

Los supermercados mejoran la visibilidad de la naranja autóctona

La crisis del sector genera más conciencia y ello se nota en un mayor protagonismo en los lineales.

La irrupción de países que en los últimos años se han convertido en potencias productoras de cítricos y en competidores directos del sector en Castellón y la Comunitat ha tenido una derivada que ha afectado a los supermercados, pues las organizaciones agrarias han acusado a varias cadenas de falta de sensibilidad por apostar por fruta de orígenes como Sudáfrica en detrimento de la autóctona. La denuncia de la competencia foránea llegó a su cénit en la campaña anterior, y en la actual, recién comenzada, ya se nota una mayor concienciación por parte de algunos de los mayores referentes de la distribución estatal.

Un ejemplo es El Corte Inglés, donde han decidido remarcar con un distintivo aquellas partidas de mandarinas que ya han sido recolectadas en diferentes puntos de España en las últimas semanas. Esta empresa, que trabaja de forma habitual con firmas potentes del sector como Martinavarro o Torres, ha incorporado a los paquetes de cítricos el sello Nueva cosecha nacional.

Además, fuentes de El Corte Inglés confirmaron de forma explícita a Mediterráneo que este año la presencia de naranjas y mandarinas en sus lineales tendrá «mayor protagonismo» fruto de la «sensibilización» y el «afán de proteger el producto nacional».

También Mercadona hizo público hace unos días que «más del 90%» del total de naranjas que comercializan son de origen nacional, y que si estas semanas hay partidas procedentes de Sudáfrica es una «solución temporal» por la falta de producto autóctono. Fuentes del sector cítrico reconocieron que este mes es el más delicado para los supermercados, que deben decidir entre las clementinas tempranas valencianas y las satsumas con las clementinas tardías



del hemisferio sur, que presentan «mejores condiciones organolépticas».

Por su parte, Carrefour ha decidido incluir entre sus ofertas de la última semana clementinas con origen Andalucía y la Comunitat que vende a 1,25 euros/kilo.

Las mismas fuentes empresariales confirmaron que todos estos ejemplos evidencian que existe un cambio de tendencia en la distribución española. «Hay interés en remarcar mucho la diferencia entre fruta la importada y la autóctona, más fresca», indicaron.

En las últimas campañas, concretamente en enero del 2017, el Comité de Gestión de Cítricos salió a la palestra del malestar existente por las denuncias de las organizaciones agrarias y, aunque desmintió la presencia de cítricos sudafricanos en esa época del año, pidió a las empresas de distribución corregir «los errores en el etiquetado», que denunció como un «problema recurrente».

Lien article :

https://www.elperiodicomediterraneo.com/noticias/castellon/supermercados-mejoran-visibility-naranja-autoctona_1251230.html

