



Con el desarrollo de prácticas agroecológicas los productores se comprometen a reducir su impacto sobre el medio ambiente. / PINK LADY®

STÉPHANIE ROGUET / CSR project manager de Pink Lady® Europe

“La ‘Carta de Compromiso’ recoge el compromiso y enfoque sostenible de Pink Lady®”

Hace dos años que Pink Lady® Europe presentó su “Carta de compromiso” compuesta por 14 puntos y que tiene como eje central la sostenibilidad aplicada a toda la red y que se vertebra en las áreas medioambiental, social y económico. Stéphanie Roguet, CSR project manager de la asociación resu-me para Valencia Fruits estos compromisos y explica las diferentes iniciativas y actuaciones que se han puesto en marcha y que están haciendo que la “sostenibilidad sea una realidad en Pink Lady®”

► NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN. Valencia Fruits. Pink Lady® y sostenibilidad. ¿Cómo se traduce o plasma este binomio en la práctica?

Stéphanie Roguet. Los miembros de Pink Lady® Europe siempre han trabajado por un enfoque sostenible. Este enfoque se ha estructurado con la ‘Carta de compromiso’, que se vertebra en tres áreas: medioambiental, social y económico. Se trata de una estrategia compuesta por 14 compromisos dirigidos al medio ambiente, el territorio, los productores y los consumidores.

VF. Adentrándonos en estos 14 compromisos, a nivel medioambiental, ¿cuáles son las iniciativas que recoge esta estrategia?

SR. El primer pilar es el desarrollo de prácticas agroecológicas. Esto supone el compromiso de los productores a reducir su impacto sobre el medio ambiente gracias a prácticas sostenibles como el control permanente de sus campos, el empleo de programas de evaluación de riesgos, el mantenimiento de la biodiversidad y su equilibrio, y la búsqueda y aplicación de soluciones de biocontrol para reducir los insumos.

Otra de las áreas importantes en el ámbito medioambiental es el agua. Para Pink Lady® cada gota de agua cuenta. Para ello, en campo se está invirtiendo en sensores de humedad y estaciones meteorológicas para ayudar a ajustar el riego. En la parte de almacén, se están instalando sistemas de reciclaje y filtrado del agua para el transporte de las manzanas. Aquí también es importante el ahorro energético que se consigue mediante la instalación de paneles fotovoltaicos y la instalación de equipos de consumo eficiente.

Otro de los compromisos sostenibles es el relacionado con el uso de los plásticos. Pink Lady ha eliminado los plásticos de



Stéphanie Roguet pone en valor las iniciativas sostenibles de Pink Lady®. / PK

usar y tirar. Para ello, hemos desarrollado toda una gama de bandejas 100% de cartón certificado PSC, procedente además de bosques gestionados de manera sostenible. Y son envases 100% reciclables.

El último pilar en el área del medio ambiente es el objetivo de neutralidad de carbono en 2030 en la producción europea de Pink Lady®. Esto se está haciendo promoviendo el rendimiento medioambiental en los campos; analizando las prácticas agrícolas frente a la biodiversidad y la gestión de los árboles al final de su vida; y evaluando el trabajo de los almacenes frutícolas y de la logística de transporte hasta el punto de venta.

VF. Si hablamos de sostenibilidad de cara a los productores,

¿cuáles son las iniciativas que recoge esta ‘Carta de compromiso’ de Pink Lady®?

SR. El primer compromiso es garantizar una remuneración justa del trabajo de los productores. Destacar que esta remuneración que Pink Lady® ofrece a sus productores es superior a la media del sector de la manzana y además garantiza el mantenimiento de las explotaciones, un aspecto de vital importancia para la asociación.

Así mismo, Pink Lady® Europe está comprometida con la mejora de las condiciones de trabajo. Por ejemplo, todas las plantas de envasado se someten a distintas auditorías para controlar las normas sociales, la salud y seguridad de los trabajadores; y la ética comercial.

“Se han eliminado los plásticos de usar y tirar y se ha desarrollado toda una gama de bandejas 100% de cartón certificado PSC”

El apoyo a la innovación también forma parte de los compromisos para con los productores. Y aquí es donde entra la iniciativa Pink LAB. Su misión es apoyar el I+D de cara a lograr una producción más sostenible en diferentes ámbitos. Como ejemplos prácticos de las acciones desarrolladas por Pink LAB, en 2021 se tutorizaron 10 proyectos para la mejora de la producción en campo; la gestión de los recursos y la calidad del suelo.

El relevo generacional es otro aspecto que aborda esta estrategia en pro de la sostenibilidad. Consciente de la realidad que vive la agricultura y la poca atracción que despierta en la gente joven, mediante estos compromisos queremos fomentar la incorporación de jóvenes agricultores. Entre las medidas para lograrlo una de ellas es el acceso prioritario a nuevas plantaciones por parte de jóvenes agricultores.

VF. ¿Cómo se aborda el problema del desperdicio alimentario?

SR. La lucha contra el desperdicio alimentario de Pink Lady® comienza en el propio campo. Hay que destacar que la media de manzanas comercializadas bajo la marca Pink Lady® es de 70-80% del total de la producción.

Contamos con diferentes mecanismos o soluciones comerciales para el 20-30% restantes. Por ejemplo, las manzanas más pequeñas y de igual calidad, desde hace ya varios años, se co-

mercializan bajo la marca Pin-Kids, marca dirigida a los niños para quienes es difícil terminar una fruta entera, y que está muy bien recibida. Las manzanas con fallos de color se utilizan a la cocina; y las manzanas que no pasan la selección para el consumo en fresco se utilizan en la industria alimentaria para elaborar productos de calidad como zumos o compotas; y las que no son aptas para el consumo por parte de las personas se utilizan como alimento animal o para la fabricación de abonos o fertilizantes para el campo.

VF. ¿Cómo se trasmite esta filosofía sostenible al consumidor?

SR. Ante todo dándole todas las garantías de que el producto que está comprando es sano, natural, de calidad y, por supuesto, sostenible.

Toda la red de productores de Pink Lady® cumple con estrictos requisitos de calidad y se somete periódicamente a controles realizados por organismos independientes.

Queremos hacer participe al consumidor del mundo Pink Lady® incrementando los encuentros con los productores. Campañas como ‘Apadrina un árbol’ o las visitas de los consumidores a los manzanos que hemos organizado estos últimos años han servido para acercar al consumidor a los productores, conocer de primera mano la realidad de Pink Lady® y a fidelizar clientes finales.

VF. ¿Cuáles son los proyectos futuros de Pink Lady® en pro de la sostenibilidad?

SR. El futuro pasa por seguir desarrollando esta ‘Carta de compromisos’ que, tal como hemos descrito durante la entrevista, implica a toda la red Pink Lady®. En pro de la sostenibilidad, continuaremos garantizando las mejores prácticas para una producción de calidad sostenible. Desde los viveros, que se encargan de producir árboles mediante selección natural y procesos de reproducción; los productores, los verdaderos protagonistas por el excelente trabajo que hacen durante todo el año para producir una manzana de alta calidad; las centrales frutícolas, donde se seleccionan, conservan y envasan las manzanas Pink Lady® hasta los distribuidores certificados que comercializan en más de 50 países alrededor de todo el mundo.

Así mismo, entre los proyectos futuros destacan la colaboración y experimentación con la LPO (*Ligue pour la protection des oiseaux*), en particular con el pájaro carbonero, y la ampliación de la colaboración con Bird Life Spain.

En la línea de proyectos ‘Green go’, destaca la mejora del rendimiento medioambiental del sector de la manzana en Francia, como las palancas de reducción de gases de efecto invernadero en el campo... Proyecto del que presentaremos sus resultados en el SIVAL, el próximo 18 de enero.

En definitiva, Pink Lady® Europe —asociación sin ánimo de lucro— ha conseguido unir a hombre y mujeres en torno a valores compartidos y ofrecer un enfoque común en el mundo de la manzana. Toda la experiencia y conocimiento es compartida para avanzar de la mano y ofrecer al consumidor una manzana premium, diferente, sostenible y satisfactoria al paladar.