

GUILLERMO SOLER / Gerente de Orri Running Committee

“ORC pone todo el empeño para que los productores de mandarina Orri obtengan una buena rentabilidad”

En esta entrevista el gerente de Orri Running Committee, Guillermo Soler, explica el comportamiento de la mandarina Orri en esta campaña en cuanto a precio en campo y evolución de producción y calibres, además de remarcar que el “sabor de la mandarina Orri es único, muy dulce, pero con un punto de acidez que le proporciona ese equilibrio característico”. Tampoco olvida abordar cuestiones tan importantes como la capacidad de conservación o la sostenibilidad. Orri es un proyecto que mantiene puesto “el foco en seguir dedicando todos los esfuerzos a cuidar a todos y cada uno de los integrantes de la cadena de valor”.

► RAQUEL FUERTES. REDACCIÓN.

Valencia Fruits. Orri es una de las variedades de mandarina más apreciada por los consumidores, ¿por qué?

Guillermo Soler. Orri sigue generando fidelización en el consumidor final por su textura y sabor inconfundible, completamente diferente al resto de mandarinas y que hace que el que la prueba repita.

Otro aspecto que convierte a la mandarina Orri en la mandarina posiblemente más apreciada por los consumidores es su extraordinaria capacidad de conservación de manera natural, que le permite estar en los puntos de venta, de enero hasta junio, con fruta de excepcional calidad.

VF. ¿Cuáles son las características que hacen diferente a Orri?

GS. El sabor de la mandarina Orri es único, muy dulce, pero con un punto de acidez que le proporciona ese equilibrio característico. Sus gajos son muy jugosos y fáciles de ingerir, debido a que su piel es muy fina y apenas deja residuo. Además, sus frutos se pelan con facilidad y tiene un escaso contenido de semillas.

También es un producto muy interesante para los consumidores preocupados por la sostenibilidad, puesto que se trata de un producto producido aquí, de cercanía, y su piel, que es su envoltorio natural, es muy resistente y le permite disfrutar de una extraordinaria vida útil, reduciendo el desperdicio alimentario.

VF. Para los productores también es una garantía de rentabilidad, ¿cómo está siendo la campaña? ¿Qué cotizaciones está registrando?

GS. Efectivamente, desde ORC se pone todo el empeño para que los productores de la mandarina Orri obtengan una buena rentabilidad por el esfuerzo que realizan todo el año y nos sentimos muy satisfechos de que, año tras año, la mandarina Orri sea la que tiene mejores cotizaciones en campo.

Con respecto a cómo se está desarrollando la campaña, en general, la cosecha de mandarinas de segunda campaña se estima entre un 20 y un 25% menor respecto a la del año pasado, en el que hubo una producción récord. Esto ha hecho que los precios de las mandarinas suban bastante, según la lonja de precios, incluyendo el de las Orri, cuyas cotizaciones están por encima del resto de variedades.

La demanda se está manteniendo elevada, por lo que, si todo sigue así, la campaña de



Soler remarca que donde aterriza Orri destaca por sus propiedades como variedad y por su llamativa imagen./ ORC

“Si todo sigue así, la campaña de mandarina Orri podría terminar antes que el año pasado”

“La mandarina Orri española presenta la ventaja de ser un producto producido en la Unión Europea con transportes mucho más cortos y con menor huella de carbono”

“El cambio climático y la restricción de fitosanitarios supone un reto para las variedades de cítricos en los próximos años”

mandarina Orri podría terminar antes que el año pasado.

VF. ¿Y agrónomicamente? ¿Cómo está siendo la producción en este año con tantas incertidumbres político-económicas y climáticas?

GS. La sequía y la consecución de olas de calor en verano han dado lugar a una campaña de mandarinas con menos calibres en general. Al principio,



La nueva imagen promocional destaca por su potente gráfica./ VF

temíamos que los tamaños fueran demasiado pequeños, pero con el paso de los meses se han recuperado y los calibres de Orri han ido alcanzando valores óptimos.

En un año en el que la previsión al alza de precios en el

transporte está repercutiendo en la importación a la Unión Europea de otras variedades con misma ventana comercial desde países terceros, la mandarina Orri española presenta la ventaja de ser un producto producido en la Unión Europea con

“Nos sentimos muy satisfechos de que, año tras año, la mandarina Orri sea la que tiene mejores cotizaciones en campo”

transportes mucho más cortos y con menor huella de carbono.

Por otro lado, el cambio climático y la restricción de fitosanitarios supone un reto para las variedades de cítricos en los próximos años y, en este aspecto, la mandarina Orri parte con ventaja debido a su resistencia al patógeno de la Alternaria, cuya virulencia se está incrementando en los últimos tiempos. A su vez, su excelente conservación de forma natural, le permite mantenerse en perfectas condiciones sin necesidad de aplicar productos para mejorar su conservación.

VF. Desde Orri Running Committee apuestan fuerte por la promoción, en este mismo número hemos visto su cambio de imagen para esta campaña, ¿qué quieren transmitir con una imagen tan potente?

GS. Para Orri este nuevo año es sinónimo de nueva imagen. Con ello, se pretende destacar la espectacularidad y frescura, que son los rasgos distintivos de Orri. De este modo, la nueva imagen se materializa en un salto creativo a través de una nueva composición cromática respecto a la campaña pasada, pero manteniendo el toque de sofisticación. Allá donde aterriza la mandarina Orri destaca, no solo por sus propiedades como variedad, sino también por su llamativa imagen.

VF. ¿Cómo ayuda esta imagen a quienes han elegido Orri para sus campos?

GS. Orri Running Committee dedica todos sus esfuerzos, día tras día, a cuidar a todos y cada uno de los integrantes de la cadena de valor, haciendo posible que la mandarina Orri alcance las cotas de reconocimiento que se merece. Desde el campo, junto a los agricultores que con esmero cuidan la mandarina Orri desde su origen, pasando por los distribuidores, tanto comercios mayoristas como puntos de venta minorista, hasta el consumidor final.

Todo este trabajo, durante la pasada campaña (2021-22), se tradujo en una significativa repercusión en cada uno de los eslabones de la cadena de suministro. Por una parte, al haber mantenido los fuertes retornos a los productores y, en segunda instancia, por la fabulosa acogida de supermercados y comercios minoristas.

VF. ¿En qué dirección están trabajando para el futuro de Orri?

GS. Los objetivos de Orri buscan estar todavía más cerca de los consumidores, tanto de los clientes habituales de la mandarina Orri, a quienes se busca fidelizar con el espectacular sabor de la mandarina y la vistosa campaña de marketing, como de los potenciales nuevos integrantes de la familia Orri.

Con el foco puesto en seguir dedicando todos los esfuerzos a cuidar a todos y cada uno de los integrantes de la cadena de valor: agricultores, comercializadores, distribuidores y consumidores.