

JOSÉ BARRES GABARDA / Presidente de IGP Cítricos Valencianos

“Estamos en un punto en que es prioritario despegar para visibilizar nuestras producciones”

Desde la IGP Cítricos Valencianos, su presidente, José Barres Gabarda asegura que tanto en España como en el resto de Europa cada vez hay más interés en distinguir el origen valenciano de los cítricos y señala que “nuestro sello es la herramienta adecuada”. Cada vez son más los operadores que deciden certificar parte de sus cosechas. En lo que va de campaña se han incorporado seis operadores, sumando 64 en total. Con la creación y promoción de la marca Naranja Valenciana, Barres espera que el interés por este sello crezca más tanto entre profesionales como entre consumidores.

► NR. REDACCIÓN.

Valencia Fruits. Superada ya la primera parte de la temporada citrícola 2022-2023, ¿cuál es el balance de la IGP de estos primeros 6 meses? ¿Cuáles han sido los factores que han marcado la producción y comercialización en esta primera parte?

José Barres Gabarda. La presente campaña ha estado marcada totalmente por la merma de producción en campo, tanto en la Comunidad Valenciana como en otras zonas de España, incluso afectando a otros países productores. En principio, en la Comunidad Valenciana se estimó una merma del 10 o el 15%, pero seguramente la media se aproximará finalmente al 30%. Este condicionante ha hecho que la campaña sea fluida y se haya dado una mayor demanda, dejando unos precios en campo aceptables en comparación a otras campañas. Ahora bien, en muchos casos, el balance no será positivo para el agricultor debido a la baja producción.

En cuanto a nuestra IGP, seguimos con una tendencia creciente. En lo que va de campaña hemos incorporado a 6 operadores de las tres provincias (además de otros 5 interesados en darse de alta próximamente) sumando actualmente 64 en total. Tanto en España como en el resto de Europa, cada vez hay más interés en distinguir el origen valenciano de los cítricos y nuestro sello es la herramienta adecuada. Si a esto le sumamos la creación y promoción de la nueva marca Naranja Valenciana, todavía es mayor dicho interés tanto de profesionales como de consumidores.

VF. ¿Cómo se presentan los meses finales de invierno y los primeros de primavera con las variedades tardías?

JBG. Las variedades tardías también han sufrido una merma importante. A priori la venta en campo también va a ser fluida y la afrontamos con optimismo. Esperemos que se mantenga la demanda y que los cítricos de países terceros deterioren el mercado europeo lo menos posible.

VF. Visto cómo evoluciona la citricultura valenciana en estos últimos años, ¿cómo están los ánimos entre los productores que apuestan por certificar sus cosechas bajo el sello de la IGP?

JBG. Los agricultores producen por tradición heredada, por compromiso hacia la tierra y porque es su forma de vida o, al menos, una fuente de ingresos. Ellos están abiertos a todo aquello que les aporte rentabilidad. Si los consumidores demandan producción con el sello @IGPCítricosValencianos, las empresas comercializadoras lo solicitarán a los productores y estos estarán encantados en formar parte de esta figura de calidad.

VF. ¿Este sello podría convertirse en una garantía de futuro para los citricultores de la Comunidad Valenciana?

JBG. Este sello debería ser una garantía para los agricultores. Si remáramos todos en la misma dirección pasaríamos a lo que en marketing se denomina “win-win”. Se trata de que la suma de esfuerzos vaya en beneficio de todo el sector, de cada uno de los que formamos parte de la cadena de valor.

VF. ¿Qué necesita este sello de calidad para despegar y ser una referencia como otras figuras de calidad como el Jerte, Calanda, Girona...?

JBG. Hace falta recursos humanos y económicos. La IGP Cítricos Valencianos hace cuanto puede.

Pero es necesario dotarla de un mayor presupuesto para hacer más. Puede dar la impresión desde fuera de que hacemos poco, pero hacemos más de lo que nos permiten nuestros recursos.

VF. Una buena noticia ha sido el lanzamiento de la marca ‘Naranja Valenciana’ bajo el paraguas de la IGP y financiada por la Generalitat Valenciana. ¿Cómo está funcionando en este primer tramo de su recorrido comercial?

JBG. La marca Naranja Valenciana, que ha registrado el sello IGP Cítricos Valencianos, es una buena iniciativa. Permite facilitar al consumidor el acceso a nuestras producciones. Ahora ya es más sencillo identificarnos. Pero las marcas hay que dotarlas de presupuesto continuo para posicionarlas y hacerlas llegar a nuestros públicos. Acabamos de comenzar en mitad de la campaña llegando a los consumidores de la Comunidad Valenciana. Con presupuesto se podría avanzar. Esperemos que sea así y podamos llegar al resto de España y al consumidor europeo en próximas fases.

VF. ¿Cuáles es la ‘hoja de ruta’ de esta nueva marca? Y ¿qué supone para la IGP ser su gestor?

JBG. En este momento la única hoja de ruta es que la nueva marca irá acompañada siempre del sello de la IGP Cítricos



Barres señala que la IGP debería ser “una garantía para los agricultores”. / RF

Valencianos. Consum es la primera cadena que se ha lanzado a comercializarla en sus establecimientos. Confiamos y deseamos que otras cadenas la imiten para hacerla llegar al consumidor.

VF. ¿Qué otros pasos se van a dar en el seno de la IGP para conseguir que este sello tenga más proyección?

JBG. Tenemos muchas ideas que podríamos iniciar y posiblemente las llevemos acabo de cara a la próxima campaña. Estamos en un punto en que es

prioritario despegar para visibilizar nuestras producciones. Se lo debemos a los agricultores. La sociedad valenciana no se merece que la citricultura desaparezca. Sería muy triste que por falta de apoyo y de compromiso desaparecieran los paisajes de campos de naranjas y las producciones con ese sabor único, tan nuestros. Pero esto no es únicamente responsabilidad de los que formamos parte del sector. El consumidor tiene mucho que decir y que hacer.



TU SOLUCIÓN LLAVE EN MANO



POMONE & GLOBALSCAN 7 - VIOTEC

- Sistema electrónico de clasificación patentado.
- Máxima precisión en el análisis de calidad.
- Máxima delicadeza con el fruto.
- Fácil limpieza y mantenimiento.



rodasale@mafroda.es



**OUR INNOVATION,
YOUR EFFICIENCY**

Automatización | Tratamiento | Clasificación | Calibrado | Robótica | Packing

www.maf-roda.com