Tal Amit de la Junta de Producción y Comercialización de Plantas de Israel:

"Jaffa Orri es la mejor mandarina del mundo"

“En mis 30 años de experiencia en el sector de los cítricos, y con mi conocimiento de las muchas variedades existentes, nunca he visto una mejor variedad de mandarina”, dice Tal Amit, de la Junta de Producción y Comercialización de Plantas de Israel, sobre la mandarina Jaffa Orri. "Incluso nuestros competidores lo admiten". Sin embargo, todavía hay algunos problemas con la variedad, como la alternancia.

Esta popular mandarina tardía, aunque sólo se produce comercialmente desde hace diez años, lleva muchos más en desarrollo. "Comenzamos a producir esta nueva variedad a finales de los 70", explica Amit. “A principios de los años 90, plantamos parcelas experimentales para observación, y las pruebas de campo llevaron otros diez a doce años. A partir de la primera mitad de 2000 comenzamos a ver resultados con una de las variedades, y sólo entonces la presentamos a los productores".

Tal dice que los productores tenían sus dudas. "Al principio, hubo algunos problemas con la baja productividad porque la variedad era inmadura, por lo que los árboles todavía no daban buenos frutos", explica. “Lleva su tiempo que los árboles alcancen la madurez. No porque el árbol sea joven, sino porque toda la generación del híbrido es joven. Se requieren varias generaciones de reproducción para que los árboles alcancen una producción estable".

"Sin embargo, encontramos una manera de superar los problemas utilizando todo tipo de métodos agro-técnicos. Cuando los productores vieron que podían obtener entre 30 y 40 toneladas por hectárea, incluso hasta 50 toneladas por hectárea, se convencieron”. La siembra en masa comenzó en 2006/2007, y los primeros volúmenes comerciales de Jaffa Orri fueron producidos en torno a 2008.

Se busca un tipo específico de mandarina

"Buscábamos una mandarina tardía, sin semillas, con un color naranja intenso, una buena calidad interna y una buena vida útil", comenta Amit. Una ventaja adicional, inesperada, es que Jaffa Orri es resistente al hongo Alternaria, cuya enfermedad es un gran problema para la mayoría de las mandarinas y ya ha eliminado algunas variedades del mercado. Incluso Nova y Fortune son susceptibles al hongo. Hoy en día, cada variedad experimental se prueba primero para ver si es resistente a este hongo, antes de verificar otras características y antes de pasar a la segunda etapa".

El impacto del hongo es enorme. Israel solía tener una gran producción de Mineola, pero esa variedad se ha visto reducida por la Alternaria. "Debido a que Mineola es un cruce entre el pomelo y la mandarina, se produce en las mismas zonas que el pomelo", explica Amit. “Cuando Alternaria entró en la zona, tuvimos que arrancar los árboles”. Hay algunos productores que todavía tienen Mineaola en Israel y, en general, es un buen mercado con buenas ganancias para los productores. "Pero si necesitas rociar mucho durante los meses de verano, se consumen todas tus ganancias".

Actualmente, hay 5.000 hectáreas de fincas de Orri en Israel, pero Amit dice que la superficie no aumentará. "También tenemos restricciones sobre lo que se puede etiquetar como Orri Clase I, y la situación ha sido así durante muchos años".

Según Tal, el desarrollo de esta variedad fue financiado por los productores israelíes. “Estaba destinada a ser sólo para los agricultores israelíes. Hoy en día, dado que la variedad es tan popular, recibimos presión de todo tipo de países. Todo el mundo quiere un pedazo del pastel". Agrega que se necesitan más de seis años para obtener los Derechos Europeos de la Plantación (PBR).

“Mientras esperas a que te den los derechos, puede pasar cualquier cosa. No puedes reclamar que tu variedad ha sido robada durante ese período. Obtuvimos la PBR europea en 2013, y sólo a partir de entonces, pudimos comenzar a actuar legalmente contra países que habían obtenido la variedad de forma ilegal y la estaban produciendo comercialmente“ .

"Ahora hay acción", dice. “Hay decisiones judiciales y multas, y las plantaciones ilegales están siendo destruidas”. Según Amit, España, uno de los países que obtuvo ilegalmente esta variedad de mandarina, desde entonces debe pagar derechos por un monto aproximado de 60 millones de euros.

Buscando nuevos productos

El programa de producción está en curso. "Estamos buscando nuevos productos", dice Amit. "Uno de ellos es una mandarina roja". También estamos estudiando un nuevo tipo de pomelo que no interfiera con ciertos medicamentos que se toman para disminuir la presión arterial de las personas”. También hay otras variedades de mandarina en proceso. “Las nuevas variedades son totalmente diferentes, con una forma distinta a la Orri, y algunos dicen que saben aún mejor. Las temporadas también son diferentes, más cortas que la de Orri. También tendrán un nombre distinto para no confundir a los productores y consumidores".

Cuando se le preguntó dónde estaría la marca Orri en el futuro, Orna Inbar, especialista en marketing internacional de Jaffa, dijo: "El plan original era un plan de cinco años, y estamos en el tercero. El primer año se dedicó a la construcción de la infraestructura, el segundo se centró en el marketing digital y B2B. Uno de los principios del plan es que si no hay marketing B2C, entonces el marketing B2B no está justificado, ya que la marca debe centrarse en los consumidores y en la conciencia del producto.

“Este año, hacia el final de la temporada, analizaremos el plan”, continúa. “Si hay algún problema con el marketing, lo solucionaremos. La decisión se tomó después de una pequeña temporada distribuida en todos los mercados con volúmenes reducidos y buenos precios para la confiable variedad. Los valores de Orri Jaffa muestran que alrededor del 70% de las frutas se exportan, donde los mercados de Francia tienen una participación del 45% en los volúmenes totales de exportación".

Los altos rendimientos significan frutas más pequeñas

“Este año va a ser un año de moderado a grande. Normalmente, con un gran volumen anual, se espera que los calibres de la fruta sean más pequeños, cuyas frutas requieren diferentes métodos de venta, diferentes mercados y atención al precio. Por lo tanto, podríamos usar el argumento de que los esfuerzos continuos de marketing están hechos para diferentes situaciones", continúa Orna.

"Uno nunca puede medir los costes de marketing en su situación actual. Hay que seguir invirtiendo en ello, porque, si no lo hacemos, la gente olvidará la marca. Para que siga siendo una marca conocida, se debe invertir en ella continuamente. No sólo se debe gastar mucho dinero en la promoción, sino que mantener la calidad y el nivel alto de brix es esencial", comenta.

¿Cómo será el sector de los cítricos israelíes en 10 años? Amit piensa que será igual que ahora: “Estamos luchando contra la escasez de agua y la falta de tierras en todo el país. También tenemos viejos agricultores sin sucesores”. Los costes de producción también son muy altos en Israel. “Agua, trabajo, tierra: estos tres elementos son mucho más caros aquí. Si dentro de diez años todo está como ahora, seré muy feliz", concluye.

Para más información: www.orrijaffa.com/ (http://www.orrijaffa.com/)

Fecha de publicación : 14/12/2018

© FreshPlaza.es

(http://esp.unitec-group.com/)