



# CAMPANHA 2019/20 COM PREÇOS EXCELENTES E MAIS EXPORTAÇÃO

Não foi uma campanha de produção recorde para os citrinos em Portugal, mas a falta de laranja em todo o Mundo e o maior reconhecimento dos citrinos do Algarve IGP fizeram disparar as exportações, bem como a valorização dos frutos aos produtores. Para um maior sucesso da fileira, pedem-se soluções urgentes para a questão da falta de água e respostas integradas de combate a pragas e doenças.

Ana Gomes Oliveira

Os dados preliminares do Instituto Nacional de Estatística (INE) para a fileira dos citrinos na campanha de 2019/2020 apontam para uma manutenção nos volumes de produção face à campanha anterior – apesar de no terreno vários produtores avançarem que os dados finais deverão resultar numa ligeira quebra, até porque a campanha 2018/2019 foi de excelente produtividade, com a colheita a bater nas 400 mil toneladas de citrinos. Numa temporada bastante atípica marcada pela crise pandémica de covid-19, esta última campanha fica marcada por dois factores: um aumento exponencial nas exportações nacionais, que sobem cerca de 50% em valor de

Janeiro a Outubro de 2020, face ao mesmo período de 2019, segundo dados do INE; e por uma excelente valorização do preço da laranja, com médias a rondarem os 60 cêntimos o quilo pagos à produção e com picos a atingirem 1,80€.

Nas exportações, a França surge cada vez mais como um destino em forte crescimento, numa altura em que o programa de promoção dos citrinos do Algarve nos mercados externos se encontra em *stand by* face ao contexto de pandemia. A fileira está mais organizada, mais profissional, mas ainda com problemas pela frente, como a questão da água e das pragas e doenças.

Falámos com José Oliveira, presidente da Associação de Operadores de Citrinos do Algarve (AlgarOrange), e que agrega os sete principais operadores de citrinos da região algarvia, preparando-se para ainda este ano receber mais produtores.

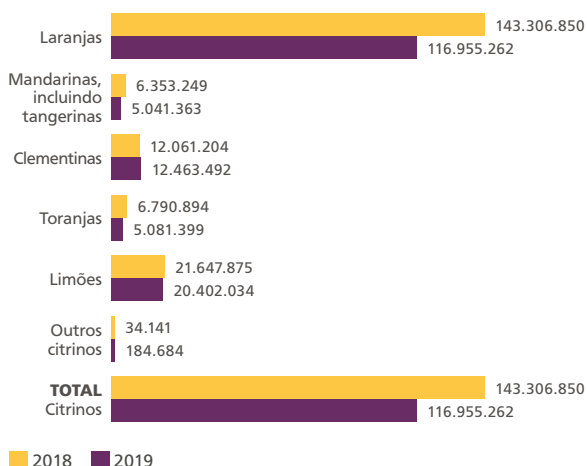
**Passaram dois anos desde a criação da AlgarOrange. Sabemos que a pandemia veio trocar as voltas, nomeadamente nas acções de promoção externa, mas que balanço é possível fazer?**

Sim, são dois anos de associação e de facto, na área da promoção, estamos em *stand by* porque é praticamente impossível concretizar o que estava delineado e que passava, por exemplo, pela nossa presença em feiras internacionais, bem como iniciativas de promoção no mercado interno, nomeadamente junto dos hotéis, juntos dos turistas, eventos que íamos fazer com chef's... Enfim, está tudo suspenso e estamos neste momento a avaliar o que vamos fazer às acções que tínhamos previstas. De qualquer modo, continuamos cá, a trabalhar. Este é um projecto importante e que visa criar o hábito de trabalho em conjunto na promoção dos citrinos, que não existia. Penso que o que desenvolvemos até aqui foi importante. Hoje, o sector agroalimentar da região tem uma relação de proximidade e de parceria com entidades representativas do poder descentralizado, como o Turismo do Algarve ou com as associações da Hotelaria. Esse foi o salto qualitativo que mais destacaria.

**A fileira teve, segundo as previsões do INE, um excelente comportamento nas exportações, com muitos produtores a destacarem o crescimento do mercado francês. França é um mercado a investir?**

Com toda a certeza. O mercado francês tem tido na verdade um crescimento grande e a laranja do Algarve tem sido muito bem aceite pelos consumidores finais. E há uma faceta interessante neste destino, que é a exportação ser feita com a laranja com folha. É um factor de diferenciação, que transmite frescura. Em termos operativos, obriga a algumas

**Exportações em valor (em euros)**



Fonte: INE



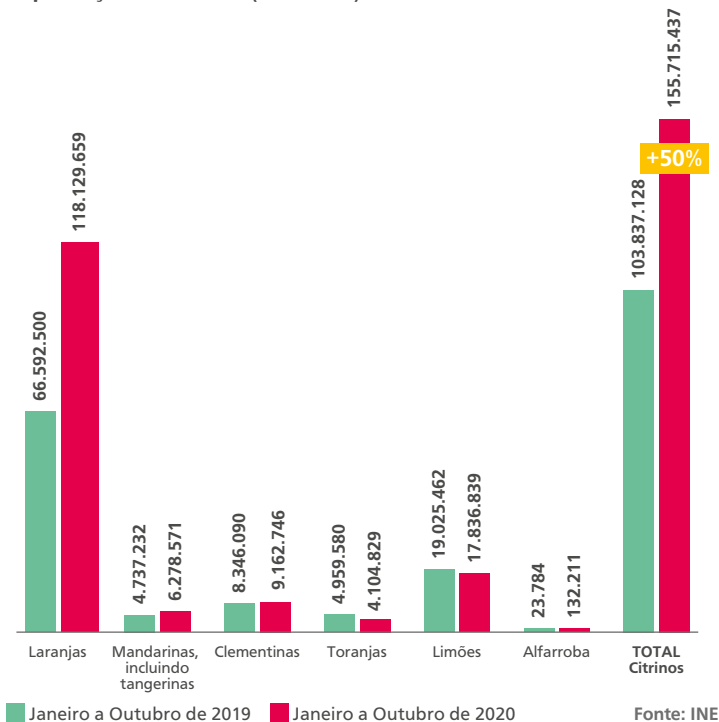
**EXPORTADOR DE CITRINOS / EXPORTER OF CITRUS**

Est. Nacional 125, Vale da Venda – Cx Postal 300A – 8135-032 Almancil – PORTUGAL

Tel. +351 289 816 402 • Fax +351 289 816 220

Email: mail@cacial.com • <https://www.facebook.com/cacial>

Exportações em valor (em euros)



adaptações, mas do ponto de vista económico é importante. Estamos a falar de mais um canal de escoamento e França pede muito isso.

**Além do bom resultado das exportações, estamos também perante uma campanha onde a fase de comercialização surpreendeu pela positiva. Como se comportaram os preços?**

No início, ou seja, no final do ano de 2019, na campanha de Inverno, quanto entrou a variedade Newhall, os preços não foram bons. Houve atraso no início da campanha e isso provocou o esmagamento de preços na altura em que a fruta estava em condições de ser comercializada. Depois, a partir de Março, assistiu-se a uma procura grande, mesmo do mercado internacional, e isso fez com que os preços subissem, porque a produção também não era substancial. O máximo da subida de preço aconteceu com a laranja de Verão. Durante a pandemia houve a percepção do mercado de que a laranja era boa para evitar constipações, por causa da vitamina C e isso terá feito com que se registasse o tal aumento na procura.

**E como foi o ano agrícola em pragas e doenças para os cítricos?**

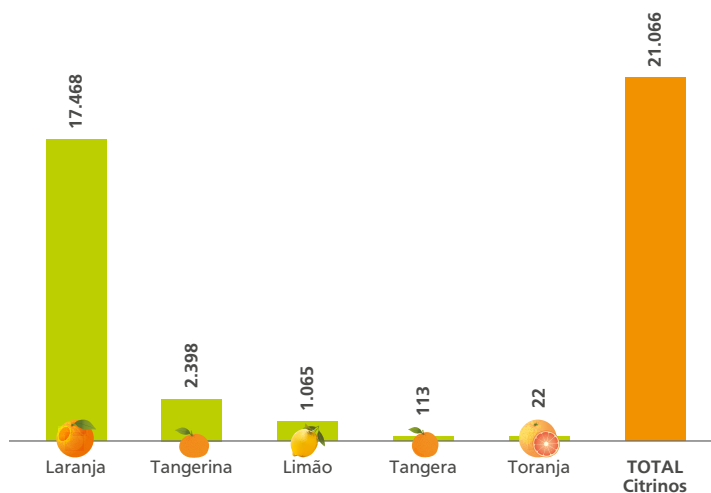
A mosca da fruta continua a ser um grande problema e continuará a ser enquanto não houver um plano de âmbito regional que consiga combater de uma forma sistemática e integrada esta praga. Seria necessário fazer-se um levantamento de todo o pomar existente na região, com a identificação das variedades e criar um sistema de monitorização e avisos que informasse os produtores da região onde existiam focos para que pudessem actuar. Mas não há avanços do Governo a es-

sas propostas porque dizem-nos que não há dinheiro. Trata-se de um problema gravíssimo e que está obviamente relacionado com as alterações climáticas.

**Que outro grande constrangimento a fileira enfrenta?**

A questão da escassez de água. Há algumas iniciativas para resolver problemas que existem nos sistemas que temos neste momento, como perdas de água, algumas barragens... agora, de aumentar as reservas, isso não há resoluções à vista. Pensamos que poderá avançar a questão do transvase de água do Guadiana para a barragem do Sotavento, sendo que também se falou muito na instalação de uma central de dessalinização – que seria para fazer a rega associada aos campos de golfe, o que seria bom – mas são hipóteses que nunca serão implementadas. Fazer uma nova barragem não parece estar nos planos de quem manda. A água é crucial e é necessário aumentar as reservas para colmatar os interregnos de seca que temos aqui no Algarve. ●

Área de produção em Portugal em 2019 (hectares)



Volumes de produção em Portugal em 2019 (toneladas)

