero llegará hasta donde necesiten

nuestros clientes para permitirles seguir operando comercialmente con Reino Unido.

VF. ¿Cuáles son las ventajas que obtiene una empresa import-export al contar con los servicios de GCS?

JN. La profesionalidad de todos los miembros que conforman nuestra RED, en formación continua y compartiendo entre ellos los conocimientos y medios de los que cada uno dispone, es nuestra mayor fortaleza.

VF. Además de la gestión aduanera para el sector hortofrutícola, ¿qué otros sectores abarca la red?

JN. GCS la conforman una red de transitarios capaz de realizar operaciones de aduana para cualquier sector; sería un error encuadrar GCS como una red del sector hortofrutícola, dado que diariamente todos nuestros miembros realizan y están capacitados para realizar cualquier operación aduanera y para cualquier sector.

VF. ¿Cuáles serán las novedades de GCS para este 2022?

JN. GCS ha iniciado la apertura de una oficina comercial y de apoyo en UK para todos nuestros clientes. Desde GCS nos hemos dado cuenta, que a nivel de la UE nos encontramos bien implantados, y que todos nuestros miembros son suficientemente conocidos, pero es de nuestro interés para completar el mejor servicio a nuestros clientes, tener un equipo en UK que nos ayude al desarrollo comercial y dar soluciones de apoyo si cabe más rápidas a nuestros clientes, nos parece éste, un proyecto importante y necesario para una RED como la nuestra.



GCS

GLOBAL CUSTOMS SYSTEMS

DIRECCIÓN

C/ Nord nº. 9 - 3ª Planta - Oficina 306 - Edificio Colegio de Agentes de Aduana - 17700 LA JONQUERA (GIRONA) ESPAÑA
Teléfono +34 972 59 80 70 - Email: info@customsgcs.com - jnm@customsgcs.com - www.customsgcs.com



Soluciones aduaneras **IMPORT/EXPORT** con **REINO UNIDO**





La compañía mantendrá su actividad comercial de importación y exportación de frutas y hortalizas, pero con nuevas ideas y proyectos a desarrollar. / N. RODRIGUEZ

CLAIRE BLASCO / General manager de Blasco

“Blasco emprende una nueva etapa con la vista puesta en nuevos mercados, productos y clientes”

La compañía Blasco afronta este nuevo año con grandes novedades y proyectos a la vista. Claire Blasco, hija de Alain Blasco toma el relevo de su padre al frente de la empresa familiar con un ambicioso plan de expansión y modernización. Abrir nuevos mercados, trabajar más productos y orígenes, desarrollar las ventas con la gran distribución y apostar por el mundo digital son algunos de los proyectos en los que ya está trabajando la nueva general manager de Blasco.

Valencia Fruits. Blasco ha emprendido una nueva etapa con la segunda generación de la familia Blasco en la dirección de la empresa. ¿Cuáles son los retos que se han marcado?

Claire Blasco. En este 2022, Alain Blasco, mi padre, deja la presidencia por jubilación y tomo yo el relevo como PDG (presidenta-directora general) de la empresa familiar, acompañada del equipo que ha trabajado junto con mi padre en estos años y de nuevas incorporaciones en departamento Comercial.

La compañía mantendrá su actividad comercial de importación y exportación de frutas y hortalizas, pero con nuevas ideas y proyectos a desarrollar. Queremos abrir nuevos mercados, introducir nuevos productos, orígenes y apostar por las nuevas tecnologías adentrándonos en el mundo de internet.

VF. ¿Cómo ha sido su incorporación a la empresa familiar?

CB. Desde mi época de estudiante siempre he estado ligada a la empresa familiar, trabajando tanto en tareas de despacho como en las fincas de producción. Tras diplomarme en “Ingénieur Maître en Affaires et Finances Inter-

nacionales”, completar un máster en Comercio Internacional, y trabajar en el extranjero como manager comercial en Francia, España y Dubái en varios sectores (industrias, cosméticos, banco), en 2008 volví a la empresa familiar, pero desde Dubái, encargándome del desarrollo de la producción e importación desde Oriente Medio. Fue en 2020, tras volver a Francia, cuando me incorporé a la dirección de la empresa con vistas a tomar el relevo de mi padre tras su bien merecida jubilación. Mi deseo es proseguir con su legado aportando mi experiencia, modernizar la empresa, llevarla al siglo XXI y adentrarnos en el mundo digital.

VF. Disponer de más proveedores y orígenes para ampliar el portfolio de productos es uno de los puntos clave de la estrategia de la nueva dirección de Blasco. ¿En qué países y productos se está centrando la búsqueda?

CB. En primer lugar aclarar que España, Sudamérica y Oriente Medio continuarán siendo los interlocutores privilegiados de la compañía. A su vez, la empresa seguirá desarrollando nuevas ‘relaciones de calidad’, que siempre la han caracteri-



Blasco es fuerte en la oferta de pera, aguacate, uva, brócoli e iceberg. / NR



Blasco cuenta con gran superficie de cámaras de frío de última generación. / NR

zado, con otros mercados como Portugal. Para ello, se ha reforzado el equipo comercial, se han realizado misiones de prospección para contactar con nuevos proveedores y se ha acudido a las ferias internacionales del sector.

Blasco es fuerte en la oferta de pera, aguacate, uva, brócoli, iceberg... pero en esta nueva etapa el objetivo es establecer relaciones de calidad con proveedores de otros orígenes para introducir nuevas referencias.

VF. En cuanto a la cartera de clientes, ¿cuál será la nueva política?

CB. Consolidar la cartera de clientes, especialmente las cadenas de supermercados. Queremos desarrollar esta línea de trabajo con la gran distribución francesa junto con otras enseñas de la GDO europea, especialmente Reino Unido y Suecia.

VF. En cuanto a Reino Unido, ¿sigue siendo un mercado con oportunidades de negocio para Blasco?

CB. Por supuesto. Hace años que la compañía trabaja con el mercado inglés.

En este último año, con todo el tema de la Covid-19 y el Brexit, las exportaciones a Reino Unido se han ralentizado. Pero ha llegado el momento de reactivar estas relaciones, volver a reunirnos con los clientes ingleses y retomar el trabajo.

A pesar de las complicaciones que presenta a raíz del Brexit en temas de transporte, tasas, aduanas..., con una buena planificación, organización y tiempo, el trabajo sale.

VF. ¿Qué otros proyectos tiene en marcha la nueva dirección de Blasco?

CB. Además de la digitalización y la entrada en el mundo de las redes sociales, otro de los proyectos en los que se ha embarcado la compañía es la línea ‘bio’. Se trata de un mercado en auge en Europa que ofrece interesantes oportunidades de negocio. Por el momento, trabajamos una lista reducida de productos ecológicos de varios orígenes como España, país con el que tenemos una estrecha relación desde nuestros inicios y en el que tenemos también producción propia. La idea es seguir ampliando esta oferta con otros productos y orígenes, como puede ser Francia.

VF. ¿Cuál será la ‘hoja de ruta’ en este nuevo año 2022?

CB. Ir avanzando en todos estos proyectos que hemos mencionado como mantener las relaciones que ya tenemos, desarrollar los mercados de Portugal y Reino Unido, y consolidar nuestra cartera de clientes de la gran distribución francesa y otros países como Suecia, Reino Unido e Italia.

LULU
clementines - oranges

cardo@antoniocardo.es - www.antoniocardo.es
ANTONIO CARDO, S.L. - C/. Honorio Maura, 12 Tel. 962660765 Sagunto (España)
EURL. BERNARD DÉJEAN - St. Charles International Mag. 24 - 66031 Perpignan Cedex Tel. 468547480

ALROPRIM

BLASCO



JUNTOS
EN EL ÁMBITO
INTERNACIONAL

Tel. +33 (0) 468 68 51 51

E-mail: contact@alroprim-blasco.com

WWW.ALROPRIM-BLASCO.COM

www.facebook.com/alroprim66/



ALROPRIM

ZAC
Grand Saint-Charles
Tél. +33 (0)468 68 51 51
Fax. +33 (0)468 56 54 42
FRANCE



BLASCO
ARGENTINA
PARANA

Tel. +54 34 34310029
Port. +54 9 34 34050546
ARGENTINA



BLASCO
MIDDLE EAST
DUBAI

Tel. +971 50 25 98 545
UNITED ARAB
EMIRATES

GÉRARD FABRE / Director general de Top Fruits

“Somos una empresa innovadora con una perspectiva de mejora constante”

Situada en el Mercado Internacional de Saint Charles en Perpignan, Top-Fruits es una empresa reconocida desde hace más de 25 años en el comercio de frutas y verduras frescas gracias al trabajo apasionado de tres generaciones. Con un equipo joven y dinámico, Top Fruits ha sabido adaptarse a la evolución del comercio en términos de calidad, trazabilidad y seguridad alimentaria.

Valencia Fruits. ¿Cuándo inicio Top Fruits su andadura en el mundo del comercio hortofrutícola?

Gérard Fabre. La empresa Top Fruits empezó su actividad en julio de 1993 aunque la relación con el mundo de la fruta y verdura viene de tres generaciones atrás con la compañía Armand Fabre en Marsella, creada por mi abuelo. Con esta experiencia, mi padre que tenía un alma aventurera, recorrió África y el Caribe para poner en marcha diferentes proyectos de producción, especialmente melón y piña. Cuando llegó mi turno, quise continuar con todo lo que me había sido transmitido.

VF. Desde el inicio del proyecto Top Fruits decidieron instalarse en el mercado de Saint-Charles, ¿por qué?

GF. Cuando pusimos en marcha la empresa, Saint-Charles International ya era considerada como la primera plataforma europea para la comercialización, el transporte y la logística de frutas y hortalizas frescas. Era el lugar perfecto para desarrollar nuestra actividad de entregar la mercancía lo más fresca posible gracias a su ubicación en el centro de Europa y a las tecnologías disponibles.

VF. ¿Con qué tipo de productos trabaja la empresa? ¿Está especializada en algún producto en particular?

GF. Trabajamos exclusivamente frutas y verduras frescas. Somos capaces de proporcionar una amplia variedad de productos ya que nuestra experiencia y curiosidad nos permite innovar continuamente, asegurándonos la calidad de la mercancía. Somos especialistas en tomate, calabacín, pimiento, cítricos y por supuesto en melón.

VF. ¿Cuáles son las zonas de producción con las que trabaja Top Fruits?

GF. Trabajamos en diferentes zonas de producción. En España, las zonas de aprovisionamiento son Almería y Murcia, y en Marruecos importamos desde Agadir y Berkane. También trabajamos en otros países como Portugal, Israel y Francia.

VF. ¿Qué peso tiene España como proveedor de frutas y hortalizas en comparación al resto de orígenes?

GF. La fruta y verdura de origen España que ofrecemos a nuestros clientes representa el 60% de nuestro aprovisionamiento. Con los años hemos reforzado nuestros vínculos con el país vecino a través de proveedores de calidad y con alianzas en producción.

VF. En el plano comercial, ¿cómo se compone la cartera de clientes de la empresa?

GF. En nuestra cartera de clientes predominan las cadenas de supermercados que representan el 70% del total. Top Fruits,



Gérard Fabre destaca que Top Fruits es valorada por su fiabilidad ante los clientes. / TOP FRUITS

desde la década de los 90, cuenta con varias plataformas siendo su proveedor de referencia gracias a nuestro enfoque constante de selección y garantía de productos de calidad mediante la colaboración con profesionales reconoci-

“Top Fruits siempre busca nuevas colaboraciones y socios en todas las áreas para mejorar su efectividad y nivel de satisfacción de clientes y proveedores”

dos y certificados, pero también gracias al conocimiento de la empresa, que sabe escuchar las demandas de sus clientes.

El 30% restante de la cartera se reparte entre mayoristas, importadores e industriales, clientes con unas exigencias que son atendidas gracias a una gama de marcas propias que cumplen las diferentes condiciones de sus especificaciones y que el servicio calidad de Top Fruits asegura de forma estricta.

VF. Las ventas se realizan exclusivamente en el territorio nacional o también cuentas con una línea de exportación?

GF. Nuestra zona de influencia es esencialmente Francia, pero tenemos también una línea de exportación en Europa que tiene un fuerte desarrollo.

VF. Además de la producción convencional, Top Fruits también trabaja con productos ecológicos. ¿Qué tipo de productos y de qué origen?

GF. Con el fin de poder responder a las demandas de los clientes, Top Fruits que comercializaba únicamente productos convencionales, ha sido uno de los primeros operadores en Francia en distribuir una gama de frutas, verduras y cítricos ecológicos producidos en España y Marruecos. Gracias a su experiencia, la oferta se ha extendido a productos de origen francesa, en colaboración con productores locales, principalmente productos como la ensalada, acelga o pepino.

VF. La calidad, la trazabilidad y la seguridad alimentaria son tres aspectos esenciales de la política de Top Fruits. ¿Cómo tra-

Import / Export

Top Fruits SARL: 131 Rue de Murcia BP 85407 - 66034 Perpignan Cedex
Tél: +33 (0)4 68 56 60 61 Fax: + 33 (0)4 68 56 93 94
Email: contact@top-fruits.fr • www.top-fruits.fr

Instagram icon
Facebook icon

bajan y garantizan estos tres factores clave?

GF. Con los años, Top Fruits se ha destacado gracias a su fiabilidad ante sus clientes. Para responder a sus exigencias, aportarles garantías y un servicio impecable, la empresa ha desarrollado una política orientada a la calidad, la trazabilidad y la seguridad alimentaria.

Top Fruits cuenta con herramientas eficaces: una plataforma logística certificada IFS Logística, un programa informático agudo en constante evolución, diversos certificados que acreditan el almacén y el seguimiento de los procedimientos, controles y referenciación con auditorías periódicas ante nuestros proveedores y clientes. Equipos implicados y orgullosos del trabajo bien hecho sujeto a diferentes formaciones regulares.

VF. ¿Cómo se vislumbra el futuro inmediato de Top Fruits? ¿Hay algún plan en marcha?

GF. Top Fruits es una empresa innovadora que tiene una perspectiva de mejora constante.

La puesta en marcha de acciones corresponsables dentro de la empresa tanto al nivel de las infraestructuras, uso de energías renovables, gestión de los residuos, como al nivel de los envases es permanente. Este año, estamos orgullosos de poder ofrecer nuestra propia producción de melón Cantaloup amarillo de origen España que comenzaremos a comercializar a partir del mes de Abril.

Top Fruits siempre está buscando nuevas colaboraciones y socios en todas las áreas para mejorar su efectividad y nivel de satisfacción ante clientes y proveedores.

El servicio es primordial y deseamos continuar desarrollando esta imagen que ha sido la nuestra desde hace 30 años.



FC Logistique cuenta con un equipo dinámico formado por especialistas experimentados en la preparación de los pedidos y control de las mercancías. / FC LOGISTIQUE

FC Logistique, 15 años ofreciendo un servicio completo a las necesidades de los clientes

FC LOGISTIQUE		
TRANSPORTE	ALMACENAMIENTO	SERVICIOS ADICIONALES
* Cargamento	* Almacenaje	* Suministro de material
* Descarga	* Mantenimiento	* Control calidad/Control entrada mercancías
* Transbordo	* Preparación de los lotes	* Selección/Reacondicionamiento
* Transporte de camiones	* Gestión del stock	* Alquiler de oficinas
Los +:		
<ul style="list-style-type: none"> ● Calidad: certificación IFS Logística ● Trazabilidad: Programa informático de gestión ● Seguridad: cámaras de seguridad / alarma / control de acceso ● Adaptabilidad: servicio personalizado 		

La empresa FC Logistique nació hace 15 años para responder al fuerte aumento de la demanda en relación con los servicios de

almacenamiento y mantenimiento de alta calidad del Mercado Internacional Saint-Charles en Perpignan cuya situación, en

pleno corazón de Europa, permite el envío y la recepción de mercancías procedentes de todos los destinos.

Los almacenes gestionados por FC Logistique se extienden sobre una superficie de 4.500 m² totalmente equipada en sistemas de frío. Las diferentes cámaras con las que cuentan permiten respetar las temperaturas adaptadas a cada producto además de organizar eficazmente el espacio de almacenamiento. Así mismo, con la zona bajo control aduanero, las mercancías que no llegan de Europa pueden ser reenviadas sin tener que pagar ningún derecho de aduana.

Al disponer de una plataforma especializada en la logística de frutas y verduras frescas en convencional y ecológico, FC Logistique tiene la capacidad de proponer un servicio completo que permite responder a las necesidades de sus clientes en diferentes áreas. En la parte de 'Transporte' ofrece la posibilidad de carga y descarga; transbordo y transporte de camiones. En el apartado de 'Almacenamiento', además del almacenamiento de mercancías en sí, también proporciona los servicios de conservación, preparación de los lotes y la gestión de stocks. Como servicios adicionales, la empresa ofrece suministro de material, el control de calidad y de entrada de mercancías además del proceso de selección y reacondicionamiento de la misma, y por último el alquiler de oficinas.

Con un equipo dinámico formado por veinte especialistas experimentados en la preparación de los pedidos y control de las mercancías, FC Logistique sabe adaptarse a las exigencias relacionadas con los productos perecederos y a la flexibilidad de los horarios.

Gracias a su centro de acondicionamiento, esta empresa logística propone, además de los servicios de acondicionamiento (malla, ...), la puesta en conformidad de los productos (selección, etiquetado, ...), si así lo requiere el cliente.

Con el fin de ofrecer un servicio de calidad, la plataforma y las instalaciones son revisadas regularmente tomando en cuenta el proceso eco-responsable.



FC Logistique

Plataforma Logística

129 Rue de Murcia - 66000 Perpignan - Tél: +33 (0) 4 68 56 37 16 - Mobile: +33 (0) 6 50 57 84 03

Email: fc.logistique66@gmail.com

El consumo ecológico en Francia: de récord histórico a caída drástica

Los franceses empezaron a consumir más productos ecológicos a raíz de la pandemia de la COVID-19, aunque durante el pasado 2021 los precios y la crisis han frenado el crecimiento del sector

► ELISA BENAVENT. REDACCIÓN.

La imagen de una alimentación saludable crecía en la mente de los franceses durante los meses más duros de confinamiento de 2020 como consecuencia de las medidas sanitarias adoptadas para frenar la expansión de la COVID-19.

No solo se empezó a cocinar más (cuando los huevos, la harina o la levadura se agotaban de los mostradores de supermercados por la súbita euforia por la repostería), sino que también empezaba a cuajarse una conciencia más ecológica entre los compradores franceses y que, a día de hoy, continúa: es necesario cuidar nuestra salud y también el medio ambiente.

Si se asocia la salud a tener cuidado con lo que consume, se tiende, pues, a comprar más productos ecológicos y a aumentar la presencia de frutas y verduras en las dietas. La proximidad se hizo más atractiva y la etiqueta ecológica empezó a ser un distintivo que los consumidores franceses buscaban con ahínco. Por tanto, el sector hortofrutícola vio aquí una oportunidad de negocio que aportaba cada vez más beneficios, todo ello reforzado por la pandemia.

Datos del ICEX revelan que el mercado de productos ecológicos creció exponencialmente en Francia durante el año pasado, impulsado principalmente por las frutas y hortalizas ecológicas que crecieron un 13,5%.

Tanto productores como distribuidores se acogieron a esta tendencia y supieron res-



El mercado de productos ecológicos creció exponencialmente en Francia durante el año 2020. / ARCHIVO

ponder a la demanda a pesar de las dificultades generadas por la pandemia. Así, el número de agricultores que optaron por esta forma de trabajar con la tierra creció también un 13% y la superficie tanto ecológica como en conversión se mantuvo dinámica, alcanzando los 2,55 millones de hectáreas, lo que supone el 8,5% de las superficies agrícolas totales.

En cuanto al consumo, los datos no pudieron ser más positivos: el consumo de productos bio aumentó más del 10% entre 2019 y 2020 en Francia según el último estudio de la Agencia BIO publicado en julio de 2021.

El 57% de los franceses dijo que compraba más productos

El consumo de productos bio aumentó más del 10% entre 2019 y 2020 en Francia según el último estudio de la Agencia BIO publicado en julio de 2021

frescos y de temporada y el 58% favorecía los productos locales. y compras en cortocircuitos. Así, los productos ecológicos, que representaban el 5% de las ventas de productos agroalimentarios, registraron un aumento de cerca del 63% en el primer trimestre de 2020.

Francia ocupaba así la segunda posición en Europa en términos de consumo de productos ecológicos, solo por detrás de

Alemania, con una cesta media de 178 euros por habitante al año.

Sin embargo, ahora, las razones por las que comprar productos ecológicos parecen desvanecerse. Lo que fue un auge del consumo de productos ecológicos, con máximos históricos después de cinco años de crecimiento consecutivos, se ha parado en cuestión de meses. A principios de 2021, los expertos se mantenían optimistas: "Hay

una ralentización del crecimiento en determinados sectores, pero se trata de un efecto cíclico y no estructural. Estos leves contratiempos no son preocupantes. Siempre hay una demanda que hay que cubrir", aseguraba Laura Verdeau, directora de Agence Bio.

Sin embargo, desde septiembre la visión de futuro del mercado ecológico francés ha cambiado y productores y vendedores se muestran realmente preocupados por el retroceso que se ha experimentado en el consumo. Ya no se trata de una "ralentización", sino de un descenso claro.

■ + PRODUCCIÓN, - CONSUMO

Las ventas de productos de consumo ecológicos en supermercados cayeron durante los diez primeros meses de este año un 1,3%, tal y como informaban desde Linéaires, la revista francesa de distribución alimentaria. En comparación, la facturación de productos orgánicos de enero a octubre de 2020 aumentó un 15,2%.

La desaceleración de las ventas conlleva, inevitablemente, a que también se desacelere la conversión de los agricultores hacia lo ecológico, que en los últimos años había ganado peso. "Fuimos casi demasiado eficientes aumentando cuatro veces las superficies orgánicas", señalaba Olivier Lebert, vicepresidente de la Cámara de Agricultura de Sarthe. Ahora, existen demasiados productores y demasiada conversión orgánica para un consumo que ya no crece.

Las cifras presentadas no son, desde luego, un buen augurio para los agricultores franceses que eligieron lo ecológico frente a lo convencional y que ahora se plantean volver a los orígenes y dejar de lado la sostenibilidad o la preocupación por el medio ambiente con tal de no tener pérdidas.

A raíz de estas posibles 'desconversiones', tampoco se presenta un futuro esperanzador de cara a cumplir con el plan planteado por la Comisión Europea y que obliga a que el 25% de las áreas cultivadas sean orgánicas antes de 2030. Con suerte, Francia alcanzará tan solo el 15% antes de esa fecha.

■ SUBIDA DE PRECIOS

Y, entonces, ¿por qué los franceses han dejado de consumir los productos orgánicos al comprar en los supermercados en los últimos meses?

La saturación del mercado podría ser una de las razones: el 98% de los hogares franceses son, o eran por lo menos en 2020, compradores de productos bio. Por lo tanto, el mercado orgánico ya no está reclutando nuevos consumidores tanto como antes, lo que ralentiza su crecimiento.

Por otra parte, también se ha identificado una tendencia a la baja en la frecuencia de compra así como también una menor di-



Tel.: +33 468 68 34 68
Fax: +33 468 54 37 05

Saint Charles International
Magasins N° 44-45 - BP 75308
66033 PERPIGNAN-FRANCE

patrick@nino-fruits.fr

www.nino-fruits.com

NINO
fruits
Importateur depuis 30 ans
des meilleurs produits du Sud

versidad de la oferta. Respecto a esto último, cabe decir que hasta abril de 2020 el surtido de productos ecológicos ofrecidos en tiendas y supermercados aumentó alrededor de un 20%. En octubre de 2021, su crecimiento se redujo a solo + 2,5%. Por lo tanto, se ofrecen menos productos nuevos, lo que genera menos oportunidades de compras nuevas en la tienda.

Como resultado de esta combinación de factores, el resultado más directo es que el peso de los productos orgánicos en las compras de bienes de consumo en Francia se reduce.

Sin embargo, quizás la principal razón para el decrecimiento del consumo ecológico en Francia sea la enmascarada crisis económica provocada por la pandemia. Los productos orgánicos representan el 6,5% del gasto de los hogares en Francia, pero se ha visto afectado por la subida de precios generalizada en Europa. La inflación y la disminución del poder adquisitivo han sido los verdaderos motivos por los que el crecimiento del mercado bio se haya frenado en seco, que según los datos, se estima que alcanzará un máximo del 10% del presupuesto familiar para 2030.

Por ello, no hay más demanda, porque no hay compradores



Hay demasiada conversión orgánica para un consumo que ya no crece. / ARCHIVO

para estos volúmenes y, quizás por eso, los distribuidores se ven obligados a venderlos con pérdidas bajo la etiqueta de "no ecológico", puesto que siguen asustando los precios de los productos ecológicos en Francia y que, según algunos estudios, son hasta un 75% más caros que los convencionales. Los defensores de la agricultura ecológica replican que "lo que escasea es caro" y que los precios bajarán a medida que aumente la producción.

En el caso de las verduras y frutas ecológicas, los profesionales se podrían enfrentar a la competencia de precios de los productos ecológicos españoles. Durante el segundo trimestre

de 2021, según Initiative bio Bretagne, las compras de un panel de 15 frutas y verduras frescas orgánicas cayeron un 14,6% en volumen.

■ ¿UN CONSUMO TEMPORAL?

Frente a este paradigma, la pregunta que se hacen agricultores, distribuidores y vendedores franceses es si el récord histórico que se vivió en 2020 en el consumo de productos ecológicos fue simplemente algo temporal.

La respuesta varía, algunos lo califican como 'la vuelta a la normalidad' y otros como 'el fin de la época dorada de la agricultura ecológica'. También hay quienes creen que el

Desde septiembre 2021 la visión de futuro del mercado ecológico francés ha cambiado

Las ventas bio en supermercados cayeron durante los diez primeros meses un 1,3%

se hace hincapié en la necesidad de "actuar para evitar la desaceleración y perpetuar el crecimiento.

Los actores de este mercado deben en primer lugar volver a comunicarse sobre la razón de ser de la etiqueta para evitar su banalización y pérdida de fuerza". Según Sabrina Laroche, experta de Kantar, esa razón de ser se basa en las promesas de "salud" y "medio ambiente", que están correlacionadas con el apoyo y la confianza de los consumidores en estos productos.

Lo que queda claro es que la euforia por los productos ecológicos ha disminuido drásticamente, afectando en especial a unos sectores como el de los huevos y la leche más que a otros. Como en otros ámbitos, los años 2020 y 2021 han demostrado ser atípicos, también en el consumo.

El próximo año, que está a punto de comenzar, será aún más importante para el futuro de lo ecológico, año en el que se verá si realmente fue un auge circunstancial y motivado únicamente por la pandemia o si realmente la mente de los consumidores no solo franceses, sino de todo el mundo, ha evolucionado hacia una perspectiva ecológica.

Francia quiere acabar con la competencia desleal de los alimentos importados desde países terceros

► EFEAGRO.

Francia, una de las potencias agrícolas de la Unión Europea (UE), se ha fijado como prioridad durante su recién estrenada presidencia de la UE asegurar que los productos agrícolas importados respetan los mismos estándares que los europeos, algo que España lleva pidiendo desde hace años para combatir la competencia desleal. El Gobierno francés ha puesto el dedo sobre un asunto que los productores europeos llevan mucho tiempo denunciando: lo injusto de que las importaciones agroalimentarias de países terceros no estén sometidas a los mismos estándares medioambientales y sanitarios que los productos de la Unión.

■ CLÁUSULAS ESPEJO

"No podemos seguir aceptando las importaciones de productos que no respetan las normas que imponemos a nuestros propias producciones. No tiene sentido. Actuar para una reciprocidad de las normas será la prioridad de la presidencia francesa", confirmó su ministro de Agricultura, Julien Denormandie.

Para conseguirlo, mencionó varias posibilidades, empezando por la política comercial. En ese sentido se refirió a la llamada condicionalidad tarifaria, que consiste en "condicionar un acceso preferente a nuestro mercado al pleno respeto de las normas de producción europea". "Es una cuestión de equidad en materia de competencia", añadió.

También habló de la inclusión de las "cláusulas espejo" en los acuerdos comerciales, para condicionar las importaciones agrícolas y ganaderas al respe-

to de las normas de producción. Por ejemplo, en el caso de los antibióticos de crecimiento que se utilizan para el ganado, Francia espera que Bruselas ponga en marcha una cláusula que permita aplicar a los productos importados la prohibición del uso de esos productos.

■ LAS REGLAS DE EUROPA

Según precisaron a Efe fuentes comunitarias, "todas las importaciones de la UE deben cumplir con las normas de seguridad alimentaria de la Unión".

Sin embargo, otras normas europeas relacionadas con los requisitos de producción "no se aplican generalmente a los productos fabricados en el extranjero y vendidos en la Unión, al igual que las normas de terceros países relacionadas con la producción no se aplican a los productos de la UE", añadieron.

Las mismas fuentes precisaron que la UE se esfuerza por "mejorar la cooperación con terceros países a nivel bilateral y multilateral para aumentar la ambición global en el establecimiento de estándares de sostenibilidad". "Los altos estándares de producción de la UE para alimentos y la agricultura son uno de los factores del éxito de las exportaciones europeas en el sector alimentario". Por otra parte, indicaron, las reglas de la OMC imponen la "no discriminación y la proporcionalidad". "Se debería evaluar la justificación y la viabilidad legal de aplicar a las importaciones unos requisitos relacionados con la producción y ver de qué manera esas medidas cumplen con las normas de la OMC".



CÍTRICOS • FRUTAS
VERDURAS

Distribución & Colectividades



Calidad
« Amor por el campo, pasión por la fruta »
100% natural

Nature Exporter Natexxo, SL

C/ Longitudinal 4, nº22 - D73 - 08040 Mercabarna
Tel: +34 937 969 706 E-mail: info@natexxo.com www.natexxo.com



La ley de economía circular del gobierno galo pretende sustituir el plástico por otros materiales o envases reutilizables y reciclables. / ARCHIVO

Francia prohíbe el uso de plástico en los envases de frutas y hortalizas

Es el primer país en prohibir los embalajes de plástico. Una medida con la que pretende reducir el uso de más de mil millones de envases de plástico al año

El Ministerio de Medio Ambiente de Francia anunció hace un tiempo su determinación de prohibir los envases de plástico en ciertas frutas y verduras comercializadas en los supermercados del país para frenar los niveles de residuos generados por estos embalajes, con graves consecuencias para el medio ambiente.

La nueva ley entró en vigor el 1 de enero de 2022 y contempla alrededor de 30 tipos de fruta y verdura que están sujetas a estos cambios. Las verduras que ya no pueden ser comercializadas ni embaladas con este material son: puerros, calabacines, berenjenas, pimientos, pepinos, patatas, zanahorias, tomates redondos, cebollas, nabos, repollo, coliflor, calabaza, chirivías, rábanos, tubérculos y alcachofas. Las frutas son: manzanas, peras, naranjas, clementinas, kiwis, mandarinas, limones, pomelos, ciruelas, melones, piñas, mangos, maracuyá y caqui. Sin embargo, esta medida no se aplica a las ventas por encima de 1,5 kilos ni a aquellas frutas y hortalizas cuya venta a granel suponga un riesgo de deterioro del producto.

Por otra parte, se establece un calendario en el que los comercializadores deberán encontrar soluciones alternativas para el envasado antes del 30 de junio de 2026, así como también se pone de límite un periodo de seis meses para la eliminación de las existencias disponibles de envases de plástico.

Francia se convierte así en el primer país en prohibir los embalajes de plástico progresivamente en ciertos productos frescos. El Gobierno asegura que el objetivo es reducir el uso de más de mil millones de envases de plástico al año: "Utilizamos una cantidad escandalosa de plástico de un solo uso en nuestra vida cotidiana. La ley de economía circular pretende reducir el uso de plástico de usar y tirar e impulsar su sustitución por otros materiales o envases reutilizables y reciclables".

■ PLANES DE FUTURO

Los envases de plástico estarán



Este tipo de confecciones ya no tienen espacio en los lineales franceses. / ARCHIVO

prohibidos a finales de junio de 2023 para los tomates cherry, las judías verdes y los duraznos, y a finales de 2024 para las aceitunas, los espárragos, las setas, las cerezas y algunas ensaladas y hierbas.

De momento, las frutas que ya se venden cortadas podrán seguir vendiéndose en envases de plástico, pero eso se eliminará gradualmente también a finales de junio de 2026.

Además, y también a partir del 1 de enero de 2022, se prohíben las pegatinas sobre las unidades de frutas y hortalizas, que se utilizan principalmente para indicar la marca comercial, a no ser que dichas pegatinas se hayan

Freshfel Europe solicita a Francia más tiempo para que el sector hortofrutícola se adapte a los nuevos requisitos

fabricado con material compostable o en papel.

Esta ley anti-desperdicio forma parte de un programa gubernamental para eliminar el plástico no solo en supermercados, sino también en otros ámbitos: a partir de 2021, Francia prohibirá las pajitas, vasos, las cajas de poliestireno y cubiertos de plástico para llevar; a partir de 2022 los espacios públicos del país deberán disponer de fuentes de agua para reducir el uso de botellas de plástico; las publicaciones de prensa y publicidad no podrán enviarse con una envoltura de plástico; y, por último, los restaurantes de comida rápida no podrán ofrecer gratuitamente juguetes de este material. A partir de enero de 2023, Francia también prohibirá la vajilla de usar y tirar en los restaurantes de comida rápida para las comidas consumidas en el local.

■ REINA LA PREOCUPACIÓN

Desde la Federación Francesa de Vendedores de Fruta, su presidente, François Roch, declaraba que el cambio del plástico por alternativas como el cartón sería difícil de conseguir hasta que la ley entrara en vigor: "La venta de productos a granel es complicada, ya que muchos clientes tocan la fruta y la gente no quiere que su fruta sea tocada por otros clientes", añadía.

Como único 'consuelo' el Gobierno de Francia aseguraba que abriría un periodo de conversaciones con las partes afectadas para hallar soluciones alternativas al plástico, desde ahora y hasta junio de 2026, para determinados productos más delicados.

Esta ley preocupa a los vendedores, productores y empre-

FRANCIA
PERPIGNAN
ESPAÑA

JIC LOGISTIQUE

255 Avenue Georges Caustier, 66000 Perpignan
tel: +33 468 95 86 32 - móvil: +33 (0) 612 91 84 27
email: jicfrance@hotmail.fr - web: www.jicfrance.fr

CARGA - DESCARGA Y PICKING
ABIERTO 6 DÍAS A LA SEMANA DE 8 AM A 8 PM
LOGÍSTICA PARA TODO TIPO DE MERCANCÍA
(aceite, vino, productos alimentarios,...)

sas comercializadoras de frutas y hortalizas no solo de Francia, sino también del resto de países de la Unión Europea, mientras que los ecologistas de Reino Unido ya han manifestado su deseo de que se introduzca una legislación parecida con el mismo fin en su país.

En España, el Ministerio de Transición Ecológica y el Gobierno anunciaron en septiembre que la venta de fruta y verdura en envases de plástico estaría prohibida en los negocios minoristas (tiendas de barrio y supermercados) a partir de 2023. El veto a los envases en el caso de la fruta y la verdura se aplicará, siguiendo el modelo francés, a los lotes de menos de un kilo y medio de peso.

Que Francia prohíba el plástico en supermercados también afecta a los productores españoles que exportan frutas y hortalizas por valor de más de 3.000 millones de euros al año, ya que el país galo es el segundo destino de nuestras exportaciones, solo por detrás de Alemania.

■ MÁS TIEMPO

Ante esta nueva ley, Freshfel Europe insta a la Comisión Europea a solicitar a Francia más tiempo para que el sector hortofrutícola se adapte a los nuevos requisitos legislativos franceses.

La Asociación Europea de Productos Frescos advierte que la nueva legislación también podría poner en peligro de forma significativa otras prioridades medioambientales emprendidas por el sector, concretamente sus compromisos con la calidad de los alimentos y la máxima ambición de seguridad para los productos frescos, así como las iniciativas de prevención de residuos.

Así mismo, expresa su preocupación por el hecho de que, a la espera de la introducción de nuevas soluciones innovadoras en los adhesivos, la información a los consumidores también podría verse comprometida.

A lo largo de los últimos meses, Freshfel Europe y sus miembros han debatido ampliamente



Se prohíben las pegatinas sobre las frutas y hortalizas que no se hayan fabricado con material compostable. / ARCHIVO

Una ley confusa

Las disposiciones relativas a las pegatinas en Francia son muy confusas. Los productores y comerciantes franceses podrán pegar etiquetas en los productos frescos en Francia, pero solo si se envían para su consumo a otros Estados miembros o a nivel internacional. La colocación de etiquetas por parte de operadores situados fuera de Francia estaría restringida si el destino final fuera Francia, lo que no es fácil de prever para los productores en el momento del envasado. Es por eso que Freshfel Europe considera que “la disposición francesa sobre las etiquetas adhesivas conlleva muchas consecuencias incoherentes y muchas incertidumbres para la libre circulación de

mercancías en la Unión Europea”. A la espera de la elaboración de soluciones alternativas tanto para los envases de los consumidores como para las pegatinas, el sector teme también varios efectos secundarios de las nuevas normas que no deben pasarse por alto por ser también muy relevantes para la estrategia “de la granja a la mesa”. La calidad y la seguridad de los productos podrían verse cuestionadas, así como las iniciativas de prevención del sector de los residuos alimentarios. También se espera que la remodelación de las políticas de envasado agrave aún más el aumento de los costes de los envases para el sector en busca de soluciones o materiales alternativos. ■

sobre los numerosos cambios derivados de los nuevos requisitos europeos de envasado que reducen el uso de plástico y siguen a la transposición a la legislación nacional de la Directiva Europea (UE) 2019/904.

El sector hortofrutícola se compromete a adherirse a las estrategias medioambientales y climáticas europeas y nacionales reflejadas en el Green Deal europeo y en la Estrategia ‘de la granja a la mesa’. El sector de las frutas y hortalizas frescas también comparte plenamente los objetivos de reducir los envases de plástico. Así lo demuestran

ya ampliamente las iniciativas sectoriales proactivas y las nuevas prácticas empresariales para comprometerse con la eliminación progresiva de los envases de plástico y la búsqueda de soluciones innovadoras que se anticipen a los requisitos legislativos.

Antes estos esfuerzos, Freshfel Europe lamenta que la transposición de la Directiva Europea 2019/904 en Francia haya ignorado este compromiso del sector hortofrutícola europeo así como las preocupaciones de las partes interesadas, incluida la Comisión Europea, otros Estados miembros, las propias voces del

sector privado francés y resto de Europa, sobre las implicaciones de gran alcance de la nueva ley francesa.

■ SE PROHIBEN LAS PEGATINAS

Además de la prohibición de casi todos los envases de plástico para la venta a los consumidores, esta nueva ley también se aplica en las pegatinas no compostables en el hogar. Desde Freshfel, Binard explica que “esta medida provocará distorsiones de la competencia y discriminación entre los operadores de toda la Unión Europea”. La Asociación Europea de Productos Frescos no

entiende la postura de Francia en este punto, ya que mientras que la fecha límite para la eliminación de los plásticos en Francia es el año 2040, el objetivo de eliminación de las frutas y hortalizas está fijado para el 1 de enero de 2022, con solo excepciones temporales limitadas hasta 2026 para algunos productos especialmente frágiles. “No se ejerce la misma presión sobre otros productos alimentarios, lo que representa un estatuto discriminatorio para las frutas y hortalizas frescas”, explica Philippe Binard.

La ley francesa prohíbe directamente sin contemplar soluciones alternativas, como el uso de envases de plástico reciclables, siendo la prohibición la única opción. “La retirada de la mayoría de los envases de plástico de frutas y hortalizas con tan poco tiempo de antelación no permite que se pruebe e introduzca a tiempo una alternativa y que se liquiden las existencias de los envases existentes”, apunta Binard. Así mismo advierte que el impacto de la entrada en vigor de la Ley AGECE es “igualmente preocupante para las etiquetas adhesivas colocadas en las frutas y hortalizas frescas vendidas a los consumidores franceses”. La mayor dificultad actual es que todavía no hay ninguna empresa capaz de suministrar etiquetas “compatibles con AGECE” que sean compostables de uso doméstico o estén fabricadas con material de origen biológico.

La prohibición de las pegatinas no compostables domésticas sin tener una alternativa en el mercado es “problemática”, ya que pondrá en peligro de forma significativa el etiquetado de la información esencial que se transmite a los consumidores en las pegatinas, como el origen, las marcas, las indicaciones geográficas o lo ecológico. Las primeras alternativas no podrían empezar a comercializarse hasta finales de 2022, en el mejor de los casos. Si bien este anuncio es bienvenido, Freshfel Europe considera que podría llevar al sector a nuevos y costosos gastos de inversión en maquinaria. Debería darse más tiempo para garantizar al sector el acceso a una diversidad de soluciones en condiciones asequibles antes de aplicar la nueva ley.

■ VELAR POR EL SECTOR

Dada la falta de transparencia en la interpretación de la ley, la limitada flexibilidad y el ajustado plazo para la entrada en vigor de la Ley francesa, Freshfel ratifica la importancia de “conceder más tiempo al sector hortofrutícola para evitar perturbaciones del mercado y medidas que pondrían en profundo peligro la libre circulación de mercancías en el mercado interior y generarían distorsiones de la competencia y discriminación entre los operadores”. La CE debe tomar todas las medidas necesarias para “evitar la proliferación de diferentes normas para la transposición de esta directiva, ya que solo conducirá a un entorno empresarial complejo, costoso y confuso”.

Más allá del objetivo individual de la estrategia del plástico, “es de suma importancia proteger la competitividad del sector hortofrutícola europeo y evitar la introducción de nuevas y costosas cargas sobre un sector que representa productos identificados por muchos como un socio esencial indiscutible para las soluciones a los desafíos climáticos, sociales y medioambientales”.



255 Avenue Georges Caustier, 66000 Perpignan

tel: +33 468 95 86 32 - móvil: +33 (0) 612 91 84 27

email: jicfrance@hotmail.fr - web: www.jicfrance.fr

FR93492312178



JEAN-LUC ANGLES / Director general de Anecoop France

“El consumidor francés ahora se lo piensa dos veces antes de comprar productos más caros”

La economía francesa ha podido resistir los ‘envites’ de la crisis sanitaria, y su tasa de crecimiento a finales de 2021 se ha situado en niveles cercanos al 2019, antes de la llegada de la Covid-19. A pesar de haber evitado este ‘bache económico’, la realidad en el país vecino es un descenso muy marcado en el consumo de frutas y hortalizas. Desde Anecoop France, su director general analiza la realidad que vive nuestro primer destino en exportación hortofrutícola y cómo afronta los cambios que presenta el país vecino como la presión que ejerce producción local, la nueva ley de la prohibición del plástico, el descenso de la demanda en bio o la apuesta por el e-commerce de las cadenas de supermercados franceses.

Valencia Fruits. ¿Qué análisis realiza Anecoop France de la parte final del 2020?

Jean-Luc Angles. Si comparamos las cifras de 2021 con el año anterior, los números no son buenos, sobre todo a partir del mes de octubre. El verano ha sido regular y los meses de otoño-invierno, malos. Los propios clientes de la gran distribución han confirmado un descenso en su volumen de ventas respecto al año pasado.

Según explican los analistas, en el primer confinamiento hubo una fiebre general por consumir frutas y hortalizas, especialmente productos de poco valor añadido como zanahoria o patata. Sin embargo, ahora el consumidor parece que se ha cansado de ellos y es en estos productos en los que se están registrando las mayores pérdidas, según señalan los propios distribuidores. Incluso en cítricos las ventas no están funcionando como se esperaba.

En general, en estos últimos meses se ha constatado un descenso en el consumo de frutas y hortalizas en Francia. Sin importar el origen del producto —francés, español o marroquí—, la realidad es que las cifras de consumo en Francia no son buenas.

En un país con una tasa de crecimiento del 7% respecto a 2020 y situándose ya en niveles de 2019, tener cifras en negativo en el consumo de frutas y hortalizas no es una buena noticia. Los expertos explican que la población francesa ahora mismo tiene otros intereses y gasta menos dinero en alimentación.

VF. ¿Cree que es una situación pasajera provocada por los efectos de la pandemia y todas las restricciones que ha supuesto?

JLA. Es difícil predecir si esta situación es algo puntual derivada del cansancio de la gente después de casi dos años



Jean-Luc Angles afirma que la prohibición del uso del plástico en envases derivará en un aumento de la oferta y la demanda de los productos a granel. / N. RODRIGUEZ

“En estos últimos meses se ha constatado un descenso en el consumo de frutas y hortalizas en Francia, sin importar el origen del producto”

La flor se recupera en Francia

Mientras que los volúmenes de venta de frutas y hortalizas durante el ejercicio 2020-2021 registraron en convencional una caída del 3% tanto en volumen como en facturación y un 6% en ecológico, las ventas de flor crecieron un 20%. “Cuando hablas con la gran distribución y con los floristas, todos nos dicen que desde marzo de 2020 hasta ahora ha habido un incremento general del consumo de flores. Las ventas de flor han crecido y es una cosa generalizada”. ■



Cadena de producción de Floren'Sud Perpignan. / T. MASDÉU

marcados por la pandemia. De todas formas, preocupa ver cómo en la gran distribución clásica las ventas en ecológico están bajando más que en el convencional, precisamente en un país caracterizado por ser uno de los principales consumidores bio. Es posible que sea por un tema de precios y el consumidor francés ahora se lo piense dos veces antes de comprar productos más caros, aunque sean ecológicos.

VF. Hablando de envases, desde el 1 de enero, Francia prohíbe el uso del plástico en los envases de frutas y hortalizas. ¿Cómo afronta Anecoop France esta nueva ley?

JLA. Buscando alternativas a los envases de plástico tradicionales que se venían utilizando. No queda otra. A pesar de que existen excepciones y plazos extendidos para ciertos productos como los berries, la nueva ley establece una lista de productos que no se pueden vender en envases de plástico con peso inferior a un kilo y medio. Uno de los ejemplos sería el formato del pimiento tricolor que hasta el año pasado se presentaba con tres unidades —rojo, verde, amarillo— en flowpack.

El objetivo de esta ley es ahorrar en plástico, evitar el calentamiento global y no generar

tanta basura. El fin es bueno y necesario, pero no podemos obviar que habrá consecuencias, entre ellas un nuevo encarecimiento de los envases; esto a su vez derivará en un aumento de la oferta de producto a granel, lo que hará que en ecológico el diferencial de costes frente al convencional sea todavía mayor. En el mundo de la fruta y verdura esta será la primera ‘involución’ que se vivirá en 2022. La segunda, que llegará en tres o cuatro años, será la desaparición del prepacking de los lineales. En definitiva, en el futuro habrá menos producto empaquetado en los lineales.

VF. ¿Qué otras evoluciones se verán en un futuro próximo en Francia?

JLA. El e-commerce tendrá la mayor evolución. La venta online de productos frescos como las frutas y hortalizas ya está presente en muchas empresas, como es el caso de Anecoop France. Siguiendo las directrices que nos marcan los clientes de la gran distribución, hace ya un tiempo que realizamos envíos diferenciados en e-commerce y distribución clásica para un mismo cliente.

Dentro de la venta por internet, otra de las tendencias que creo tendrá su desarrollo en un futuro próximo es la ‘Fruit & veg box’.

VF. ¿Cómo afronta Anecoop France esta nueva realidad?

JLA. Adaptándonos a estas evoluciones que presenta el mercado. La actividad de Anecoop France seguirá siendo la importación de productos procedente de sus socios productores en España. Sin embargo, somos conscientes de que cada vez va a haber más presión de la producción local, por lo tanto, no queda más que adaptarse, ser más dinámico, y seguir desarrollando la línea de producto local, junto con otras líneas de trabajo como la parte de flores, la línea bio, el e-commerce...

Francia continuará importando frutas y hortalizas, siendo España uno de sus principales proveedores, pero habrá productos que ya no entrarán en esa dinámica de importación. Por otro lado, no podemos olvidar que el consumidor no destina el mismo dinero a la alimentación que hace unos años; además los costes de producción en Francia son más elevados que en España al tener un salario mínimo más alto. Al final, estos factores harán que la balanza entre la importación y la producción local se equilibre.

VF. En España, los productores reclaman una subida de precios ante el aumento de costes. ¿Cómo se vive esto desde Anecoop France?

JLA. Nuestra política se rige por ser ante todo profesional, comunicar lo máximo posible la problemática de la producción y de los costes, pero escuchar también a los clientes. La clave está en buscar un equilibrio entre estos aspectos. Es lo que siempre hemos hecho en Anecoop France y lo que vamos a seguir haciendo.

El problema de España es que hay tal dispersión de la oferta que siempre habrá alguien dispuesto a reconducir el tema de los ‘precios redondos’ para intentar ganar cuota de mercado. Mientras los productores se echan a la calle para protestar por los aumentos de costes y su falta de rentabilidad, en paralelo habrá un operador que dirá que sí a vender a precio de contrato establecido sin contemplar los aumentos de costes. Estas son las incoherencias de nuestro sector.

Pujol Verdaguers S.A.
Groupage Logistique Internationale
Stockage Douanes Transport

El plan del Gobierno francés para reactivar el transporte de mercancías por ferrocarril

Se prevé una dotación anual de 170 millones de euros hasta 2024 para apoyar la explotación de los servicios de esta modalidad de transporte

Desde el año 2000, la cuota del transporte de mercancías por ferrocarril no ha dejado de caer en Francia. En estos 22 años, diversos gobiernos franceses han intentado frenar esta tendencia en incontables ocasiones, incluso en 2006 se abrió el sector a la libre competencia, pero nada ha evitado su caída constante hasta ocupar tan solo el 9% del total del transporte de mercancías, ocho puntos menos en 20 años, mientras que el transporte por carretera ha crecido un 16%.

Con el fin de reactivar este modelo de transporte, en el marco del plan de recuperación de septiembre de 2020, la Administración de Macron incluyó, por su parte, un componente de transporte de mercancías, con un plan de inversiones de 1.000 millones de euros. De manera adicional y más específica, el ministro de Transportes, Jean-Baptiste Djebbari, anunciaba en septiembre, la nueva 'Estrategia nacional para el desarrollo del transporte de mercancías por ferrocarril'. Se trata de un catálogo de 72 nuevas medidas con las que se pretende que el ferrocarril recupere cuota hasta alcanzar el 18% del total.

Este nuevo plan no pretende favorecer el ferrocarril en detrimento de otros medios de transporte, sino asignar presupuesto adicional al transporte de mercancías por ferrocarril, el modo más ecológico por excelencia. Se prevé, por tanto, una dotación anual de 170 millones de euros hasta 2024 para apoyar la explotación de los servicios de transporte de mercancías por ferrocarril. En concreto, el Estado se hará cargo de las tasas de tráfico pagadas por los operadores públicos o privados durante el periodo 2022-2024, la reducción existente en los peajes ferroviarios y se crearán ayudas para el vagón aislado, además de la ayuda a la puesta en marcha de las autopistas ferroviarias.

Por otra parte, el Estado, la alianza 4F de los actores nacionales del transporte de mer-



La Administración de Macron ha dispuesto un plan de ayudas para la puesta en marcha de las autopistas ferroviarias. / SNCF

El ferrocarril representa tan solo el 9% del total del transporte de mercancías, ocho puntos menos que hace 20 años

cancias por ferrocarril, SNCF Réseau (los ferrocarriles y las estaciones) y la Asociación de Usuarios del Transporte de Mercancías (AUTF) firmaban un pacto destinado a poner en práctica las medidas, que garantizará la credibilidad a largo plazo de este plan.

Para llevar a cabo la nueva estrategia es necesario resolver dos cuestiones. La primera es encontrar cofinanciación. Y la segunda, es la coordinación de los trabajos de la SNCF Réseau y los numerosos operadores de transporte de mercancías, incluida su empresa hermana Fret SNCF, pues los primeros intensifican sus trabajos de renovación cuando los últimos suelen operar. Ante este problema, una fuente ministerial revelaba al medio francés 'Les Échos' que "otra dotación del plan de saneamiento, de 210 millones de euros, prevé reubicar las obras de vía más problemáticas".

agrumes

fruits

légumes



agrispa

La Primeur des Saveurs

agrumes



fruits



légumes



www.agrispa.fr



AGRISPA SAS - Import Export agrumes, fruits et légumes en provenance d'Espagne et du Maroc

Saint Charles International, magasins 96 à 99 - BP 95150, 66031 PERPIGNAN Cedex - France
Tél.: +33 (0) 468 553 940 - Fax: +33 (0) 468 852 646 - E-mail: agrispa@agrispa.fr



El ferrocarril es la modalidad de transporte más ecológica. / ARCHIVO



Tras dos ediciones canceladas por la pandemia, este 2022 será el año del regreso de la feria, que ha confirmado su celebración los días 27 y 28 de abril. / MEDFEL

Desde hace más de 10 años que el sector hortofrutícola se reúne en Perpignan, en Medfel, una feria de intercambio y encuentros entre los profesionales del mundo de la fruta y hortaliza.

Tras dos ediciones canceladas por la pandemia, este 2022 será el año del regreso de la feria, que ha confirmado su celebración los días 27 y 28 de abril.

Patrocinado por la Región de Occitanie / Pyrénées-Méditerranée y organizado por la agencia de desarrollo económico regional AD'OCC y la organización SPAS, Medfel es una feria comercial que facilita las conexiones entre expositores y visitantes, profesionales del sector de las frutas y hortalizas, y una fértil fuente de información y contenidos, entre los que destacan el anuncio de las previsiones de la cosecha europea de frutas de verano y toda una serie de debates y mesas redondas sobre temas de actualidad.

■ LOS RETOS DE MEDFEL 2022

En respuesta a las expectativas de la sociedad y a los retos medioambientales —más presentes que nunca tras la crisis de salud pública que todos hemos vivido—, las empresas del sector hortofrutícola se ven obligadas hoy a cumplir con las exigencias de los consumidores relacionadas con la sostenibilidad, la RSC, la protección del medio ambiente, la ausencia de residuos de pesticidas, etc.

En este sentido, uno de los retos que se ha marcado Medfel para esta próxima edición es reunir a todos los actores del sector de las frutas y hortalizas de toda la cadena de suministro. Para ello contará con la participación de 200 expositores durante 2 días de feria y un programa de conferencias en torno a estas

Vuelve Medfel 2022

La feria recupera su formato presencial celebrándose los días 27 y 28 de abril con la participación de 200 expositores y un ambicioso programa de conferencias y mesas redondas

tendencias de consumo y temas de actualidad. Así mismo, la edición de 2022 permitirá a los profesionales presentar y descubrir los productos y servicios relacionados con temas como la oferta local, calidad, etiquetas de protección del medio ambiente y de la salud, nuevos envases, laboratorios de certificación de la calidad de los productos, logística ecológica, etc.

Medfel es el único encuentro del sector hortofrutícola que se celebra en Francia y que reúne a los profesionales del sector hortofrutícola plenamente comprometidos con las iniciativas de sostenibilidad.

■ EPICENTRO DE LA INNOVACIÓN

Más allá de la mera reducción del desperdicio de alimentos, hay que revisar todos nuestros patrones de consumo para que tengan un verdadero impacto en el medio ambiente. En esta misión, los profesionales del sector hortofrutícola, productores, transformadores, proveedores, marcas y distribuidores tienen un papel incuestionable y una responsabilidad de primer orden. Es por eso que Medfel pretende apoyar al mercado hortofrutícola en estas cuestiones, en particular a través de un apartado dedicado a las jóvenes empresas innovadoras que ofrecen soluciones para el consumo sostenible del futuro mediante la iniciativa Lab'Innov by medFEL, un foro de innova-



Previsiones

Naturalmente, Medfel será el lugar donde se anunciarán las previsiones de las cosechas europeas de fruta de verano. En la propia feria se presentarán las cifras del albaricoque y se avanzará la superficie de cultivo del melón Charentais en los principales países productores del arco mediterráneo. En cuanto a las previsiones de melocotón y nectarina, la presentación se llevará a cabo un mes más tarde, el 24 de mayo a través de un webinar, en el marco de 'Los martes de Medfel'. ■

ción dedicado a las start-ups implicadas en los retos del futuro: economía circular, residuos cero, iniciativas ecológicas, desarrollo sostenible, RSE, etc.

■ LAS CONFERENCIAS MEDFEL

La propuesta de valor que ofrece Medfel reside también en una serie de charlas y debates sobre los retos del sector. A lo largo de dos días, Medfel ofrecerá un programa que aborda el compromiso del sector hortofrutícola con los objetivos de desarrollo sostenible.

El 25 de septiembre de 2015, los 193 Estados miembros de las Naciones Unidas se comprometieron a aplicar conjuntamente 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Estos conforman lo que se conoce como Agenda 2030. Los sectores agrícolas, entre ellos el de las frutas y hortalizas, ya están implicados en estos planteamientos de sostenibilidad.

Medfel 2022 pondrá de relieve los proyectos ya iniciados, considerará las nuevas vías a seguir, ofrecerá soluciones y ayudará a superar los obstáculos.

Los principales temas de las mesas redondas que se celebrarán en el Ágora serán:

— *La etiqueta "Low Carbon", ¿una oportunidad o una nueva etiqueta creadora de valor?*

La etiqueta "Low Carbon" está en funcionamiento desde hace tres años. Ofrece una certificación a los proyectos que secuestran o evitan las emisiones de carbono. El requisito previo para la certificación de un proyecto es utilizar un método de cálculo aprobado por el Ministerio. Esta mesa redonda respon-

derá a cuestiones como: ¿Cuáles son los métodos que ya existen o se están desarrollando para el sector hortofrutícola? ¿Quién puede financiar estos proyectos y cuáles son los tipos de financiación disponibles? ¿Cuántos proyectos se han etiquetado ya en el sector agrícola y con qué resultados? ¿Se trata de una simple oportunidad o de una verdadera palanca de desarrollo para transformar profundamente las prácticas agrícolas, aumentar el valor a lo largo de todos los eslabones de la cadena y llegar más ampliamente a otros actores territoriales?

— *Insumos químicos: ¿hacia el "todo cero"?*

¿Cuál es el denominador común entre los enfoques de la agricultura sostenible o las etiquetas como HVE (alto valor medioambiental), zero-trace o trace-free, Demain la terre o Bee Friendly®? Todos ellos ofrecen la garantía de utilizar menos insumos químicos o ninguno, y así reducir el impacto medioambiental, mientras que la etiqueta AB (agricultura ecológica) garantiza la ausencia de tratamientos químicos sintéticos. Detrás de la realidad de estos enfoques positivos, todo un ecosistema trabaja para identificar, diseñar, probar y mejorar continuamente los sistemas de producción hacia nuevas prácticas agrícolas. Con este escenario como telón de fondo, esta mesa redonda abordará temas como ¿Cuál es el estado de la cuestión en este ámbito? ¿Es necesario y suficiente reducir los insumos químicos para pasar por agroecología? ¿Cuáles son las soluciones alternativas disponibles, a la vista o por delante, para atender las necesidades sustanciales?

— *El suelo, ese otro ser vivo*

El suelo ha recuperado un estatus tras décadas de abandono o, más bien, de indiferencia. Hasta el fatídico día en que ya nada crece como es debido. Siguiendo los pasos de los investigadores, se está creando todo un movimiento en la agricultura para reincorporar un enfoque del suelo en los ecosistemas de producción. En términos prácticos, ¿cómo se puede desarrollar un enfoque agronómico positivo basado en los suelos vivos? ¿Hasta dónde debemos llegar en un enfoque de suelos, cuáles y dónde están los modelos aprobados?

— *Etiquetado medioambiental y ecológico: controversia en torno al proyecto Ecoscore*

El etiquetado medioambiental es un enfoque que pretende sensibilizar a los consumidores sobre el impacto medioambiental de los productos y servicios. Está bien implantado en el sector alimentario y se aplica sobre todo a los productos transformados. ¿Cómo puede adaptarse este enfoque a los productos frescos, en particular a las frutas y hortalizas?