

3 Cebolla

El precio de la cebolla se multiplica por seis y la producción desciende un 30%

CITROSOL
ADVANCED POSTHARVEST SOLUTIONS
Más información en [contraportada](#)

10 Patata

La cosecha andaluza de patata temprana presenta una caída del 35%

valencia fruits

9 de mayo de 2023 • Número 3.024 • Año LXI • Fundador: José Ferrer Camarena • 4,50 euros • www.valenciafruits.com

SEMENARIO HORTOFRUTICOLA FUNDADO EN 1962



La producción de cebolla presenta una disminución del 30% y esta caída ha derivado en una importante subida de precios. / ÓSCAR ORZANCO

Las mermas de cosecha se perfilan como una tendencia

Las temporadas de patata nueva y cebolla presentan reducciones de producción

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Las previsiones y los datos sobre el desarrollo de diferentes campañas hortofrutícolas van confirmando una cruda realidad productiva para 2023. Factores como el fuerte incremento de costes, una reducción de las hectáreas plantadas, el descenso del rendimiento de producción debido al clima y sobre todo la falta de agua para regar en muchas zonas está derivando en que las mermas de cosecha se perfilan como una tendencia generalizada.

El sector hortofrutícola ya tuvo que afrontar una situación con importantes recortes de producción provocados por una meteorología adversa durante el ejercicio 2022. Heladas, tormentas, granizadas, altas temperaturas y la sequía complicaron, todavía más, un año muy enrevesado. Y en 2023, de momento, la situación se presenta con bastante similitudes.

La semana pasada las previsiones para la campaña de patata nueva en Andalucía y la cebolla española confirmaban importan-

tes reducciones en el volumen de cosecha para el presente ejercicio. El número de hectáreas plantadas de patata nueva en la comunidad andaluza es similar a la registrada el año pasado. Sin embargo, la producción esperada será drásticamente inferior como consecuencia de factores climáticos adversos. Según datos de Asociafruit, la merma productiva estimada se sitúa entre un 25 y un 35%.

La actual situación de sequía y las restricciones que se aplican a los riegos van a afectar la productividad de las explotaciones, reduciendo los kilos por hectárea, y generando un segundo problema, una importante falta de calibre. Además, las elevadas temperaturas de estos últimos días, tampoco están ayudando, ya que se suman a los efectos derivados de la escasez de agua. Por otro lado, también habrá que tener en cuenta los daños originados por las heladas sufridas este pasado invierno, por la producción perdida, y en los casos en los que esta superficie se volvió a replantar, esa siembra

retrasada, debido a los factores anteriormente expuestos, tendrá una menor productividad.

■ CEBOLLA

La presente temporada de cebolla se está viendo afectada por varios factores entre los que destaca también la sequía, pues la falta de agua ha provocado que se reduzca en un 40% la superficie empleada para su cultivo. Y la reducción del número de hectáreas plantadas afecta directamente a la cantidad que después se recoge, de ahí que para esta campaña se estima una caída del 30% en la producción. Este año hay menos superficie cultivada, y la que se ha plantado tiene poca producción.

Durante el ejercicio 2022, el precio de la cebolla lideró la subida del coste en origen del grupo de las frutas y las verduras, con un alza del 238% debido al incremento de los gastos de producción, a una reducción de las hectáreas plantadas y el descenso del rendimiento de producción debido al clima. Estos factores siguen

vigentes en la actualidad, agravados aún más por la situación de sequía que asola a todo el país y a la mayoría de los cultivos.

■ FRUTA DE HUESO

En cuanto a la campaña frutera, UAGA ha alertado de que la temporada aragonesa está en peligro debido a la sequía, las temperaturas y la falta de lluvia. Según la organización, las comarcas donde se concentra la producción de fruta arrastran un largo período sin lluvias, lo que genera “muchísima incertidumbre” sobre cómo va a desarrollarse la temporada si no mejoran las reservas de agua.

Las temperaturas elevadas y la ausencia de lluvias están provocando que el comportamiento de los frutales sea distinto a una situación con valores medios. Se trata de dos factores desfavorables para la producción frutícola ya que afectan a la capacidad productiva de los árboles (menos calibre) y a la gustativa (cantidad de azúcares) de la fruta, y por lo tanto, a la calidad de la misma.



Esta semana

3 La IGP ‘Melocotón de Cieza’ obtiene la aprobación definitiva de la Unión Europea

4 Las cooperativas promocionan el consumo de fruta de hueso a través de la campaña ‘Buenas Hasta el Hueso’

La patata y el aguacate concentran el valor de la importación hortofrutícola española

8 “La doble moral de la UE”, artículo de opinión de Inmaculada Sanfeliu



12 El secretario autonómico de Agricultura, Roger Llanes, desgrana los principales puntos del Plan Integral Citrícola



ÍNDICE

Agrocomercio:	3
Agrocultivos:	10
Agrocotizaciones:	14



valencia
fruits

Fundadores

JOSÉ FERRER CAMARENA
JOSEFINA ORTIZ LÓPEZ

Presidenta

ROCÍO FERRER ORTIZ

Vicepresidente

AGUSTÍN FERRER ORTIZ

Gerente

RAQUEL FUERTES REDÓN

■ raquel.fuertes@valenciafruits.com

Director

ÓSCAR ORZANCO UNZUÉ

■ director@valenciafruits.com

Redacción

NEREA RODRIGUEZ ORONÓZ

■ nerea.rodriguez@valenciafruits.com

JULIA LUZ GOMIS

■ julia.luz@valenciafruits.com

ALBA CAMPOS TATAY

■ alba.campos@valenciafruits.com

Red de corresponsales

■ corresponsales@valenciafruits.com

Preimpresión

RAFAEL CABO CORTELL

■ preimpresion@valenciafruits.com

Administración

y Suscripciones

ANA MARÍA AGUILAR MELIÁ

■ administracion@valenciafruits.com

■ suscripciones@valenciafruits.com

Publicidad

Directora de Marketing y Publicidad

ROCÍO FERRER ORTIZ

■ info@valenciafruits.com

LUCÍA GARCÍA COLINÓ

GIANLUCA PIGNATELLI

BEATRIZ YAGÜE PALOMO

Valencia Fruits no se hace responsable de las opiniones emitidas por sus colaboradores.



SUCRO

Edita: SUCRO, S.L.

Depósito Legal: V-1450-1962

Fotocomposición: SUCRO

Imprime: IMPRICA V

Gran Vía Marqués del Turia, 49, 7º, 2

46005 Valencia

Tel.: 96 352 53 01

www.valenciafruits.com

info@valenciafruits.com

Empresa Asociada:



Tribuna Abierta

Felicidades Europa

Por GONZALO GAYO

Cada 9 de mayo celebramos el Día de Europa y no es para menos. Más de 70 años de paz y unidad han convertido a la UE en el mayor bloque comercial del mundo y la primera exportadora mundial de productos manufacturados y servicios, así como el mayor mercado de importación para más de cien países.

Desde esa misma unidad hemos plantado cara a una pandemia que asoló al mundo de horror y tristeza. Juntos saldremos adelante en la enorme tarea de una recuperación de la economía para que nadie quede atrás y con la mayor dotación económica de la historia de Europa.

En este caminar hemos conseguido que todas las personas de la UE tengan derecho a estudiar, trabajar o jubilarse en cualquier país de la UE. En empleo, seguridad social e impuestos, todos los países de la UE deben tratar a cada ciudadano europeo exactamente de la misma manera que a quienes tienen la ciudadanía de cada país.

En este 73 aniversario, desde la 'Declaración Schuman', celebramos un sin fin de hitos históricos, como el mercado único que se ha convertido en el gran motor económico de la UE y permite que la mayoría de las mercancías, servicios, personas y capital puedan circular libremente por el continente. También celebramos el euro, que nació bajo una presidencia española de la UE tras la reunión de ministros del Ecofin en el Parador del Saler en Valencia, que presidió un valenciano y ministro de Economía, Pedro Solbes. Hoy el euro lo utilizan más de 340 millones de personas de la UE, eliminando así el riesgo de fluctuación monetaria y los costes de cambio, fortaleciendo el mercado único, en beneficio de toda la población.

Este 9 de mayo celebramos también que la nueva PAC inyectará a los agricultores y ganaderos españoles más de 4.800 millones de euros anuales en ayudas directas, de las que un 61% irán destinadas al apoyo a la renta, un 23% al pago por compromisos ambientales, un 14% a ayudas asociadas para ciertas producciones y actividades ganaderas y un 2% para el pago complementario a jóvenes. Esperemos también que esta Europa unida sepa escuchar a nuestros agricultores que reclaman con urgencia ayudas contra la sequía, incremento de costes y el cambio climático.

Nuestro recuerdo a tantas personas que dedicaron su enorme esfuerzo y ejemplo en la construcción de Europa aportando valores y principios como la presidenta del Parlamento Europeo, Simone Veil, una firme impulsora del proceso de integración europeo y de la paz. Simone Veil fue superviviente de campos



La construcción de Europa avanza. / GONZALO GAYO

de concentración nazis y esta semana la Cátedra que lleva su nombre en la Universidad Complutense nos recuerda de los peligros de la intolerancia y el odio que recorre Europa con el rebrote del antisemitismo. Veil pasó así a dirigir el primer Parlamento Europeo elegido por sufragio directo y se convirtió en la primera mujer en ocupar el cargo más alto de una institución de la UE.

Europa necesita el liderazgo de las mujeres, como en la etapa de la canciller Ángela Merkel o la actual presidenta Ursula von Der Leyen protagonizando importantes avances en la unidad del proyecto europeo frente al chauvinismo y el egocentrismo de unos y otros, que dejaron en la cuneta una Constitución europea en el 2005 o nos conducían al desastre en tiempos de pandemia.

Es hora de celebrar una gran historia que hemos escrito juntos, superando dificultades para construir el mejor futuro para Europa y conscientes de lo mucho queda por construir. Es hora de retomar una Constitución europea que ponga el alma social que necesita la unidad de Europa más allá de sus mercados.

La economía social europea puede jugar un importante papel tras la reciente aprobación del Plan de Acción Europeo de Economía Social por parte de la Comisión Europea. Más de 50 medidas serán implementadas hasta 2030 en áreas clave como ayudas estatales, marcos legales y políticos, contratación pública socialmente responsable, apoyo a las empresas

y emprendimiento juvenil, acceso a financiación, contribución de la economía social a las transiciones verde y digital, innovación social y reconocimiento, entre otras. Además, uno de los objetivos que fija el plan es el crecimiento este modelo empresarial en Europa, pasando de representar el 6,3% del empleo al 10% en 2030.

En esta Europa destaca también el Pacto Verde en el que España destinará un 23% del presupuesto de la PAC para llevar a cabo prácticas agrícolas o ganaderas beneficiosas para el clima y el medio ambiente, a través de los denominados ecorregímenes, diseñados para que tengan una amplia acogida.

Esta semana celebramos lo mucho que hemos conseguido desde la unidad de Europa en los últimos más de 70 años y lo que nos queda por avanzar en la construcción consensuada de una Constitución europea, la paz en Ucrania, la lucha contra las desigualdades y una agricultura que garantice la seguridad alimentaria desde unas rentas dignas al esfuerzo de nuestros agricultores. Necesitamos la mejor Europa para los más de 447 millones de europeos y para las futuras generaciones desde la unidad, la paz y concordia. Felicidades a esta Europa que nos enamora cada día y a quienes con su esfuerzo contribuyen a este un gran proyecto de valores, principios y progreso, especialmente a su presidenta Ursula Von der Leyen, en agradecimiento a su esfuerzo y con el deseo de que lidere una Constitución europea que nos una a todos.

LA PLANTA BAJA

LUISFU



Agrocomercio

El precio de la cebolla se multiplica por seis

La producción cae un 30% y provoca un incremento de los precios

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La falta de disponibilidad de agua ha provocado que el coste de la cebolla se mantenga muy alto y, tras registrar en 2022 un alza del 238%, su precio en el mercado de origen se ha multiplicado por seis en marzo. De los 0,2 euros el kilo del pasado año ha pasado a 1,3 en la misma fecha de este curso.

La campaña de cebolla se está viendo afectada por varios factores entre los que destaca la sequía, pues la falta de agua ha provocado que se reduzca en un 40% la superficie empleada para su cultivo.

“Hay explotaciones que han tenido que dejar de recolectar porque no han tenido agua”, ha subrayado la responsable de la cebolla en la Coordinadora de Organizaciones de Agricultores y Ganaderos (COAG), Carmen Camacho, a la vez que ha apuntado que “esto provoca que la producción de cebolla sea prácticamente nula”.

La reducción de la superficie afecta directamente a la cantidad de cebolla que se planta y a la que después se recoge, de ahí que para esta campaña se estima una caída del 30% en la producción, debido también a la sequía.



La escasa disponibilidad de agua está complicando la campaña de cebolla. / ARCHIVO

Durante la pasada campaña, se alcanzó un total de 1.222.604 toneladas en España, según los últimos datos publicados por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, pero este año “hay menos cebolla y la que hay, tiene poca producción”,

ha precisado la responsable de COAG. Las comunidades autónomas que produjeron más cebolla durante el año pasado fueron, en primer lugar, Castilla-La Mancha, con 605.543 toneladas, seguida de Andalucía, con más de 148.000 toneladas y Aragón,

en tercer lugar, con unas 95.000 toneladas.

■ PRECIOS ALTOS

Además, durante el ejercicio 2022, su precio fue el que lideró la subida del coste en origen del grupo de las frutas y las verdu-

La campaña de cebolla se está viendo afectada por varios factores entre los que destaca la sequía, pues la falta de agua ha provocado que se reduzca en un 40% la superficie empleada para su cultivo

ras, con un alza del 238% debido al incremento de los gastos de producción, a una reducción de las hectáreas plantadas y el descenso del rendimiento de producción debido al clima. Estos factores siguen vigentes en la actualidad, agravados aún más por la situación de sequía que asola a todo el país y a la mayoría de los cultivos.

Solo durante la semana quince del año, el precio de la cebolla llegó a alcanzar un valor de 1,3 euros por kilo en el mercado de origen. Esta cifra contrasta con los 0,2 euros que costó en la misma semana del pasado año y los 0,3 que se registraron en 2021. Las estimaciones que maneja el sector apuntan a que “es muy probable” que se mantengan estos precios, ya que, según ha aclarado Camacho, “hay pocas cebollas”.

En cuanto al comercio exterior, los últimos datos de Agricultura muestran un retroceso de las ventas al exterior durante la campaña 2021/2022 del 14% con respecto a la media de las campañas 2016/2017 y 2020/2021, y los principales países compradores son Francia y Alemania.

La IGP ‘Melocotón de Cieza’ obtiene la aprobación definitiva de la UE

Esta fruta de hueso podrá llevar ya el sello de calidad diferenciada en el mercado internacional en esta campaña

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La Unión Europea ha otorgado, con la publicación el pasado 5 de mayo en el Diario Oficial, la aprobación definitiva de la Indicación Geográfica Protegida (IGP) ‘Melocotón de Cieza’, por lo que ahora también se podrá etiquetar este producto con el sello de calidad en el mercado internacional.

El consejero de Agua, Agricultura, Ganadería y Pesca de la Región de Murcia, Antonio Luengo, ha destacado durante su visita a Cieza que “la Unión Europea ya ha inscrito en el Registro de Denominaciones de Origen Protegidas y de Indicaciones Geográficas Protegidas la IGP ‘Melocotón de Cieza’, por lo que los productos recolectados en esta campaña de 2023 ya podrán ser etiquetados y exportados con este sello de calidad diferenciada”.

La IGP ‘Melocotón de Cieza’ ya está registrada y aprobada por la UE, por lo que los productos recolectados en esta campaña de 2023 ya podrán ser etiquetados y exportados con este sello de calidad

tados con este sello de calidad diferenciada”.

Luengo recordó que “el pasado año se llevó a cabo el primer etiquetado de productos, pero solo podían comercializarse bajo este sello en el mercado nacional, por lo que damos un paso definitivo para promocionar este producto en terceros países con un sello que garantiza y diferencia su calidad”.

El titular de Agricultura de la Región de Murcia señaló que “las Denominaciones de Origen

(DO) y las Indicaciones Geográficas Protegidas (IGP) velan por reconocimiento y promoción de los productos, además de poner en valor el trabajo que desarrollan sus productores, ligado a la tradición y a la sostenibilidad”.

Son dos las variedades de melocotón incluidas dentro de la Indicación Geográfica Protegida, en concreto Baby Gold 6 y Romea, cuya producción anual ronda un volumen de 12 millones de kilos. La IGP engloba también a los agricultores de



El consejero de Agua, Agricultura, Ganadería y Pesca de Murcia, Antonio Luengo, durante su visita a Cieza. / CARM

los municipios de Cieza, Abarán, Calasparra y Jumilla.

El municipio de Cieza está considerado como la localidad con mayor producción de melocotón de Europa, con una superficie cultivada en regadío de 5.861 hectáreas y un volumen de campaña que ronda los 180 millones de kilos anuales.

“Cualquier consumidor va a poder conocer, nada más ver el producto, que se trata de un melocotón reconocido y distinguido por su calidad y la sos-

tenibilidad de su producción, ofreciendo una garantía extra a los mercados”, aseguró Antonio Luengo.

El Gobierno regional ha acompañado, asesorado y colaborado con la Asociación de Productores y Comercializadores del Melocotón de Cieza y todo el sector desde el inicio del proyecto, consciente de la importancia que este etiquetado tiene para la comercialización de uno de los productos estrella del campo en la Región.

■ A 6 DE MAYO

Exportados 406.327.048 kilos de cítricos a países terceros

En la campaña 2022/2023, a 6 de mayo, se han enviado a países terceros, en exportación (405.920.740) y reexportación (406.309), un total de 406.327.048 kilos según informa la Dirección Territorial de Comercio Exterior (Soivre-Valencia). En la campaña 2021/2022, a 7 de mayo de 2022, lo exportado eran 474.292.402 kilos.

Países de destino (Kg):	Campaña 22/23		Campaña 21/22	
	Export.	Reexport.	Export.	Reexport.
Andorra	1.091.858		531.310	989
Angola	49.155		73.455	
Arabia Saudita	9.510.536		17.726.806	
Argentina	1.698.098		1.356.987	
Argelia		3.518		
Armenia	12.826		15.971	
Australia			166.460	
Bahrain	244.284		211.637	
Bielorrusia	37.350		926.273	4.950
Bosnia-Herzegovina	906.078		665.358	
Brasil	13.003.056		12.109.510	
Bulgaria			14.990	
Burkina Faso			5.753	
Cabo Verde	308.895	13.948	286.835	27.667
Canadá	30.202.015		45.683.003	
China	3.567.049		3.244.211	
Colombia	1.211.353		936.234	
Congo (República)	2.995			
Corea del Sur	884.952		747.694	
Costa de Marfil	104.866	6.370	106.576	24.870
Costa Rica	1.560.223		1.397.191	
Curaçao	397.353		436.555	
Ecuador	416.819		44.880	
El Salvador	443.395		318.450	
Emiratos Árabes Unid	8.439.164		12.118.961	
Estados Unidos	1.832.624		607.441	
Gabón	11.136		81.450	
Ghana	32.515		163.450	
Gibraltar	301.532	16.206	291.481	13.938
Gran Bretaña	228.361.353	81.608	259.455.572	86.814
Guatemala	409.467		399.591	
Guinea			7.524	4.003
Guinea Ecuatorial	225.120	47.715	241.073	55.595
Guinea-Bissau	13.220	3.150	12.302	
Honduras	603.738		336.549	
Hong-Kong	1.060.611		783.676	
Irlanda	31.051		148.403	
Islandia	829.267		846.764	
Jordania	23.562			
Kazajistán	22.161		21.213	
Kuwait	675.503		490.472	
Liberia	36.195	1.346	30.079	
Malasia	411.414		2.666.868	
Maldivas			22.230	
Mali	23.410	7.520	28.574	6.795
Marruecos	982		780	
Mauritania	7.065	1.126	9.187	12.674
Moldavia	536.467	15.063	793.665	46.295
Nigeria	197.720		240.705	
Noruega	38.178.638	8.806	39.296.016	640
Omán	736.573		1.788.758	
Panamá	1.427.417		1.543.626	
Qatar	1.577.211	1.120	3.708.028	
Rep. Centroafricana	78.932	53.325	48.199	118.455
Senegal	51.465		19.567	60
Serbia	1.764.089		2.948.528	
Seychelles			51	10
Sierra Leona	12.773		12.497	
Singapur	198.874		326.629	
Sri Lanka			47.884	
Sudáfrica	987.335		1.637.012	
Sudán			14.080	
Suiza	48.623.711	145.489	51.905.491	104.472
Ucrania	2.264.212		3.582.973	6.529
Uruguay	281.079		94.161	
Por variedades (Kg):				
Clausellina	263.285	960	355.187	800
Satsuma	10.851.021		13.811.252	198
Clementina	77.116.347	24.340	86.944.661	11.027
Clementina con hoja	9.383.311	2.320	9.977.179	769
Clemenvilla	5.391.034		5.519.105	
Hernandina	668.587		1.094.367	
Kara			40	
Fortuna			133.692	
Mineola	8.005		35.746	
Ortanique	7.354.429		8.557.930	
Ellendale	7.590		70	
Otras mandarinas	43.873.140	20.114	48.011.659	10.756
Uso industrial	43.200		289.952	
Nadorcott	24.038.182	16.203	26.262.551	32.097
TOTAL MANDARINAS	178.998.130	63.937	200.993.390	55.646
Navelina	55.912.610	2.457	63.589.825	31.596
Navel	11.308.406	6.735	16.378.138	2.897
Navel Late	1.307.570	1.731	2.603.687	4.090
Lane Late	57.030.263	15.063	67.364.633	4.807
Salustiana	6.258.330		14.222.060	9.368
Cadenera	11.276		35.309	
Sanguina	500.799		426.378	
Sanguinelli	855.969		1.017.593	
Valencia Late	2.477.499	61.231	2.083.094	169.230
Verna	134.134	1.420	1.279.867	7.144
Otras	11.676.733	68.398	9.469.733	60.823
Uso industrial	141.500		194.599	
Navel Powel	6.875.087		10.504.069	
Barberina	553.055		519.195	
TOTAL NARANJAS	155.043.230	157.035	189.688.180	289.954
TOTAL LIMONES	66.712.203	174.388	78.554.329	157.603
TOTAL POMELOS	5.093.593	10.949	4.495.909	11.493

Las cooperativas promocionan el consumo de fruta de hueso

La iniciativa 'Buenas Hasta el Hueso' anima a disfrutar de la fruta de temporada, natural y saludable

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Cooperativas Agro-alimentarias de España, y las federaciones regionales de Murcia, Aragón, Comunidad Valenciana y Cataluña, han lanzado la campaña 'Buenas Hasta el Hueso'. Las cooperativas de estas zonas productoras de fruta de hueso, principalmente melocotones, nectarinas, albaricoques, ciruelas, paraguayos y cerezas, han emprendido esta iniciativa con el objetivo de fomentar su consumo y difundir sus bondades como fuente de vitaminas y de salud.

Las frutas de temporada son las protagonistas de esta promoción, "donde se presentan como la opción más fresca y jugosa para hacer frente al verano", señalan desde Cooperativas Agro-alimentarias de España y las federaciones regionales de Murcia, Aragón, Comunidad Valenciana y Cataluña. Como destacan, "su alto contenido en vitaminas y minerales, y sus beneficios para la salud hacen de las frutas de hueso las mejores aliadas para una dieta saludable".

La iniciativa anima a disfrutar de la fruta de hueso de cooperativas españolas, de temporada, natural y saludable.

La campaña 'Buenas Hasta el Hueso' se desarrollará principalmente en redes sociales, desde mayo hasta finales de septiembre, y difundirá los beneficios del consumo de fruta y



Imagen de la campaña de promoción que han puesto en marcha las cooperativas. / COOPERATIVAS AGRO-ALIMENTARIAS DE ESPAÑA

el papel de los agricultores y sus cooperativas para ofrecer a los consumidores alimentos sanos y seguros, cercanos, y producidos de forma sostenible, apoyando la economía del medio rural y el futuro de los miles de explotaciones familiares que viven en nuestros pueblos.

Cuenta con una página web, www.buenashastaelhueso.es, donde todos los consumidores podrán encontrar desde una detallada información de las características de cada una de estas frutas, hasta recetas saludables o datos de las cooperativas productoras y sus agricultores.

Además, está previsto que todo el material audiovisual de la campaña sea difundido a través de las principales plataformas y redes sociales como Instagram, Facebook, Twitter o YouTube.

Desde las Cooperativas Agro-alimentarias animan a todos los consumidores a que "descubran y se unan a esta campaña, para que las frutas de hueso ocupen el lugar que merecen en los hogares españoles", además de "vivir un verano lleno de salud y bienestar, disfrutando alimentándose de una manera totalmente sana y natural" con las frutas de hueso de temporada.

Patata y aguacate concentran el valor de la importación hortofrutícola española

El valor de las importaciones ha crecido un 19 por ciento durante los dos primeros meses del año

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

El valor de la importación española de frutas y hortalizas en enero y febrero de 2023 se situó en 638,5 millones de euros, lo que representó un 19% más que en el mismo periodo de 2022, siendo la patata, con 91 millones y el aguacate, con 55 millones, las frutas y hortalizas más importadas.

El fuerte crecimiento de compra al exterior de patata en los dos primeros meses de 2023 fue del 67% respecto a enero y febrero de 2022, y en el aguacate fue del 69%, según datos del Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales, procesados por Fepex.

Junto a la patata, las hortalizas más importadas en valor durante los dos primeros meses de 2023 fueron el tomate, con 28,3 millones de euros, y la judía verde, con 27,8 millones, aunque registraron descensos del 14% y del 2% respectivamente con relación a los meses de enero y febrero del ejercicio 2022.

En frutas, junto al aguacate, las frutas más importadas fue-

ron la frambuesa, con 46 millones de euros (-12%); el plátano, con 41 millones (+35%); el kiwi, con 55,5 millones (+25%) y la manzana con 32 millones de euros (+30%).

En conjunto, el valor de la importación española de hortalizas alcanzó 238,5 millones de euros, un 24% más que en 2022,

y el de frutas se situó en 400 millones de euros, un 16,5% más.

En volumen, la importación hortofrutícola española en enero y febrero de 2023 ascendió a 631.516 toneladas, un 14% más que en el mismo periodo de 2022. De esta cifra, 343.921 toneladas correspondieron a hortalizas (+15%) y 287.595 a frutas (+14%).



El aguacate lidera la importación española de frutas en el arranque de 2023. / VF



Las cifras de Macfrut 2023 muestran un evento en constante crecimiento con el claro objetivo de aportar innovación a la agricultura. / FOTOS: NEREA RODRIGUEZ

Satisfacción general en la edición más internacional de Macfrut

Su presidente, Renzo Piraccini señala que ha sido “la mejor edición de su historia”

► NEREA RODRIGUEZ. RIMINI.

Macfrut 2023 ha concluido con una cifra récord de visitantes. Un total de 49.700 profesionales del sector hortofrutícola abarrotaron los pabellones del recinto ferial de Rimini del 3 al 5 de mayo, lo que supone un incremento del 29% respecto al año anterior. La 40ª edición pasará a la historia por la calidad de los visitantes, las propuestas de alto nivel especializado y el gran crecimiento internacional de expositores y visitantes. Una edición que será también recordada por el prestigioso saludo del Presidente de la República, Sergio Mattarella, que quiso rendir homenaje a la cadena hortofrutícola italiana en la apertura especial celebrada en Cesena el día previo a la inauguración oficial.

Desde primeras horas del primer día de feria, a pesar de las complicaciones que hubo para llegar debido al colapso de las autopistas y la cancelación de trenes tras el desbordamiento del río Marecchia por las intensas lluvias caídas esos días, en los pabellones del Rimini Expo Centre había un gran ambiente, que se repitió durante los dos días siguientes ya sin problemas logísticos y con un sol de justicia.

En declaraciones a **Valencia Fruits**, el presidente de Macfrut, Renzo Piraccini afirmó sentirse “feliz y exultante ante esta nueva edición”. Con los datos finales de participación, Piraccini señalaba que “esta feria ha crecido en forma exponencial”, pero lo más importante para él es el sentir de los expositores que “han experimentado el cambio de paso hacia la internacionalización que nos habíamos marcado como objetivo en esta 40ª edición”.

Con más de un 40% de participación extranjera, el presidente de Macfrut apuntaba que “esta feria es distinta a las demás. Te puede gustar más o menos, pero es diferente al resto ya que está concebida para dar respuesta a las necesidades de las empresas medias, donde gerentes, directores o propietarios participan directa y personalmente en la búsqueda de nuevos compradores, conocer de primera mano las novedades y adquirir nuevos conocimientos gracias a la amplia oferta de eventos con contenidos técnicos-científicos impartidos

por investigadores y expertos de renombre mundial, tanto dentro como fuera de la feria. Nosotros no competimos con Fruit Attraction o con Fruit Logistica y tampoco es nuestra intención, sino que somos una feria complementaria en la que es posible organizar encuentros entre empresas que no se conocen entre sí”.

Estos resultados, tal como apuntaba Piraccini son fruto de un gran trabajo en equipo. “Hemos olvidado lo buenos que somos en Italia cuando trabajamos juntos. Es un pequeño milagro lo que hemos conseguido con Macfrut, un milagro del que todos debemos sentirnos orgullosos al haber cerrado la mejor edición de sus 40 años de historia”.

■ APOYO MINISTERIAL

“Italia tiene que desempeñar un papel protagonista en el contexto internacional de las frutas y hortalizas”. Este fue el contundente mensaje lanzado por el ministro de Agricultura, Soberanía Alimentaria y Bosques, Francesco Lollobrigida, durante la inauguración de Macfrut. “Italia debe y puede volver a desempeñar un papel central a nivel internacional —fueron las palabras del ministro—. Las cifras de Macfrut 2023 muestran un evento en constante crecimiento en términos de asistencia de empresas, expositores e investigadores que aportan innovación a la agricultura. Los que vienen aquí a vender sus productos a menudo se van habiendo hecho más compras que ventas porque aquí encuentran nuestra excelencia de la que debemos estar orgullosos. El desarrollo de nuestro sistema pasa por la protección de un sistema de producción capaz de eliminar ciertas ideologías que lo han penalizado en el pasado. Venimos de una época en la que ciertas certezas que dábamos por sentadas han demostrado no serlo, pensemos en la pandemia primero y en la guerra de Ucrania después. Tenemos que volver a ponerlas en el centro con opciones concretas, con un sano pragmatismo para la sostenibilidad medioambiental que al mismo tiempo garantice la sostenibilidad económica”.

La subsecretaria de Asuntos Exteriores y Cooperación Internacional, Maria Tripodi, también presente en la inauguración des-



Inauguración de la feria, celebrada en Rimini del 3 al 5 de mayo.



Macfrut 2023 ha concluido con una cifra récord de visitantes.



Las empresas del sector mostraron sus innovaciones y novedades.

tacó que “Italia es un país extraordinario y esto se aprende yendo al extranjero, captando el sentimiento hacia nosotros que, como gobierno, tenemos el deber de desarrollar lo mejor posible y juntos”. Tripodi mostró su orgullo al confirmar que “los recursos globales asignados al sector hortofrutícola italiano han sido muy importantes, más de 800 millones de euros en los últimos tres años, también a través de iniciativas en colaboración con el ICE. Fondos que pretendemos poner en marcha para hacer de un sector ya competitivo el orgullo del *Made in Italy* en el mundo”.

■ LA GRAN LABOR DEL ICE

Más de 300 compradores extranjeros, 57 países, 1.500 reuniones con expositores italianos. Estas son las cifras “internacionales” obtenidas por la Agencia ICE para la 40ª edición de Macfrut.

Durante la preparación de la edición de 2023, gracias al ICE (*Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane*) y al Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación Internacional (MAECI), se realizaron más de 20 presentaciones internacionales del evento en tres continentes —Asia, África y Europa—. Esta visibilidad mundial ha generado, precisamente, este aumento del 50% en la asistencia internacional en esta edición de 2023 en comparación con el año pasado, con el gran retorno de China, representada por unos 30 expositores.

Matteo Zoppas, presidente del ICE, señaló durante la inauguración que en su 40ª edición “Macfrut se confirma como un evento de alcance internacional y una feria estratégica para el sector, no solo de frutas y hortalizas, sino también de maquinaria agrícola. Con sus 15.000 millones de facturación en 2022, las frutas y hortalizas representan uno de los principales sectores del *Made in Italy*, de la tradición culinaria de nuestros territorios y de esa cultura gastronómica que el mundo entero reconoce. La reciente candidatura de la cocina italiana como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad de la Unesco para 2023 es una confirmación más, a nivel internacional, de la calidad, la bondad y el sabor de nuestros productos. Es, de hecho, el último eslabón de una cadena que celebra el *savoir-faire* italiano en el campo de la alimentación, y que llega como un reconocimiento al mérito de todos los empresarios y trabajadores que en los últimos años han trabajado duro para llevar a nuestras mesas materias primas de calidad sinónimo de excelencia, como los productos hortofrutícolas y agroalimentarios en general”.

Tras anunciar las fechas de la edición de 2024, que se celebrará entre el 8 y 10 de mayo, Renzo Piraccini mostró su enorme agradecimiento a todos los expositores, a las instituciones, a las organizaciones del sector, al personal de Cesena Fiera y al equipo de especialistas que han trabajado en esta exitosa edición. “El gran trabajo en equipo nos ha permitido crear una exposición extraordinaria. Macfrut es la demostración de lo que el sistema hortofrutícola puede hacer cuando se une por un objetivo común para dar valor a toda la cadena de suministro. Estamos construyendo el gran evento que nuestro sistema hortofrutícola se merece”.



MACFRUIT 2023

FRUIT & VEG PROFESSIONAL SHOW

IMAGINES

AGRIGES



ANECOOP



APOEXPA



ASSOMELA



AWETA



BAYER



CHINA AGRI



CPR SYSTEM



DECCO



FRIGORIFERI INDUSTRIAL



FRUIT LINK



FUTURA



GRAZIANI PACKAGING



GREEN SORT



ILIP



INFIA



KOPPERT



MAF RODA



MANGOS DE MÉXICO



MELINDA-LA TRENTINA



MERISTEM



REEMOON



REISOPACK



SACMI



SENSITECH



SER.MAC



ULMA



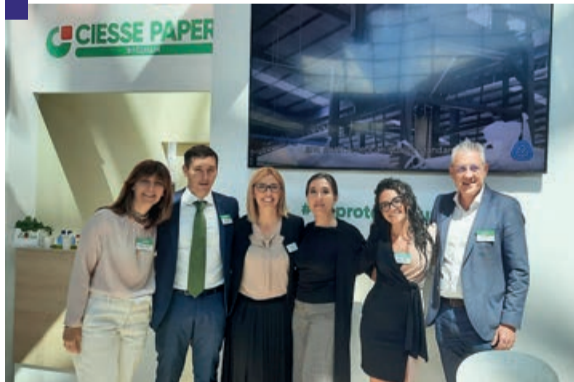
UNITEC



VALENCIA FRUITS



VERIPACK-GUILLIN



VILMORÍN



VIP-VAL VENOSTA



VOG



ZESPRI



OPINIÓN

La doble moral de la UE



Por INMACULADA SANFELIU (*)

Si la UE y sus estados miembros son adalides de la respuesta al cambio climático y defensores de la conservación del medioambiente, tienen que demostrarlo con hechos y no sólo con declaraciones. Deberían alinear sus acciones con sus valores, su legislación y sus exigencias a los productores citrícolas comunitarios. Lo que es necesario para alcanzar objetivos en la UE debería ser exigible a los de dentro pero también a los de fuera.

Durante 2018, la Comisión Europea (CE) informó a través del sistema RASFF (Alerta rápida para alimentos y piensos de la UE) sobre 25 alertas sanitarias correspondientes a cítricos importados en la UE de todos los orígenes por superar los límites máximos de residuos (LMRs) o por residuos de fitosanitarios prohibidos. De las 25, 19 tuvieron origen en cítricos importados de Turquía (el 76%), y de ellas, 2 lo fueron por residuos de sustancias activas prohibidas en la UE (bifenilo) y 21 por residuos que excedían los LMRs. Téngase en cuenta que, en ocasiones, una única alerta se refiere a varias detecciones.

Durante 2019, se notificaron 21 alertas correspondientes a cítricos importados en la UE de todos los orígenes por superar los límites máximos de residuos (LMRs) y de ellas 12 volvieron a ser de cítricos de Turquía (el 57%) y de estas 1 por fentión —no autorizado en la UE—. En 2020 hubo 87 notificaciones globales en cítricos de todos los orígenes, de las que 75 correspondieron a cítricos de Turquía (el 86%). Desde el 13 de noviembre de 2020 y hasta fin de año se produjeron 29 alertas por clorpirifos o metil-clorpirifos, sustancias no autorizadas en la UE.

Recordemos que clorpirifos y metil-clorpirifos son los únicos plaguicidas eficaces y con excelente nivel de control en campo frente a la plaga del 'Cotonet de Sudáfrica' (*Delotococcus aberiae*), importada desde el hemisferio sur y establecida en la Comunidad Valenciana. En la UE se revocaron todas las autorizaciones para los productos que contengan sendas sustancias y el período de gracia (para el almacenamiento final, la eliminación y el uso) finalizó el 16 de abril de 2020. Después de eso, dichos productos ya no pueden comercializarse ni usarse en la UE. En febrero de 2020, en el marco del Comité Permanente de Plantas, Animales, Alimentos y Piensos (SCoPAFF), se aprobó la bajada de los LMRs de la UE para ambas al límite de determinación analítica de 0,01 ppm para todos los cultivos. Este nuevo LMR reducido fue aplicable desde el 13 de noviembre de 2020 y fue a partir de esa fecha cuando se desencadenaron todas las detecciones de clorpirifos y metil-clorpirifos.

En 2021 acaecieron 306 alertas sanitarias de las cuales 222 (el 73%) procedieron de cítricos de Turquía, y de estas hasta 187 concernieron al clorpirifos y/o metil-clorpirifos (el 84%). En 2022 se notificaron 202 alertas y



de estas 171 fueron de cítricos de Turquía (el 85%). Hasta el 2 de mayo de 2023 se han totalizado 53 notificaciones, de las cuales 24 son de Turquía (el 45%).

Como hemos visto, entre esas detecciones desproporcionadas asistimos a un gran incremento del rechazo de partidas contaminadas de cítricos originarias de Turquía (el 85% en 2022; el 73% en 2021; el 86% en 2020; el 57% en 2019 y el 76% en 2018).

Es una vergüenza y una prueba clara de la doble moral de la UE. Frente a estos factores objetivos constatamos la ausencia de reciprocidad y competencia desleal en el trato que se da a las producciones comunitarias y a las de terceros países, sin que haya consecuencias para los infractores.

■ LAS TIBIAS MEDIDAS DE LA CE

Los datos resultantes de las numerosas notificaciones recibidas a través del RASFF, así como la información relativa a los controles oficiales realizados por Estados miembros, indicaban la aparición de nuevos riesgos para la salud humana debidos a una posible contaminación por residuos de plaguicidas, lo que condujo a la intensificación de los controles oficiales a Turquía mediante el Reglamento de Ejecución (UE) 2019/1793 de la Comisión relativo al 'aumento temporal de los controles oficiales y a las medidas de emergencia que regulan la entrada en la Unión de determinadas mercancías procedentes de determinados terceros países'. La frecuencia de los controles físicos y de identidad (tanto documentales, como identificativos y físicos, incluyendo análisis de laboratorio) se elevó al 10% en limones. En 2020 y en relación con las partidas de naranjas,

mandarinas, clementinas, wilkings e híbridos similares de agrios (cítricos) procedentes de Turquía, los datos resultantes de las notificaciones recibidas del RASFF, así como la información relativa a los controles realizados por Estados miembros, indicaron la aparición de nuevos riesgos

Los cítricos turcos son productos de 'alto riesgo' por el elevado incumplimiento de la normativa de plaguicidas y, pese a ello, la CE no ha hecho ni mención de una paralización temporal de las importaciones, lo que es una vergüenza y una prueba clara de la doble moral de la UE. Cabe pensar si su impasibilidad se debe a la amenaza de Turquía de dejar pasar a los refugiados que se encuentran en su territorio

particular, todas las partidas de mandarinas (incluidas las tangerinas y satsumas), clementinas, wilkings e híbridos similares de agrios, así como de naranjas, procedentes de Turquía deben ir acompañadas de un certificado oficial en el que conste que todos los resultados del muestreo y el análisis indican el cumplimiento del Reglamento (CE) n.º 396/2005 con respecto a los límites máximos de residuos de plaguicidas debido al riesgo de contaminación por residuos de plaguicidas. Los resultados del muestreo y del análisis deben adjuntarse a dicho certificado. Por consiguiente, la entrada relativa a las mandarinas y naranjas procedentes de Turquía se vio sujeta de nuevo a un aumento de la frecuencia de los controles físicos y de identidad hasta el 20%. En 2022 fue la entrada de los limones procedentes de Turquía la que se sometió a un aumento de la frecuencia de los controles físicos y de identidad hasta el 20%. En 2023 y en relación con las partidas de limones y de toronjas o pomelos procedentes de Turquía, se ha detectado una elevada tasa de incumplimiento con respecto a la contaminación por residuos de plaguicidas y se ha aumentado al 30% la frecuencia de los controles efectuados en las partidas de esas mercancías.

Ahí terminan todas las medidas adoptadas por la UE sobre esta importante ilegalidad. Debe señalarse, además, que los rechazos se producen únicamente de entre las partidas o lotes muestreados. De lo que se concluye la entrada de múltiples lotes de cítricos de entre los no muestreados, "contaminados" y de "riesgo para la salud humana" de origen turco. Atendiendo a los estándares de seguridad alimentaria de la UE, los cítricos de Tur-

quía son productos de alto riesgo por el elevado incumplimiento de la normativa sobre residuos de plaguicidas y, pese a ello, la CE no ha hecho ni mención de una paralización temporal de las importaciones después de varios años con elevadísimos niveles de detección de sustancias prohibidas. Y ello a pesar de que, habiendo elevado el nivel de muestreo, se ha demostrado que las irregularidades no son cuestiones puntuales, sino sistémicas.

Turquía exporta a la UE unas 90.000-100.000 toneladas de pomelos y 110.000-130.000 t de limones, además de 70.000-90.000 t de híbridos de mandarina tardíos y satsumas y hasta 30.000 t de naranjas. El 80% de mandarinas y naranjas y 70% de limones y pomelos no muestreados y controlados, por pura lógica, está producido con los mismos estándares y conteniendo idénticos niveles de residuos que los muestreados. Y no olvidemos que entre Turquía y Egipto, ambos con un nivel de alertas muy elevado, 500.000-650.000 toneladas de cítricos entran cada campaña en la cadena de consumo de la UE con normalidad, aunque con mucha probabilidad con una elevada proporción de lotes contaminados.

Pero es que, adicionalmente, la gran distribución europea exige a las producciones comunitarias de cítricos límites mucho más restrictivos que la normativa vigente. Ejemplos: solo aceptar un porcentaje máximo del LMR vigente para cada plaguicida (un 70%, 50% o incluso un 33% máximo del LMR vigente, según la cadena y su protocolo de exigencias a sus proveedores); exigir una suma máxima de LMRs por muestra en porcentaje (un 80% máximo de suma de LMRs por muestra), o un porcentaje máximo de la ArfD (Acute Reference Dose, dosis de referencia aguda) vigente para cada plaguicida (un 80% o hasta un 50% máximo), e incluso una suma máxima de ARfD's por muestra en porcentaje, o un número máximo de sustancias activas por muestra (normalmente entre 3 y 5), llegando en ocasiones hasta determinar extraoficialmente una 'lista negra' de plaguicidas prohibidos bajo su criterio.

■ INFORME DE LA EFSA

Los informes anuales de la EFSA (Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria) sobre residuos de pesticidas en alimentos en la UE ofrecen una instantánea de los niveles de residuos que se encuentran en una selección de productos de consumo común. El último de ellos, publicado en abril de 2023, proporciona una descripción general de las actividades de control oficial de residuos de plaguicidas realizada en los Estados miembros de la UE, Islandia y Noruega. En 2021 —año de referencia— se recogieron un total de 87.863 muestras de alimentos. El análisis de los resultados confirma que el 96,1% de ellas se encontraron dentro de los niveles legalmente permitidos. Para el subconjunto de 13.845 muestras analizadas como parte del programa de control coor-

dinado de la UE (EU MACP), el 97,9% se encontraba dentro de los límites legales.

El EU MACP analiza muestras recolectadas al azar de 12 productos alimenticios. Para 2021, estos fueron: berenjenas, plátanos, brócoli, hongos cultivados, pomelos, melones, pimientos dulces, uvas de mesa, aceite de oliva virgen, trigo, grasa bovina y huevos de gallina. De aquellas muestras analizadas en el programa coordinado: el 58,1% (8.043) se encontró libre de niveles cuantificables de residuos; el 39,8% (5.507) contenía uno o más residuos en concentraciones inferiores o iguales a los niveles permitidos (o LMR); el 2,1% (295) contenían residuos que superaban los niveles permitidos. Se excedieron los LMR en el 2,1% (295) de muestras, de las cuales el 1,3% (184) resultaron no conformes después de tener en cuenta la incertidumbre de medición.

Cada tres años se muestrea la misma selección de productos, lo que permite identificar tendencias al alza o a la baja. Estos fueron comparados con los mismos productos muestreados en programas de seguimiento de la UE de 2018 y 2015.

La tasa general de superación de LMR aumentó del 1,4% en 2018 al 2,1% en 2021. Sin embargo, la tasa de 2021 fue distorsionada por la alta tasa de excedencia de pomelos provenientes de Turquía. Los datos resultantes de las notificaciones RASFF y la información relativa a los controles realizados por los Estados miembros y proporcionados a SANTE durante el 2021, indican el surgimiento de una preocupación de este producto viniendo de este país. Por tanto, el nivel de los controles oficiales sobre las entradas de tales envíos (los controles fronterizos) fue aumentado al 10% según lo establecido en el Reglamento (UE) n.º 2021/2246 sobre el aumento del control de las importaciones. Excluyendo los pomelos, la tasa media de superación del LMR fue del 1,4% en 2021, igual que en 2018.

En 2021, los Estados miembros llamaron la atención sobre la mayor presencia de residuos de pesticidas en pomelos importados de Turquía porque los 12 productos alimenticios de los que el programa de control coordinado de la UE (EU MACP) analiza muestras recolectadas al azar incluyen el pomelo. Lo mismo hubiera sucedido con mandarinas, naranjas y limones de Turquía si estos hubieran estado en el programa de control coordinado de la UE.

■ CLÁUSULAS ESPEJO

Muchos países de la UE, como España y Francia han pedido a la CE, en repetidas ocasiones, la aplicación de las cláusulas espejo a las importaciones, es decir, que, si un fitosanitario está prohibido en la UE, no se permita las importaciones al mercado comunitario de productos procedentes de terceros países tratados con dicha materia activa. La CE no ha hecho nada al respecto. Se prohíben fitosanitarios a los agricultores europeos, no se les proporciona alternativas eficaces y, además, se permite que entren productos de fuera de la UE que han sido tratados con las sustancias prohibidas, lo que supone una competencia desleal para la producción comunitaria.

En consecuencia, el Ministerio de Agricultura de Francia ha

optado por tomar su propia decisión, en concreto, en relación con el insecticida fosmet, actualmente prohibido en la UE. El gobierno ha aprobado recientemente un decreto por el que suspende, durante un año, la introducción, importación y comercialización en Francia, onerosa o no, de cerezas frescas destinadas a la alimentación producidas en un país que autorice productos fitosanitarios que contengan la sustancia activa fosmet para el tratamiento de los cerezos.

La CE decidió no renovar la autorización del insecticida fosmet hace más de un año, en base a un dictamen de la EFSA que señalaba riesgos inaceptables para operadores, trabajadores, transeúntes y residentes, así como un alto riesgo agudo y crónico para los consumidores y para la vida silvestre. Además, todo período de gracia concedido por los Estados miembros expiró, a más tardar, el 1 de noviembre de 2022.

Este es un insecticida eficaz contra la mosca asiática (*Drosophila suzukii*) que ataca a las cerezas. Entró en Francia hace 10 años. A primeros de enero hubo manifestaciones en Francia pidiendo alternativas eficaces. Si bien el ministerio galo no ha podido proporcionar alternativas, al menos, va a evitar que entre cereza importada en competencia desleal.

¿A qué espera la CE para prohibir las importaciones en el mercado comunitario de productos procedentes de terceros países tratados con sustancias activas prohibidas en la UE? ¿A qué espera para prohibir la importación de cítricos de Turquía?

Ciertas sustancias activas se prohíben en la UE en base a los riesgos para la salud de los consumidores europeos y, sin embargo, al parecer, se entiende que el riesgo no es el mismo si dichos fitosanitarios han sido utilizados para producir productos importados. Doble moral de la UE y engaño al consumidor europeo.

La importación de productos tratados con plaguicidas prohibidos en la UE se traduce en competencia desleal para los agricultores comunitarios que no tienen las mismas herramientas de lucha contra las plagas y que ven como aumentan los destríos por daños de organismos nocivos y sus costes de producción por la pérdida de herramientas eficaces de lucha contra plagas y enfermedades y ausencia de alternativas de eficacia equivalente y de enemigos naturales en el marco de la lucha biológica y la gestión integrada de plagas. Nadie habla del coste de implementación y de la pérdida de efectividad general. En suma, la política de la UE significa competencia desleal, una mayor dificultad de lucha contra plagas y enfermedades para los agricultores comunitarios y mayores costes de producción.

■ HIPOCRESÍA DE LA UE

En base al informe de la EFSA que concluyó la peligrosidad de los insecticidas clorpirifos y metil-clorpirifos para la salud de las personas (por posible potencial genotóxico, efectos de la neurotoxicidad para el desarrollo y to-

xicidad para la reproducción), se prohibieron de manera definitiva a nivel comunitario. También en base a estos riesgos el Ministerio de Agricultura español denegó la autorización excepcional de uso del metil-clorpirifos desde 2020. Estos plaguicidas, como es bien sabido, se han desarrollado, producido y exportado principalmente por países desarrollados, entre los cuales los miembros de la UE son actores importantes. El mercado internacional de plaguicidas está controlado por la UE, China y los Estados Unidos, que juntos, a través de varias de sus empresas, fueron responsables del 83% de los plaguicidas vendidos en todo el mundo en 2018. Actualmente, el 30% de las ventas mundiales de plaguicidas son de empresas con sede en la UE.

Además, la UE exporta a otros países, entre ellos a Turquía, sustancias que están prohibidas dentro de su propio territorio, en ocasiones por razones vinculadas a problemas de salud graves, adoptando un doble rasero en su conducta, ya que considera

fronteras, que en última instancia depende de la fuerza bruta. La CE lleva muy mal la capacidad de Turquía para amenazar a Europa con una afluencia de inmigrantes, pero parece que la acepta y asume el precio.

■ CONCLUSIONES

Nuestro marco regulatorio (exigencias ambientales, fitosanitarias y de seguridad alimentaria) es de los más exigentes del mundo en cuanto a la transición agroecológica. Necesitamos que nuestros ciudadanos y consumidores se encuentren seguros, pero también nuestros agricultores y nuestro sector agroalimentario. Debemos progresar en el uso sostenible de fitosanitarios, pero de forma que los agricultores puedan disponer de sustancias alternativas y que se tenga en cuenta el principio de reciprocidad.

Todos los productos importados en la UE deben haber sido producidos en las mismas condiciones a las que tienen que someterse los agricultores y ganaderos europeos. Por eso, tenemos que conseguir que en todas las negociaciones comerciales en curso se asegure ese elemento necesario de reciprocidad.

La UE ha perdido ya, a los ojos de los productores comunitarios, toda la credibilidad moral en materia de seguridad alimentaria y sostenibilidad porque es evidente que para la producción de cítricos en Turquía se emplean habitualmente plaguicidas con restricciones de uso o limitaciones de niveles de residuos permitidos/aceptados e incluso plaguicidas prohibidos en la UE.

Además de ser uno de los líderes del mercado mundial de plaguicidas, la UE exporta a otros países, entre ellos a Turquía, sustancias que están prohibidas dentro de su propio territorio, pero además, visto lo visto, no le importa que los ciudadanos de la UE estén expuestos a estas sustancias cuando consumen cítricos de origen turco. Este comportamiento puede ser legal, aunque, desde luego, es poco ético en el mejor de los casos y, sobre todo, es incompatible con la defensa a ultranza de los principios de la seguridad alimentaria.

El riesgo de los insecticidas clorpirifos y metil-clorpirifos para la salud de las personas que ha determinado y 'justificado' la prohibición de su uso en la UE y la denegación de la autorización excepcional para combatir el 'Cotonet de Sudáfrica' ya no es tal peligrosidad cuando se trata de cítricos originarios de países terceros, en general, y de Turquía muy en particular tras detectarse de manera continuada residuos de estas sustancias sin que se produzca ninguna consecuencia, excepto el rechazo de la partida en cuestión, que no olvidemos es una muestra reducida del total importado.

Además de la falta de reciprocidad en las condiciones de producción, laborales, sociales, medioambientales, de seguridad alimentaria... exigidas a este socio preferente, la impasibilidad de la UE está poniendo en evi-

dencia algo que todos sabemos: cuando se trata de intereses económicos y/o geopolíticos los riesgos para la salud humana del consumidor europeo (hasta el carácter cancerígeno o neurotóxico del producto) y la sostenibilidad en su obtención ya no son tan importantes.

¿Para quién legisla entonces la UE? ¿las exigencias en sostenibilidad y seguridad alimentaria lo son solo para el productor comunitario y no para las importaciones? O, dicho de otro modo: la CE está atando de pies y manos a los citricultores comunitarios, desproviniéndolos de herramientas de producción, poniéndolos en una situación de competencia desleal para echarlos del mercado de la UE, su mercado natural y 'kilómetro cero' (mercado de proximidad). En suma, cada vez que ensanchamos las asimetrías en las condiciones de producción alimentamos la pérdida de competitividad del sector primario europeo en su propio mercado.

Estas alertas sanitarias notificadas en la base de datos RASFF ofrecen una información que debería ser clave para las cadenas de distribución, al destacar los graves problemas de las naranjas, mandarinas y limones turcos para cumplir los estándares de seguridad alimentaria de la UE. Y, sin embargo, los cítricos turcos se comercializan con total normalidad por los grandes retailers europeos. ¿Alguien con sentido común puede pensar que las compras de productos no muestreados en frontera, pero expedidas en sus tiendas, no tienen riesgo potencial para los clientes?; ¿es razonable comprar producto turco, probablemente más barato, pero seguramente contaminado con sustancias prohibidas en la UE?; ¿qué pasa con la responsabilidad social corporativa de estas cadenas frente a sus clientes?

Mientras Turquía y otros países terceros emplean plaguicidas prohibidos en la UE por razones medioambientales y/o de riesgo para la salud humana en la producción de sus cítricos que comercializan en el mercado comunitario cada vez en mayor proporción, la citricultura española y comunitaria no dispondrá de un elevado número de productos fitosanitarios para el control de plagas y enfermedades en el contexto actual del Pacto Verde europeo, de producción sostenible y estrategia 'De la granja a la mesa' y sus objetivos cuantificados de reducción del 50% del uso de los plaguicidas químicos en ocho años.

Y esta competencia desleal para las producciones comunitarias actúa en materia de residuos, que afectan a la salud y a la seguridad del consumidor, pero no puede separarse del contexto de globalización del mercado internacional que favorece el comercio agrícola y, en consecuencia, que cada año miles de millones de productos vegetales sean importados en la UE con el consiguiente trasiego de plagas y enfermedades.

La credibilidad se gana, y el respeto a los principios se demuestra con los hechos y con la coherencia en las actuaciones, y la UE no está siendo congruente entre lo que predica y lo que hace.

(*) *Presidenta del Comité de Gestión de Cítricos*

Adicionalmente, la gran distribución europea exige a las producciones comunitarias de cítricos límites de residuos mucho más restrictivos que la normativa vigente. Pese a los incumplimientos, los cítricos turcos se comercializan con normalidad por los retailers europeos. ¿Qué pasa con la responsabilidad social corporativa de estas cadenas frente a sus clientes?

permisible que los ciudadanos de Turquía estén expuestos a sustancias no toleradas por peligrosas para los ciudadanos de la UE, y además, visto lo visto, que los ciudadanos de la UE estén expuestos a estas sustancias cuando consumen cítricos de origen turco. Este comportamiento puede ser legal, aunque, desde luego, es poco ético en el mejor de los casos y, sobre todo, es incompatible con la defensa a ultranza de los principios de la seguridad alimentaria.

■ GEOPOLÍTICA VS SEGURIDAD ALIMENTARIA

Cabe pensar si la impasibilidad del ejecutivo comunitario ante todo lo dicho se debe a la amenaza de Turquía de dejar pasar a los migrantes y refugiados que se encuentran en su territorio, provocando una avalancha de llegadas a la frontera greoturca. El país acoge a 5 millones de refugiados, entre ellos 3,7 millones de sirios. El acuerdo de la UE y Turquía de 2016 es un acuerdo jurídicamente no vinculante que redujo considerablemente el número de llegadas de migrantes a Grecia. A cambio de un apoyo financiero de la UE (6.000 millones de euros), prevé devolver a Turquía los migrantes que llegan a las islas griegas, así como el compromiso de Ankara de reforzar sus fronteras con la UE.

Pero el presidente turco, Recep Tayyip Erdogan, decidió romperlo y empujó y dejó pasar a los migrantes y refugiados que se encuentran en su territorio, provocando una avalancha de llegadas a la frontera greoturca a principios de 2020. A Europa le interesa 'no enfadar' a Turquía y trabajar con este país para gestionar los flujos migratorios, a menos que quiera depender únicamente de la vigilancia de sus

Agrocultivos

La campaña andaluza de patata temprana arranca con una caída de producción del 35%

La sequía, las altas temperaturas y los daños ocasionados por las heladas de este invierno son las causas de esta importante reducción

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La campaña andaluza de recolección de patata nueva temprana comienza en estos días en las provincias de Sevilla —principal productora—, Córdoba y Cádiz con una superficie sembrada estimada ligeramente inferior a la registrada el año pasado. Sin embargo, aunque el número de hectáreas es similar, la producción esperada será drásticamente inferior como consecuencia de factores climáticos contrarios. Según los datos de Asociafruit, la merma productiva estimada se sitúa entre un 25 y un 35%.

La actual situación de sequía y las restricciones que se aplican a los riegos van a afectar la productividad de las explotaciones, reduciendo los kilos por hectárea, generando así mismo un segundo problema, una importante falta de calibre.



La actual situación de sequía y las restricciones en los riegos van a afectar la productividad de las explotaciones. / VF

Además, las elevadas temperaturas de estos últimos días, tampoco están ayudando, ya que se suman a los efectos derivados de la escasez de agua. Por otro lado, también habrá que tener

en cuenta los daños originados por las heladas sufridas este pasado invierno, por la producción perdida, y en los casos en los que esta superficie se volvió a replantar, esa siembra retra-

sada, debido a los factores anteriormente expuestos, tendrá una menor productividad.

“De esta forma, —señalan desde Asociafruit— estamos ante una campaña que contará en las

La sequía y las restricciones que se aplican a los riegos van a afectar a la productividad de las explotaciones

zonas tempranas de Cartagena y Andalucía Occidental con una superficie sembrada superior a las 10.500 hectáreas de patata, pero que frente a productividades normales de 45.000 kilos por hectárea, en esta campaña habrá muchas fincas que no lleguen a los 20.000 kilos”.

Según datos estimados por la Consejería de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural, la superficie sembrada en Andalucía de patata temprana es de 4.930 hectáreas, prácticamente la misma que en 2022, y de 1.887 ha de patata de media estación. En este capítulo sí se produce una reducción respecto a las cifras del año pasado, ya que la superficie ascendió a 2.235 hectáreas.

La Asociación de Empresas Productoras y Exportadoras de Frutas y Hortalizas de Andalucía (Asociafruit) aglutina al 75% de las empresas productoras y comercializadoras de patata en Andalucía, representando más del 90% de los envíos desde la comunidad andaluza a países de la UE y fuera de las fronteras europeas.

UAGA alerta de que la campaña de fruta está en riesgo en Aragón por la sequía

La merma de la cosecha afectará al calibre y calidad de la fruta, así como a la supervivencia de los árboles y al empleo

► JAVIER ORTEGA. ARAGÓN.

La Unión de Agricultores y Ganaderos de Aragón (UAGA) ha alertado de que la campaña de fruta está en peligro en esta comunidad debido a la sequía, las temperaturas y la falta de lluvia. Según la organización, las comarcas donde se concentra la producción de fruta arrastran un largo período sin lluvias, lo que genera “muchísima incertidumbre” sobre cómo va a desarrollarse la temporada si no mejoran las reservas de agua. La preocupación del sector se ha incrementado tras conocer que la Comunidad General de Regantes del Canal d’Urgell, en Lleida, ha cerrado el riego a 50.000 hectáreas de cultivo y la viabilidad de las explotaciones de frutales está en el aire.

Las temperaturas elevadas y la ausencia de lluvias están provocando que el comportamiento de los frutales sea distinto a una situación con valores medios. Se trata de dos factores

desfavorables para la producción frutícola ya que afectan a la capacidad productiva de los árboles (menos calibre) y a la gustativa (cantidad de azúcares) de la fruta, y por lo tanto, a la calidad de la misma.

En ese sentido, UAGA alerta de que, si la sequía se prolonga, provocará un adelanto del período de letargo que produce un agostamiento prematuro de la madera con la caída de hoja y frutas, llegando a afectar incluso a la supervivencia de los propios árboles, especialmente los más jóvenes y aquellos que no pueden tener riego de apoyo.

■ POR COMARCAS

En cuanto a la situación por comarcas, la de Calatayud es una zona que tiene muchas parcelas de cereza en secano y por lo tanto, la producción de la misma puede verse muy afectada. Hay cerezos en altura que se están secando. En la comarca de Caspe hay mucha preocupación en

el sector porque las reservas de agua del Ebro están bajando. Ante esta situación, UAGA solicita que se deje de turbinar los pantanos y que se guarde el agua para uso preferente de los regantes, no para la producción de electricidad. “Como no se mantengan las reservas de agua, a partir de agosto, la cosecha de fruta puede perderse”.

En la comarca de Valdejalón, de momento, se mantiene una alta producción, pero a costa del fuerte incremento en la tarifa de la electricidad por el bombeo de agua de pozos. Igualmente, en las comarcas frutícolas de Huesca, Cinca Medio, Litera y Bajo Cinca, los agricultores también tienen dificultades. “No se sabe si se va a tener la dotación de agua adecuada para toda la campaña hasta finales de verano”.

■ EMPLEO

Además de las pérdidas económicas derivadas de la reducción o no recolección de la cosecha,



La sequía va a afectar a la cosecha y a los árboles frutales. / JAVIER ORTEGA

UAGA destaca que a los fruticultores también les preocupa la situación de las personas que trabajan en la campaña de fruta, en labores de “clareo”, recolección y poda o en los almacenes, desde abril-mayo hasta septiembre-octubre, ya que este año peligran su continuidad. La citada organización agraria insiste en señalar que si no se asegura un riego de apoyo a las plantaciones de leñosos en general (fruta, viña, almendro y olivar), la sequía puede provocar la muerte del árbol. Entonces las consecuencias económicas “serían todavía más graves, ya que los fruticultores no solo perderían un año de cosecha, sino que tendrían que arrancar los árboles, volver a plantar, esperar dos años para que el frutal empiece a producir, y esperar hasta 5-6 años (dependiendo de la especie) para que empiece a tener una capacidad productiva adulta”. Por tanto, añade UAGA, el coste económi-

co, entre los gastos de la nueva plantación y la pérdida de ingresos hasta que el frutal empieza a producir, “es altísimo”.

Ante esta situación catastrófica en la agricultura y la ganadería, las organizaciones agrarias han solicitado la movilización del fondo de reserva de crisis de la PAC. Un fondo que UAGA considera debe articularse en forma de ayudas directas a titulares de explotaciones familiares y limitando el número de hectáreas para percibir la ayuda. Asimismo, la organización agraria recuerda que la producción de fruta y almendra constituye un factor fundamental en la ordenación territorial de Aragón, que garantiza el asentamiento de población, crea empleo, favorece la integración de la población inmigrante, y propicia un desarrollo sostenible del medio rural mediante prácticas y cultivos respetuosos con el medio ambiente.

OPINIÓN

Pertinaz sequía y cambio climático

Por JOSÉ VICENTE ANDREU (*)

Indudablemente, la historia nos ha demostrado el gran poder del sector político a la hora de influir, para bien o para mal, en el lenguaje cotidiano, tejiendo con maestría los hilos de la agenda mediática con la semántica más oportuna según sus intereses y objetivos coyunturales.

El dictador Francisco Franco, en medio de la dura posguerra y con el proyecto hidráulico de Estado apartado por la desolación del país como consecuencia de la Guerra Civil, recurría de forma insistente al concepto “pertinaz sequía” como antesala a la activación de la planificación hidráulica española.

Durante algunos años, la “pertinaz sequía” se convirtió en la culpable de todos los males de la nación; de las hambrunas, del déficit en la balanza comercial, de las plagas de langostas que asolaban los campos extremeños, de la emigración rural a las ciudades y a Europa, y de un largo etcétera de desgracias que escribieron aquellas páginas de la historia. Así las cosas, la solución a tantos problemas fue acabar con esa sequía a base de regular ríos mediante obras hidráulicas, construir embalses y crear los grandes regadíos del país.

Sin embargo, realmente el problema no era la sequía; sino que el mundo avanzaba y nosotros no. Distinguidos políticos como Joaquín Costa y grandes ingenieros como Manuel Lorenzo Pardo inspiraron y diseñaron la política hidráulica para los siguientes cien años, pero la Gue-



José Vicente Andreu, presidente de Asaja Alicante. / ARCHIVO

“El clima cambia, como todo en la vida, pero desde la asociación que presido estamos convencidos de que no todas las decisiones se deben tomar empleando como excusa la tan sonada expresión de moda”

rra Civil lo truncó todo, y nos devolvió al pasado de escasez y miseria. Había que rescatar la brillante política hidráulica de la República, y por ello apareció de los fríos labios del dictador el concepto “pertinaz sequía” como excusa para habilitar la política de agua republicana. Y a fe que lo hizo, pues afortunadamente llenó a España de los tan necesarios pantanos y obras hidráulicas.

Después de más de medio siglo, la realidad nos vuelve a de-

mostrar que la historia siempre se repite. Con la llegada de la democracia, el país empezó a crecer, pero la política hidráulica se quedó en el cajón del olvido. A duras penas se terminaron infraestructuras tan importantes como el Trasvase Tajo-Segura, pero no se desarrolló la tan necesaria interconexión de las cuencas de los ríos, pieza clave en el diseño de la política hidráulica de principios del siglo pasado, ni se desarrolló el Plan Hidrológico Nacional ni mucho

menos el ambicioso proyecto del Trasvase del Ebro.

España vierte anualmente decenas de miles de hectómetros cúbicos tanto al Mediterráneo como al Atlántico, le regalamos una inmensa fortuna hídrica a nuestros hermanos portugueses mientras lamentamos desde la contemplación pasiva cómo el Guadiana, el Guadalquivir y el Segura agonizan de sed, y con ellos nuestras mejores joyas ambientales como son los parques nacionales de las Tablas de Daimiel y Doñana. Hasta las noroñas cuencas catalanas se deshidratan por la falta de embalses. Barcelona, la segunda urbe más importante del Estado mendiga a la desesperada barcos y puertos donde cargar agua potable para poder beber este verano, que no es poco. Y, mientras tanto, Madrid tiñe de negro las cristalinas aguas del río más significativo del país, el que más capacidad de almacenar agua tiene, el Tago. Y todo ello por maltratar sus aguas urbanas con una deficiente depuración.

Ahora, para nuestros políticos, ya no es la “pertinaz sequía” la culpable de todos los males. Ahora es el cambio climático. Que no llueve... culpa del cambio climático, que llueve mucho y de forma torrencial... culpa del cambio climático. Que falta agua... el cambio climático. Que sobra agua... el cambio climático. Que hace frío... el cambio climático. Que hace calor, ¿quién va a ser? El cambio climático. Y ojo, que esto no es negar que

sea una realidad, pero no es menos cierto que algunos sectores lo están utilizando como un mantra para justificar ciertas acciones y omisiones.

El clima cambia, como todo en la vida, pero desde la asociación que presido estamos convencidos de que no todas las decisiones se deben tomar empleando como excusa la tan sonada expresión de moda. No nos engañemos, que a Barcelona le falte agua para beber es culpa de la nula planificación nacional en materia hídrica. Que Madrid contamine el Tajo es por irresponsabilidad ambiental y social de sus propios dirigentes. Y que los ciudadanos tengan que pagar más caros los alimentos por la escasez de agua que amenaza al sector agrario es por falta de obras y por una gestión nefasta de Pedro Sánchez y Teresa Ribera.

Pero sí hay una causa común a todos estos problemas, y es la poca seriedad y la falta de visión de nuestros políticos, los que con su inalterable pasividad e injustas decisiones nos empujan al abismo en el que hoy nos encontramos. No podemos resolver los problemas de escasez orando a la Santa Faz para que llueva. Es hora de hablar con propiedad y desde Asaja lo tenemos claro. Ni pertinaz sequía ni cambio climático; la mediocre e ineficaz gestión de nuestros políticos es la única que está secando a España.

(*) *Presidente de Jóvenes Agricultores Asaja Alicante*

El proyecto Citrusreg evaluará la digitalización del riego en el cultivo de cítricos

El IRTA analizará el comportamiento del agua en el suelo en diferentes dosis para conseguir un cultivo eficiente y sostenible desde el punto de vista hídrico

► **VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.** Expertos del Instituto de Investigación y Tecnología Agroalimentarias (IRTA) ponen en marcha el proyecto demostrativo “Citrusreg: Digitalización del riego en el cultivo de los cítricos por medio de sensores y adaptación al cambio climático optimizan el consumo de agua”, con la financiación del Departamento de Acción Climática, Alimentación y Agenda Rural de la Generalidad de Cataluña. El objetivo es mostrar a los productores y técnicos de explotaciones cítricas la posibilidad de monitorizar el contenido de agua en el suelo a través de sensores para cultivar cítricos de forma sostenible desde el punto de vista hídrico.

A lo largo del proyecto se instalarán sondas capacitivas de la marca Truebner para medir el

contenido de agua en el suelo. Esto permitirá evaluar el comportamiento de la plantación en los diferentes manejos de agua, así como conocer la dosis efectiva de riego, tanto en la parcela regada según las recomendaciones de la evapotranspiración, como en la parcela regada según los valores de las sondas. Gracias a esta tecnología, los productores podrán ajustar la dosis de riego y reducir el consumo de agua. Para realizar este cálculo también se medirá el volumen de la copa y el área sombreada del árbol. Además, durante los meses de verano se realizarán una o dos medidas del estrés hídrico de los cítricos en las diferentes parcelas o dosis de riego para ver la aclimatación de estos al cambio climático, y se realizarán con un porómetro que evaluará la conducta esto-

mática de las hojas —el agua que libera la planta en forma de vapor— o el estrés hídrico cuando les falta agua.

La actividad se llevará a cabo en una parcela de una finca de 0,63 hectáreas en Bitem, Tortosa (Baix Ebre), que contiene una colección de variedades de naranjas de media estación, injertadas sobre Citrange carrizo como patrón y con riego localizado de alta frecuencia, y se comparará con las variedades Lanelate y Chislett Summer Navel®. Se instalarán un total de 12 sensores repartidos en dos parcelas en las profundidades de 20 cm, 50 cm y 80 cm, los cuales conforman lo que se llama conjunto perfil de humedad. En cada perfil también se instalará un caudalímetro sobre la línea de goteo para conocer la cantidad de agua aplicada.



En la imagen un naranjo de la variedad Navel Lanelate. / JM FIBLA (IRTA)

RIEGO Y CALIDAD

En una segunda fase del proyecto se estudiará si existen diferencias entre parcelas en cuanto al crecimiento de los frutos de las diferentes variedades. Se estudiará la curva de crecimiento del fruto, el diámetro, el grosor de la piel y el nivel de producción por árbol o la cosecha total de la plantación. En el momento de la cosecha, se pesarán las naranjas para calcular el volumen de producción de las distintas variedades. Asimismo, se analizarán las propiedades de maduración interna, como el

nivel de azúcares y acidez. La demostración de esta tecnología será útil tanto para el sector productor de cítricos como para el comercializador, que a menudo dispone de grandes fincas productoras. En Cataluña, el cultivo de cítricos representa 9.000 hectáreas con una producción aproximada de 116.000 toneladas anuales, según datos de 2017. Asimismo, el proyecto también transferirá su conocimiento a los productores de la zona Norte de Castellón, con 2.000 hectáreas y 50.000 toneladas de producción anuales.

ROGER LLANES / Secretario autonómico de Agricultura y Desarrollo Rural de la Generalitat Valenciana

“El objetivo del Plan Integral Citrícola es configurar un sector rentable y competitivo”

La presentación oficial del Plan Integral Citrícola se hizo a finales de marzo en el Palau de la Generalitat Valenciana y recientemente se ha realizado una ronda con todos los agentes del sector con una exposición más detallada. “De momento la acogida está siendo muy favorable”, señala Roger Llanes. El secretario autonómico de Agricultura y Desarrollo Rural desgrana los principales puntos de un proyecto que busca realizar una planificación estratégica, sostenida en el tiempo, para lograr alcanzar las metas fijadas. “El objetivo fundamental del plan ha sido definir una línea de ruta para relanzar al sector, que nos marque por dónde podemos ir y con la que todo el sector se sienta cómodo”, destaca Roger Llanes.

► ÓSCAR ORZANCO. REDACCIÓN. Valencia Fruits. La citricultura de la Comunitat Valenciana ya cuenta con un plan integral para relanzar al sector. ¿Qué ha motivado el desarrollo de esta planificación y qué líneas estratégicas se abordan en este proyecto?

Roger Llanes. Este plan ofrece una visión actualizada sobre la actividad citrícola y las líneas estratégicas de desarrollo para relanzar un sector que tiene una gran influencia y repercusión económica, medioambiental y social.

El germen del desarrollo de este plan surgió en una serie de reuniones que mantuvimos la Administración con el conjunto del sector en la Mesa de los Cítricos hace ya algún tiempo. En estas conversaciones se planteó la necesidad de abordar la cuestión citrícola desde un punto de vista estratégico y desarrollar una planificación que ahora se ha plasmado en el Plan Integral Citrícola 2023-2030. Este proyecto contiene líneas nuevas y algunas que ya se estaban trabajando en paralelo a la redacción del plan, como la promoción o las estructuras agrarias.

VF. ¿Qué diagnóstico del sector citrícola ha realizado el equipo técnico encargado de desarrollar este proyecto? ¿Qué problemas se han detectado?

RL. Hay un diagnóstico muy claro. Por un lado, las cifras macro muestran la fortaleza del sector. El valor de la producción de cítricos representa más del 40% del valor total de la producción vegetal agraria, aproximadamente 1.200 millones de euros, y esto genera 2.500 millones en exportaciones, acaparando el 46% de los envíos de origen vegetal al exterior. Estos datos muestran la importancia económica de la citricultura. Pero, además, proporciona empleo a 85.000 personas y la superficie cultivada ocupa 145.000 hectáreas de la Comunitat Valenciana. Unas tierras que generan una producción anual de más de tres millones de toneladas. Los números muestran el enorme potencial del sector citrícola.

Teniendo en cuenta estas positivas cifras macro se ha realizado un diagnóstico que ha detectado algunos de los problemas que sufre la citricultura y se han abordado desde un punto de vista estratégico. Es decir, este



Roger Llanes señala que una de las metas del plan es mejorar la cohesión de la cadena citrícola. / ÓSCAR ORZANCO

plan ha determinado cuáles son los puntos débiles que se deben abordar de manera inmediata y los puntos fuertes que generan oportunidades en el mercado y sobre los que hay que incidir de una forma positiva.

El objetivo es configurar un sector rentable y competitivo. Dar un impulso a la citricultura de la Comunitat Valenciana para volvernos a situar como líderes mundiales en este campo, con una gran vocación exportadora y una buena articulación de todos los operadores que conforman la cadena. Durante el desarrollo de estos análisis se han puesto de manifiesto algunos aspectos que indican cierta atonía en cuanto a la evolución de la citricultura. Ahora contamos con cifras claras sobre estos problemas y esto nos ha permitido diseñar una serie de indicadores para desarrollar las distintas líneas incluidas en este plan.

VF. ¿Cuáles son los principales puntos débiles que habría que abordar de forma inmediata?

RL. Uno de los puntos débiles, sobre el que ya está trabajando, es la dimensión de

“Este plan ha determinado cuáles son los puntos débiles que se deben abordar de manera inmediata y los puntos fuertes que generan oportunidades en el mercado y sobre los que hay que incidir de una forma positiva”

“Se trata de dar un impulso a la citricultura de la Comunitat Valenciana para volvernos a situar como líderes mundiales en este campo, con una gran vocación exportadora y una buena articulación de todos los operadores”

las explotaciones y la excesiva parcelación. Este problema ya era conocido, pero se podía estar infravalorando. Hace décadas que se debate sobre esta cuestión. Parte del sector consideraba que formaba parte de la idiosincrasia de esta comunidad, un aspecto que no se podía cambiar, e incluso en ocasiones se percibía como una ventaja. Ahora, con los datos que aporta este proyecto, todo el sector

ya tiene plenamente conciencia de que el minifundismo supone una lacra. Se ha podido relacionar de forma clara que afecta a la escalabilidad de las explotaciones, la dimensión económica, la capacidad tecnológica, organizativa y social.

La reducida dimensión provoca que en esas explotaciones la carga económica sea muy baja, no permitiendo la dedicación completa, ni tener una visión

“En la Comunitat Valenciana el 49% de las explotaciones se pueden definir como de subsistencia, que son las que generan menos de 2.000 euros”

empresarial y apostar por novedades tecnológicas.

También se ha detectado un estancamiento en el volumen productivo, que ronda unos tres millones de toneladas por campaña. Y en las zonas clásicas de producción se va produciendo un abandono de la actividad y la superficie cultivada en estas comarcas históricas está descendiendo.

Los análisis aportados muestran también que contamos con una baja superficie cultivada en ecológico y en variedades ‘club’. No existe una correlación directa, pero observamos que otras comunidades españolas que están obteniendo mejores resultados cuentan con explotaciones de más tamaño, una superficie ecológica mayor y un número más elevado de hectáreas dedicadas a cítricos privados gestionados por clubes. Son indicadores que nos dan menos diferenciación y acceso a mercados que son capaces de pagar mejores precios por ciertos productos más selectos.

Desde el punto de vista social tampoco descubrimos nada si confirmamos que el eslabón de los productores está muy envejecido y falta relevo generacional, formación, y también hemos detectado cierta pérdida de confianza y desánimo en cuanto al futuro del sector.

Estas son algunas de las debilidades claras y a esto hay que sumarle que existen ciertas zonas productoras que presentan una mayor productividad, no sólo en países terceros que basan su rentabilidad en los costes laborales, sino dentro del propio territorio español.

VF. ¿Qué muestran los datos analizados para la realización de este plan sobre la situación de la citricultura de la Comunitat Valenciana respecto a otras zonas productoras españolas?

RL. Hay datos llamativos. Por ejemplo, la superficie media de la explotación. En la Comunitat Valenciana este indicador se sitúa en 2,8 hectáreas por explotación. El objetivo es aumentar esta media como mínimo hasta 8. En Andalucía la superficie media es de 7 hectáreas y en Murcia de 6. Esto demuestra que, en este sentido, las regiones españolas que también producen cítricos han avanzado mucho más que nosotros.

Todos los estudios que se han realizado alertan sobre este problema. Y, además, analizando el censo agrario de 2020 hemos estudiado cuáles son las dimensiones económicas de las explotaciones en las diferentes zonas productoras españolas y los datos son tremendos. En la Comunitat Valenciana el 49% de las explotaciones se pueden definir como de subsistencia, que son las que generan menos de 2.000 euros, o muy pequeñas, con menos de 8.000 euros por año de ingresos. Y como explotaciones grandes sólo tenemos el 2,7%.

En contraposición, Murcia cuenta con un 33,6% de explotaciones de subsistencia o muy pequeñas, pero ya dispone de un 10% de superficie gestionada

por grandes explotaciones. Y Andalucía tiene un 30% de tierras de subsistencia y como grandes cuenta con una extensión del 20%. La dimensión económica por explotación es muy diferente y este factor determina la capacidad de poder vivir profesionalmente de esta actividad. Si generas pocos ingresos, y a eso se añade que la rentabilidad es baja, esto dificulta la competitividad. En definitiva, el análisis de la dimensión económica ofrece datos muy claros que son los que hemos tratado de trasladar al sector.

En cuanto a superficie de cítricos ecológicos, a pesar del incremento registrado al poner en marcha el plan de agricultura ecológica de la Comunitat Valenciana, se sitúa en un 3,5% del total, mientras que en Andalucía la cifra supera el 13% y en la Región de Murcia el 10%.

Lo mismo ocurre con el peso de las mandarinas 'club' que ya hemos mencionado. El porcentaje de superficie en la Comunitat Valenciana es muy bajo, aunque en Alicante comienza a subir. En contraposición en Murcia estas variedades suponen un 40% y en Sevilla un 54% de la superficie está plantada con mandarinas de royalty.

Una situación similar ocurre con la dimensión organizativa, la formación e incluso con la dimensión comercial. Aunque en este último aspecto las cifras están más parejas, también es conveniente incidir en la integración para aumentar el tamaño de las comercializadoras.

Otro dato que nos parece muy importante es el rendimiento. Nosotros tenemos un rendimiento medio anual de 22 toneladas por hectárea. Es un rendimiento que corresponde a una citricultura con árboles más envejecidos y que provoca que la rentabilidad económica sea menor que en otras zonas productoras. Con variedades más adaptadas a las condiciones actuales y plantaciones más rejuvenecidas se podría obtener una mayor productividad.

VF. *¿Qué objetivos persigue el Plan Integral Citrícola de la Comunitat Valenciana?*

RL. Hemos definido diez objetivos específicos. El primero de ellos es mejorar la rentabilidad de las explotaciones porque este factor permitirá dar un fuerte impulso al sector. Un segundo punto es crecer en tamaño y la orientación hacia lo que está pidiendo ahora el mercado.

Tenemos que ganar resiliencia ante el cambio climático, es decir, la elección de variedades, de patrones, la disposición de marcos o los métodos de manejo no pueden ser los mismos que hace 40 años porque el clima ha cambiado y hay que adaptarse. Y actualmente contamos con un gran número de explotaciones que no se encuentran adaptadas a las nuevas condiciones.

El cuarto objetivo es impulsar la imagen de la citricultura y el quinto es crecer a través del fomento del consumo de productos cítricos. El punto seis se centra en la formación de líderes empresariales agrarios; el séptimo en potenciar la profesionalización y la incorporación de talento; el octavo en mejorar y favorecer el cambio tecnológico; el noveno en fortalecer la articulación de toda la cadena de valor, del productor hasta el distribuidor; y, finalmente, creemos que es muy necesario mejorar la gobernanza del sector.



Llanes destaca que desde Conselleria se va ejercer la labor de impulsar, coordinar, planificar o acompañar. / Ó. ORZANCO

VF. *¿Cómo se pretende alcanzar estos objetivos?*

RL. Estos objetivos se pretenden alcanzar a través de seis líneas estratégicas de trabajo: la mejora de las estructuras agrarias, la línea de promoción y diferenciación, la profesionalización y formación, I+D+i y la transferencia, fortalecimiento de la cadena y, por último, el lobby citrícola.

Dentro de cada una de estas estrategias hay sublíneas de trabajo. Por ejemplo, en la mejora de las estructuras agrarias hay una vía dedicada a desarrollar un plan de reestructuración varietal que esté adaptado al cambio climático. En promoción y diferenciación se ha plasmado un apartado para promocionar naranjas y mandarinas con enfoque territorial pero también para fomentar el consumo de cítricos en general, argumentado en los beneficios que reportan para la salud. En un mercado competitivo hay que estar recordándole al consumidor de forma constante lo que le ofrece, y hace tiempo que no lo estábamos haciendo y otros productos han ido ocupando este nicho. En la línea de fortalecer la cadena queremos fomentar la integración, mejorar la información del sistema y, en profesionalización, la formación y visión empresarial.

Cada una de las sublíneas tiene a su vez acciones ligadas.

“Se han definido seis líneas estratégicas de trabajo: mejora de estructuras agrarias, línea de promoción y diferenciación, profesionalización y formación, I+D+i y transferencia, fortalecimiento de la cadena y, por último, el lobby citrícola”

“Se va a crear un Consejo Citrícola, con unas funciones definidas, que gestionará la ejecución del plan. Se trata de un organismo independiente y permanente, formado por profesionales del sector y personal de la Conselleria”

Por ejemplo, en el plan de reestructuración varietal un punto se centrará en el inventario y mapa citrícola y una segunda vía abordará el apoyo a la renovación varietal orientada hacia el cambio climático.

El apartado promocional de naranjas y mandarinas desarrollará una línea de promoción nacional, otra centrada en un enfoque ambiental, y una tercera por diferenciación de origen, que es la que ya hemos iniciado este año con la salida de la marca Naranjas Valencianas. Es importante tener en cuenta que el consumo per cápita de cítricos, y de frutas y hortalizas en general, en España y Europa no ha dejado de

descender. Tenemos que lograr, vía promoción, incrementar el consumo anual.

También tenemos la intención de crear un observatorio español del sistema citrícola o impulsar estrategias de economía circular y aprovechamiento de los subproductos. Y, lógicamente, necesitamos continuar aumentando la presencia del sector citrícola en foros estatales e internacionales, y que el Foro Citrícola continúe ejerciendo esa labor de lobby.

VF. *¿Cómo se va a gestionar la ejecución del Plan Integral Citrícola?*

RL. El último objetivo mencionado se centra en mejorar la

gobernanza. Creemos que existe un problema en este sentido y por eso otra meta es mejorar la cohesión de la cadena citrícola. Consideramos que este aspecto puede mejorarse con un instrumento destinado a este fin. Para ello se va a crear un Consejo Citrícola, con unas funciones definidas, que gestionará la ejecución del plan. Se trata de un organismo independiente y permanente, formado por profesionales del sector y personal de la Conselleria, que tendrá la función de desarrollar las medidas de acción que se acuerden en cada momento, realizar el seguimiento del avance del plan y se convertirá en un espacio de debate continuo donde se adopten las decisiones estratégicas.

Una de sus funciones será desarrollar líneas para alcanzar los objetivos marcados e ir evaluando periódicamente el funcionamiento del plan. Un plan que también establece los tiempos con una priorización de las líneas que se deberán abordar de inmediato, y en las que ya estamos trabajando, a corto plazo, que se iniciaran en breve, a medio plazo, y otras líneas que se pueden acometer en el futuro.

No obstante, el día a día del plan será revisado por una Comisión de Seguimiento y Orientación Técnica, que dependerá del Consejo Citrícola, que estará formado por técnicos especializados, que irán analizando la información sobre las medidas que se han tomado, los avances que van logrando y que prepararán todos los informes de seguimiento y evolución. Un organismo que ejercerá una función dinamizadora y coordinará todos los estudios y análisis.

En definitiva, buscamos una planificación estratégica, sostenida en el tiempo, para lograr alcanzar las metas fijadas. El objetivo fundamental del plan, como hemos comentado, ha sido definir una línea de ruta para relanzar al sector, que nos marque por dónde podemos ir, y con la que todo el sector se sienta cómodo.

VF. *¿Qué labor va a desempeñar a partir de ahora la Conselleria en el desarrollo de este plan?*

RL. Pretendemos ejercer la labor de impulsar, coordinar, planificar o acompañar. No hay que olvidar que hablamos de un sector privado y a la administración no le corresponde ejecutar el plan. Pondremos en marcha una serie de incentivos, que luego deben ser recogidos por el sector para desarrollar una serie de acciones.

VF. *¿Qué papel debe jugar Intercitrus en el desarrollo del Plan Integral Citrícola?*

RL. Una de las líneas estratégicas está relacionada con la revitalización y expansión de las actividades de Intercitrus, que todavía funciona al ralentí y queremos que cumpla un papel determinante.

VF. *Recapitulando, ¿por qué y con qué objetivo se ha realizado el Plan Integral Citrícola?*

RL. El objetivo de la Conselleria de Agricultura ha sido dotar al sector citrícola de un plan para desarrollarse. Un proyecto que tuviese en cuenta todos los problemas de falta de competitividad y rentabilidad que estamos observando para impulsar soluciones. Por ello, el objetivo prioritario del Plan Integral Citrícola es mejorar la rentabilidad y competitividad del sector.

Buena acogida del sector

La presentación oficial del Plan Integral Citrícola se realizó a finales de marzo en el Palau de la Generalitat Valenciana y posteriormente se ha realizado una ronda con todos los agentes del sector con una exposición más detallada. “De momento la acogida está siendo muy favorable”, señala Roger Llanes.

Este plan contempla también un presupuesto estimado, que no es inamovible, de 40 millones de euros para un periodo de siete años. “Tras las consultas con el sector sobre el presupuesto, consideran que es una cifra adecuada porque está dedicada únicamente a relanzar un sector que ya se encuentra en marcha, y que además ya cuenta con otras líneas de ayudas como por ejemplo para sanidad vegetal o seguros”, afirma el secretario autonómico de Agricultura y Desarrollo Rural de la Generalitat Valenciana.

Roger Llanes destaca que “con anterioridad a este proyecto se habían emprendido acciones para ejecutar cambios varietales o de patrones, pero nunca se había elaborado un plan con una hoja de ruta y una planificación que incluya un abanico de medidas tan amplio y con vocación de permanencia. Una de las cosas que tenemos



clara es que el plan no puede finalizar en 2030. Este proyecto se desarrollará durante siete años con unos objetivos que se irán revisando anualmente. Pero cuando termine este periodo habrá que realizar una revisión amplia y elaborar otro plan para seguir adaptando el sector a la nueva realidad de ese momento” ■

MERCADOS NACIONALES

Comunidad Valenciana

Precios agrarios concertados durante la semana 17, del 24 al 30 de abril de 2023, facilitado por la Conselleria de Agricultura, Medio Ambiente, Cambio Climático y Desarrollo Rural.

Table with columns: CÍTRICOS, Euros/Kg, Zona. Lists citrus fruits like Valencia Late, Limón Fino, etc.

Table with columns: Industria Troceado, Euros/Kg, Zona. Lists various agricultural products like Apió Verde, Berenjena, etc.

Table with columns: Blanca, Euros/Kg, Zona. Lists products like Escarola, Hoja Rizada, etc.

Table with columns: California Amarillo, Euros/Kg, Zona. Lists products like California Verde, Dulce Italia, etc.

Paja Paquete Pequeño S/C
Paja Paquete Grande 89,00

Lonja de Segovia

Precios semanales de los cereales fijado en la Lonja Agropecuaria de Segovia del día 4 de maig de 2022. Información facilitada por EFEAGRO.

Table with columns: CEREALES, Euros/Tm. Lists Alfalfa, Avena, Cebada, etc.

Lonja de Sevilla

Información de los precios agrarios de la Lonja de Sevilla de la sesión celebrada el día 11 de abril de 2023. Origen almacén agricultor con capacidad de carga rápida, buen acceso y báscula.

Table with columns: CEREALES, Euros/Tm. Lists TRIGO BLANDO PANIFICABLE, Grupo 1, etc.

Table with columns: CEREALES, Euros/Tm. Lists GRUPO NARANJAS, GRUPO MANDARINAS, etc.

Lonja de Toledo

Información de la Mesa de Cereales referida al día 27 de abril de 2023. Precios orientativos en origen agricultor sobre camión. Condiciones de calidad OCM. Cereales-FEGA (Campaña 2022-2023).

Table with columns: CEREALES, Euros/Tm. Lists MAÍZ

Table with columns: Maíz Secadero, Euros/Kg. Lists CEBADA, Pienso +62 kg/Hl, etc.

Lonja de Valencia

Información de la Mesa de precios de Cítricos del Consulado de la Lonja de Valencia, de la sesión del día 2 de mayo de 2023. Campaña 2022-2023.

Table with columns: GRUPO NARANJAS, Euros/Kg. Lists SUBGRUPO NAVEL, Navelina, etc.

Table with columns: GRUPO MANDARINAS, Euros/Kg. Lists GRUPO SATSUMAS, Iwasaki, etc.

Table with columns: ARROCES, Euros/Tm. Lists CÁSCARA, Gleva, etc.

Table with columns: CEREALES-LEGUMINOSAS, Euros/Tm. Lists Maíz Importación, Maíz Nacional, etc.

Table with columns: TURTOS Y HARINAS, Euros/Tm. Lists Soja 47% baja proteína, Cascarilla de Soja, etc.

Table with columns: Garrofos y Derivados, Euros/Tm. Lists Garrofos, Harina de Girasol, etc.

Table with columns: Legumbres, Euros/Tm. Lists LEGUMBRES, Disponible origen, etc.

Precios por tonelada, mercancía envasada.

Table with columns: FRUTOS SECOS, Euros/Tm. Lists CACHUETE CÁSCARA, Chino 9/11, etc.

Table with columns: Garrofos y Derivados, Euros/Tm. Lists Garrofos, Harina de Girasol, etc.

Table with columns: Cebollas, Euros/Tm. Lists Variedad Spin, disponible origen, etc.

La Rioja

Observatorio de precios agrarios, del 24 al 30 de abril de 2023, facilitados por Gobierno de La Rioja (Consejería de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural).



Lemon Prim: “Lo más natural tiene un sabor superior”

Primera campaña de comunicación para dar a conocer las cualidades organolépticas excepcionales de los limones de la marca

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La marca Lemon Prim lanza su primera campaña de comunicación destinada a destacar las cualidades organolépticas de sus limones. Mediante el claim ‘Lo más natural tiene un sabor superior’, Lemon Prim se posiciona ante el público como un limón “objetivamente superior, presentándose sin artificios, sin retoques estéticos y sin distracciones, de lo que realmente importa: su sabor y su aroma”, según destacan los responsables de la marca. Lemon Prim es la marca que proviene de la variedad vegetal protegida Summer Prim, mutación natural del limón Primofiori.

Mediante su campaña de comunicación, Lemon Prim busca promover la marca y también mostrar al público las características únicas que hacen de sus limones una opción superior. Entre ellas, afirman, “destacamos su sabor y aroma, su alto contenido en zumo

y aceites esenciales, así como su contenido en aldehydos”. También apuntan que “Lemon Prim no pasa por un proceso artificial de desverdizado, favoreciendo la preservación de sus propiedades y resultando en una piel más natural y cargada de matices que van del amarillo al verde”.

Lemon Prim llega en un momento clave de la campaña de limón. Con el fin de la variedad Primofiori y la llegada de las altas temperaturas la marca propone ser la alternativa “más intensa y refrescante del momento”. La campaña de comunicación podrá verse en medios de comunicación especializados mediante una selección de formatos offline y online para llegar a una amplia audiencia. Adicionalmente, la marca buscará conquistar al consumidor final mediante publicaciones en redes sociales y colaboraciones con importantes influencers del sector gastronómico.



Las soluciones de la firma abarcan todo el proceso, desde el campo hasta el almacén. / UNITEC

La cadena de suministros tecnológica integrada de Unitec

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Con casi 100 años de experiencia, las soluciones tecnológicas de Unitec encuentran espacio desde el campo hasta el almacén. La clasificación de los productos hortofrutícolas comienza ya desde el campo con el carro de recolección que, gracias a la estación de selección automática, proporciona información a los trabajadores en tiempo real sobre las características organolépticas, para recoger correctamente las frutas y hortalizas idóneas.

Gracias a esta solución de Unitec es posible acelerar las operaciones en el campo, procesando más de 20.000 frutas y hortalizas por hora, con beneficios que se reflejan también en el almacén: gracias a la menor cantidad de producto que se debe clasificar, se logra un ahorro en los costes de almacenamiento y

selección, que varía en promedio alrededor del 5-6% del total.

En su Centro de Investigación y Desarrollo, donde trabajan más de 150 investigadores, Unitec desarrolla soluciones tecnológicas específicas para cada fruto siendo capaz de clasificar los productos hortofrutícolas sobre la base de una multiplicidad de parámetros independientes, evaluados individualmente, sobre una pluralidad de combinaciones diversificadas según el objetivo de análisis.

A causa de las dificultades que han surgido en la industria como consecuencia de las crisis económicas y sanitarias de los últimos años, con la investigación y la innovación continua, Unitec proyecta soluciones para afrontar los desafíos que surgen en el mercado. Por ejemplo, con sistemas tecnológicos antropomorfos, Unitec activa soluciones

que permiten a las centrales hortofrutícolas responder al problema actual de la escasez de mano de obra y hacer más eficientes y automatizadas las tareas que para los operadores son alienantes y extenuantes. Además, al integrar soluciones tecnológicas automatizadas también para la fase de envasado, la firma permite la evolución de todo el proceso dentro del almacén.

Muchas de las soluciones del Grupo se han presentado en Macfrut 2023, donde Unitec puso a disposición de los visitantes su “cadena de suministro tecnológica”, desde la recolección en el campo hasta la robótica, para dar respuesta a las necesidades de mejora de los procesos en las centrales hortofrutícolas del mundo. Garantizar frutas y hortalizas de calidad coherente representa el corazón de los proyectos de Unitec.

Gregal Soluciones Informáticas ha conseguido la renovación del Sello de Pyme Innovadora

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

En Gregal llevan más de 25 años desarrollando e innovando en soluciones y aplicaciones basadas en su ERP Agro “VisionAgro” Software desarrollado sobre Microsoft Dynamics 365 Business Central.

Toda su innovación y desarrollo tecnológico ha ido enfocado a la industria agroalimentaria, siempre buscando las mejores soluciones a las necesidades que le han ido surgiendo a los clientes del sector agro.

Por todo ello, gracias a su gran actividad en I+D+i, el Ministerio de Ciencia e Innovación les sigue considerando una pyme innovadora y les otorga la renovación del sello de Pyme Innovadora hasta el 17/04/26.



BOLETÍN DE SUSCRIPCIÓN

valencia
fruits

Valencia Fruits y Anuario*

España: 187,50 Euros (IVA incluido)

Europa: 320,00 Euros

Resto países: 395,00 Euros

Anuario Hortofrutícola

Suscriptor VF: 35,00 Euros (+envío)

No suscriptor VF: 60,00 Euros (+envío)

(Anotar X en la forma elegida)

* Valencia Fruits incluye el envío del semanario durante un año y del Anuario a la dirección del suscriptor

EMPRESA:

DE ACTIVIDAD: DNI/NIF:

CON DOMICILIO EN: CP:

CALLE: NÚMERO: TEL.:

E-MAIL:

DESEA SUSCRIBIRSE AL SEMANARIO VALENCIA-FRUITS, POR EL PLAZO DE UN AÑO, HACIENDO EFECTIVO EL IMPORTE DE LA SUSCRIPCIÓN POR:

BANCO/CAJA: IBAN Nº

Firma

Enviar por e-mail a Valencia Fruits: info@valenciafruits.com o por correo postal a Gran Vía Marqués del Turia, 49, 7º, 2 - 46005 VALENCIA



La confianza en el proyecto queda demostrada por las 140 hectáreas ya plantadas en 2022 a las que se sumarán 220 hectáreas esta primavera y otras 200 hectáreas en 2024. / NEREA RODRIGUEZ

Rivoira Group presenta el desarrollo del proyecto Yellow Kiwi

La firma proyecta un nuevo enfoque para la categoría del kiwi con dos variedades de pulpa amarilla

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN. Rivoira Group (Italia) ha presentado en Macfrut los recientes desarrollos del Yellow Kiwi Project, nacido hace doce meses al firmar la master license mundial con NKP – NewKiwiPlant (Italia) para dos nuevas variedades de kiwi de pulpa amarilla propiedad de la Universidad de Udine (Italia).

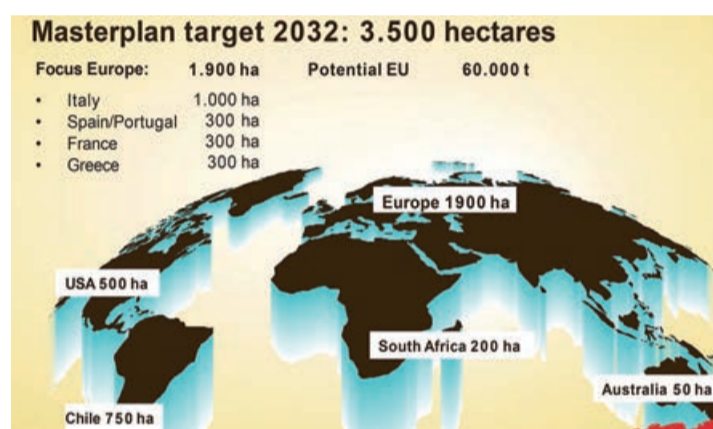
Marco Rivoira, CEO de Rivoira Group, analizó el desarrollo realizado durante los últimos doce meses. “Hasta ahora se trata de dos variedades de pulpa amarilla, una de las cuales tiene una larga vida útil llamada ‘022’, y otra con una cosecha temprana, la ‘076’, que han demostrado en siete años de pruebas una fuerte resistencia a la ‘bacteriosis’ (PSA) y ‘moria’, los dos mayores problemas a los que se enfrentan los productores en Europa y en todo el mundo hoy en día”, explicó. “Las oportunidades de este proyecto son enormes, cuando sabemos que solo Italia ha perdido miles de hectáreas de

plantas del kiwi amarillo debido a estos dos flagelos”, indicó Marco Rivoira.

Por su parte, Gerhard Dichgans, gerente de proyectos del grupo con sede en Piamonte, señaló que “la demanda de kiwis amarillos por parte de los consumidores está creciendo en todo el mundo, mientras que la producción no puede seguir el ritmo de la demanda debido a dificultades agronómicas. Con este proyecto y con estas dos nuevas variedades, creemos que finalmente tenemos una respuesta concreta para los productores”.

Laura Zeoli de Zeoli Fruit (Italia) y Zisis Manossis de Zeus Kiwi (Grecia) presentaron en detalle las características agronómicas de las dos variedades, mientras que el profesor Raffaele Testolin de la Universidad de Udine ilustró el trabajo de mejoramiento y selección de kiwis llevado a cabo por la Universidad y comenzado en 1986.

“La gran fortaleza de nuestra propuesta es tener dos variedades



Rivoira presenta un nuevo enfoque para la categoría kiwi. / RIVOIRA

disponibles que den respuestas concretas e inmediatas a los desafíos agronómicos a los que se enfrenta el sector, combinadas con una calidad y vida útil superiores: la variedad tardía ‘022’ se puede almacenar en refrigeración fácilmente hasta mediados de mayo, como lo demuestran los primeros lotes de productos recolectados en octubre de 2022 y procesados y comercializa-

dos en abril”, subrayó Marco Rivoira.

La confianza en el proyecto también queda demostrada por las 140 hectáreas ya plantadas en 2022, a las que se sumarán 220 hectáreas esta primavera y otras 200 hectáreas en 2024. Para este otoño de 2023, se espera una primera cosecha comercial de más de 500 toneladas. Por lo tanto, el proyecto ya se encuentra

en pleno desarrollo comercial, con un total de 1.500 hectáreas sublicenciadas. De hecho, Gerhard Dichgans presentó las empresas licenciatarias que hasta ahora se han unido al proyecto de 150 hectáreas cada una, todas presentes en la conferencia: Apo Scaligera (Zevio, Italia), Clementi (Laives, Italia), Innatis (Angers, Francia), Kiwi Uno (Verzuolo, Italia), Peviani (Siziano, Italia), Savajols (St. Rambert d’Albon, Francia), Surexport (Sevilla, España), Zeus Kiwi (Katerini, Grecia), Zeoli Fruit (Cisterna di Latina, Italia). OP Armonia (Battipaglia, Italia) también se une al proyecto con 50 hectáreas solo para producción ecológica, y dos grupos de productores de 50 hectáreas cada uno: Arta Gold (Arta, Grecia) y Agrihold (Valencia, España).

El siguiente paso será la presentación de la marca y el proyecto de marketing en la feria Fruit Attraction, del 3 al 5 de octubre en Madrid.

Sorma Group celebra su 50^a aniversario en Macfrut

Una historia de éxitos, marcada por continuas innovaciones para el sector y por un gran desarrollo internacional

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN. En el último medio siglo, el envasado hortofrutícola ha experimentado cambios y evoluciones profundos en el mundo entero. Sorma Group desde 1973 se encuentra entre los protagonistas de estos cambios junto con todas las personas que han contribuido a su éxito: clientes, proveedores y colaboradores internos y externos. Con este espíritu la empresa ha celebrado en Macfrut sus cincuenta años de historia, junto a amigos, socios de toda la vida y periodistas del sector.

Las relaciones, precisamente, han constituido un factor fundamental del crecimiento de Sorma Group desde su nacimiento en 1973. Aquel año el empresario Nevio Lotti, tras su experiencia empresarial en España con la empresa mecánica Roda, regresó a Romagna y fundó Sorma.

Gracias a su trabajo, Lotti comprendió la importancia de la distribución moderna, así como

su necesidad de recibir de los productores estándares cuantitativos y cualitativos bien precisos. Se dio cuenta de que hacía falta hallar una síntesis entre las necesidades de los productores y los distribuidores: las innovaciones tecnológicas tenían que constituir un punto de equilibrio entre las exigencias de estas dos partes. Desde entonces, y todavía en la actualidad, Sorma cumple este objetivo ideando soluciones que cubren todas las fases de la elaboración posterior a la cosecha de frutas y hortalizas.

La visión abierta y de amplias miras de Lotti lo llevó asimismo a viajar, a estrechar lazos internacionales de cooperación, a trabar relaciones con los actores en la cadena de suministro y a observar cómo actuaba el sector más allá de las fronteras de Italia. Sorma, de este modo, en poco tiempo construyó una estructura internacional con sedes en Francia, España, Alemania, los Países

Bajos e incluso fuera de Europa. Hoy día el Grupo cuenta nada menos que diez fábricas, ubicadas en cuatro continentes.

Pero lo que verdaderamente diferencia a Sorma Group es su valorización del aspecto humano, modelo que empezó con Nevio Lotti y que ha permanecido intacto en los últimos cincuenta años. “En este momento de celebración queremos dar las gracias a nuestro fundador y a todas las personas que han ayudado a Sorma a ser lo que es”, comentó Andrea Mercadini, actual administrador delegado del Grupo. “Es muy fácil hablar de grupo, pero nosotros lo somos de verdad desde hace cincuenta años. Desde los trabajadores hoy jubilados, que fueron construyendo la empresa, formaron a sus colegas e instalaron máquinas en decenas de países, hasta los actuales, algunos de los cuales trabajan con nosotros desde hace más de treinta y cinco años, desde los proveedores has-



Mario Mercadini fue el encargado de presentar el acto del 50º aniversario. / NR

ta los clientes, nuestro verdadero valor añadido son las personas, porque sin ellas nada de lo que hacemos sería posible.”

Desde 1973 hasta la actualidad Sorma ha ideado y promovido más de doscientos modelos de máquinas y ha concebido más de sesenta modelos de envasado, protegidos por sesenta patentes industriales desarrolladas por los varios centros de investigación y desarrollo del Grupo y se halla presente con establecimientos productivos y distribuidores en el mundo entero. El camino de internacionalización de Sorma no se detiene: en 2022 el Grupo ha abierto una sede en Perú, en Lima, que representa el segundo “destacamento” de Sorma Ibérica en Sudamérica, después del de Chile, y la decimoséptima sociedad del Grupo. “El sudamericano es un mercado en fuerte

expansión en el que ya tenemos muchos clientes”, afirma Mario Mercadini, director de marketing de Sorma Group. “Esto nos ha animado a abrir otra sede. Nuestras líneas de envasado automático y de selección óptica se adaptan a la perfección a las más importantes producciones locales, como las de mango y aguacate, para las que hemos creado un calibrador específico. Fieles a nuestra manera de trabajar queremos estar al lado de nuestros clientes y construir con ellos las soluciones más idóneas para satisfacer sus exigencias.”

Llegados al significativo hito de los cincuenta años, en Sorma Group queremos recordar a Nevio Lotti y su profundidad de miras y expresar nuestro agradecimiento a todas las personas que con su trabajo y su empeño han ayudado a la empresa a llegar hasta aquí.

BIOCARE

by CITROSOL

La primera gama completa de productos para el tratamiento postcosecha de cítricos con certificación como insumos para agricultura ecológica (según la normativa europea) y producción orgánica (según la normativa USDA NOP).



1

CITROCIDE PC y PLUS:
Coadyuvantes tecnológicos para el lavado higiénico de frutos cítricos.

2

FUNG-CID BIO BNa:
Fungistático para el control del podrido de frutos cítricos.



3

**PlantSeal® y PlantSeal®
Shine-Free**

Recubrimientos vegetales con excelente control de la pérdida de peso; mitigan mucho la aparición de los síntomas de envejecimiento como por ejemplo el teñido del mamelón de los limones.

* Aptos para consumo vegano.



@Citrosol_com



CITROSOL

CITROSOL
ADVANCED POSTHARVEST SOLUTIONS

www.citrosol.com
info@citrosol.com



valencia fruits
dossier
Grecia





Una orografía característica y una posición geográfica única proporcionan las condiciones necesarias para una producción agrícola excepcional en Creta (Grecia). / FOTOGRAFÍAS Y PORTADA: R. FUERTES

Creta: agricultura mediterránea entre tres continentes

La isla griega es ejemplo de una apuesta por la calidad y el sabor de las hortalizas en el sur de Europa

► RAQUEL FUERTES. CRETA.

Un año más el programa europeo Mediterranean Combo ha conseguido su objetivo: dar a conocer dentro de otros países de la Unión Europea las cualidades de las frutas y verduras europeas. Si en España el programa está encabezado por la Asociación Española del Kaki en Creta son un grupo de cooperativas hortícolas las que se han propuesto que sus productos crucen fronteras.

El kaki español y los productos hortícolas cretenses, como ejemplo de la producción hortofrutícola europea, coinciden en ser cultivos de la Europa más meridional y en algo fundamental: calidad y sabor excepcionales. Como afirman los impulsores de Mediterranean Combo, “las regiones de Creta, en Grecia, y de Valencia, en España, son dos de las mayores productoras del Mediterráneo. El conocimiento de los agricultores y la tradición centenaria, en combinación con condiciones climatológicas excepcionales, tienen como resultado la producción de frutas y verduras de calidad y sabor sin igual que se exportan a todos los mercados del mun-

do conforme a los estándares de seguridad más estrictos”.

Los responsables de Mediterranean Combo han organizado un año más una visita a algunas de las cooperativas de Creta que forman parte del programa para que la prensa especializada del sector hortofrutícola pueda conocer en primera persona y transmitir a sus lectores cuáles son las características de una producción hortícola (en la que destacan tomate, pepino, pimiento y berenjena) de la que, después de comprobarlo in situ, podemos afirmar que destaca por su calidad, como reza el claim de este programa europeo, pero también por su sabor:

■ CONOCIENDO CRETA

La isla de Creta es “el sur del sur” de Europa, como les gusta recordar. Práctica-

mente equidistante entre Egipto, Turquía y Grecia, tiene una larga historia en la que ha sido desde cuna de importantes civilizaciones hasta parte de esos tres países

de tres continentes o de imperios de las edades antigua, media y moderna.

Una posición estratégica que le confiere una riqueza histórica única a la que se le suma la belleza de sus parajes naturales y un Mediterráneo que adquiere matices únicos.

Aunque pudiera pensarse que esta isla, la quinta en superficie del Mediterráneo, tiene su principal fuente de ingresos en el turismo, lo cierto es que la producción agrícola se mantiene como su principal actividad económica, mientras que el turismo va ganando peso en la economía local.

La agricultura cretense está en permanente proceso de modernización y adapta-

ción a las nuevas condiciones y el cuidado del producto y del cliente son esenciales. Aunque gran parte del producto cretense se queda en el país heleno, cada vez las cooperativas llegan a más mercados internacionales, sobre todo de Europa del este, y ven una oportunidad de crecimiento y rentabilidad en la exportación. Y para ello es esencial dar a conocer su producto y servicios, algo para lo que resulta esencial el programa Mediterranean Combo.

Para conocer algo más de la oferta hortícola de Creta nos desplazamos al punto más al sur de Europa, una región con una larga tradición en la horticultura. En la zona este visitamos tres cooperativas de la zona de Ierápetra para desplazarnos en otra jornada a Tympaki, en una zona costera al sur de Heraklion, capital de la isla. En las cuatro cooperativas visitadas pudimos comprobar la hospitalidad de los cretenses, el cuidado con el que tratan sus producciones hortícolas y una gastronomía fundamentada en la calidad de sus productos frescos que está, merecidamente, reconocida como una de las mejores del mundo.

Visitamos la isla de Creta, donde la producción agrícola constituye su principal fuente de ingresos, dentro de las actividades del programa europeo Mediterranean Combo



Los productos hortícolas cretenses, en su mayoría producidos en invernadero y recolectados en su punto justo de maduración, son un ejemplo de calidad y sabor.

La cooperativa Nótos Fresh cuenta con unos 40 productores asociados y algo más de 20 empleados que trabajan en 25 hectáreas de invernaderos para producir, principalmente, 1.500 toneladas de tomate de variedades Rama, Rosa, Kumato, Pera mini y Lobella y también berenjena y pimiento. En los meses de más calor la firma complementa su oferta con el pepino, incluyendo variedades mini. El responsable de ventas, Prokopis Pantazis, comentó durante la visita a las instalaciones de Ierápetra, en el sureste de la isla, que la empresa tiene previsto ampliar sus instalaciones con una nueva central de manipulado en el corto plazo.

Debido a la flexibilidad en la planificación de la siembra y la producción, pueden producir productos especializados según la demanda de sus socios.

Desde esta cooperativa, que exporta a Alemania, Bulgaria, Polonia y Hungría, sobre todo, comentan que este ha sido un buen año para la exportación, aunque están más acostumbrados a trabajar el mercado nacional griego.



Cooperativa Nótos Fresh



Nótos prepara la ampliación de sus instalaciones.



El incremento de los costes también se da en Creta.



Kritiko Pervoli

La organización que se fundó en 2006 como Asociación Agrícola Kamiros cuenta en la actualidad con 51 productores asociados, y comercializan hasta 6.000 toneladas de tomate, pimiento, pepino y berenjena que se cultivan en 30 hectáreas ubicadas también en la zona de Ierápetra.

Toda su producción la comercializan en el mercado griego y trabajan con cadenas de distribución como Lidl y AB Basilopoulos. Aunque el problema de la sequía no ha llegado a Creta este año, Nikos Chatzantonakis, responsable de Ventas, sí comenta que su producción se está viendo condicionada por los sobrecostes que implica la subida de precios de los fertilizantes, uno de los pocos productos químicos que utilizan en Kamiros ya que abogan por el control biológico y cuentan con certificados GRAPS y Global GAP, entre otros. Una muestra de la apuesta por la calidad y el respeto por las prácticas sostenibles de unas explotaciones de invernadero que aprovechan las características del clima de Creta, con pocos episodios de temperaturas extremas y con muchas horas de sol griego.



Cooperativa Anatoli

Anatoli es la cooperativa líder del proyecto Mediterranean Combo en su vis cretense. Esta entidad está en crecimiento. Actualmente cuenta con unos 200 socios y gestiona una pro-

ducción que puede alcanzar las 20.000 toneladas de hortalizas en 125 hectáreas de invernadero. Con un calendario productivo que alcanza de octubre a junio, alrededor de un 30% de su oferta se destina a la exportación a países como República Checa, Bulgaria, Eslovaquia, Países Bajos o Alemania, entre otros. Con una visión clara, "brindar productos de calidad superior y alto valor nutricional", su oferta comprende tomate (variedades Beef, Lobello y Rama, principalmente), el pimiento Kerato y Florinis, y el mini pepino Knossou y tipo Almería.

Nikos Triantafyllopoulos, representante Comercial de Anatoli, nos mostró en las instalaciones de la cooperativa el sistema de subasta de los lotes en los que figuran todos los datos necesarios para la trazabilidad del producto e, incluso, la merma estimada para que los compradores puedan hacer sus ofertas estando al tanto de toda la información del producto. Los precios pueden variar hasta seis o siete veces en un día.

Además de la poca estabilidad en los precios, Triantafyllopoulos señaló durante la visita la dificultad para encontrar empleados, normalmente procedentes de otros países, en algunos momentos de la campaña hortícola, las dificultades para comerciar con dos países que antes estaban en su mercado de exportación, Rusia y Ucrania, debido al actual conflicto bélico o las subidas de costes. Situaciones que no afectan a la calidad de la producción hortícola de esta cooperativa.



La calidad de los productos es característica.



El 40% de la producción se exporta a países europeos.

Aunque no abandonamos el sur de Creta, si nos dirigimos a la zona de Tympaki, al sur de la capital. La Cooperativa Agrícola de Aceituna, Frutas y Horticultura de Tympaki se fundó en 1945 alrededor del sector aceitunero, pero fue ampliando su campo de acción a otros productos



Cooperativa Tympaki

agrícolas entre los que destacan los productos hortícolas típicos de esta tierra: tomate, berenjena, pepino y pimiento.

Desde 2010 actúan como un Grupo de Productores reconocido con 134 miembros productores experimen-

tados y certificados, aunque el total de socios asciende a 540, en los que aún son mayoría los que se dedican a la aceituna. Entre las actividades de la cooperativa se incluyen el cultivo, la organización y el seguimiento de los cultivos, así como la normalización y comercialización de productos hortícolas frescos. La cooperativa opera una almazara, una tienda de suministros agrícolas, una casa de subastas, una agencia de transporte, una sucursal en Atenas y cuenta con un centro de servicios para agricultores en Tympaki.

Según nos relata en nuestra visita Giannis Tzortzakakis, el 40% de la producción se exporta y tienen capacidad para llegar en 48 horas a mercados como Alemania, Rumanía, Bulgaria o Serbia. El viaje incluye un ferry hasta Atenas para luego combinarse con transporte terrestre hasta el destino final. Como en el resto de cooperativas visitadas del proyecto Mediterranean Combo, también en este caso la mayor parte de la superficie de cultivo es bajo plástico, pero también hay hortícolas al aire libre en algunas parcelas y en determinadas épocas del año.

Junto con Tzortzakakis visitamos la Llanura de Mesa-rá, esta llanura iluvial es una de las zonas más fértiles de la isla de Creta que puede apreciarse en toda su amplitud desde las ruinas del Palacio minoico de Festos, recuerdo de una de las culturas que habitaron esta isla privilegiada que abandonamos con la promesa de volver.



Una participación récord, las entradas agotadas del Congreso Internacional de Cítricos y el éxito de FreshCon Market consolidan a Freskon como el mayor encuentro de la industria hortofrutícola del sureste de Europa. / JULIA LUZ

Freskon 2023 supera expectativas y registra los mejores resultados de su historia

La feria celebrada en Tesalónica acogió a 217 expositores de 12 países, 190 visitantes profesionales internacionales y batió su récord de asistencia con más de 4.000 visitantes

► JULIA LUZ. TESALÓNICA.

La Feria Internacional de Frutas y Hortalizas Freskon, organizada por TIF-Helexpo del 23 al 25 de abril en el Centro Internacional de Exposiciones de Tesalónica, ha registrado este año su mejor resultado en cuanto a asistencia, con 4.339 visitantes y 217 expositores de 12 países, concretamente de Grecia, Moldavia, Rumanía, Polonia, Hungría, Países Bajos, Chipre, Italia, España, India, Bosnia-Herzegovina y Turquía, lo que supone un aumento del 25% respecto a 2022. Además, Freskon también acogió a 190 visitantes profesionales internacionales procedentes de 34 países, incluidos 115 a título individual y 73 de grupos procedentes de Bulgaria y Macedonia del Norte.

La Región de Grecia Occidental fue la Región de Honor en la edición de este año y tuvo la oportunidad de promocionar sus frutas y hortalizas además de dar a conocer la riqueza de su sector primario. Las Regiones de Creta, Macedonia Occidental, Tesalia, Macedonia Central, Macedonia Oriental-Tracia y Ática también estuvieron representadas en la feria celebrada en el Centro Internacional de Exposiciones de Tesalónica.

La satisfacción de expositores y visitantes unida a las cifras récord registradas este año han logrado convertir a Freskon no solo en el trampolín a Europa del sector griego, sino también en un lugar donde conocer de primera mano la información sobre las últimas novedades y desarrollos en el sector de las frutas y hortalizas a nivel internacional.

■ INAUGURACIÓN

En la inauguración de Freskon, que tuvo lugar el domingo por la tarde, el presidente de TIF-Helexpo, Tasos Tzikas, calificó la feria hortofrutícola de “exposición modélica”, lanzada

con el objetivo de convertirse en un “acontecimiento internacional”. Por su parte, Kyriakos Pozrikidis, director general de TIF-Helexpo, ensalzó la madurez de Freskon y el aumento del número de expositores en comparación a años anteriores.

Freskon se consolida no solo en el trampolín a Europa del sector griego, sino también en un lugar donde conocer de primera mano la información sobre las últimas novedades y desarrollos en el sector de las frutas y hortalizas a nivel internacional

En esta línea, el director de la revista Froutona, Panagiotis Orfanos, felicitó a TIF-Helexpo por la organización de la feria al tiempo que señaló que “el sector de las frutas y hortalizas frescas se encuentra en pleno auge, si bien es preciso resolver ciertos problemas estructurales con la ayuda del Estado”.

Todos los ponentes coincidieron en describir esta edición como “la más completa y ajustada hasta el momento” por sus características cuantitativas y cualitativas mejoradas y por su clara vocación de “destacar los excelentes productos griegos, desarrollar su comercio y exportación y ampliar las asociaciones del sector mediante una organización de exposiciones de calidad con un programa específico de reuniones B2B, conferencias internacionales, eventos paralelos y presentaciones de productos innovadores”.

■ FRESHCON MARKET

FreshCon Market fue un espacio organizado por TIF-Helexpo

y la revista Froutona los días 24 y 25 de abril, cuyo objetivo principal era poner en contacto directo a las grandes cadenas de supermercados con los profesionales del sector agrícola y expositores de Freskon. A lo largo de estos dos días se celebraron más de 600 reuniones entre dieciséis cadenas de supermercados de 11 países y profesionales del sector hortofrutícola, con una especial atención a los países de los Balcanes y Europa Central, pues mercados como el de Polonia presentan importantes oportunidades de negocio para los griegos.

El balance final fue fructífero y dejó un buen sabor de boca en sus participantes, ya que se asentaron las primeras asociaciones entre transportistas griegos y las mayores cadenas de supermercados de Europa.

■ EVENTOS PARALELOS

A lo largo de los tres días de feria y, de manera paralela a la exhibición, se celebraron diversos actos que también suscitaron un gran interés entre los asistentes. Profesionales de toda la cadena de suministro de cítricos asistieron a las ponencias de destacados empresarios y ejecutivos griegos y extranjeros del sector en el Congreso Internacional de Cítricos, que logró un absoluto *sold out*. Por otro lado, la revista Froutona organizó un foro sobre “La agricultura del mañana” y también se presentaron las previsiones para la nueva temporada de fruta de hueso de la mano de directivos de cooperativas griegas con la mirada puesta en la calidad y las perspectivas comerciales para este año.

En resumidas cuentas, una participación récord, las entradas agotadas del Congreso Internacional de Cítricos y el éxito de FreshCon Market consolidan a Freskon como el mayor encuentro de la industria hortofrutícola del sureste de Europa.



Esta edición batió su récord de asistencia con más de 4.000 visitantes. / FRESKON



Empresas y profesionales del sector se citaron en FreshCon Market. / FRESKON



Freskon registró un incremento del 25% en el número de expositores. / JULIA LUZ



Numerosos medios nacionales e internacionales acudieron a la cita. / JULIA LUZ



THE FRESH SHOW



Freskon HELEXPO



INTERNATIONAL TRADE SHOW FOR FRUIT & VEGETABLES

23-25/4/2023




IMAGENES

A. C. MELIKI



A. C. EPISKOPI



AGGELOS



AGROFRUITS



ALEXANDER



ALFA COOL HELLAS ABEE



ANTONAKIS I.K.E.



ARATHOS AGRICULTURAL COOP.



ARTION SOULAKOS S. A.



ASEPOP NAOUSSA



ASEPOP TIRNAVOS



BIO NET WETS HELLAS



CENTRAL MARKET THESALONIKI



CENTRAL MARKETS & FISHERY ORG.



CHERRY CENTER



GRIOGEN - BOURLIS SPYROS



DIAMOND FRUIT LTD



ERGOPACK



EUFRUITS



FRESH FRUIT POLSKA S. C.



FRESH POINT P. C.



FROUTONEA



FRUIT PROJET S. A.



G. KATSAGIOTIS S. A.



HELLENIC LAND - SAITIS ABEE



INOKAT



INTERBRUSH



KALATHOS - GREEN PROJECTS S. A.



KATSELIS S. A.



KAVALA COOP.



KOMEX S. A.



M. JOHN FAMILY CO.



MAF RODA ITALIA SRL



MATSALAS P. G. P.



MEDITERRANEAN COMBO



MMBS



NOVATEC



PRIMA GREEK FRESH FRUIT I. K. E.



REALKAT SYRMOS PAPANIKOS G. P.



REGIÓN DE ÁTICA



REGIÓN DE CRETA



REGIÓN DE GRECIA OCCIDENTAL



SAPOUNTZOGLU AR. MARKOS



SCHOTMAN S. A.



SOULIS S. A.



THE KING OF ASPARAGUS



THRACE GREENHOUSES



TSIATSMAS FRUITS



TSICHLAKIDIS PANAGIOTIS LTD



VALENCIA FRUITS



VELVITA BY ASEPOP VELVENTOS



VITA CHEMIE SMPC



VIVEROS BROKAW ESPAÑA



VSPOTATOES





El Congreso concluyó con una gran asistencia y un gran interés por parte del público. / JULIA LUZ



Los asistentes trasladaron sus dudas a los ponentes durante la Mesa Redonda. / JULIA LUZ

El Congreso Internacional de Cítricos lleva las últimas novedades del sector a Freskon

Organizado por TIF-Helexpo y la revista Froutonea, el congreso se celebró el domingo 23 de abril en el marco de la feria hortofrutícola

► JULIA LUZ. TESALÓNICA.

Cada año un tema diferente centra el Congreso Internacional que se celebra en la feria hortofrutícola Freskon. Esta edición ha puesto a los cítricos en el punto de mira, ya que la convención se centró en los últimos avances en la producción y comercialización de cítricos.

Celebrado el domingo 23 en la zona de eventos de Freskon y organizado por TIF-Helexpo y la revista Froutonea, el Congreso Internacional de Cítricos concluyó con una gran asistencia y un gran interés por parte del público, pues profesionales de toda la cadena de valor de los cítricos asistieron a las intervenciones de empresarios y profesionales del sector griegos y extranjeros de renombre internacional.

Con el objetivo de fomentar la colaboración entre los países productores de cítricos de la Unión Europea, analizar los problemas a los que se enfrenta el sector y, a través de un fértil debate y mesas redondas, presentar propuestas para lograr que el futuro del sector cítrico sea próspero y longevo, el Congreso estuvo dividido en cuatro partes para abarcar todos los ángulos y cuestiones del sector cítrico.

■ LA CITRICULTURA EN GRECIA

El primer tramo estuvo dedicado a “La identidad del sector cítrico griego”, donde el doctor Vasileios Ziogas, investigador asociado en el ámbito de la citricultura, presentó una visión general de la estructura actual de los cítricos en el territorio griego y de su posición en el mapa productivo en general.

Ziogas expuso los proyectos de mejora e innovación en los que se encuentra inmerso el sector. Entre ellos destacó el desarrollo de dos nuevas variedades de naranja y limón, el laboratorio de rescate “GoCitrus” para la recuperación de variedades nativas, su identificación genética y sus características, y el proyecto “Citrus Q” para el estudio de las variedades más comerciales.

No obstante, también manifestó los principales retos y preocupaciones que se imponen ante la citricultura griega. En naranja señaló una fuerte disminución de la producción por la falta de nuevas variedades y la pérdida de rendimiento por los campos envejecidos. Por lo que respecta al limón, explicó la necesidad de cultivar variedades de verano pues es un espacio de tiempo donde se ven obligados a importar debido a la carencia de producción propia. Finalmente, si bien destacó un aumento de la producción de mandarina, también



El consultor Paco Borrás analizó la evolución de la producción de cítricos a nivel mundial. / FROUTONEA

subrayó la necesidad de una reestructuración de cultivos y variedades.

El investigador finalizó su ponencia haciendo un llamamiento al progreso del sector, a plantar nuevos árboles y a la búsqueda de nuevas variedades. A utilizar el marketing apropiado para impulsar los cítricos griegos y a que los profesionales del sector puedan tener una formación más específica para tratar con los futuros retos de la citricultura.

■ COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

La sección sobre “Los cítricos y el comportamiento del consumidor” corrió a cargo del consultor hortofrutícola independiente, Paco Borrás, y del presidente de Freshfel Europa, Salvo Laudani. Ambos radiografiaron el panorama actual del sector cítrico, abarcando desde la evolución de los países productores y comercializadores hasta las nuevas preferencias de los consumidores y las medidas más asertivas para fomentar y estimular el consumo de frutas y hortalizas entre las nuevas generaciones.

Paco Borrás aportó datos y estadísticas de la producción y comercialización

Profesionales de toda la cadena asistieron a las intervenciones de empresarios y profesionales del sector griego y extranjeros de renombre internacional

El Congreso estuvo dividido en cuatro partes, desde una radiografía al sector de cítricos griego hasta una visión a la citricultura del futuro, pasando por el consumo y la postcosecha

de cítricos a nivel mundial, donde destacó el crecimiento de Egipto, Turquía y Marruecos en ambos aspectos, y subrayó el papel de los Países Bajos como líder en reexportación. Además, mostró las previsiones del hemisferio sur que, si bien la producción total se augura un 1,4% menor que el año precedente, se prevé un crecimiento del 4% de la exportación con Sudáfrica, Chile y Bolivia a la cabeza.

A nivel de producto, el consultor advirtió de un crecimiento de la demanda de las mandarinas en detrimento de las naranjas.

Por su parte, Salvo Laudani se centró en el consumo de frutas y hortalizas frescas en los países europeos donde destacó una preocupante caída. A lo largo de su ponencia, el presidente de Freshfel Europa aportó datos muy preocupantes, como por ejemplo, que un 34% de los consumidores de la UE no consume ninguna porción de fruta y otro 55% no alcanza las cinco porciones diarias recomendadas. Además, hizo hincapié en que las familias menores de 35 años son las que compran menos frutas y verduras, algo alarmante ya que “las generaciones más jóvenes son los consumidores del mañana y se deben hacer más esfuerzos para

educar e introducir a los jóvenes en la versatilidad y cualidades de las frutas y verduras frescas”.

Si bien el contexto inflacionista actual es otro obstáculo para fomentar el consumo, Laudani no lo señaló como el principal y sí enumeró una serie de percepciones erróneas sobre las frutas y hortalizas que dificultan el impulso de su consumo. En este sentido, aseguró que “necesitamos contrarrestar la percepción errónea de que las frutas y verduras son caras. El sector necesita reforzar su mensaje para demostrar que opera dentro de un formato de sistemas alimentarios sostenibles para ofrecer productos asequibles, nutritivos y saludables”. Para el presidente de Freshfel, crear experiencias, invertir en comunicación y elaborar un *storytelling* con el producto es clave para potenciar y fomentar el consumo de frutas y hortalizas.

■ POSTCOSECHA EN CÍTRICOS

El director técnico de FLC Technologies, Ernesto Conesa, y el técnico de Agro-Fresh EMEA, Carles Domenech, fueron los encargados de la tercera parte del Congreso, dedicada a la postcosecha de cítricos. Ambos repasaron el proceso punto por punto, desde los momentos críticos del fruto antes de su recolección hasta los mejores productos para aumentar su frescura y vida útil, pasando por la manipulación necesaria para minimizar pérdidas.

Para profundizar y aportar detalles más concretos, la investigadora principal del Laboratorio de Micología del IMF, Irene Vloutoglou, hizo una charla sobre la detección de cepas resistentes de *Penicillium* en almacenes de cítricos, el diagnóstico precoz de las enfermedades y el control fitosanitario las plantas importadas y exportadas.

■ INNOVACIÓN AL SERVICIO DE LA CITRICULTURA

El Congreso finalizó con una sección dedicada al futuro, a los próximos pasos que debe dar la citricultura a través de la investigación y la aplicación de nuevas tecnologías con el fin de aportar beneficios a productores y distribuidores y, al mismo tiempo, aumentar el rendimiento por hectárea.

José Cuenca Ibáñez, director del consorcio de viveros AVASA, se centró en la importancia no solo de desarrollar nuevas variedades, sino también de la certificación que garantiza la calidad. Destacó las mandarinas Clemenrubí y Mandanova, la primera extratemprana y la segunda *seedless*, dos aspectos clave que marcarán el futuro desarrollo varietal.

El director técnico de Agromillora, Ignasi Iglesias, puso el broche final al Congreso con una ponencia sobre los modelos productivos de intensificación en alta densidad (SHD) y media densidad (MD) en cítricos como propuestas para una producción más eficiente y sostenible, que permite reducir los costes de producción y mejorar la calidad y la productividad. Todo enfocado hacia el camino a la fruticultura de precisión o, también llamada, la agricultura 4.0.