La uva embolsada del Vinalopó comienza a llegar a los mercados

Se inicia la campaña de la DO Uva de Mesa Embolsada del Vinalopó con estabilidad en la producción inscrita en campo y buenas perspectivas en los mercados.

Desde el pasado **20 de agosto los consumidores ya pueden encontrar o solicitar en sus establecimientos habituales de compra la Uva Embolsada del Vinalopó con DOP**. De momento, solo se están cosechando las variedades más tempranas como Victoria, pero en breve ya se empezará con la emblemática “Ideal” (moscatel italiano), Doña María o Red Globe.

Tras una campaña 2020 marcada por la “normalidad” en los mercados y en las condiciones climáticas, **los productores de uva de mesa embolsada del Vinalopó con DOP afrontan una campaña 2021 con cierta incertidumbre.** “No sabemos cómo van a responder los mercados en un contexto tan cambiante y volátil como es el que sufrimos por la pandemia. El año pasado, el aumento del tiempo de permanencia en el hogar hizo que se incrementara el consumo de frutas

como la uva, pero creemos que este año hay más fluctuación", afirman desde el Consejo Regulador.

No obstante, desde la DOP se quiere lanzar un mensaje optimista, ya que **la producción inscrita en este 2021, más de 40 millones de kg, es similar a la propia de 2020, pese a que se espera una menor cosecha debido a los fenómenos climáticos acaecidos en la primavera**, que afectaron principalmente a la variedad "Aledo", la más tardía. Así, el hecho de que la inscripción en Denominación de Origen esté estabilizada, pese a cuestiones como las nefastas condiciones de contratación del seguro agrario –ambas inscripciones suelen hacerse simultáneamente- es un aspecto positivo.

Desde la DOP Uva de Mesa Embolsada del Vinalopó afirman que "no es bueno lanzar mensajes excesivamente optimistas, pero tampoco catastrofistas; la situación no es sencilla, pero también se debe poner de manifiesto que **contamos con una herramienta fundamental en términos de comercialización, como es una Denominación de Origen, que nos permite diferenciarnos en los mercados y tener un mejor posicionamiento**. Sentimos que muchas veces esta herramienta se infrautiliza a lo largo de la cadena de valor, normalmente por desconocimiento, así que ese es nuestro principal desafío para esta campaña".

Además, hay que tener en cuenta que la pandemia ha cambiado radicalmente la perspectiva de los consumidores y sus exigencias. Estos están cada vez están más informados y comprometidos y son conscientes del valor añadido que otorga un sello como el de Denominación de Origen.

Desde la DOP insisten que solo por esta vía de la diferenciación y con una apuesta clara por la excelente calidad se logrará un sector sostenible en el medio plazo: "nosotros representamos a más de 300 pequeños y medianos agricultores y comercializadores vinculados a un territorio de unas 1.600 ha". **Sistemas productivos como este –anclados inequívocamente a un territorio y con un sistema de producción único en el mundo que hace posible su diferenciación en los mercados- están cada vez más amenazados por la "uberización" del sector agrario, que pretende la homogeneización de las producciones y la "desestacionalización" de las mismas**.

Para hacer frente a amenazas como esta, es importante lograr que el sector sea capaz de aunar dos enfoques productivos que erróneamente son considerados como incompatibles: el mantenimiento de variedades o técnicas de producción tradicionales, como el embolsado; y la innovación en cuestiones como los procesos de gestión o la eficiencia en el uso de los inputs productivos, para lograr mayores rentabilidades. **"A nuestro entender, el saber de dónde venimos y tener unas bases de producción consolidadas, nos hace ser más fuertes y nos permite seleccionar debidamente las tendencias más interesantes"**.

En el medio plazo no se descartan modificaciones del Pliego de Condiciones para la ampliación de variedades u otros aspectos relativos a la calidad del producto, pero son cuestiones que

deben hacerse con un estudio técnico previo que ratifique los impactos positivos que dichas modificaciones tendrán en cada uno de los atributos considerados a la hora de certificar el producto final.

Presentación oficial de la campaña

La presentación de esta nueva y desafiante campaña de 2021 tendrá lugar en el municipio de Hondón de las Nieves el próximo día 2 de septiembre, en un acto que estará presidido por la Consellera de Agricultura, Desarrollo Rural, Emergencia Climática y Transición Ecológica, Mireia Mollà Herrera, y contará con la asistencia del Presidente de la Diputación Provincial de Alicante, Carlos Mazón, entre otras autoridades. El acto, que se celebrará íntegramente al aire libre y de nuevo contará con un aforo reducido respecto a las ediciones previas a la pandemia, supondrá el pistoletazo de salida institucional para la comercialización de esta uva única con Denominación de Origen, que el embolsado y el esfuerzo de sus agricultores y agricultoras por producirla hacen que sea “la uva mejor protegida el mundo”.