Proexport y Hortyfruta se alían para promocionar las hortalizas españolas en Europa

Noticias

Las dos organizaciones agrarias, que representan el 56% de la exportación española, presentan un plan destinado a recuperar la confianza de los consumidores europeos.

PROEXPORT y HORTYFRUTA han unido sus fuerzas en la defensa del sector hortofrutícola nacional, para presentar un plan de promoción conjunta al Ministerio de Medio Ambiente, Medio Rural y Marino que recupere la confianza del consumidor europeo en las frutas y hortalizas españolas.

Ante una situación de caída generalizada en los precios de los productos hortofrutícolas españoles en Europa y el descenso del consumo de verduras como consecuencia de las crisis del E.Coli, PROEXPORT y HORTYFRUTA, organizaciones que representan el 56% de la exportación española en productos como berenjena, brócoli, coliflor, calabacín, judía verde, lechuga, melón, pepino, pimiento, sandía y tomate, se han unido para restaurar la confianza del consumidor europeo a través de la Campaña para la recuperación e incremento del Consumo de Hortalizas en Europa.

El valor de la exportación española descendió hasta un 50% en determinados momentos de la pasada campaña hortícola y llevamos tres meses con un 25% menos de ventas. Esta crisis ha provocado también una desastrosa situación en la campaña de fruta de hueso y ha sido la peor campaña de melón y sandía que recuerdo. No podemos seguir a la espera, los productores españoles debemos defender la imagen de nuestro sector y por eso es necesaria una amplia acción de promoción en los países de destino. Todo el sector hortícola de Murcia y Andalucía, que representa más del 80% de la exportación nacional, debería sumarse a esta acción de promoción, ha indicado el presidente de PROEXPORT, Juan Marín Bravo, quien ha invitado a participar a todas las empresas agrarias de Murcia y Andalucía.

El próximo 16 de septiembre el Ministerio presentará ante la UE el programa de promoción que propone España y esperamos que tenga en cuenta que el consumo en el mercado exterior es el que se ha resentido y hay que dirigirse al consumidor que ha perdido la confianza en la seguridad de de nuestras frutas y hortalizas, ha remarcado la gerente de HORTYFRUTA, María José Pardo.

Campaña de promoción en Europa

La campaña presentada por PROEXPORT y HORTYFRUTA está destinada a los mercados en los que ha habido repercusiones directas debido al brote infeccioso de E. coli, siendo Alemania el objetivo principal, junto a Reino Unido y Austria. Estos destinos suponen el 41% de las exportaciones hortícolas españolas.

Hemos presentado una propuesta rigurosa y ambiciosa y esperamos que el Ministerio nos apoye para que llegue a buen fin en Europa, ha señalado el director de PROEXPORT, Fernando P. Gómez. Las dos organizaciones aportarán 600.000 euros a un proyecto estimado en 3 millones de euros a tres años y destinado al consumidor.

Caída del valor de la exportación

El valor de la exportación española de frutas y hortalizas en el mes de junio cayó un 10% con relación al mismo mes del año anterior. Este descenso se produjo principalmente en hortalizas, cuyo valor en junio se redujo un 17%, aunque en productos como tomate el valor descendió hasta un 47%, en pimiento un 33%, en pepino un 56% y en coles un 32%.

La Asociación de Productores-Exportadores de Frutas y Hortalizas de la Región de Murcia (PROEXPORT), aglutina a 53 grupos de empresas y cooperativas líderes en la exportación de frutas y hortalizas en la Región de Murcia. Los asociados de PROEXPORT comercializan cerca del millón de toneladas de tomate, lechuga, brócoli, coliflor, melón, sandía y otras hortalizas, dando empleo directo a más de 20,000 trabajadores. PROEXPORT concentra más del 60% del total de la producción y exportación regional de los productos mencionados, lo que la convierte en motor de impulso de la economía regional. La Asociación agrupa a empresas agrarias, cooperativas, consorcios de exportación y alhóndigas (subastas). Su objetivo básico es la defensa de la rentabilidad de las producciones de sus empresas asociadas y por ello trabaja en la modernización tanto del marco legal, como de las estructuras agrarias de producción y comercialización sectorial.

HORTYFRUTA (Organización Interprofesional de Frutas y Hortalizas de Andalucía) representa a la producción y comercialización de productos hortofrutícolas de Andalucía, cuyas entidades asociadas representan a empresas que comercializan más de 1.600.000 toneladas por campaña de pimiento, tomate, calabacín, berenjena, melón, judía verde, pepino y sandía. Pertenecen a la interprofesional las siguientes organizaciones profesionales agrarias: ASAJA, APROA, FAECA, COAG, UPA. También forman parte de HORTYFRUTA, en el Colegio de Comercialización: la Asociación de Comercializadores Alhondiguistas de Frutas y Hortalizas de Andalucía, la Asociación de Cooperativas de Granada, COEXPHAL, APROA, Asociación Provincial de Cooperativas Agrarias de Sevilla y FAECA. Creada en 2007 con los siguientes objetivos: fomentar la mejora de la calidad de los productos, mejorar la sanidad vegetal y garantizar una seguridad alimentaria, impulsar la promoción y defensa del producto hortofrutícola, fomentar la defensa del medio ambiente, desarrollar programa de I+D. Desde su creación trabaja en campañas de promoción nacional e internacional, enfocadas principalmente al consumidor alemán e inglés.

Redacción