



NOTA DE PRENSA / SECCIÓN ECONOMÍA

Mandarina **Tango**, un éxito mundial en tiempo récord

- Eurosemillas ha diseñado las ventas de licencias de plantación fuera de EEUU para que en menos de cinco años esta mandarina sin semillas sea ya un referente obligado en América, Asia y Europa
- Como se expondrá en Fruit Attraction, es el primer caso en el mundo cítrico en el que se ejecuta una planificación planetaria de la producción, sabiendo combinar las cosechas a contracampaña de los dos hemisferios sin llegar a saturar la oferta
- Eurosemillas lleva desde 1969 lanzando al mercado variedades de indudable éxito comercial en girasol, fresa, frambuesa o espárrago verde

Madrid, 26-10-15.- **Tango**, la mandarina tardía obtenida por la Universidad de California Riverside pero comercializada más allá de EEUU por la española Eurosemillas, pasará a la historia de la citricultura por haber protagonizado la más rápida y planificada expansión comercial de entre todas las mandarinas hoy protegidas en el planeta. El éxito de esta variedad se debe también al escrupuloso cumplimiento de la legislación en materia de obtención vegetal vigente en cada plaza, lo que ha retrasado su salida al mercado en lugares como España pero que ha posibilitado un crecimiento controlado sin necesidad de abordar procesos de regularización masivos de productores ilegales, que tanto dificultan planificar la oferta. Desde que fuera patentada en 2007 para EEUU se han plantado, de hecho, en torno a 4,5 millones de árboles de esta variedad en California hasta el punto de ser en los viveros el líder indiscutible en ventas de mandarinas tardías.

En el resto del planeta, la campaña de desarrollo y comercialización ejecutada por Eurosemillas durante los últimos cinco años ha permitido situarla en tiempo récord como una mandarina de referencia en las principales zonas productoras de los dos hemisferios: en el sur, con México, Perú, Chile, Uruguay y Argentina (Sudamérica) así como Sudáfrica y en el hemisferio norte, en España y en otros países de la cuenca mediterránea así como en China. En cada una de estas potencias cítricas Eurosemillas ha hecho valer su dilatada experiencia en la comercialización de variedades protegidas. No en vano, la que hoy es la primera compañía española por volumen de facturación en gestión de innovaciones vegetales, viene revolucionando el mercado español desde 1969 con la introducción de las primeras variedades de girasol híbridas y más tarde, con lanzamientos tan sonados en su momento como la fresa 'San Andreas', la 'Camaro-sa', el espárrago verde 'D-Paoli' o la frambuesa 'Glenn Lyon'.

El éxito de la más reciente incursión en el mundo de los cítricos de Eurosemillas se ha visto facilitado por las propias bondades de su producto: **Tango** (registrada como *Tang Gold* en España) es una tardía sin semillas, que tampoco provoca problemas de polinización en plantaciones vecinas y que es 'fiable', con una productividad fuera de toda duda y sin las 'sorpresas' desagradables que en ocasiones se comprueban con el desarrollo del frutal (manchado por hongos, producciones alternas, falta de color...). "La Universidad de California Riverside, con la colaboración de Eurosemillas, evaluó **Tango** durante 11 años en más de 2.000 árboles y ni en ése periodo ni durante los últimos ocho años de explotación en EEUU se ha observado anomalía alguna", destaca el director de Innovación de Eurosemillas, José Pellicer.

Durante el último lustro, la estrategia impulsada por la empresa española ha pasado por controlar la rápida expansión de la variedad mientras se propiciaban acuerdos con productores y grandes operadores para tejer una red de distribución comercial mundial que garantizase unos umbrales de rentabilidad máximos para todos los eslabones de la cadena. "Se han planificado los permisos de plantación dados en Sudamérica y Sudáfrica, establecido contactos con grandes comercios para mantener producciones y envíos regulares compatibles con las futuras cosechas del arco mediterráneo y de España, fundamentalmente", explica Pellicer. Al mismo tiempo, la compañía ha apostado por su propio producto y como un cítricol-



tor más, tiene en ejecución un proyecto para plantar con esta variedad unas 300 hectáreas en España, 300 en Chile, 200 en Perú y 200 en Sudáfrica. Además, ha creado una marca propia -Tango Fruit- un sello comercial que incluirá también otras variedades tardías sin semillas, *easy-peeler* (de fácil pelado) y *bee-friendly* (que respetan el papel polinizador clave de las abejas) como *Gold Nugget*, que se presentará en la Pasarela Innova de Fruit Attraction. En último término, se ha implementado un sistema de control y etiquetado de la producción para asegurar el origen legal de la fruta y preservar así la inversión de sus licenciatarios: las remesas que han llegado este verano a Europa desde Sudamérica llevaban este sistema de identificación varietal y las cosechas que se generen a partir de esta temporada en España o Italia también lo harán. El sistema de control incluye marcadores moleculares para distinguir -sin género de dudas- esta variedad sobre las demás así como inspecciones en destino, en los lineales de la gran distribución para así también descargar el control que se ejerce sobre los agricultores.

Toda esta planificación, que por su dimensión planetaria no resiste comparación alguna con el resto de cítricos protegidos hasta ahora conocidos, se difundirá en el transcurso de la gran cita ferial que arrancará el 28 de octubre en Ifema. Eurosemillas, desde su propio stand -en el Pabellón 10, 10G06- trasladará este modelo de gestión inédito y protagonizará una nueva y original campaña de promoción para sus variedades y su marca *Tango Fruit* así como dará a conocer nuevos y relevantes acuerdos con los que consolidar su liderazgo.

Para más información, llamar a Rafael Quilis al 661 20 86 96