La despensa de frutas y hortalizas de Europa aterriza en febrero en Fruit Logística 2019

La Región de Murcia llegará a Fruit Logística 2019, la feria internacional que se celebra en Berlín del 6 al 8 de febrero, con la mayor oferta hortofrutícola que atesora el continente europeo. El grupo de empresas asociadas a Proexport acude bajo el lema Quality is here (Aquí hay Calidad) con el objetivo de poner en valor la calidad, sostenibilidad, innovación y sabor de las producciones murcianas.

El presidente de Proexport, Juan Marín Bravo, recuerda que “en estas fechas invernales somos la despensa de frutas y hortalizas de Europa. Cuando otros países sufren las inclemencias climatológicas habituales, desde la Región de Murcia seguimos suministrando nuestras verduras a clientes y colaboradores internacionales, gracias a que este rincón el Sureste de España disfruta de mejores temperaturas y agricultores expertos. Es nuestro compromiso mantener el servicio con la mejor calidad y de esta forma regresamos a Berlín, garantizando que en los mercados de toda Europa puedan disfrutar de las mejores frutas y hortalizas también en invierno”.
Marín espera que los contactos comerciales que se establezcan en Fruit Logística ayuden a incorporar nuevos clientes y destinos a la lista de más de cuarenta países a los que ya suministran las empresas de Proexport. “Cuando nos encontramos a mitad de la campaña hortícola es el momento volver a encontrarnos con los responsables de cadenas de distribución, mayoristas, importadores y canal Horeca, además, de presentar nuestra amplia oferta de productos para poder incorporar nuevos clientes”.

Empresas expositoras

25 empresas asociadas a PROEXPORT se desplazan a Berlín como expositoras en Fruit Logística 2018, además de diferentes equipos comerciales que viajarán a la feria para afianzar su posición en el mercado mundial de frutas y hortalizas.
En el espacio de la Región de Murcia (ESPAÑA), ubicado en el Pabellón 18, se encuentra el stand de Proexport (stand B-07) con distintos productores asociados: Agrasa, Agrícola Santa Eulalia, Agromontes, Fruveg, Hortofortini, Kettle Produce, Mercagrisa y Teresa Hermanos. También se ubican con stand propio en el espacio de la Región de Murcia los asociados Agridemur Marketing, Campo de Lorca, Hortiberia, Agromark, Procomel, Verdimed, y Soltir.
Completan la relación de asociados de PROEXPORT que expondrán en otros pabellones de la feria berlinesa las empresas Agroherni, Agromediterránea, Behr Iberia, Difrusa Export/Fruca Marketing/G.H.Paloma, G's España, Murciana de Vegetales, Primaflor y Surinver El Grupo.

La delegación comercial de Proexport en Fruit Logística cuenta con el apoyo del Gobierno Regional y del Plan de Promoción Exterior de las Cámaras de Comercio y el Instituto de Fomento.

Exportaciones de la Región de Murcia

Las exportaciones hortofrutícolas de la Región de Murcia durante la campaña 2017-18 ascendieron a 2.519.865 toneladas, el 20% de toda España, alcanzando un valor de 2.471 millones de euros.

La Región mantiene una posición de liderazgo en la exportación española de una amplia variedad de productos: apio (71,8%), lechuga (70,2%), brócoli y coliflor (70,1%), espinaca (74,4%), endivia y escarola (49%), limón (59,6%), uva de mesa (62,6%) y melón (52,3%). Ocupa además el segundo lugar en alcachofa, acelga, tomate, sandía, ciruela, mandarina, pomelo, diversas hortalizas y fruta de hueso.

Por países, Alemania ha sido un año más el principal destino de las exportaciones hortofrutícolas murcianas con 634.380 toneladas, el 26,3% del total exportado por la Región. Reino Unido es el segundo destino para las frutas y hortalizas murcianas con 482.713 toneladas exportadas, lo que representa el 20% del total. Francia se sitúa en tercer lugar con 400.466 toneladas, el 16,6% de las exportaciones. Fuera del continente europeo, Arabia Saudita y Emiratos Árabes Unidos son los destinos más destacados para las exportaciones hortofrutícolas murcianas.

Para Proexport la ampliación de destinos de exportación, que diversifiquen los clientes internacionales y minimicen las incidencias en destinos tradicionales europeos, tiene en 2019 como objetivos: aprovechar la reducción de aranceles en alcachofa y pimento transformado en el comercio con Estados Unidos, consolidar el mercado chino tras los acuerdos en fruta de hueso y uva de mesa e incorporar al Plan de Promoción Exterior del INFO acciones en India, Nigeria, Sudáfrica y la costa Este de Estados Unidos. Todo ello, sin dejar de mantener los mercados europeos y otras zonas incorporadas en los últimos años como Oriente Medio y Canadá, consolidados a través de las distintas acciones de promoción exterior y acuerdos comerciales con la UE.