

Nuestro mundo en una naranja

Por XIMO PUIG (*)

Hay mundos que caben resumidos en muy poco. El nuestro cabe en una naranja. El desarrollo valenciano de los dos últimos siglos y nuestra historia moderna no pueden entenderse sin la naranja. Fuimos pioneros en la implantación y desarrollo comercial de un fruto cuyo cultivo se extiende hoy por más de medio mundo, pero que en los albores del siglo XIX no dejaba de constituir una rareza exótica. Una novedad que se disputaban los paladares más exigentes. Un sello de prestigio apreciado en los mercados internacionales.

Ese ambiente propicio, unido a la calidad indiscutible de la naranja y, sobre todo, al tesón y al carácter visionario y emprendedor de sus cultivadores y comerciantes, dio como resultado una época de esplendor. Nos abrió las puertas a todo un universo, a todo un imaginario vinculado a una fruta que alcanzó valores totémicos. No es ninguna casualidad, desde luego, que los mosaicos modernistas que decoran las fachadas de edificios tan emblemáticos como la estación del Norte de València o el mercado de Colón estén repletos de motivos naranjeros, al igual que sucede con ciertas manifestaciones pictóricas de Sorolla o literarias de Blasco Ibáñez. Decir que la naranja, y por extensión la agricultura, forma parte de nuestro ADN y de nuestra identidad no es ninguna exageración.

Es cierto: aquel tiempo de bonanza ha cambiado. Ya no estamos solos en el mercado cítrico mundial. La naranja valenciana ya no es aquel producto único que generaba divisas en plena



“El desarrollo valenciano de los dos últimos siglos y nuestra historia moderna no pueden entenderse sin la naranja”. / Ó. ORZANCO

autarquía. Han cambiado los escenarios, las reglas del juego y hasta los actores de una obra en plena mutación. Pero nuestra citricultura mantiene una fortaleza indiscutible. En términos de comercio exterior y de músculo empresarial. Por eso España sigue siendo la primera potencia exportadora de cítricos del mundo. Sin embargo, no es posible vivir de glorias pasadas. Nunca lo ha sido. Hay competencia desleal en el extranjero, asimetrías internas y tensiones injustificadas que acaba pagando el agricultor. Ahí es donde hay que actuar para revertir las desigualdades.

En la Comunitat Valenciana, cuna de las mejores naranjas y mandarinas, debemos mante-

“Decir que la naranja, y por extensión la agricultura, forma parte de nuestro ADN y de nuestra identidad no es ninguna exageración”

“En la Comunitat Valenciana, cuna de las mejores naranjas y mandarinas, debemos mantener ese liderazgo y ayudar a las transformaciones necesarias”

ner ese liderazgo y ayudar a las transformaciones necesarias que lo garanticen. El marco del Foro Cítrico es el mejor para conseguirlo. Sus resultados, en poco más de un año de vida, prueban que la unidad de acción ofrece

frutos positivos. Las actuaciones conjuntas del sector, de la Generalitat y del Gobierno de España en Bruselas han llevado a la Comisión Europea a imponer a Sudáfrica y otros países de su entorno un tratamiento de frío

en los cargamentos de naranjas con destino al mercado comunitario para evitar, así, el riesgo de entrada de plagas. Se trata de un logro histórico que sienta un precedente en las políticas europeas.

Con ese espíritu y la misma fuerza vamos a seguir presionando para conseguir, entre otras cosas, que los tratados comerciales con terceros países incluyan las llamadas “cláusulas espejo”. Así se fijarán criterios de reciprocidad que destierren las injustas desventajas competitivas que perjudican a nuestro comercio agrario.

La nueva Agencia Valenciana de Información y Control Alimentario va a velar por el equilibrio en los mercados: para que todos reciban una compensación justa por su trabajo. Igualmente, la Ley de Estructuras Agrarias permite gestionar las propiedades (tan fragmentadas) en consonancia con lo que piden los tiempos actuales.

El esfuerzo de la Generalitat en materias como la sanidad vegetal o el apoyo a la contratación del seguro agrario es el que corresponde a este tiempo de incertidumbres. Además, estamos ultimando la puesta en marcha de una gran campaña de promoción destinada a favorecer el consumo de cítricos. Porque nuestra citricultura –por tradición, por historia, por relevancia social y económica– constituye un patrimonio que va más allá de los parámetros meramente cuantitativos. Porque nuestro mundo viene de ahí, de ese banal, de ese árbol, de ese fruto. Porque la naranja somos nosotros.

(*) *President de la Generalitat*

BE COOL TO BE GOOD

Con MSC puedes llegar a cualquier mercado del mundo. Gracias a décadas de experiencia, podemos cuidar de tu mercancía 24/7, ya sea en puertos, mares, camiones o trenes. Puedes confiar en nuestros equipos locales para cumplir con los requisitos especiales de tu cadena de suministro.

msc.com/fruit

MOVING THE WORLD, TOGETHER.