

► JAVIER ORTEGA. ARAGÓN.

Aragón regresa a Fruit Logística después de no estar presente de forma institucional y oficial desde 2019, bien debido a la pandemia del covid o por criterios de estrategia de promoción. Lo hace con una notable representación entre instituciones, asociaciones, denominaciones de origen, cooperativas y empresas del sector hortofrutícola aragonés.

Bajo el amparo de Aragón Alimentos, la delegación aragonesa ocupará una superficie de 150 m² en el pabellón 8.2 de Messe Berlín, contando con el apoyo en tareas logísticas y organizativas de la empresa pública SARGA (Sociedad Aragonesa de Gestión Agroambiental).

Además de las empresas a título individual, van a tener presencia el Centro de Investigación y Tecnología Agroalimentaria (CITA), el Consejo Regulador de la Denominación de Origen Protegida Melocotón de Calanda, que representa a 25 empresas y cooperativas, y la Asociación Profesional de Frutas y Hortalizas de Huesca (Excofrut), que engloba a 34 empresas, situadas en las comarcas del Bajo Cinca, Cinca Medio y La Litera.

Esta es la relación de empresas aragonesas participantes en la feria: Orchard Fruit, Ibarz Ponti SL, Fuencampo XXI, Summer fruit, Frutas Torre Molins, Agrolainez e hijos SL y la SAT Río Cinca.

■ EL CITA

El Centro de Investigación y Tecnología Agroalimentaria de Aragón (CITA) es un organismo público de investigación dependiente del Gobierno de Aragón, cuyo objetivo final es conseguir el desarrollo tecnológico, la formación y la transferencia, que las explotaciones agrarias y las empresas agroindustriales innoven continuamente.

Con ello se pretende alcanzar que la población activa agraria y el medio rural obtengan una mayor rentabilidad económica y, como consecuencia, una mejor calidad de vida.

Son fines generales del Centro impulsar la investigación científica en materia agroalimentaria y su desarrollo tecnológico. Integrar esta contribución al progreso de la ciencia en el sistema de relaciones de colaboración y cooperación propio de la actividad investigadora.

Impulsar la transferencia tecnológica, la innovación y la formación en el sector agroalimentario aragonés, así como el fomento y control de actividades relacionadas con las mismas.

Entre sus muchos proyectos e investigaciones, algunos de los cuales presentará en la feria de Berlín, figuran los relacionados con la trufa negra, las nuevas variedades del Melocotón de Calanda, la recuperación de frutas autóctonas, la almendra, los fertilizantes, los regadío o la dieta.

■ EXCOFRUT

Es una Asociación constituida en el año 1978, que nace a raíz de la inquietud de 17 empresarios comercializadores de fruta fresca de la ciudad de Fraga, con el objetivo de aunar fuerzas ante los problemas del sector. Desde entonces ha ido en aumento el número de asociados hasta llegar, en la actualidad, a 34, todos ellos situados en las Comarcas del Bajo Cinca, Cinca Medio y La Litera.



Aragón vuelve a la cita en Berlín después de no estar presente de forma institucional y oficial desde 2019. / ÓSCAR ORZANCO

Aragón regresa a Berlín tres años después con una notable representación

Bajo el amparo de Aragón Alimentos participan, además de empresas a título individual, el CITA, Excofrut y la DOP Melocotón de Calanda, con 25 empresas y cooperativas

Se trata de una de las zonas fruteras más importantes de Aragón y sobresale su entusiasta presencia cada año en la Feria de Berlín. La citada asociación y los productores cuentan con el decidido apoyo del Ayuntamiento de Fraga, localidad donde tiene su sede social Excofrut, cuyo alcalde o concejal de Agricultura suelen acompañar a la delegación.

Excofrut cuenta con unas 34 empresas asociadas que se dedican a la producción y comercialización de fruta, principalmente melocotón, pera, manzana y también cereza, albaricoque, ciruela e higo aunque últimamente ha introducido algunas variedades tropicales. Las exportaciones a otros países rondan el 80% de la producción total y mantienen contactos y delegaciones para dar a conocer su gran potencial frutícola.

■ MELOCOTÓN DE CALANDA

El Melocotón de Calanda registró la pasada campaña una de las cosechas más bajas desde que existe la Denominación. La producción certificada por el Consejo Regulador de la Denominación de Origen se ha situado entre 1,5 y 1,8 millones de kilos frente a los 4,5 millones del año anterior. Es decir, el descenso fue de entre un 60 y un 70% y se sitúa en una de las cifras más bajas desde que existe esta Denominación de Origen, creada en 1999.

Esta merma se ha debido a las graves heladas de abril, con hasta cinco grados bajo cero, que dañaron el 60-70% del fruto. Lo poco que pudo salvarse se vio posteriormente afectado en junio con un tornado acompañado de lluvia y granizo, que ocasionó graves destrozos en campos alrededor de Alcañiz, y las fuertes tormentas de granizo de julio.

No obstante, aunque fue una campaña complicada, el sector todavía se esperaba peores cifras. El factor que ha logrado mejorar las previsiones fue una de las úl-

El objetivo del Gobierno aragonés con la presencia en Fruit Logística es "ayudar a vender fuera porque el mercado español se ha quedado pequeño"

En los últimos años, el Gobierno de Aragón ha emprendido una decidida apuesta por la promoción de los productos alimentarios de calidad diferenciada

timas variedades de melocotón introducida en la Denominación el año pasado.

Se trata de la PRO504, un tipo de melocotón de recolección más tardía que ha resistido mejor al hielo y al granizo gracias sus características. Se logró recoger hasta el 80% de su producción, lo que ha ayudado a que la merma haya sido menor de la esperada y se haya conseguido una mayor cantidad de melocotón.

El mercado nacional ha sido el principal destino de la producción si bien se ha mantenido la exportación a los clientes internacionales, como Francia, Suiza y Alemania, a quienes se ha abastecido con "todo lo que se ha podido y no con lo que pedían".

En total son 45 los municipios del Bajo Aragón, entre las provincias de Zaragoza y Teruel, las que pertenecen a la denominación Melocotón de Calanda.

Las labores en torno al cultivo del melocotón tardío o de otoño emplean cada campaña a unas 3.000 personas y de su producción viven unas 700 familias.

El mercado nacional se ha consolidado e incluso ha crecido la demanda de melocotón de Calanda, sobre todo en el norte, aunque siguen siendo Madrid, Barcelona, Valencia y el litoral mediterráneo los principales destinos.

Sin embargo, no han aumentado las exportaciones, que se han estabilizado en casi un 25% de la producción total.

El reto es alcanzar el 40% de las exportaciones. Para ello, el Consejo Regulador, presidido por Samuel Sancho, trabaja con dos marcas, Melocotón DOP Export y Autumn Peach, que permiten a los productores, empresas y cooperativas exportar con unos mismos precios y condiciones. La primera, exporta fruta certificada y la segunda se impulsó hace un par de campañas para exportar a Europa melocotón de variedades tempranas sin certificar.

Las empresas que han obtenido el certificado del Consejo Regulador (en total son 15 las certificadas) utilizan obligatoriamente en los envases la mención Denominación de Origen Melocotón de Calanda con el sello del Consejo Regulador, junto a la etiqueta numerada otorgada por este, cuya función es actuar de certificador y permitir el seguimiento del producto en la comercialización. Si existe esta etiqueta numerada y el sello del Consejo, el consumidor tiene la garantía que es auténtico Melocotón de Calanda.

■ GRAN PRODUCTOR DE FRUTA

Aragón cuenta con más de 34.465 hectáreas dedicadas al cultivo de fruta y cerca de 9.000 hectáreas de hortalizas. Es la primera comunidad productora de cerezas; la segunda de melocotones, manzanas y peras; y también una de las más destacadas de ciruelas y albaricoques.

En total, más del 20% de la fruta dulce que se cultiva en España procede de Aragón. En Fruit Logística estarán presentes empresas y productores agrícolas de las principales zonas fruteras de las tres provincias de Aragón como son Calatayud, La Alfranca, el Jalón y el Jiloca, la Ribera del Ebro, Calatorao, Fraga, el Bajo Cinca, el Bajo Aragón, Calanda, La Litera o Monzón.

Respecto a los productos hortícolas, Aragón dedica a estos cultivos unas 14.000 hectáreas, con una producción de 230 toneladas y un valor de 99.350.000 euros.

■ LA PROMOCIÓN

El objetivo del Gobierno aragonés con la presencia en Fruit Logística es "ayudar a vender más" y a vender fuera, porque el mercado español "se ha quedado pequeño" para los productores de Aragón.

No en vano, la agroindustria es "el sector estratégico por excelencia de la economía aragonesa, capaz de impulsar desarrollo, atraer inversiones y generar empleo en el mundo rural", según el presidente, Javier Lambán.

En los últimos años el Gobierno de Aragón ha emprendido una decidida apuesta por la promoción de los productos alimentarios de calidad diferenciada, es decir, los que se acogen a una DOP, IGP o sello de calidad reconocido por la Unión Europea.

Las líneas maestras del plan de promoción son utilizar los productos bandera, como son los de calidad diferenciada, por ejemplo, el melocotón de Calanda, la cebolla de Fuentes de Ebro, el jamón de Teruel, el ternasco de Aragón, la trufa negra, el aceite o los vinos.

Por un lado, se han multiplicado exponencialmente los fondos específicos dedicados a los planes de promoción y el porcentaje de cofinanciación de los mismos. Por otro lado, se ha apoyado la incorporación de nuevos productores a estos procesos de certificación para que puedan hacer uso de los sellos de calidad, sufragando las cuotas de los primeros años.

La última convocatoria de ayudas a la promoción de la calidad diferenciada con protección comunitaria superó lo invertido en todo el periodo anterior. Mientras que de 2016 a 2020 supuso un importe total de ayudas de 2,6 millones, solo en 2021 se han invertido 3,2 millones para una ejecución plurianual hasta marzo de 2023.

Un apoyo que no solo se mantendrá en el tiempo, sino que se incrementará, puesto que en el próximo periodo del PDR se superarán los dos millones de euros anuales de ayuda, nueve millones en el total para el periodo 2023-2027.

Dentro de la campaña "Alimentos Nobles de Aragón, lo que es, Es", las acciones de promoción en 2022 comenzaron en Aragón, coincidiendo con la festividad de San Jorge, tras la ratificación, por tercer año consecutivo, del compromiso de las nueve cadenas que apoyan estas campañas en sus establecimientos.

Fuera de Aragón, la campaña comenzó en septiembre y se prolongó hasta noviembre y se acompañó con la implantación del stand interactivo "Aragón alimentos Nobles Experiencias" en seis hipermercados de Madrid y Valencia.