



Miembros de la Asociación Española del Kaki durante la pasada edición de Fruit Logística. / RAQUEL FUERTES

AEKAKI analizará la campaña con sus clientes

La Asociación Española del Kaki acude a la feria berlinesa bajo el paraguas del proyecto Mediterranean Combo

► ÓSCAR ORZANCO. REDACCIÓN.

El sector del kaki ha vivido un ejercicio inusual. La temporada se ha saldado con una merma de cosecha de casi el 70% y solo se ha podido recolectar un 30% de la producción potencial actual de este cultivo en una temporal normal. No obstante, la Asociación Española del Kaki (AEKAKI) acude de nuevo a Fruit Logística, bajo el paraguas de Mediterranean Combo, con el objetivo de intercambiar opiniones con sus clientes, analizar la campaña y seguir promocionando esta fruta.

El presidente de la asociación, Pascual Prats, puntualiza que “para el sector del kaki la feria ideal es Fruit Attraction, porque coincide prácticamente con el arranque de la temporada y permite ofrecer el producto. No obstante, Berlín también facilita ver a los clientes, aunque la temporada ya ha finalizado, y te permite intercambiar opiniones y analizar cómo se ha desarrollado el ejercicio para sacar conclusiones”.

A pesar de cerrar la temporada con malos resultados y la incertidumbre que existe en el sector, desde AEKAKI siguen creyendo en el futuro de este cultivo y continúan apostando por la promoción para impulsarlo. Y en esta línea, el presidente de la Asociación Española del Kaki señala que “ya estamos planificando la siguiente campaña y acudimos a Fruit Logística para seguir promocionando el producto, porque consideramos que es una fruta con mucha calidad, futuro y posibilidades que hay que dar a conocer. El objetivo es promover el consumo para abrir mercados y llegar a nuevos clientes”.

■ MEDITERRANEAN COMBO

AEKAKI acude a Berlín bajo el paraguas de Mediterranean Combo, un proyecto europeo, enmarcado dentro del programa “Enjoy it's From Europe”, que comprende un plan promocional de tres años en el que participan siete cooperativas de Creta (Grecia) y la entidad española. La iniciativa está financiada por la Comisión Europea, que da soporte a campañas para promover productos agrícolas

Fruit Logística ofrece la posibilidad de mantener contactos con operadores de otros países para analizar el interés y las posibilidades que puede despertar una fruta como el kaki

“Aunque para el sector del kaki la feria ideal es Fruit Attraction, Berlín también facilita ver a los clientes y te permite intercambiar opiniones y analizar cómo se ha desarrollado el ejercicio para sacar conclusiones”

“Estamos analizando distintas posibilidades, proyectos y socios para seguir dando a conocer esta fruta entre los consumidores y abrir nuevos mercados”

de alta calidad, como es el caso del kaki.

La Asociación Española del Kaki organizó la participación en la última edición de Fruit Attraction y las cooperativas griegas coordinan las acciones que se van a desarrollar en Fruit Logística, en el stand B31 ubicado en el pabellón 8.2.

Cada firma participante en el proyecto promocionará sus producciones en el marco de la feria, sobre todo tomates, pimientos, berenjenas y kakis. En el programa trienal “Mediterranean Combo - Frutas y Verduras de Primera Calidad de Europa” participan la Cooperativa Agrícola Anatoli-Ierapetra Crete como el socio principal y como coordinador; y la Cooperativa Agrícola Tympaki, la Cooperativa Agrícola para la Producción y Comercialización de Hortalizas Tempranas de Ierapetra Nótos, la Asociación de Productores Agrícolas de Horticultura Koudoura, el Grupo de Productores agrícolas Falasarna Kompogennitakis y CO, la cooperativa agrícola Psaris, la Cooperativa Agrícola Kamiros y la Asociación Española de Kaki.

“Acudimos a Fruit Logística bajo el paraguas de Mediterranean Combo, y aunque todavía falta más de un año para la conclusión de este programa, desde la asociación ya estamos anali-

zando distintas posibilidades, proyectos y socios para seguir dando a conocer esta fruta entre los consumidores y abrir nuevos mercados. El objetivo es seguir promocionando la excelencia de esta fruta”, explica Pascual Prats.

En cuanto a la apertura de nuevos mercados, y aunque esta campaña, debido al escaso volumen de producción, la fruta se ha comercializado casi exclusivamente en el mercado de la Unión Europea, el sector del kaki tiene la necesidad de explorar y exportar a nuevos destinos.

Este año ha sido excepcional, pero la próxima temporada puede ser normal y alcanzar el nivel de producción potencial que existe en la actualidad. Para dar salida a este volumen de cosecha se necesita traspasar las fronteras de la Unión Europea y explorar nuevos mercados para la comercialización de esta fruta.

En este sentido, la feria Fruit Logística es una plataforma que ofrece la posibilidad de mantener contactos con operadores de otros países para analizar el interés y las posibilidades que puede despertar una fruta como el kaki. Actualmente en el punto de mira se encuentra China, pero hay otros mercados y destinos que podrían ofrecer oportunidades y salidas interesantes para el sector.

MSC compartirá experiencias, retos y soluciones

Con más de 2 millones de contenedores frigoríficos enviados en 2021, MSC es uno de los transportistas líderes mundiales en transporte refrigerado

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Desde la empresa afirman que “asistir a Fruit Logística permitirá a MSC compartir su experiencia, escuchar los retos a los que se enfrentan los clientes y trabajar con ellos para encontrar soluciones”. Para lograr estos objetivos asistirán 90 expertos de MSC de todo el mundo, incluidos Sudamérica, África, Oriente Medio y Europa. Los expertos reefer de MSC estarán en el stand B-03, en el hall 25, de 09:00 a 18:00 y el viernes 10 de 09:00 a 16:00 horas.

Para la compañía es esencial el sector hortofrutícola. Los responsables del MSC destacan que “con una previsión de aumento de las ventas mundiales de productos perecederos en los próximos años, el mercado de frutas y hortalizas frescas es cada vez más importante en el comercio mundial”.

Refrendando estas afirmaciones comentan que “se prevé que los ingresos procedentes únicamente de las frutas frescas superen los 665.000 millones de dólares debido a una tasa de crecimiento anual compuesto del mercado del 5,53% entre 2023-2027, según Statista”.

Fruit Logística supone para MSC “un foro importante para que los productores de fruta, los proveedores de transporte y los clientes se reúnan e intercambien ideas, lo que permitirá a nuestros expertos en mercancía reefer proporcionar a cada uno de ellos la solución personalizada que requieren para satisfacer sus necesidades”.

Asimismo, desde la naviera afirman que “MSC promueve el comercio internacional en todo el mundo, por lo que uno de sus objetivos clave es mantener el flujo de mercancía reefer y dar servicio a los clientes que envían productos frescos, como frutas y hortalizas, de forma especializada”.

Además, la empresa comenta que “MSC ha desarrollado una sólida oferta de servicios y ha construido una de las mayores flotas de contenedores reefer del mundo. La compañía entiende la importancia de preservar el estado de los productos de sus clientes desde el momento en que se cargan hasta que llegan a su destino”. Un compromiso sobre el que los clientes podrán saber mucho más tras su paso por Berlín.

“El mercado de frutas y hortalizas frescas es cada vez más importante en el comercio mundial”

“Para MSC, esta feria es un foro importante para que productores, proveedores de transporte y clientes se reúnan e intercambien ideas, permitiendo a nuestros expertos en mercancía reefer proporcionar soluciones personalizadas”

Con más de 2 millones de contenedores frigoríficos enviados en 2021, MSC es uno de los transportistas líderes mundiales en transporte refrigerado y opera una de las flotas de contenedores frigoríficos más grandes y avanzadas del mundo. Además, MSC ofrece a los exportadores su experiencia en protocolos de tratamiento en frío para satisfacer los requisitos específicos de cada país.



Para la compañía MSC el sector hortofrutícola es esencial. / RAQUEL FUERTES