El Gobierno impulsa la promoción de cítricos españoles en Canadá

Los Ministerios de Agricultura, Pesca y Alimentación y de Industria, Comercio y Turismo -a través de ICEX- han suscrito un convenio de colaboración para promocionar las naranjas y mandarinas de España en Canadá durante los próximos tres años.

Esta campaña, dotada con 400.000 euros durante todo el periodo de vigencia del acuerdo, será esencial para consolidar la posición de mercado del sector citrícola español y fortalecer su imagen frente a otros competidores internacionales.

La campaña de promoción, que se llevará a cabo en este mercado, pretende posicionar a la naranja y mandarina españolas como un producto de calidad y de referencia tanto frente a consumidores finales como frente a importadores y profesionales del sector.

Para ello, entre otras acciones, se contempla la participación en el Canadian Produce Marketing Association (CPMA), el desarrollo de eventos de relaciones públicas, la colaboración en

actividades dirigidos a los promotores y distribuidores de cítricos en Canadá, la puesta en marcha de acciones de promoción en punto de venta con los supermercados y la promoción del producto en medios convencionales y digitales, utilizando especialmente aquellos próximos a las cadenas de supermercados.

Así, con una duración de tres años, de 2020 hasta 2022, su objetivo final es la consolidación de la imagen de estos cítricos para así impulsar su consumo. Un consumo que se ha incrementado durante estos meses de pandemia, batiendo récords de exportación en marzo. Así, según los datos del Comité de Gestión de Cítricos (CGC), las exportaciones de cítricos durante marzo se elevaron un 15 %, hasta alcanzar casi el medio millón de toneladas, tendencia al alza en la demanda internacional que se mantendrá en los próximos meses.

La exportación de naranjas y mandarinas no han dejado de aumentar desde la entrada en vigor del convenio de libre comercio entre la UE y Canadá (CETA). En 2019 la exportación de naranjas creció en un 60 % y la de mandarinas en más de un 30 %. Canadá se sitúa ya como el primer mercado de destino de los cítricos de España, por delante de Suiza o Noruega. Aunque antes de la entrada en vigor de CETA, el arancel aplicable ya era cero, el nuevo acuerdo ha beneficiado al sector con un protocolo fitosanitario de entrada en el mercado mucho más favorable.

El Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación y el de Industria, Comercio y Turismo se alían para diseñar una estrategia de promoción internacional, y consolidar la imagen de un sector clave en uno de los mercados de mayor potencial para nuestras exportaciones agroalimentarias, con uno de los productos más emblemáticos.