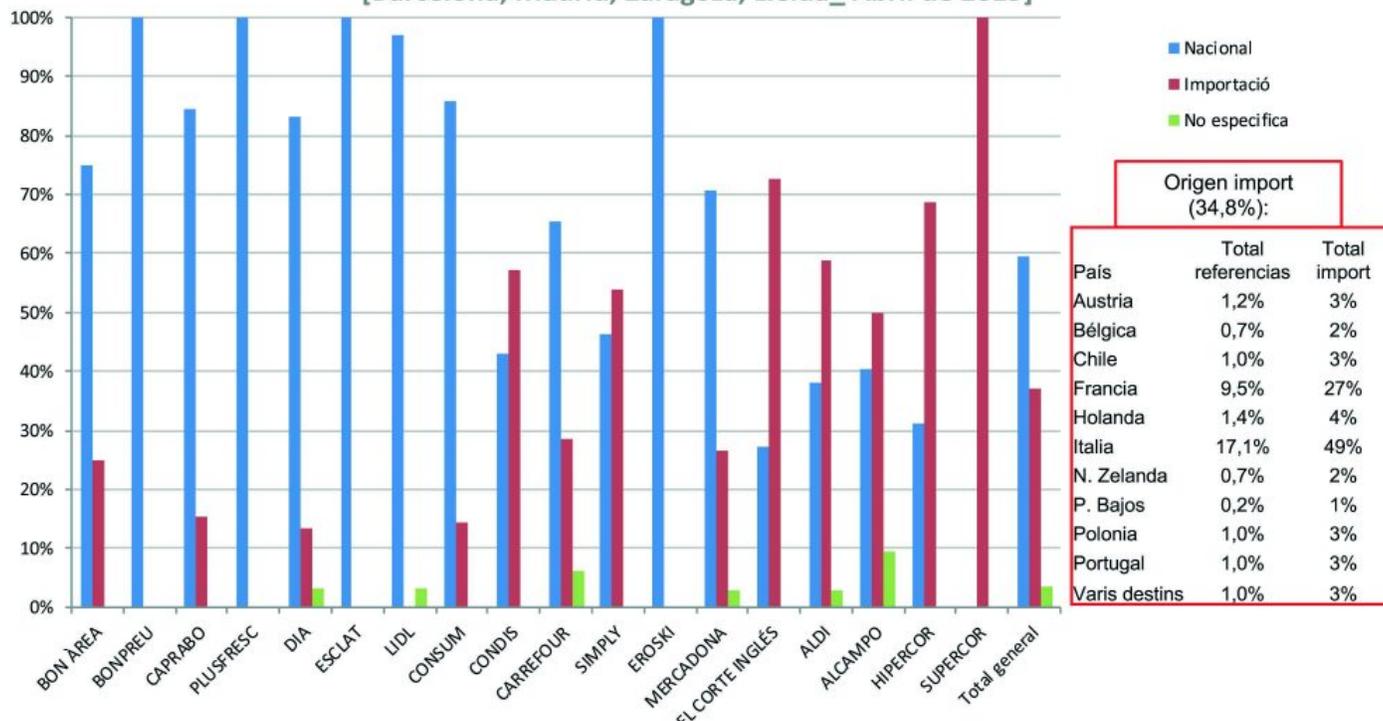


La distribución en España apuesta por la manzana nacional



MANZANA- Distribución de orígenes de las referencias observadas en diferentes puntos de venta

[Barcelona, Madrid, Zaragoza, Lleida_ Abril de 2019]



El **Infolineal**, un informe elaborado por [Afrucat](#), detecta un cambio de tendencia que mejora el posicionamiento de la manzana nacional: tres de cada cinco manzanas de los lineales de los supermercados españoles son de origen nacional.

La manzana española ya representa más del 65% del total de la que está a la venta gracias a un cambio en el posicionamiento de la manzana nacional en los lineales de los supermercados que se ha detectado en los últimos cinco años.

Según **Joan Serentill, presidente del Comité de fruta de pepita de FEPEX**: “Mientras en el primer Infolineal que se publicó en el año 2015 una de cada dos manzanas consumidas en España eran de importación, **los datos recogidos este mismo mes confirman el cambio que se ha operado en muchas cadenas que han apostado por lo nacional** y que han conseguido que en estos momentos **tres de cada cinco manzanas consumidas en el Estado sean de origen nacional**. Bajando en más de 20 puntos la presencia de manzana de importación en los

lineales”.

Serentill ha afirmado que, “nos alegramos del giro que han dado muchas cadenas, sobretodo las de capital nacional, favoreciendo a nuestro producto, pero, a pesar de lo positivo de la noticia, **tenemos que esperar a ver si se consolida en los próximos años**”.

Para **Manel Simon, director general de Afrucat**, “estos datos responden no sólo a un **nuevo comportamiento del consumidor** que prefiere la propio sino también **al trabajo del sector que ha renovado plantaciones** con clones más adaptados ofreciendo así una manzana de más calidad y más competitiva”.

Los datos que muestra el Infolienal **respecto a la pera no han variado prácticamente en estos años con un predominio de la pera nacional en los supermercados del 80%**.

Por otro lado, el **Comité de fruta de pepita ha analizado la situación de la campaña de manzana y pera** definiéndola como una campaña lenta y pesada, con poca demanda y con precios estables desde principios de año que, en **el caso de la manzana, no cubren los gastos. A pesar de que la situación para la pera es mejor no se puede hablar de que sea buena** ya que los precios pagan los costes sin dejar apenas beneficios.