

ESTABLECIDAS LAS BASES ENTRE PRODUCTORES Y ENVASADORES PARA EL DESARROLLO DEL SECTOR DE LA PATATA TEMPRANA DE ANDALUCÍA.

LOS AGENTES PRODUCTIVOS Y ENVASADORES TOMAN MEDIDAS ANTE EL MAL COMIENZO DE LA CAMPAÑA DE LA PATATA TEMPRANA.

- **Celebrada una reunión para llegar a acuerdos de colaboración que permitan una mayor estructuración y planificación de la producción de la patata temprana de Andalucía.**
- **A través del diálogo permanente entre ambas partes se espera lograr la estabilidad necesaria para dimensionar productiva e industrialmente el sector según las necesidades del mercado nacional y europeo.**
- **Asimismo, se busca acabar con los desajustes en el ritmo de la recolección de la patata temprana y de la demanda del mercado, mediante la planificación de la producción consensuada entre productores y envasadores.**
- **La patata temprana de Andalucía se encuentra en clara competencia con la patata vieja conservada en cámaras frigoríficas de mucha peor calidad, no provocándose el cambio a la nueva por las presiones de precio en los canales de la distribución.**
- **Paralelamente, el sector de la patata temprana de Andalucía prepara un plan estratégico junto a la Consejería de Agricultura y Pesca para difundir los valores diferenciales frente a la patata vieja conservada en cámaras frigoríficas y establecer medidas para la reestructuración y modernización de éste.**

Sevilla, 25 de mayo de 2009. El pasado día 19 de mayo tuvo lugar en las oficinas de Asociafruit una reunión entre el CIPP (Club Ibérico de Profesionales de la Patata), asociación que reúne a una mayoría cualificada del sector envasador de la patata en España, y el Sector Patata de Asociafruit, con el objetivo de analizar la situación actual del Sector y comenzar a establecer mesas de trabajo entre ambas partes que desemboque, a medio plazo, en una mayor estabilidad de los mercados para la patata temprana así como una colaboración enfocada a la promoción y mejor regulación del sector.

El CIPP es una asociación que integra a las mayores empresas envasadoras de patata en España. Actualmente lo componen unas 14 entidades, con un volumen de negocio de unas 800.000 Tn de patata al año. Para abastecer al mercado nacional, desde noviembre hasta mayo se proveen de patata vieja conservada en cámaras frigoríficas, realizando el cambio a la producción nacional con la cosecha de la patata temprana.

En la mesa de diálogo Asociafruit trasladó la creciente preocupación por el futuro de un sector poco estructurado a nivel nacional, al que se le presentan una serie de retos de cara al futuro que debe solventar con éxito si quiere continuar siendo un referente dentro de la economía agraria del país.

Retos como la necesidad de una reestructuración y modernización del sector, la puesta en valor de la patata temprana frente a la conservada para los consumidores, y la planificación de siembra de forma consensuada con el mercado quedan recogidos en el plan estratégico que la asociación de productores y exportadores de patata temprana está trabajando junto la Consejería de Agricultura y Pesca.

Entre las medidas a desarrollar destaca la creación de una marca colectiva – *Patata Temprana de Andalucía*- que aglutine al sector bajo un exigente protocolo de calidad y ayude a lograr una posición destacada en el mercado nacional y europeo de la patata.

Por parte de CIPP se hizo hincapié en la necesidad de una segmentación de producto según calidades que permita una mejor adecuación a la demanda con distintos precios según tipología y a una mayor transparencia en las operaciones comerciales.

A este respecto Asociafruit puso de relieve el daño que está provocando al sector las malas prácticas en algunos centros de distribución, donde se vende patata vieja de cámara como patata nueva, de temporada, aprovechándose de la confusión generalizada del consumidor final en la diferenciación de una con otra. Por ello, se instará al Ministerio para que la norma de calidad del producto diferencie claramente la patata vieja de la nueva de cara al consumidor, para que no quede duda al respecto.

Ambas organizaciones coincidieron en la necesidad de una planificación de la campaña, práctica habitual en el resto de países europeos, que evite la especulación según disponibilidad de producto, garantizando así una mayor estabilidad en el mercado, clave para el desarrollo del sector.

Para ello, los agentes integrados en el CIPP consideran clave una mayor infraestructura y modernización del sector productivo, debiendo dotarse de cámaras y almacenes que faciliten la progresiva comercialización del producto, adaptándose mejor a las necesidades del mercado. Mientras los productores de patata temprana reclaman un mayor compromiso para establecer contratos vinculantes con el mercado, permitiéndoles planificar de forma óptima los procesos de siembra y cosecha, sin sufrir los efectos de la especulación.

Ante la buena acogida de este encuentro institucional, ambas partes coinciden en señalar la necesidad de establecer un calendario de reuniones, quedando convocada la siguiente después de la siembra, de modo que se pueda ir planificando la próxima campaña en función de su desarrollo.

Para más información: Marta Muela / Óscar Rodríguez +34 954 50 24 01
info@andalusianearlypotatoes.com
www.andalusianearlypotatoes.com