

Edenia será la marca con la que se venderá la DO Pera de Lleida

En la comercialización, a nivel estatal, se incidirá en el "sabor delicioso"

Bruselas ya ha otorgado al producto el distintivo de calidad de la DOP

La promoción promete 'recuperar el paraíso' consumiendo fruta

LLEIDA

David Rodríguez

En el paraíso desde ayer ya no hay sólo manzanas. A partir de hoy, en el edén también habrá peras. La empresa Top Quality Fruits (TQF), que se encargará de comercializar la Denominación de Origen Protegida (DOP) Pera de Lleida, presentó ayer la marca Edenia, que servirá para vender la fruta en el mercado nacional. Con una estrategia de marca basada en que consumir Pera de Lleida es degustar el sabor del paraíso, Edenia nació ayer después de un parto que ha durado más de tres años, según recordó el consejero delegado de TQF, Manel Simón. Tras la crisis de precios del año 2006, el sector de la fruta comenzó a plantearse la necesidad de agrupar la oferta para ser más competitivos y evitar las fluctuaciones en las cotizaciones.

Partiendo de una campaña publicitaria centrada en que el consumo de Pera de Lleida permite recuperar el paraíso perdido tras el desliz de Adán y Eva con la manzana, Edenia surge bajo el amparo de la empresa comercializadora TQF, que agrupa a las 10 firmas y cooperativas con mayor producción de pera de la provincia de Lleida. En esta línea, el presidente de TQF, Ramon Sarroca, aseguró que el día de ayer suponía un punto de inflexión en el sector de la fruta de Lleida. "Los payeses no podemos reducir más los costes de producción, pero debemos ser capaces de unificar los criterios para afrontar la comercialización", apuntó.

La recién nacida Edenia



TONY ALCANTARA

La marca Edenia se presentó en la Llotja de Lleida con el objetivo de conquistar el mercado nacional por su sabor

busca posicionarse en el mercado nacional, apostando por el citado sabor del paraíso y con un logo escrito en minúsculas para ofrecer la sensación de proximidad con el consumidor, según explicaron los creativos de la campaña en un video emitido durante la presentación.

A partir de ahora, queda el trabajo más duro, según indicó Manel Simón. Se trata de posicionar la marca, pasando del vínculo comercial al emocional. De esta forma, el con-

sumidor deberá relacionar el sabor de las variedades de la DO Pera de Lleida (conferencia, blanquilla y limonera) a la calidad y al Edén que evoca la marca.

Para ello, se cuenta también con el apoyo de la Comisión Europea (CE), que ya ha concedido a Pera de Lleida la consideración de Denominación de Origen Protegida (DOP). Siguiendo con la metáfora del paraíso perdido que envolvió toda la presentación de ayer, Simón apostó

por recuperarlo. "Hasta ahora se creía que en el paraíso había manzanas, pero en Lleida se logra llegar con la pera". Con la intención de reforzar esta idea, dos actores recrearon la reconquista del edén con la ingesta de Pera de Lleida.

Como todo bautismo, el de Edenia contó con la presencia de los padrinos. En este caso, la clase política. Así, el presidente de la Diputación de Lleida, Jaume Gilibert, alabó la iniciativa del sector de

la fruta y la puso como ejemplo de modelo empresarial en las comarcas leridanas. Además, destacó la unión institucional para llevar a cabo el proyecto.

Por su parte, el alcalde de Lleida, Angel Ros, felicitó a los productores por "haber hecho muy bien los deberes" e insistió en la idea de que Edenia supone "un paso importante para dar valor y potenciar la fruta".

En el mismo sentido, el consejero de Agricultura, Joaquim

La CE solicita prohibir el azúcar en los zumos de fruta

BRUSELAS

La Comisión Europea (CE) propuso ayer prohibir el añadido de azúcar en la producción de zumos de fruta, dentro de sus medidas para promover "una dieta equilibrada", informaron ayer fuentes comunitarias.

La propuesta forma parte de la política de la CE para rebajar el contenido de azúcares añadidos a los alimentos. El ejecutivo comunitario pretende que, en el caso de los zumos, solamente se permita añadirlo para los "néctares" y algunos productos específicos, pero indicándolo.

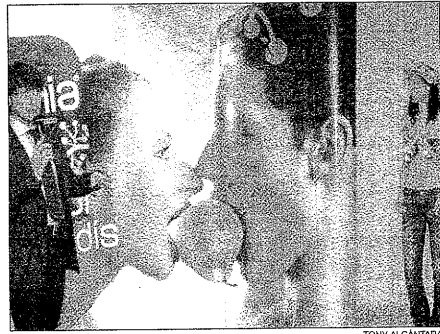
Llena, les agradeció que gan "un acto de inteligencia para abrir el camino" que mitirá que las ganancias generen la actividad frutal y van a parar por fin a los bolsillos de los payeses.

El conseller Llena most orgullo por el proyecto nueva marca de Pera de da y anunció que la Cc lleria concedería una económica porque "Ag tura siempre subvenciona iniciativas que constata viables".



TONY ALCANTARA

La sociedad leridana asistió al nacimiento de la marca



TONY ALCANTARA

La empresa TQF comercializará la DOP Pera de Lleida



TONY ALCANTARA

Flores, Gilibert, Llena, Sarroca y Ros, en la presentación