

Escrito por Ignasi Iglesias, para la revista Fruticultura

Los pasados 19 i 20 de noviembre de 2015 tuvo lugar en Ferrara el 8º Congreso Mundial de la pera INTERPERA. Se organizó conjuntamente por AREFLH (Assembly of the European Regions producing Fruit, Vegetables and Ornamental Plants), FuturPera, Orgnizazione Inperprofesionle PERA (OI pera), la Ferrara Fiere Congressi y Bologna Fiere Group, en el marco del primer y nuevo salón europeo dedicado a la pera y que se denomina FuturPera (www.futurpera.com). El congreso tuvo lugar en las instalaciones de la Fiera de Ferrara (Emilia Romagna, Italia), la región productora de pera más importante de Europa y conocida por su variedad 'Abate Fetel'. El objetivo del congreso sigue siendo reunir entorno a las temáticas técnicas y económicas los actores más importantes de toda la cadena de valor desde la producción hasta el consumidor. La sesión preparatoria se celebró en Santarem (Portugal) en 2014, mientras que INTERPERA-2013 (6º Congreso) tuvo lugar en General Roca (Alto Valle, Argentina).

El congreso contó con una amplia participación de público, llegándose a registrar hasta 360 asistentes y la participación de más de 45 ponentes de 12 países. Paralelamente y en el mismo salón se organizó por el CRPV, FuturPera y el patrocinio de *Italus Hortus* una muestra pomológica con 146 variedades comerciales de manzana y 67 de pera procedentes de Agrion, Astra, Centro de Laimburg, CIV, Crea (Caserta i Forlì), DCA-Universidad de Bologna, New Plant i Veneto Agricoltura.

El día anterior al simposio, **18 de noviembre**, tuvo lugar en la Fondazione F.lli Navarra (Ferrara) un encuentro de 10 institutos/centros de investigación europeos (Wageningen, PC Fruit, INRA, La Moriniere, La Pugere, Fondazione F. lli Navarra, CRPV, St. Michele, DCA-Universta di Bologna, IRTA), donde se presentaron las líneas de investigación sobre la pera en curso en los diferentes países y su transferencia para abordar los problemas planteados por el sector. De entre estas actividades comunes, para desarrollar en el futuro se señalaron las siguientes: innovación en variedades y portainjertos, el diseño y manejo de las plantaciones, la sostenibilidad de la protección del cultivo, la lucha contra plagas emergentes, el control de enfermedades en poscosecha, la nutrición y la irrigación. Toda la actividad realizada deberá permitir generar conocimientos y transferirlos de forma rápida y eficiente al sector productor para dar solución a los principales problemas planteados. Se acordó la constitución de un grupo de trabajo focalizado en pera que podría agregarse a los ya constituidos en el marco de EUFRIN. El objetivo: mejorar la eficacia y disponer de recursos gracias a la presentación de proyectos en convocatorias competitivas de proyectos europeos en el marco del horizonte 2020 de la UE.

Tras la inauguración del simposio se iniciaron las ponencias con la presentación sobre la misión técnica a Suráfrica organizada por la AREFLH a cargo de la P. Panegos y de L. Trentini. Dicha misión técnica tuvo por objetivo preparar el que será el 9º Congreso mundial INTERPERA en noviembre de 2016. Este país cuenta con una superficie dedicada al peral de 12.200 ha y una producción anual de 414.000 ton en 2014 de las cuales el 48% fueron exportadas principalmente a la UE y Rusia.

A continuación se realizó el avance de la producción de pera en 2015 en el hemisferio norte y las previsiones para la campaña 2015-2016 a cargo de i de Manel Simón de AFRUCAT (España) y de Elisa Macchi del CSO (Italia). La producción prevista para el año 2015 en la UE será de 2.343.000 ton, es decir un 3% menos con respecto al 2014 con 2.425.000 t. La producción de la UE desde

2000 a 2015 ha disminuido un 11% mientras que las exportaciones se han incrementado en un 84%. Los principales países exportadores son Holanda y Bélgica con alrededor de 300.000 ton. cada país en la campaña 2014-2015.

Posteriormente tuvo lugar una mesa redonda con reflexiones acerca de la producción y de los stocks para la campaña 2015-2016 de los diferentes operadores comerciales de peras del hemisferio norte: Estados Unidos (K. Moffitt, US Pear Bureau); Italy (G. Ferri, Naturitalia); Bélgica (P. Appeltans, VBT); Francia (V. Guerin, AOPN Pomme Poire); Portugal (C. Rosario, ANP) y España (J. Serentill, AFRUCAT). De las diferentes intervenciones pudo deducirse que cada país tiene una estructura comercial específica que responde a una situación productiva basada en variedades muy concretas en cada país y con especificidades y preferencias de los consumidores también diferentes. Así en Europa las variedades ‘Conference’, ‘Abate Fetel’, ‘Williams’, ‘Dr. J. Guyot’, ‘Rocha’, ‘Blanquilla’ y ‘Ercolini’ constituyen la base de la producción aunque cada país presente su distribución varietal específica. De forma similar ocurre en Estados Unidos donde las variedades ‘Barlett’/‘Williams’ i ‘Anjou’ aportan más del 90% de la producción, que oscila entre 600.000 y 700.000 ton., con tendencia a la disminución y donde la innovación varietal, al igual que en Europa, ha sido prácticamente inexistente.

Se presentaron también las producciones, stocks para la campaña 2015-2016, así como las tendencias de las exportaciones para el hemisferio a cargo del M.A. Giacinti (Argentina y Chile) y de la M. Kotze (Suráfrica). Con respecto a Argentina y Chile la producción sigue en retroceso, situándose cerca de 700.000 ton. para Argentina y próxima a las 300.000 ton. En el caso de Chile. Las exportaciones de pera de Argentina hacia la UE, Rusia y Brasil muestra una tendencia a la baja ocasionado en gran parte por las paridades monetarias de las monedas de los países de destino con el dólar. Así la depreciación a lo largo de 2014 y de 2015 del euro, del rublo ruso y del real brasileño se ha traducido en un encarecimiento de las exportaciones argentinas y en menor medida de las chilenas y por tanto una pérdida importante de competitividad. Como ejemplo basta citar que de las cantidades máximas exportadas por Argentina hacia la UE en 2009 fueron de 165.000 ton., frente a las 63.000 ton. del año 2015. Sin embargo éstas se han mantenido más o menos estables en el caso de Chile con un volumen medio anual exportado de entre 40.000 y 60.000 ton. Como estrategias de futuro se propone reorientar las ventas en el caso de Argentina y las variedades en el caso de Chile. La evolución del tipo de cambio monetario será el factor que más afectará a las exportaciones del hemisferio sur hacia países terceros en los próximos años. En el caso de Suráfrica las variedades ‘Packhams’, ‘Abate Fetel’ y ‘Forelle’ son las que muestran una tendencia al aumento de las producciones junto a la nueva variedad ‘Cheeky’ que es la más plantada de entre las nuevas variedades. Con respecto a las exportaciones el principal destino sigue siendo la UE con el 52% del volumen exportado seguido por el medio este y por el lejano este. El mayor incremento de las exportaciones y las mejores perspectivas de futuro se están dando hacia el medio este.

Se presentaron dos nuevas organizaciones de productores creadas recientemente en la región de Emilia Romagna (Italia): Opera i Origine, que van asociadas a la creación, desarrollo y promoción de marcas propias con un objetivo común: comunicar, promocionar, ofrecer un producto de alta calidad e identificable para optimizar la satisfacción del consumidor y fidelizar su consumo. La primera, Opera, agrupa más de 200.000 ton., únicamente de pera, procedentes de 7.500 has, 12 empresas y más de 1.000 productores de 10 variedades, siendo la más importante ‘Abate Fetel’. El director general es el Sr. L. Granata, quien destacó que se trata de la primera marca de pera creada a nivel mundial para la promoción y valorización de este tipo de fruta. La segunda Origine, con una producción de 100.000 ton. de pera i 120.000 ton. de kiwi, la han constituido 9 empresas, todas con amplia experiencia en el sector. La primera gran novedad a nivel varietal es que esta organización ha adquirido los derechos para su cultivo en Europa y comercialización a escala mundial de la nueva variedad de kiwi de pulpa roja HFR-18. El objetivo es favorecer la innovación, la promoción y el desarrollo de un producto de excelencia a través de nuevas variedades y nuevos mercados. El responsable del grupo es el Sr. I. Bastoni.

La jornada de la tarde del día 19 de noviembre se dedicó en primer lugar a la innovación y al consumo. El Prof. Toselli de la Universidad de Bologna (Unibo) destacó diferentes aspectos de tecnología del cultivo y como mejorarla en los apartados de nuevas variedades, tecnología del cultivo (sistemas de conducción y de formación como la superplantación, riego, fertilización, mantenimiento del suelo, reutilización de compost, etc.), calidad organoléptica, satisfacción del consumidor y promoción. Complementariamente el Dr. C. Pirazzoli (UNIBO) expuso diferentes aspectos relacionados con los intercambios comerciales, tecnologías de expedición y transporte para el acceso al mercado. Con respecto a las exportaciones destacó el incremento de las extra UE desde 2005, destacando Bielorrusia, Hong Kong y Brasil. Contrariamente disminuyeron hacia Estados Unidos, México y Canadá. Con respecto a los precios de las exportaciones de pera de la UE hacia terceros países (período 2005-2014), la mejor cotización correspondió a Oriente medio y la menor a Rumanía. Con respecto a los costes de la logística, se agrupan en acondicionamiento en central, mediación, transporte y costes varios de postransporte, siendo el acondicionamiento y el transporte los más importantes. El coste total de logística para la distribución en Europa oscila entre 42-58 cts €/kg, mientras que para ultra mar (Extremo Oriente, Medio Oriente, Norteamérica y Suramérica) entre 0,62 y 0,78 cts €/kg. Sobre el precio final que paga el consumidor, los costes de logística representan el 40% del valor del producto y entre el 80-100% con respecto a los costes de producción.

En la mesa redonda posterior se expusieron por representantes de diversos países (F. Lowette, BFV-Bélgica, S. Rubbi, CSO- Italia, J. Serentill, AFRUCAT-España y M. A. Giacinti, MAG-Argentina), las barreras comerciales y sanitarias que afectan a los intercambios comerciales de pera y que frecuentemente, aplicadas por razones políticas, suponen una desventaja para las producciones intracomunitarias y afectan negativamente al libre intercambio a nivel mundial y a la apertura de nuevos mercados.

Posteriormente se realizaron dos intervenciones acerca de la protección del cultivo. La primera frente a una importante plaga emergente el chinche *Brown marmorated Stink*, a cargo de Massimo Bariselli del Servizio Fitosanitario Regione Emilia-Romagna. La segunda sobre el uso de métodos integrados físicos y químicos para una protección de bajo impacto de la variedad 'Abate Fetel' a cargo de F. Galli y M. Mariani de la Fondazione F.lli Navarra y Bayer Cropscience, respectivamente.

La última sesión versó acerca las tendencias de consumo de pera en Europa y en países terceros a cargo de D. Van Doorn de Freshfel. Como se había ya expuesto parcialmente en presentaciones anteriores, el consumo global de pera en países desarrollados tiende a disminuir y en particular en los principales productores. Sin embargo se detectan mercados emergentes con un importante potencial y que muestran un incremento en los últimos años como es el caso de Asia, Oriente Medio y el lejano Este (Japón, etc.).

El día 20 de noviembre se inició con una interesante mesa redonda sobre innovación varietal y tendencias de producción en los principales países productores, concretamente de Bélgica (J. Vercammen, PC Fruit), USA (K. Moffitt, US Pear Bureau), Italia (W. Faedi, CREA), Francia (H. Decrombecque, La Morinière y A. Mehdi, INRA/IRHS), Suráfrica (M. Kotze, Hortgro) y España (I. Iglesias, IRTA). Como comentario global basta apuntar que a pesar de que pueden contabilizarse en más de 55 las nuevas variedades introducidas en los principales países productores de pera europea, ninguna de las mismas ha tenido un impacto significativo a escala comercial. Ello se ha traducido en que los lineales sigan estando ocupados por una paleta varietal similar a la de hace un siglo. Sin duda la alta calidad de muchas de las mismas y el buen conocimiento por el consumidor de pera dificulta el cambio hacia cualquier innovación desconocida. 'Sweet Sensation', 'Dazzling Gold', 'Falstaff', 'Carmen', 'Angelys', 'Q-Tee' (Celina), 'Elliot' (Selena) o 'Cheeky' son algunas de las nuevas variedades introducidas a escala comercial y en desarrollo en diferentes países.

Posteriormente se abordó el papel de la tecnología y en particular de la clasificación de los frutos (A. Benedetti, UNITEC) y de su procesamiento industrial (G. Longanesi, Natura Nova), para mejorar la calidad y promover el consumo de pera.

Seguidamente en otra importante mesa redonda se abordó el papel de las organizaciones interprofesionales en la gestión de la oferta-demanda, en el establecimiento de acciones de mejora de la calidad y de comunicación-promoción para estimular el consumo de pera a escala global. Las entidades y participantes fueron: OI Pera, Emilia-Romagna, G. Amidei (Italia); COHTN, P. Aguas (Portugal); AFRUCAT, M. Simon (España); VBT, F. Appeltans (Bélgica); Pear Bureau, K. Moffit (USA); Gabinete MAG, M. A. Giacinti (Argentina), ORTOFRUTTA ITALIA Organismo Interprofessionale, N. Battelli (Italia), AOPN Pomme Poire, V. Guerin (France).

En la sesión de la tarde la primera parte se dedicó a analizar el efecto del consumo de pera en la salud de los consumidores. En una primera ponencia a cargo de G. Marchetti (Universidad de Ferrara) se expusieron los resultados de diferentes trabajos de investigación que demostraron de forma incontestable las propiedades nutraceuticas de preparados a base de pera. Se ha demostrado su efecto positivo en ensayos “in vivo” en laboratorio en enfermedades como Parkinson, Alzheimer, en determinadas tipos de cáncer, en la hipertensión, en el sobrepeso y en las calcificaciones del hígado a cargo del Prof. F. Fabian. C. Edgardo de la misma universidad expuso el papel que las dietas no convencionales (hipoprotéica, disociada, vegetariana, vegana, ginecología, mediterránea, etc.), ejercen en la salud de los consumidores. Finalmente A. Biagiotti (Sodexo Italia Spa) analizó el rol de la restauración colectiva en el consumo de fruta y en la creación de hábitos saludables en los consumidores.

El último bloque de conferencias del simposio analizó el comportamiento de los consumidores frente a la compra de la pera. Para ello se presentaron por D. Bernabè los resultados de un estudio realizado en el año 2015 por Agri-2000 en colaboración con FuturPera y con el patrocinio de Adama. Para ello se encuestaron vía telemática 601 consumidores de diferentes regiones de Italia, de todos los estratos, dos géneros y diferentes clases de población. El 98% de los encuestados dijo consumir pera al menos una vez por semana. En cuanto a que fruta consume habitualmente, a la pera le correspondió el séptimo lugar después de la mandarina; con solo el 57% de los encuestados y con un mayor porcentaje en los mayores de 50 años. En cuanto a cuál es la razón por la que el 83% de los encuestados consume pera, destacaron en primer lugar el sabor, seguido por su riqueza en fibra. El 58% de la pera se consume en el periodo otoño-invierno con procedencia tanto de supermercados (46%) como de pequeñas tiendas (38%). Los aspectos que más se valoran en el momento de su adquisición son la variedad, el precio y el estado de madurez (el 75% de los encuestados la prefiere madura). ¿Que se espera de una pera de la IGP Emilia Romagna con respecto a otras peras?: se señalaron el elevado estándar de seguridad para el consumidor, el mejor sabor y la alta seguridad para el medio ambiente. En una respuesta múltiple lo que más le interesa al consumidor es la hacienda de procedencia y la sostenibilidad ambiental de los métodos de cultivo utilizados.

Finalmente P. Pagali, director de compras de productos frescos de la cadena de distribución Conad, expuso los resultados acerca del comportamiento del consumidor de pera en el momento de la compra de la misma. Este busca reunir una alta calidad global de producto desde el punto de vista organoléptico y estético a lo que debe ayudar de forma eficiente una comunicación continua, aspecto prácticamente olvidado. Como factor de calidad el estado de maduración óptimo es el que adquiere mayor importancia. También la disponibilidad de un producto de calidad constante e identificable con una marca se considera de vital importancia. Además disponer de un envase atractivo, práctico y con un mínimo impacto ambiental, constituye también una preferencia mayoritaria.

La clausura del simposio corrió a cargo de G. Amidei, presidente de la OI pera, quien a modo de conclusión destacó los principales ejes en los que según el deberá girar el futuro del peral para relanzar su consumo y lograr una mayor penetración en la gama de fruta dulce, tanto en los mercados tradicionales como de países emergentes. Ofrecer un producto de óptima calidad gustativa y sabor, en su punto óptimo de maduración, con una buena presentación y de fácil identificación, son requerimientos constatados por el consumidor, según se expuso a lo largo del simposio. La creación reciente de nuevas organizaciones de productores y el desarrollo de nuevas marcas (Opera, Origine) en la zona más importante de producción de pera de Europa, es una muestra del esfuerzo que se pretende dedicar a este fruto milenario para la segmentación del mercado, con producto de calidad, acompañado de campañas de comunicación y promoción que den lo den a conocer a nuevos consumidores. Este desarrollo marquista será paralelo al desarrollo a escala comercial de nuevas variedades de alta calidad y con presentación y texturas/sabores innovadores (bicolores, etc.), que está teniendo lugar en diversos países del mundo a lo largo de los últimos años. Futurpera y Interpera han demostrado en su primera edición conjunta tras su creación, que pueden ser un instrumento imprescindible de comunicación y de generación de ideas y proyectos innovadores que permitan alcanzar los objetivos anteriormente expuestos.

RELACIÓN DE DIAPOSITIVAS

Diapositivas 1 y 2.- La región de Emilia Romagna (Italia) es la más importante de Europa en la producción de pera. Además cuenta con una IGP, siendo ‘Abate Fetel’ la variedad más emblemática. Los días 19 y 20 de noviembre de 2015 en el marco de la Feria de Ferrara donde se celebró el 8º Symposium internacional INTERPERA se presentó el nuevo salón FuturPera y su primera edición. Será de celebración bianual y destinado a convertirse en la referencia europea del mundo de la pera.

Dispositiva 3.- La primera presentación a cargo de la Sra. Pauline Panegos (AREFLH) dio a conocer las principales características del sector hortofrutícola de Suráfrica y en particular de la pera.

Dispositiva 4.- La primera mesa redonda se dedicó al análisis de las producciones de los principales países productores del hemisferio norte con sus diferentes representantes: Estados Unidos (K. Moffitt, US Pear Bureau); Italia (G. Ferri, Naturitalia); Bélgica (P. Appeltans, VBT); Francia (V. Guerin, AOPN Pomme Poire); Portugal (C. Rosario, ANP) y España (J. Serentill, AFRUCAT) (de derecha a izquierda).

Diapositiva 5.- Mesa redonda sobre las barreras comerciales y sanitarias que afectan a los intercambios comerciales de pera con la participación de representantes de diversos países: F. Lowette (BFV- Bélgica); S. Rubbi (CSO- Italia), J. Serentill (Afrucat, España) y M. A. Giacinti, Argentina) y moderada por J. Dasque (ARFHL).

Diapositiva 6.- Mesa redonda sobre innovación varietal y tendencias de producción en los principales países productores: Bélgica (J. Vercammen, PC Fruit), USA (K. Moffitt, US Pear Bureau), Italia (W. Faedi, CREA), Francia (A. Mehdi, INRA/IRHS Hughes y Decrombecque, La Morinière), Suráfrica (M. Kotze, Hortgro) y España (I. Iglesias, IRTA) (de izquierda a derecha).

Diapositiva 7.- Mesa redonda para analizar el efecto del consumo de pera en la salud de los consumidores por G. Marchetti (Universidad de Ferrara) (izquierda) y la función de la restauración colectiva en el consumo por A. Biagiotti (Sodexo Italia Spa) (derecha).

Diapositiva 8.- En la última sesión y antes de la clausura del Symposium por G. Amidei se presentaron dos estudios sobre el comportamiento de los consumidores en la compra la pera. El primero realizado en Italia

realizado por Agri-2000 y patrocinado por Adama, fue presentado por L. Bernabé. El segundo realizado por Conad fue presentado por P. Pagali.

Diapositiva 9.- El simposio contó con una amplia participación de público de numerosos países, con más de 300 personas en la sesión del día 19 por la tarde.

Diapositiva 10.- En el marco de FuturPera se organizó por el CRPV y con el patrocinio de *Italus Hortus* una muestra pomológica con 146 variedades comerciales de manzana y 67 de pera procedentes de Agrion, Astra, Centro de Laimburg, CIV, Crea (Caserta i Forlì), DCA-Universidad de Bologna, New Plant i Veneto Agricoltura.

Diapositiva 11 y 12.- En Interpera.FuturPera se presentaron dos nuevas organizaciones de productores que con estrategias definidas de creación de marca, de comunicación, promoción y de valorización de la pera: Opera (izquierda) y Origine (derecha).