

*El **Comité de Cítricos de Chile** está a punto de lanzar una **campaña de promoción** inaugural en el Reino Unido y Japón este verano del hemisferio norte.*

Comenzando este mes y corriendo hasta septiembre para coincidir con la temporada de producción, la iniciativa de prueba operará bajo la marca **Citrus from Chile**.



Su objetivo es **impulsar el consumo de los easy peeler de Chile en el Reino Unido y los limones en Japón**, como un medio para diversificar los mercados de exportación de cítricos de la nación sudamericana.

"**Chile nunca ha promovido los cítricos en Europa o Asia**, así que estamos muy entusiasmados con este proyecto piloto", reveló Charif Christian Carvajal, director de marketing de la Asociación de Exportadores de Frutas de Chile (Asoex).

Promociones en el Reino Unido

Durante el **London Produce Show and Conference** a principios de este mes, Carvajal comentó a Portalfruticola.com, que las promociones del Reino Unido están diseñadas para posicionar a los easy peeler chilenos como un snack saludable para los niños.

"Estamos promoviendo a los easy peeler chilenos como un refrigerio saludable, conveniente y refrescante para los niños activos debido a su alto contenido de agua y nivel de vitamina C".

"El objetivo de la comunicación es **posicionar a los easy peeler chilenos como una**

merienda favorita para que los niños consuman durante los eventos deportivos escolares durante los meses de verano de junio y julio", añadió Carvajal.

El ensayo del Reino Unido se dirigirá a los padres de los niños pequeños mediante la distribución de información sobre los beneficios nutricionales del producto y la conveniencia como una fruta para snack.

Las actividades incluirán: entrevistas de radio, anuncios en la prensa, promociones a través de medios sociales y campañas de marketing en eventos deportivos, así como recetas. El Comité también firmará un acuerdo con BritMums, sitio web para publicar artículos, historias y recetas.

Los mensajes clave se centrarán en que los easy peeler chilenos son un snack saludable para los niños activos, una opción refrescante para días deportivos y un producto ideal para mantener a los niños hidratados durante el verano.

Para apoyar esos mensajes, el Comité ha encargado a Emma Derbyshire, nutricionista líder del Reino Unido, que desarrolle un estudio que genere contenido e información clave sobre los beneficios de los easy peeler chilenos. Derbyshire también diseñará las nuevas recetas para la campaña.

Carvajal explicó que inicialmente el piloto del Reino Unido probará las aguas, al mismo tiempo que ofrece la oportunidad de recopilar información para dar forma a futuras campañas.

"Estamos probando el mercado y reuniendo información clave al mismo tiempo", añadió.

"Parte del objetivo es conocer el nivel de penetración en el mercado y los principales impulsores del consumo de easy peeler. También queremos averiguar los niveles exactos de vitamina C y agua en los easy peeler chilenos para respaldar nuestro mensaje de por qué es una merienda tan genial".

El aumento del consumo de frutas entre los niños es un objetivo para muchos dentro de la industria de productos frescos.

"Es increíble cuánto puedes influir en los hábitos alimenticios de los niños pequeños", agregó Carvajal. "Desde una edad tan tierna se pueden introducir los muchos sabores diferentes de las frutas antes de que los niños envejezcan y se haga más difícil cambiar los

hábitos de consumo".

Actividades en Japón

Durante los meses de julio, agosto y septiembre, el Comité también promoverá los limones chilenos en Japón.



Se organizará junto a ProChile, en Japón, un llamado '**Cooking Show**' para demostrar a varios profesionales de la prensa escrita y en línea los diversos usos de los cítricos chilenos en una serie de platos diferentes.

El Comité también organizará tres **talleres en honor de los principales importadores y distribuidores japoneses de cítricos chilenos**. Estas reuniones servirán de plataforma para presentar las oportunidades y desafíos que enfrenta la industria cítrica chilena y sus perspectivas en el mercado japonés.

Otras actividades incluirán comunicados de prensa, un sitio web dedicado a la campaña en japonés, una campaña de medios sociales y un importante empuje entre los bloggers influyentes a través de Recipe Blog, el sitio de blogs de cocina más grande de Japón.

Diversificar las exportaciones

Las exportaciones chilenas de easy peeler a nivel mundial totalizaron **96.000 toneladas durante la temporada 2016**. Unas 277 toneladas se exportaron directamente al Reino Unido, mientras que la mayor parte del volumen restante se envió a América del Norte.

En cuanto a mandarinas tardías, W. Murcott es la principal variedad y corresponde a un 90% del volumen exportado, para la misma temporada.

Con las plantaciones y exportaciones en crecimiento, el sector cítrico de Chile ha reconocido la **[necesidad de diversificar sus mercados de destino y Europa parece ser una gran opción como lo comentamos esta semana en una entrevista con Beatriz Araya, representante de Biogold en Chile y Latinoamérica.](#)**

Carvajal explicó que, si bien el Reino Unido es un mercado altamente competitivo con varios proveedores diferentes, al mismo tiempo siempre hay una evolución del canal abriendo nuevas oportunidades.

"Para los productores es un mercado relativamente bueno, especialmente para los easy peeler, que son muy populares entre los consumidores del Reino Unido", indicó. **"Queremos aumentar nuestra presencia en el mercado del Reino Unido".**

Para ello, la campaña se centrará en crear conciencia sobre la oferta chilena de exportación de cítricos.

Tanto en Gran Bretaña como en Japón, Carvajal dijo que las actividades destacarán los aspectos genéricos de los easy peeler y limones chilenos como frutas confiables, seguras para alimentos y de muy alta calidad que están disponibles durante la contra temporada.

En la actualidad, **la variedad Clemenules representa el 60% de las exportaciones chilenas de easy peeler.**

Fotografías: Shutterstock.com

www.portalfruticola.com