

GOBIERNO DE NAVARRA

ECONOMÍA, HACIENDA, INDUSTRIA Y EMPLEO

CULTURA, TURISMO Y RELACIONES INSTITUCIONALES

PRESIDENCIA, JUSTICIA E INTERIOR

EDUCACION

DESARROLLO RURAL, MEDIO AMBIENTE, Y ADMINISTRACIÓN LOCAL

SALUD

POLÍTICAS SOCIALES

FOMENTO

SEGURIDAD Y EMERGENCIAS

El sector agroalimentario navarro invita a los consumidores a seguir apoyando los productos locales

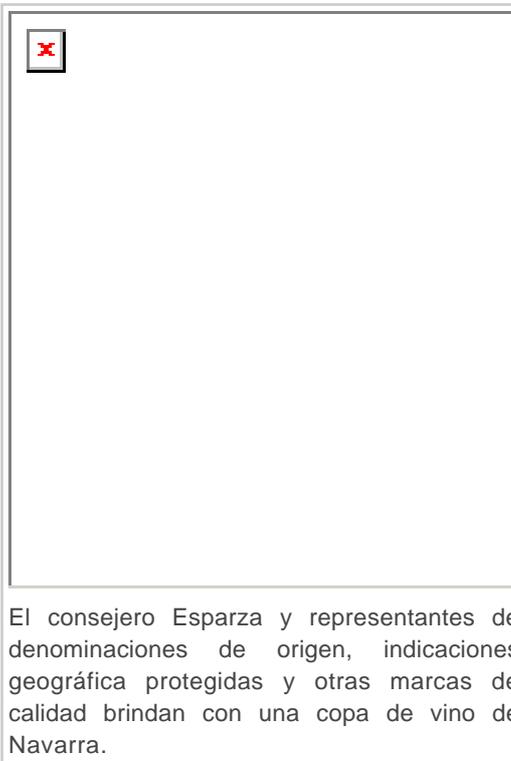
En un acto presidido por el consejero Esparza, se ha destacado que de cada euro aportado a las marcas de calidad retornan 13 euros para el sector primario

Martes, 17 de diciembre de 2013

El sector agroalimentario navarro invita a los consumidores a seguir apoyando los productos locales, ya que de cada euro aportado a las marcas de calidad retornan 13 euros para el sector primario. Así se ha puesto de manifiesto esta mañana en un acto presidido por el consejero de Desarrollo Rural, Medio Ambiente y Administración Local, José Javier Esparza.

Esparza ha destacado que, como consumidores, “tenemos que saber que comprando productos locales, además de que estamos adquiriendo calidad, estamos contribuyendo a crear empleo en el sector primario y, con ello, a mantener población en los núcleos rurales, a vertebrar y equilibrar el territorio, y a conservar nuestros pueblos, nuestros paisajes y nuestras tradiciones, que todos disfrutamos”. Ha subrayado también que su mantenimiento “como hoy lo conocemos” depende, en buena medida, de que “nuestros agricultores y ganaderos tengan trabajo y, para ello, es necesario que consumamos sus productos”.

En el transcurso del acto, celebrado en la sede de INTIA (Instituto Navarro de Tecnologías e Infraestructuras Agroalimentarias, ubicado en Villava, el consejero ha estado acompañado por representantes de once denominaciones de origen, indicaciones geográficas protegidas y otras marcas de calidad para poner de relieve su unidad ante este objetivo común y el papel que desarrollan. También han participado



El consejero Esparza y representantes de denominaciones de origen, indicaciones geográficas protegidas y otras marcas de calidad brindan con una copa de vino de Navarra.

representantes de Unión de Agricultores y Ganaderos de Navarra (UAGN) y de Unión de Cooperativas Agrarias (UCAN).

Esparza ha puesto de manifiesto que se ha constatado que estos productos están teniendo un “mejor comportamiento durante los años de crisis y están sufriendo en menor medida el descenso del consumo”. Se ha referido también a la fuerza de un sector, el primario, que “sigue tirando de la economía navarra, generando beneficios y recursos”, y ha destacado que esta situación “no es así por casualidad, sino que es fruto del esfuerzo, dedicación e inversión en modernización y nuevas tecnologías por parte de una cadena de valor que se consolida y que coloca a Navarra en el mapa, no sólo a nivel nacional sino cada vez más a nivel internacional”. Por último, el consejero también ha puesto de manifiesto la contribución de “nuestros productos agroalimentarios a la notoriedad de la Comunidad Foral, hacer “marca Navarra”, y servir de puerta de entrada a otro tipo de productos”.

Fortaleza de las marcas de calidad

En el caso del Cordero de Navarra, la comercialización desde 2007 se ha multiplicado por cinco, cuando fuera de la IGP (Indicación Geográfica Protegida) el descenso se sitúa en un 28%, y en el de la Ternera de Navarra, dentro de la IGP se mantiene la comercialización en kilos y fuera el descenso se sitúa en un 20%.

Por otro lado, desde 2007 ha aumentado un 10% el número de empresas que apuestan por las marcas de calidad, y estas compañías y el sector productor han incrementado su inversión en marcas de calidad un 8%. Además, se han mantenido todos los sectores productivos y, en algunos casos concretos (vino, aceite, cordero, cava, pacharán y alimentos artesanos), el trabajo de los consejos reguladores ha sido clave para impulsar y mantener las producciones en el sector primario.

A modo de ejemplo, en el caso de Ternera de Navarra se calcula que, si no existiese la IGP se habrían perdido 3.700 vacas nodrizas y habría descendido un 10% el número de explotaciones. En cuanto al cultivo del pacharán navarro, no sólo no existiría sin la IGP, sino que se traduciría en una pérdida importante de ingresos fiscales para las arcas forales.

Otros datos que dan muestra de la fortaleza de las marcas navarras de calidad lo refleja el hecho de que la certificación de la DO del Aceite de Navarra se ha multiplicado por 6 desde 2008 y más del 80% de la producción es virgen extra, o que este año por ejemplo el volumen comercializado de alcachofa de Tudela en fresco va a ser el mayor de su historia en las 33 localidades de la Ribera de Navarra.

En el caso de la agricultura ecológica, el auge experimentado se ha traducido en los últimos años en fuertes crecimientos: un 270% más de superficie de cultivo, un 355% más en número de cabezas y un 8% de incremento del número de operadores de producción ecológica. Además, los alimentos artesanos han aumentado su facturación global un 70% desde 2007 y la venta directa supone el 50% de sus ingresos.

Desde que en 2006 el Gobierno de Navarra creó el sello de calidad “Reyno Gourmet”, esta marca se ha convertido en el estandarte de los productos agroalimentarios de calidad reconocida de la Comunidad Foral.

Quince productos cuentan en Navarra con un importante respaldo nacional y europeo mediante certificados que avalan su calidad, ya sea con denominaciones de origen o indicaciones geográficas protegidas. Es el caso de la IGP Espárrago de Navarra, DOP Pimiento del Piquillo de Lodosa, IGP Alcachofa de Tudela, DOP Roncal Y DOP Idiazabal, IGP's Ternera y Cordero de Navarra, Vino Denominación de Origen Navarra, Vino Denominación de Origen Calificada Rioja, IGP 3 Riberas, IG Pacharán Navarro, DOP Cava, Alimentos Artesanos, Agricultura Ecológica, Producción Integrada, DOP Aceite de Navarra.

A ellos se suman otros productos elaborados en Navarra que cuentan con acreditaciones de sistemas de aseguramiento de la calidad reconocidos a nivel internacional, como BRC, IFS, Global Gap o ISO 22000.