



Anecoop lleva más de 15 años trabajando con producción ecológica, incluso creó en 2015 Solagora, con sede en Perpignan, empresa exclusivamente bio. / ANECOOP

MARÍA JOSÉ MIQUEL / Responsable de la Línea Bio en Anecoop

“Disponemos de un calendario completo de frutas y hortalizas ecológicas los 12 meses del año”

Anecoop lleva más de 15 años trabajando con producción ecológica. El volumen de producto bio, en términos globales, supone un 5% del total comercializado por el grupo cooperativo, aunque hay algunas referencias dentro de la línea que superan este porcentaje. María José Miquel señala que estos productos están presentes en todo el mercado europeo, con Francia como primer destino, seguido de Alemania. El planteamiento de futuro de Anecoop es seguir trabajando con el producto ecológico, seguir creciendo en gama de productos y calendario, dar el servicio a sus clientes y cubrir sus expectativas, optimizando y rentabilizando sus costes de producción, envasado y logísticos.

► NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN.
Valencia Fruits. ¿Cuáles son los principios o bases fundamentales sobre las que se sustenta la línea bio dentro de la estrategia productiva y comercial de Anecoop?

María José Miquel. Dentro de los valores de Anecoop, uno de los puntos más importantes está relacionado con lograr un desarrollo social y sostenible.

En esta línea, Anecoop lleva más de 15 años trabajando con producción ecológica, incluso creó en 2015 la empresa Solagora, con sede en Perpignan, que es exclusivamente bio y que se ha encargado de desarrollar las líneas comerciales de producto ecológico en Francia.

Una parte de nuestros socios lleva muchos años produciendo y confeccionando frutas, cítricos y hortalizas ecológicas, y junto a ellos hemos ido creciendo en este tipo de cultivo.

Tenemos una responsabilidad con nuestra actividad, y con las buenas prácticas de la producción ecológica contribuimos a la sostenibilidad del planeta.

VF. ¿Qué peso tiene esta línea de trabajo en el total del volumen producido y comercializado? ¿Cuál está siendo su evolución en estos últimos años?

MJM. El volumen de producto bio en Anecoop, en términos globales, supone un 5% del total



María José Miquel es la responsable de la línea bio de Anecoop. / ANECOOP

comercializado, aunque hay algunas referencias dentro de la línea que superan este porcentaje.

Respecto a nuestros socios, estos también han experimen-

tado un importante desarrollo en producción ecológica. Sigue creciendo el número de hectáreas certificadas en ecológico e incluso parte de nuestros so-

cios disponen de instalaciones exclusivas para el envasado de producto bio.

Venimos de unos años con grandes crecimientos en el vo-

“Para Anecoop es fundamental lograr la óptima rentabilidad, el desarrollo social y sostenible para nuestros socios y clientes, y la producción ecológica es uno de los caminos para alcanzar este objetivo”

“Las exigencias para el producto ecológico se asemejan cada vez más a las del producto convencional, con una menor tolerancia en cuanto a calibre o a los defectos estéticos”

“Uno de los efectos de la pandemia, es una mayor preferencia de los consumidores por el producto local”

lumen de ventas del producto ecológico, pero en las últimas campañas este se ha visto ralentizado: seguimos creciendo, pero no al ritmo de años anteriores. Este cambio en la tendencia se debe, por un lado, a la preferencia de los consumidores por el producto local, y por otro lado, a que la competencia cada vez es mayor, ya que la superficie certificada ecológica crece en España pero también en otras zonas de producción. La oferta en general cada vez es mayor.

VF. ¿Qué zonas son las principales productoras de frutas y hortalizas ecológicas entre los socios productores de Anecoop? Y ¿qué productos son los más destacados?

MJM. Por nuestra estructura de cooperativa de segundo grado, y por encontrarse nuestros socios en las principales zonas de producción española, disponemos de un calendario completo de frutas y hortalizas ecológicas los 12 meses del año.

Los productos de mayor volumen comercializado son limón, naranja, tomate, sandía, calabacín, pimiento, y pepino, seguido del resto de frutas y hortalizas.

VF. ¿Cuáles son los mecanismos de certificación de Anecoop para garantizar la condición 'bio' de sus productos?

MJM. Como cualquier productor ecológico, nuestros socios disponen del Certificado de Producción Ecológica auditado por el Comité de Agricultura Ecológica de cada Comunidad Autónoma, de acuerdo con el Reglamento (UE) 2018/848.

Adicionalmente, cuentan con los mismos certificados que los productores convencionales que garantizan la seguridad alimentaria.

También se incluye a todos nuestros productores dentro de un Plan de Control de Residuos Interno en Anecoop y contamos con una empresa externa que nos hace un seguimiento y control en cuanto a análisis de riesgos, muestreos independientes, etc.

Nuestro objetivo es garantizar la calidad y seguridad de nuestras frutas y hortalizas bio, de tal manera que nuestros clientes y consumidores sigan confiando en nuestros productos.

VF. Hablando de la demanda de este tipo de productos, ¿qué mercados son los principales destinos?

MJM. Nuestro producto ecológico está presente en todo el mercado europeo, con Francia como primer destino, seguido de Alemania. Seguimos asimismo creciendo en el mercado nacional.

VF. ¿Qué particularidades y complejidades tiene la exportación de frutas y hortalizas ecológicas?

MJM. Las exigencias para el producto ecológico se asemejan cada vez más a las del producto convencional. Antes había más permisividad en cuanto a calibre y defectos estéticos, mientras que en la actualidad, hay una menor tolerancia respecto a estos parámetros.

Por otro lado, los volúmenes de comercialización del ecológico se sitúan por debajo del convencional. Estos menores volúmenes van asociados a un mayor coste de confección, costes logísticos, etc.

Actualmente nos encontramos en proceso de cambio de las confecciones. Paradójicamente, de forma mayoritaria el producto ecológico se vendía envasado, con la finalidad de distinguirlo claramente del producto convencional en los puntos de venta. En la actualidad, con las nuevas legislaciones de los países de destino y por demanda de los consumidores, estamos en un proceso de desaparición o reducción del plástico de los materiales de envasado, lo que nos lleva a un cambio en las confecciones y envases. Esto supone nuevas inversiones para adaptarnos al mercado.

VF. ¿Cuál es la tipología de clientes en la oferta bio de Anecoop?

MJM. Nuestros principales clientes son cadenas de distribución a las que también suministramos producto convencional, aunque estamos dedicando esfuerzo y trabajo para aumentar nuestra cuota en las tiendas especializadas bio.

VF. ¿Cómo está afectando la pandemia, el incremento de los costes, los cambios de hábitos de consumo en la demanda de este tipo de productos?

MJM. El inicio de la pandemia acrecentó de forma notable la preocupación de los consumidores por su salud, lo que conllevó un aumento de las ventas durante el confinamiento estricto.



El volumen de producto Bio en Anecoop, en términos globales, supone un 5% del total comercializado. / ANECOOP

"Nuestros socios disponen del Certificado de Producción Ecológica auditado por el Comité de Agricultura Ecológica de cada CCAA"

to, al igual que sucedió con todo el producto agroalimentario. Una vez superado aquel confinamiento, las ventas volvieron a su ritmo y volumen normales.

Lo que sí nos ha dejado la pandemia, es una mayor preferencia de los consumidores por el producto local. En algunos mercados prevalece la producción local sobre otros aspectos en la decisión de compra del consumi-



Los productos bio de mayor volumen comercializado en Anecoop son limón, naranja, tomate, sandía, calabacín, pimiento, y pepino. / ANECOOP

dor. Este fenómeno adquiere más fuerza en el producto ecológico que en producto convencional. El consumidor de ecológico está muy comprometido con la sostenibilidad y la huella de carbono.

Igual que ocurre con los costes de producción y confección del producto convencional, también ha habido un aumento del precio de los insumos en la producción, confección y logística del producto ecológico. Este incremento de costes debería verse reflejado en el precio recibido por el agricultor, si queremos seguir asegurando la rentabilidad de nuestros socios.

VF. ¿Qué planteamientos de futuro hay en Anecoop en torno a esta línea de trabajo?

MJM. Como indicaba al principio, en nuestra misión y valores queda establecido que para Anecoop es fundamental lograr la óptima rentabilidad, el desarrollo social y sostenible para nuestros socios y también para nuestros clientes, y la producción ecológica es uno de los caminos para alcanzar este objetivo.

La producción ecológica va a seguir creciendo como se está fomentando desde la UE con su Estrategia "De la Granja a la Mesa" y su objetivo de lograr el 25% de la superficie agraria comunitaria ecológica en el año 2030.

Por tanto, nuestro planteamiento es seguir trabajando con el producto ecológico, seguir creciendo en gama de productos y calendario, dar el servicio a nuestros clientes y cubrir sus expectativas, y por supuesto optimizar y rentabilizar nuestros costes de producción, envasado y logísticos.

Donde y como quieras Valencia Fruits



Recibe **Valencia Fruits** cada semana. Además, llévalo siempre en tus dispositivos digitales y disfruta de dossiers especiales, nuestra hemeroteca, directorio profesional y toda la actualidad del sector.



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:

CON DOMICILIO EN:

CALLE:

E-MAIL:

DNI/NIF:

CP:

NÚMERO:

TEL.:

DESEA SUSCRIBIRSE AL SEMANARIO VALENCIA-FRUIT, 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