



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.

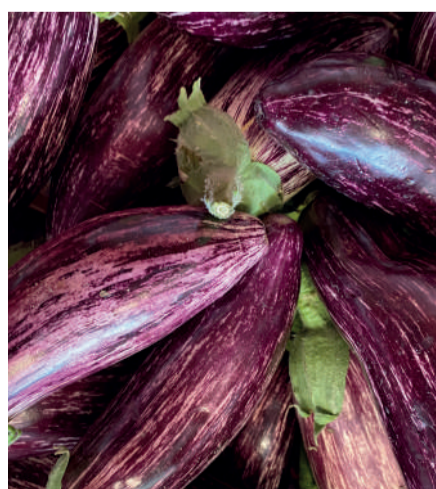
Aunque pudiera pensarse que esta isla, la quinta en superficie del Mediterráneo, tiene su principal fuente de ingresos en el turismo, lo cierto es que la producción agrícola se mantiene como su principal actividad económica, mientras que el turismo va ganando peso en la economía local.

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 Froutonea, 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 Froutonea 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 Froutonea 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 Froutona, 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 Froutona, 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.