



Presentación de la marca 'Naranja Valenciana', que llegó a Berlín de la mano de la IGP Citricos Valencianos y con el apoyo de la Generalitat. / FOTOGRAFÍAS ÓSCAR ORZANCO

# La Generalitat impulsa la marca 'Naranja Valenciana'

El Consell dará proyección internacional a este sello de calidad con acciones promocionales en Europa y mayores recursos para la próxima temporada

► ÓSCAR ORZANCO. BERLÍN.

Fruit Logistica es un escaparate comercial ineludible para mostrar a los profesionales del sector la variedad y la calidad de la oferta hortofrutícola que ofrece la Comunitat Valenciana. Los datos confirman la fortaleza de la industria agroalimentaria, que emplea a más de 230.000 personas y acapara el 25% de las exportaciones que se realizan desde el territorio valenciano, generando una facturación de más de 8.000 millones de euros.

Por ello, más de 50 empresas han estado presentes en la última edición de la feria celebrada en Berlín. Y el Gobierno valenciano, un año más, ha mostrado en el certamen su apoyo a este sector tan importante para el conjunto de la economía de la Comunitat con una visita a la feria. Una delegación encabezada por el presidente de la Generalitat, Ximo Puig, acompañado por la consejera de Agricultura, Isaura Navarro; el secretario autonómico de Agricultura y Desarrollo Rural, Roger Llanes; el director general de Desarrollo Rural, David Torres; y el director general de Agricultura, Ganadería y Pesca, Toni Quintana, visitó, departió y compartió opiniones con muchos



Roger Llanes, Ximo Puig e Isaura Navarro apoyaron el acto de presentación de 'Naranja Valenciana' en Fruit Logistica.

de los expositores valencianos presentes en Alemania.

En la visita, el presidente de la Generalitat Valenciana avanzó que el Consell incrementará su apoyo económico al sector agroalimentario "con toda la inversión posible" para consolidar su internacionalización y seguir incrementando la presencia en los mercados internacionales.

**Ximo Puig avanzó que el Consell incrementará su apoyo económico al sector agroalimentario "con toda la inversión posible"**

■ 'NARANJA VALENCIANA'

El Ejecutivo valenciano aprovechó el excelente marco comercial internacional que ofrece Fruit Logistica para impulsar la marca 'Naranja Valenciana', lanzada este año por la Generalitat, en colaboración con el sector, con el objetivo de difundir las cualidades de un producto tan emblemático y aumentar su consumo. Actualmente se está desarrollan-

**El Consell apuesta por campañas de promoción que tengan continuidad en el tiempo, porque la "persistencia y la continuidad son claves"**

do la segunda fase de la campaña promocional prevista para este ejercicio, pero el objetivo es que la iniciativa no sea algo puntual y tenga continuidad en los años venideros. El Consell apuesta por campañas de promoción que tengan continuidad en el tiempo, porque la "persistencia y la continuidad son claves", según señaló Ximo Puig, para singularizar los productos que proceden de la Comunitat Valenciana e incrementar su fortaleza exportadora.

Y en esta línea, el president anunció que la Generalitat destinará mayores recursos económicos para la próxima temporada y dará proyección internacional a la marca 'Naranja Valenciana', lo que, según precisó, se hará no solo con campañas de publicidad directa, sino con actos promocionales que se desarrollarán tanto en España como en Bruselas y en otras ciudades europeas.

Puig recordó que la marca 'Naranja Valenciana' cuenta con el apoyo y la complicidad del sector, cuya "unidad" es fundamental para mantener la actual capacidad exportadora y para seguir abriendo nuevos mercados. Además, también remarcó que este trabajo conjunto con el sector ha permitido dar un "gran paso" para que Bruselas aplique el tratamiento en frío para las naranjas importadas de Sudáfrica y otros países de su entorno y para continuar reivindicando la reciprocidad y que el control fitosanitario se extienda a otros productos.

La Comunitat Valenciana cuenta con grandes productos hortofrutícolas que han demostrado su enorme calidad. Ximo Puig afirmó que "la naranja valenciana cuenta con un prestigio ganado durante muchos años. Ahora se trata de consolidar este posicionamiento e ir un poco más allá. Es cierto que en los mercados tenemos la competencia de muchas frutas pero es casi imposible encontrar un producto que tenga tantos elementos positivos para la salud, para el bienestar, como todas nuestras variedades de naranjas y mandarinas. Desde esta perspectiva ensalzamos e impulsamos la nueva marca 'Naranja Valenciana', porque queremos resaltar que en nuestro territorio se producen las mejores naranjas del mundo".



En la gira institucional por la feria no podía faltar la visita al stand del Grupo Anecoop.



Un año más, el zumo elaborado con naranjas valencianas fue el protagonista del tradicional brindis.

## 50 empresas en Fruit Logistica

Por su parte, la Consellera de Agricultura de la Generalitat Valenciana, Isaura Navarro, que acompañó al presidente en la visita a Fruit Logistica, destacó que un total de 50 empresas valencianas del sector hortofrutícola estaban presentes en Berlín “con el objetivo de promover el buen hacer del sector agroalimentario valenciano e impulsar la internacionalización de sus productos”.

Se trata de “un espacio único para dar a conocer la calidad de los productos que salen de nuestros campos a decenas de países de todo el mundo y que nuestras marcas y empresarios aprovechen para fidelizar clientes extranjeros y generar posibles nuevas oportunidades de negocios”, señaló.

Además, Isaura Navarro destacó la presencia de la Conselleria de Agricultura con la marca



‘Molt de Gust’, que congregó hasta 18 stands en la feria celebrada en la capital alemana, 16 de ellos de empresas valencianas del sector de las frutas y hortalizas, y dos consejos reguladores de figuras de calidad diferenciada, como son el del Kaki de la Ribera del Xúquer y el de la IGP Cítricos Valencianos.

La feria cubre toda la cadena de distribución de la industria hortofrutícola, desde

el productor o la productora hasta el punto de venta, por lo que “es un atractivo que hay que aprovechar para mostrar en el corazón de Europa la calidad diferenciadora y el valor añadido de nuestra producción agraria”, indicó Navarro.

Durante todo este año, las empresas y entidades que participan en las ferias agrupadas bajo el stand de la Generalitat Valenciana expondrán sus productos de manera gratuita y sin coste alguno. ■

No obstante, el president apuntó que este prestigio labrado durante años “hay que intentar rentabilizarlo económicamente. En esta línea, hay supermercados como Consum que ya han dado un paso adelante y la marca ‘Naranja Valenciana’ ya se encuentra en sus establecimientos, pero el objetivo es seguir trabajando para que esta marca de calidad diferenciada llegue a la mayoría de los lineales de España y de Europa. Esto nos permitirá posicionarnos de la manera que deseamos en los mercados europeos”.

‘Naranja Valenciana’ ha cruzado por primera vez las fronteras españolas y ha llegado a Berlín de la mano de la IGP Cítricos Valencianos. La fruta comercializada bajo la nueva mar-

ca de calidad está avalada por el sello de la indicación geográfica protegida y pretende facilitar al consumidor la identificación de las naranjas producidas en los campos de la Comunitat Valenciana. José Enrique Sanz, director de IGP Cítricos Valencianos, confía en que ‘Naranja Valenciana’ sea “una marca atractiva. Capaz de suscitar el interés de los consumidores europeos. Pero además, que eso se traduzca en más demanda en los mercados y mejor rentabilidad para los agricultores y las empresas que la comercializan”.

Con estos objetivos, Fruit Logistica es una feria fundamental a la que no puede faltar un sector tan importante como el agroalimentario valenciano. “Por eso la Generalitat apues-

ta por un stand conjunto y por destinar toda la inversión posible para mostrar la calidad de nuestros productos y sobre todo, en esta edición, la naranja valenciana, que ya cuenta con una indicación geográfica protegida, y con una gran capacidad para situarse en los mercados. En muchos países del mundo cuando se habla de naranja se habla de valenciana. La calidad es un elemento clave que define nuestras producciones y, a partir de ahí, hay que lograr que las exportaciones del sector agroalimentario valenciano tengan la máxima visibilidad. Y la feria de Berlín es un espacio fundamental para lograr este objetivo y consolidar y abrir nuevos mercados”, concluyó el president de la Generalitat Valenciana.



Ximo Puig en el stand de Cambayas, gran productora de la granada Mollar.



Las novedades de Uvasdoce captaron la atención de la delegación del Consell.



Fueron muchas las visitas y las charlas mantenidas con el sector en la feria.

# STAY COOL AND RELAX

[msc.com/fruit](https://msc.com/fruit)

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.

MOVING THE WORLD, TOGETHER.