

fh almería

Edición especial

Enero 2015

Núm. 81



revista agraria mensual de la provincia de Almería

Textos en español, inglés y alemán Content in Spanish, English and German Inhalt auf Spanish, Englisch und Deutsch

Energía Vital

Lebensenergie

VITAL ENERGY



CELOPLAS
PLÁSTICOS PARA LA AGRICULTURA
20 AÑOS DE CALIDAD Y SERVICIO
N-340 Paraje Las Albuferas - ADRA
950 56 88 97 / 607 24 93 80
celoplast@areasur.net

PLÁSTICOS DE BURBUJAS DE MÁXIMA TERMICIDAD

36 Meses ■ blanco
CELLOCLIM 4S
HASTA 3.000 R.P.M.

36 Meses ■ amarillo
HORTYCLIM 3A
HASTA 5.000 R.P.M.

- Efecto climatizador
- Efecto difusor de luz
- Efecto anti-azufre

especialmente adaptados a los polinizadores

new ACTIVATOR AND PROTECTOR OF CROPS
BROTAMEC

+ RENTABLES SANOS SALUDABLES

Quality for your crops

CODIAGRO

www.codiagro.com
P.O. Box, Caseta Blanca, C/ Almoradí 6
22194 Val de Abuja - Castellón-SPAIN
T: (+34) 964 28 01 26 - F: (+34) 964 28 49 28
codiagro@codiagro.com

AÑOS. BARRERA
SEMILLERO
ESPECIALISTAS
EN INJERTOS
DE MELONES
Y SANDIAS
RESERVELOS Y
COMPRELOS YA
950 52 21 68
649 87 33 38
PUENTE DEL RIO ADRA

Almería, un vergel muy recomendable para la salud



José Antonio Gutiérrez
Periodista / Journalist

Hace unos días, tuve la oportunidad de encontrarme con un recorte de periódico alemán en el que se redactaban las 12 cosas que había que evitar para mantener una dieta saludable y, entre ellas, estaba no consumir productos vegetales almerienses. Para ello, el insigne redactor explicaba una serie de cuestiones, resaltando la insalubridad de estas hortalizas por el uso de pesticidas y el trato dado a determinados trabajadores de origen norteafricano. Es una lástima que personajes de esta naturaleza no se hayan preocupado de saber que todas esas historias relacionadas con los residuos de materias activas no permitidas y otros problemas semejantes han quedado olvidadas en la horticultura intensiva almeriense.

Es indignante que el esfuerzo y el éxito que se ha conseguido con la lucha integrada en esta provincia se ignore por parte de quienes publican cosas sin asegurarse de lo que escriben, a la vez que

ocultan otros asuntos más preocupantes como es la entrada de hortalizas procedentes de Turquía que han superado 131 veces los límites de materias activas permitidos (datos del Sistema de Alerta Rápida de Alimentos, hace dos semanas).

Es frustrante ver cómo la Unión Europea no controla este tipo de informaciones que, cuando menos, parecen interesadas, desacreditan al agricultor, hacen daño al distribuidor y confunden al consumidor final.

Si nos paramos a analizar cuándo se publican estas noticias cada año para generar rechazo a los productos almerienses, siempre nos encontramos que aparecen justo cuando los precios de las hortalizas están muy caros, cuando un tomate o un pimiento alcanza cotizaciones prohibitivas. En cambio, cuando los pre-



cios son de risa y cualquier hortaliza sirve para hacer promociones que capten clientes en supermercados para otros productos, nadie se acuerda de la falta de salubridad de las hortalizas almerienses, todo está correcto y cuantas más toneladas se envíen a destino a precios de risa, mejor.

Algunos medios alemanes están demostrando no ser tan serios como dicen ser. En ocasiones, dicen verdades a medias que terminan siendo mentiras incendiarias.

Hoy es más que conocido que los agricultores almerienses se han adaptado perfectamente a los métodos de lucha integrada y que la certificación de salubridad de las hortalizas es absoluta. Es más, se ha comprobado que el uso de insectos auxiliares es mucho más rentable, ahorra trabajo y es más saludable que cualquier otro método para luchar contra las plagas.

Espero que Fruit Logística 2015 sirva a los exportadores almerienses para poner las cosas en su sitio, por si aún hay alguien que duda de la absoluta calidad de la producción vegetal de esta tierra. Si alguna vez se confirmase que este tipo de informaciones son parte de estrategias interesadas para bajar los precios en destino, estaríamos ante una absoluta vergüenza impropia de los tiempos que corren.

Almeria, an orchard strongly recommended for health purposes

A few days ago, a German newspaper informed its readers about the 12 things that should be avoided in order to maintain a healthy diet, and one of them was to avoid consuming vegetables from Almeria. The editor's opinion was based on their unhealthiness and the use of pesticides, something that, however, has been dismissed years ago from the production system of Almeria as a result of the implementation of integrated crop management. Oddly enough, this information usually appears year after year when the prices of products from Almeria are almost prohibitive, but not when the prices are derisory and they are used by hypermarkets to carry out their promotional activities. Fruit Logística 2015 should be used by the exporters from Almeria as a place to set things straight.

Almeria, ein Gemüsegarten für die Gesundheit

Vor einigen Tagen belehrte eine deutsche Zeitung ihre Leser über die 12 Dinge, die man für eine gesunde Ernährung vermeiden sollte, dazu zählte der Verzehr von Gartenbauprodukten aus Almeria. Der Redakteur bezog

sich dabei darauf dass diese wegen der Verwendung von Pestiziden ungesund seien, was zweifelsohne so nicht stimmt, da diese bereits vor Jahren durch die Einführung des integrierten Pflanzenschutzes aus dem

Produktionszyklus in Almeria verbannt wurden. Erstaunlicherweise tauchen diese Gerüchte Jahr um Jahr erneut auf, wenn die Preise für Erzeugnisse aus Almeria steigen, allerdings nicht, wenn sie lächerlich niedrig sind und den Supermärkten großen Gewinn bringen. Die Fruit Logística 2015 soll den Exporteuren aus Almeria Gelegenheit geben, die Dinge richtigzustellen.



EDITA: Comunicación e Información Agraria, S.L.
Paseo de Santa María del Águila, 58 - 2º E.
04710 SANTA MARIA DEL ÁGUILA
EL EJIDO (Almería).
EMAIL: info@fhalmeria.com

REDACCIÓN: Isabel Fernández González, Elena Sánchez García y Rafael Villegas Alarcón.
TELÉFONOS: 950 57 13 46 y 628 08 02 60.
EMAIL: fhalmeria@fhalmeria.com - redactor1@fhalmeria.com - redactor2@fhalmeria.com - redactor3@fhalmeria.com
FOTOGRAFÍA: Archivo CIA, S.L.

DEPARTAMENTO COMERCIAL Y PUBLICIDAD:
Caterina Pak
TELÉFONOS: 950 57 13 46 y 679 464 490.
Fax: 950 57 21 46.
E-mail: publi@fhalmeria.es - comercial@fhalmeria.com.
PORTAL WEB: www.fhalmeria.com - www.fhalmeria.es

Maquetación:
Leopoldo Nemesio

Traducciones: Lingua Franca

Imprime: Gráficas Andalusi
Dép. Legal: AL-2839-2007
ISSN 1889-4836

SOL Y ARENA DE SUS COMUNEROS

AVANZANDO CON EFICIENCIA EN LA GESTIÓN Y DISTRIBUCIÓN DEL AGUA

www.regantessolyarena.com

Sol y Arena
Comunidad Comarcal de Regantes

Almería incrementa su presencia en la feria dos años después

Almería cuenta este año con una mayor presencia en la feria berlinesa, después de dos años en los que la provincia redujo su participación directa, y, de hecho, son dos las nuevas empresas que acuden a la cita de la mano de la Junta de Andalucía, en el espacio expositivo agrupado que este año, además, estrena imagen. En 2015, son ocho las compañías almerienses que participan en la feria junto con otras 24 del resto de Andalucía: Vicasol, Caparrós Nature, Vegacañada, Fundación Bahía Almeriport, Agroponiente Natural Produce, Unica Group, Kopalmería y Biosabor Nature. A ellas hay que sumar empresas como Primaflor, Agro Red & Green u Onduspan, que acuden de forma independiente.

A pesar de este ligero aumento de empresas participantes, la presencia almeriense no es la de antaño, cuando el sector se volcaba con un evento en el que podía atender a, prácticamente, todos sus clientes en apenas tres días. Ahora, eventos como Fruit Attraction han restado importancia a la feria berlinesa para las empresas almerienses y ese hueco, cómo no, está siendo ocupado por empresas procedentes de países competidores de la provincia, como por ejemplo, Marruecos.



En total, en esta edición, unas treinta entidades del país norteafricano se han desplazado a Berlín para atender a sus clientes y, de paso, captar nuevos compradores. Una gran parte de esa treintena de entidades son asociaciones de productores y exportadores del país, con lo cual, si cada una de ellas agrupa a varias empresas de su sector, la presencia marroquí se multiplica de forma exponencial. Y todo ello ocurre en un contexto poco favorable para Almería.

Sin ir más lejos, y según se puso de manifiesto recientemente en una jornada organizada por COEXPHAL, el tomate almeriense ha perdido los mercados francés y británico en favor del

tomate marroquí; de hecho, entre los meses de marzo y abril, el tomate de Marruecos alcanza una cuota de mercado en Francia cercana al 70%, mientras que el almeriense apenas ronda entre el 12% y el 14%.

3

Almeria increases its presence at the fair trade two years later

Almeria has a greater presence at the trade fair this year after reducing its participation two years ago, and the fact is that two new companies are arriving by the hand of the Autonomous Government of Andalusia. In 2015, eight companies from Almeria will be participating in the trade fair together with the remaining 24 from Andalusia: Vicasol, Caparrós Nature, Vegacañada, Fundación Bahía Almeriport, Agroponiente Natural Produce, Unica Group, Kopalmería and Biosabor Nature. To these we have to add the companies Primaflor and Agro Red & Green, which are participating independently. However, while Almeria reduces its presence, countries such as Morocco, which are direct competitors of the province, are showing more interest in the event, thus covering the void left by Almeria.

Almeria steigert nach zwei Jahren wieder seine Messepräsenz

Almería zählt dieses Jahr auf eine höhere Präsenz auf der Messe, nachdem in den letzten beiden Jahren die Provinz ihre Teilnahme reduziert hatte, und es sind tatsächlich zwei neue Unternehmen, die auf Veranlassung der Regionalregierung von Andalusien an dem Treffen

teilnehmen. 2015 sind es acht Gesellschaften als Almería, die an der Messe teilnehmen, außerdem 24 aus dem übrigen Andalusien: Vicasol, Caparrós Nature, Vegacañada, Fundación Bahía Almeriport, Agroponiente Natural Produce, Unica Group, Kopalmería und Biosabor Nature. Dazu

kommen Firmen wie Primaflor oder Agro Red & Green, die unabhängig teilnehmen. Aber während Almería seine Präsenz reduziert, zeigen Länder wie Marokko, ein direkter Konkurrent, mehr Interessen an dem Event und füllen somit die „Lücke“, die Almería hinterlassen hat.

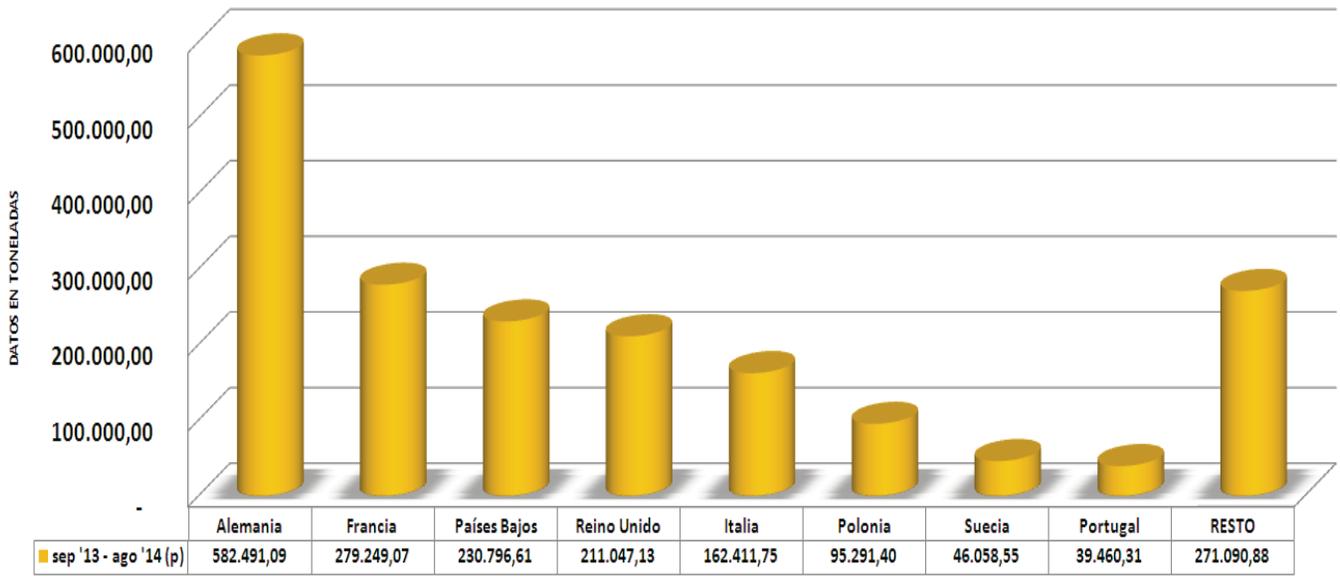
Pelemix
Aliados en la innovación

www.Pelemix.com
gabriela.g@pelemix.com
968 636096 / 628 643427

Paskal GINEGAR Plastic Products Ltd. POLYSACK mapal SGS

Alemania importó el 30,4% de las hortalizas almerienses la pasada campaña

EXPORTACIONES - SEPTIEMBRE 2013- AGOSTO 2014 - POR PAISES (TM)



Alemania es, campaña tras campaña, el principal comprador de las hortalizas de Almería y, de hecho, sólo en el último ejercicio, se hizo con el 30,4% del total del género exportado desde la provincia, 582.491 toneladas, según los datos hechos públicos por la Agencia Andaluza de Promoción Exterior-EXTENDA, un 9,7% más que un año antes. Asimismo, y en lo que respecta a la facturación, Alemania pagó casi 564 millones de euros por ese género, apenas un 0,8% más.

Estas cifras ponen de manifiesto la fidelidad que el país germano profesa a las frutas y hortalizas almerienses, situándose a gran distancia del resto de compradores. De este modo, el segundo puesto en el ranking de importadores de productos hortofrutícolas de Almería lo ocupó, entre septiembre de 2013 y agosto de 2014, Francia, que adquirió

279.249 toneladas (14,6%) por las que pagó 239 millones de euros (13,5%), seguida de Países Bajos, que se hizo con 230.797 toneladas (12%) por las que facturó otros 239 millones (13,5%), aproximadamente. Reino Unido se situó, por su parte, en el cuarto puesto, con 211.047 toneladas (11%) y casi 202 millones de euros (11,4%).

Almería continúa teniendo en los países del centro y norte de Europa a sus principales clientes, si bien es cierto que, poco a poco, va ganando cuota de mercado en otros estados, muchos de ellos de la Europa del Este. Así, por ejemplo, en la última campaña, crecieron las exportaciones a destinos como Lituania (un 90,6% más con respecto a un año antes), Letonia (129,3%) e incluso la ahora cerrada Rusia, donde la provincia comercializó, directamente, 13.137 toneladas de género, un 23,8% más que un año antes.

Ninguno de estos países alcanza, en cualquier caso, el 1% del total de las ventas almerienses; sin embargo, poco a poco, se van perfilando como buenas alternativas frente a unos mercados tradicionales en los que cada vez existe más competencia.

Almería se consolidó en la campaña 2013/2014 como la gran exportadora nacional de hortalizas frescas y, de hecho, según recogen los datos de la Administración andaluza, la provincia aglutinó nada más y nada menos que el 38,5% del total de verduras exportado por España: 1,9 millones de toneladas, un 8,2% más que en la campaña precedente, marcando, de este modo, un nuevo récord histórico.

Deutschland hat während der letzten Kampagne 30,4% des Gartengemüses aus Almeria importiert

Deutschland behauptet sich als größter Aufkäufer von Gartengemüse aus Almeria, und alleine im letzten Geschäftsjahr erhielt es 30,4%

der gesamten, aus dieser Provinz exportierten Waren, 582.491 Tonnen gemäß den Daten der Andalusischen Agentur für

Außenwirtschaftsförderung-EXTENDA, 9,7% mehr als im Vorjahr. Schauen wir auf die Fakturierung, so hat Deutschland beinahe 564 Millionen Euro für diese Warenart bezahlt, knapp 0,8% mehr. Den zweiten Platz im Ranking der Importeure aus Almeria zwischen September 2013 und August 2014 belegt Frankreich, gefolgt von den Niederlanden. Alleine in der letzten Saison konzentrierte die Provinz 38,5% des gesamten

Germany imported 30.4% of the vegetables from Almeria in the last campaign

Germany remains the main purchaser of vegetables from Almeria, and in the last year only, it acquired 30.4% of the total vegetables exported from the province, that is, 582,491 tons according to the information given by the Foreign Trade Promotion Agency of Andalusia-EXTENDA, 9.7% more than in the previous year. In terms of turnover, Germany paid almost 564 million euro for this product, barely 0.8% more. Second in the ranking of importers between September 2013 and August 2014 was France, followed by the Netherlands. In the last campaign only, the province concentrated 38.5% of the total export of Spanish vegetables.

Hortofrutícola La Ñeca cuida cada detalle del producto desde que se cultiva en campo hasta que llega al consumidor

Hortofrutícola La Ñeca tiene 25 años de experiencia en el sector, sobre todo en el cultivo de la berenjena, lo que le permite contar con una serie de conocimientos que ofrecen un valor añadido al producto final, ya que, "desde que comenzamos el cultivo del fruto, el trato que se le da es con el máximo cuidado posible para que la calidad sea óptima, una vez que llega a manos del consumidor", explica Juan Escobar, gerente y comercial de la empresa. De hecho, "la adquisición de estos conocimientos nos permite asesorar a nuestros agricultores para que todo salga en perfectas condiciones".

En Hortofrutícola La Ñeca "recolectamos los cultivos con la máxima frescura, hacemos un manipulado artesanal, con lo que conseguimos que la berenjena sufra menos, tenga una mayor calidad y una vida más larga, por lo que, a su vez, logramos que nuestro fruto permanezca con más frescura durante más tiempo en los puntos de venta", asegura Juan Escobar. Una de las ventajas de ser productor y no solamente comercializador es que, "al controlar el fruto desde el campo hasta el cliente final, podemos sa-



ciar mejor las exigencias de los clientes, tanto en calibre como en calidad. Sin duda siempre es una ventaja ser agricultor y conocer

las posibles debilidades y fortalezas que tenga el producto en las diferentes épocas del año".

Hortofrutícola La Ñeca, como la mayor parte de las empresas, se encuentra en un momento de balance del pasado 2014, así como se está marcando los objetivos de este nuevo año. Al respecto, el gerente y comercial de la entidad, Juan Escobar, indica que "nuestro fin es seguir siendo el mayor productor y comercializador de berenjena de la provincia almeriense, así como también queremos seguir creciendo en cuota de mercado en calabacín. Además, pretendemos consolidarnos en los mercados en los que estamos presentes e ir creciendo en fincas propias y agricultores asociados".

5

Hortofrutícola La Ñeca takes care of every detail of its production from the moment it is planted until it reaches the consumer

Hortofrutícola La Ñeca has 25 years of experience in the sector, especially in planting aubergines, and this has allowed it to acquire the knowledge required to provide added value to its end product. "From the moment that we start planting the fruit, it is treated with the best possible care with the aim of it reaching the customer in optimum quality", explains Juan Escobar, manager and salesperson of the company. In fact, "by acquiring this knowledge we can advise our farmers so everything is produced in perfect conditions."

Hortofrutícola La Ñeca sorgt sich um jedes Produktdetail von dem Anbau bis zum Tisch des Verbrauchers

Hortofrutícola La Ñeca verfügt über eine 25-jährige Erfahrung in der Branche, vor allem im Anbau von Auberginen, was der Firma eine Reihe von Erfahrungen eingebracht hat, die dem Endprodukt einen zusätzlichen

Wert geben, denn, "ab dem Augenblick, an dem wir mit dem Anbau dieser Frucht beginnen, wird diese so sorgfältig wie möglich behandelt, damit sie eine optimale Qualität aufweist, wenn sie den Verbraucher

erreicht", erläutert Juan Escobar, der Geschäftsführer des Unternehmens. Und tatsächlich, "der Erwerb dieser Kenntnisse gestattet es uns, viele Erzeuger zu beraten, damit alles in perfekten Konditionen ankommt".

Somos especialistas de la berenjena y todo nuestro trabajo es artesanal



LA ÑECA
HORTOFRUTICOLA

Avda. Ctra. Pampanico, 257
El Ejido (Almería)
Telf. +34 950 482 231
www.laneca.com



ELENA VÍBORAS - Consejera de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural

“Abrir nuevos mercados tiene ahora más sentido que nunca”

La consejera andaluza, Elena Víboras, vuelve a apostar por Fruit Logistica como “el mejor escaparate para difundir nuestros productos, reforzando y mejorando su imagen de calidad”. Asimismo, pone en valor el sector hortofrutícola de Almería, caracterizado por “su riqueza productiva”.

Pregunta.- Almería se mantiene fiel a su cita con Fruit Logistica. Con el paso de los años, ¿cree que han cambiado los objetivos que las empresas deben cumplir en Berlín?

Respuesta.- Como cada año, el principal objetivo de las empresas debe ser vender más y mejor, es decir, mejorar en lo posible la percepción sobre nuestra producción, teniendo en cuenta que las centrales de compra de las cadenas de supermercados alemanas son muy importantes, no sólo para vender nuestras frutas y hortalizas en este país, sino también en aquellos países donde operan. Este año, consolidar posiciones y abrir nuevos mercados, dentro y fuera de Europa, tiene más sentido que nunca, debido a las dificultades que se han presentado por el veto ruso. Por tanto, este encuentro es el mejor escaparate para difundir nuestros productos y debe servir, además, para que las empresas almerienses continúen reforzando y mejorando la imagen de calidad de sus productos.

P.- Alemania sigue siendo el gran cliente de las hortalizas almerienses, sin embargo, ¿considera que la provincia debería abrirse aún más a nuevos mercados?

R.- Hay que tener en cuenta que las exportaciones de hortalizas están algo limitadas debido a su carácter perecedero; no obstante, las empresas almerienses tienen oportunidades de mercado en países de fuera de la Unión Europea y Oriente Medio. Incluso, en el caso de productos premium, se puede llegar en avión a otros continentes como América y Asia. Lamentablemente, el veto ruso ha alterado las estrategias comerciales de muchas empresas, que después de muchos años de trabajo para abrirse paso en dicho país, cultivaban ya productos específicos para este mercado. A pesar de que el volumen de ventas a Rusia no era muy alto, existía una tendencia creciente, por lo que el veto está suponiendo un contratiempo para el sector hortícola. No obstante, nos consta que se está trabajando con afán para encontrar otros mercados en los que comercializar los productos.

P.- ¿Es Fruit Logistica un buen lugar para replanificar lo que queda de campaña y reorientar el género que sigue sin llegar a Rusia?

R.- Esta cita es, sin duda, un buen escenario para consolidar o ampliar mercados y contactos comerciales, avanzado así en nuevas vías de distribución. Y estoy segura de que los productores de Almería no de-



rán pasar la oportunidad que se les presenta. Pero ésta no es una circunstancia puntual promovida por las causas del veto ruso. El agroalimentario almeriense es un sector que se caracteriza por su riqueza productiva, por la diversidad y la calidad de las

producciones y por su gran capacidad emprendedora, lo que explica que nuestras frutas y hortalizas sigan conquistando mercados cada vez más competitivos y lejanos.

P.- La campaña comenzó con bajos precios y con la denuncia, una vez más, por

Elena Víboras, Ministerin für Landwirtschaft, Fischerei und Umwelt: "Heutzutage ist es so sinnvoll wie nie zuvor, neue Märkte zu öffnen"

Die Ministerin für Landwirtschaft, Fischerei und ländliche Entwicklung, Elena Víboras, versichert, dass die Fruit Logistica das geeignetste Schaufenster für die Vermarktung unserer Produkte ist, daher

hält sie die Teilnahme der Vertreter aus Almería auch für besonders wertvoll. Die diesjährige Messe soll zudem dazu beitragen, dass "die Unternehmen aus Almería weiterhin verstärkt an der

Steigerung der Produktqualität arbeiten," um somit neue Märkte zu erschließen, besonders angesichts des Schadens, der durch die Schließung der russischen Grenzen entstanden ist.



**Elena Víboras,
councillor of
Environmental
Planning, Agriculture
and Fisheries:
“Opening new markets
makes sense now more
than ever”**

The councillor of Environmental Planning, Agriculture and Fisheries for Andalusia, Elena Víboras, states that Fruit Logistica is “the best showcase to promote our products”, and therefore, she values the presence of trading companies from Almeria. This year’s edition must, in addition, enable “companies from Almeria to continue reinforcing and improving the quality of their products”, which will help penetrate new markets, especially after the damage caused by the closure of Russian borders.

7

parte de las organizaciones agrarias de la presión que la distribución ejerce sobre el sector en origen. ¿No hay solución para una denuncia ya casi histórica?

R.- Desde la Consejería de Agricultura apoyamos a los productores que apuestan por la unión como vía para ganar mayor peso en las negociaciones con las distribuidoras, ya que consideramos que ésta es la mejor manera de avanzar en la consecución de un precio que se ajuste a las necesidades de los trabajadores del campo. La Junta de Andalucía proporciona diversas líneas de apoyo a quienes deciden dar ese paso, pero no cabe duda de que la decisión última no la podemos tomar nosotros. Poco a poco, parece que la gran atomización del sector agrario andaluz va reduciéndose, pero éste es, sin duda, uno de los grandes retos que aún deben afrontar los productores de la región y, entre ellos, los almerienses.

P.- Por último, la agricultura almeriense es ya un referente a nivel mundial, sin embargo, ¿sigue habiendo retos que asumir?

R.- El sector agroalimentario almeriense es hoy en día un referente por la calidad de sus productos y la firme apuesta de sus productores por la sostenibilidad de los procesos que desarrollan. Y es que no han pasado desapercibidos los últimos avances logrados en el campo de Almería en cuanto a sanidad vegetal con técnicas de control biológico y métodos que disminuyen el uso de fitosanitarios. Sin embargo, aún quedan retos por alcanzar como, por ejemplo, seguir aumentando la competitividad del sector y reafirmar su liderazgo tanto en España como en el extranjero, ante unos competidores que emergen con fuerza. Potenciar el consumo de productos hortofrutícolas, ahondar en la diferenciación de los alimentos almerienses por su calidad o conseguir invernaderos más eficientes que aumenten la productividad son algunas de las metas de los agricultores para el futuro.

Nuestras Semillas... Tu Futuro...
Our Seeds... Your Future...

DIAMOND SEEDS®
The art of sowing

VISITA **NUESTRA WEB**

SIGUENOS EN **f**

www.diamondseeds.com

C/ de la Casa Nueva 17 - Apartado Correos 93 - 08179 Masnou del Vallès - Barcelona - Spain - Tel. + (34) 93 370 96 09 - Fax. + (34) 93 370 37 61

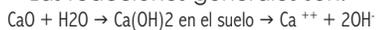
Alcaplant New®, funcionamiento del producto en el suelo

Alcaplant New consiste en una suspensión patentada de óxido de calcio subhidratado, con textura de pasta semifluida. Cuando dicha suspensión se ponga en contacto con suficiente agua, se producirá la hidratación de todo el material hasta la formación de hidróxido de calcio, formulación ideal para aplicar en cualquier sistema de riego. Según Codiagro, la hidratación será lenta y progresiva, a causa de la baja solubilidad del hidróxido de calcio en agua (1,67 gr / litro de agua) y de la presencia de aditivos que estabilizan, recubren este óxido de cal y ralentizan el proceso de hidratación.

TRANSFORMACIÓN EN EL SUELO

Alcaplant New en el suelo revierte a la forma $\text{Ca}(\text{OH})_2$ y va pasando a la solución del suelo, donde se hidroliza y el Ca^{++} residual es asimilado por las raíces, reacciona con otros aniones del suelo o es fijado de forma estable por los coloides y arcillas del suelo.

Las reacciones generales son:



El balance neto de esta reacción es la formación de agua en el suelo y la acumulación de (Ca^{++}) en la raíz.

Sobre las arcillas:



Este Silicato- O^- que ha adquirido carga negativa ahora es capaz de absorber o retener a un catión con carga positiva, por ejemplo el mismo calcio. Éste es el motivo por el que se afirma que los suelos aumentan su capacidad de intercambio.

COMPORTAMIENTO EN EL SUELO

En el proceso de fabricación, las partículas originales de óxido de cal, sufren una hidratación parcial, dando algunas moléculas de hidróxido de cal, las cuales mediante el uso de aditivos adecuados y gracias a la baja solubilidad de dicho hidróxido, dan lugar a macropartículas del orden de 1 - 10⁰⁰ m de diámetro, formadas por sucesivas capas de aditivos, hi-



dróxido, aditivos, hidróxido, etc., alrededor de la partícula original de óxido de calcio. Estas macropartículas, gracias al tipo de aditivos presentes, sitúan iones calcio (+) en sus capas más externas, lo cual les permite fijarse electrostáticamente a las partículas del suelo cargadas negativamente (-), tales como las arcillas y coloides del suelo (orgánicos o no). Esta forma de fijarse en el suelo hace difícil su lavado y facilita la permanencia y la actuación de Alcaplant New.

La acción de Alcaplant New se basa en el efecto del agua sobre la macropartícula, disolviendo lentamente, primero las capas de hidróxido de cal y finalmente hidratando la partícula central de óxido de

cal, hasta hidróxido y su total disolución. En este proceso, parte de este (Ca^{++}) que irá liberando pasará a la solución del suelo como calcio asimilable o activo para las reacciones del suelo y, en parte, pasará al complejo de cambio como calcio de reserva y también asimilable y activo en el suelo.

Un modelo simplificado de la macropartícula y su fijación a las arcillas, se representa en diagrama adjunto. Más información en www.codiagro.com.

Alcaplant New®, Wirkungsweise der Produktes im Boden

Alcaplant New® von Codiagro besteht aus subhydratiertem Kalziumoxyd und hat eine halbflüssige Textur, so dass es in jedem Bewässerungssystem

verwendet werden kann, um Probleme mit sauren bzw. versalzten Böden zu korrigieren, indem Kalzium langsam freigesetzt wird. Beiliegendes Diagramm gibt

einen Überblick über das Verhalten der Micellen von Alcaplant New im Boden. Alcaplant New ist das am weitesten verbreitete Flüssigkalzium weltweit.

Alcaplant New®, performance of the product in the soil

Alcaplant New®, by Codiagro, is a patented suspension of sub-hydrated calcium oxide with a semifluid pasty texture that can be used in any irrigation system to correct issues arising with acidic or salinized soils, providing slow-release calcium to the crops. The accompanying diagram shows a summary of the particular behaviour of Alcaplant New's micelles in the soil. In fact, Alcaplant New is the most-frequently used fluid calcium in the world.



La Unión pretende garantizar un precio mínimo en el pepino de primavera de calibre estándar

La Alhóndiga La Unión ya está planificando su campaña de primavera-verano en cuanto a pepino se refiere y uno de sus objetivos principales es "garantizar un precio mínimo para el calibre estándar de 400-475 gramos", según adelanta Jesús Barranco, director general de la entidad. Asimismo, Barranco aprovecha el momento para hacer balance de lo que ha sido el 2014, un año que, a título particular, "se ha comportado bastante bien, ya que hemos aumentado el volumen de agricultores y, además, hemos incrementado el número de centros con la apertura de nuestras instala-

ciones en Campohermoso-Níjar". Sin embargo, el gerente de La Unión se muestra algo más reticente con respecto al balance del año agrícola, a nivel general, ya que "ha sido un curso de precios irregulares, con tendencia a una media de precios inferior a la media de los últimos cinco años".

En este inicio de año, la Alhóndiga La Unión ya está ultimando su estancia en la próxima edición de Fruit Logística, feria a la que acudirán "el equipo comercial y yo mismo, con el fin de cumplir con la agenda de clientes e intentar reforzar algún contacto más para el futuro". Para Jesús Barranco, el evento berlinés

es la feria "por excelencia" del sector en Europa, pero "es cierto que para la campaña almeriense no es la mejor fecha para programar con los clientes. Únicamente puedes planificar los productos de verano y sacar conclusiones de las impresiones de los clientes con la relación comercial que mantienen con nosotros".

9

La Union intends to guarantee a minimum price for standard-size spring cucumbers

La Alhóndiga La Unión is planning its spring-summer cucumber campaign, and one of its main objectives is "guaranteeing a minimum price for standard-sized cucumbers weighing 400-475 grams", says Jesús Barranco, managing director of the company. In addition, Barranco has taken the opportunity to assess what has happened in 2014, a year that for the company "has been quite good, as we have increased the number of farmers and centres by opening our premises at Campohermoso-Níjar."

La Unión strebt an, einen Mindestpreis für Frühlingsgurken in Standardkaliber garantieren zu können

La Alhóndiga La Unión plant, was ihre Gurken betrifft, bereits für die Kampagne Frühling-Sommer, und zu den wichtigsten Zielen gehört es, "einen Mindestpreis für Standardkaliber 400-475

Gramm garantieren zu können", wie Jesús Barranco, der Generaldirektor des Unternehmens, erzählt., Barranco nutzt außerdem die Gelegenheit für eine Bilanz dessen, was das Jahr 2014 gebracht hat, ein Jahr, dass

seiner Meinung nach "günstig verlaufen ist, denn wir konnten die Anzahl der Anbaubetriebe erhöhen, und außerdem haben wir mit der Eröffnung unserer Installation in Campohermoso-Níjar die Anzahl der Zentren erhöht."



LA REDONDA | GUARDIAS VIEJAS | ADRA | CUATROVIENTOS | COSTA RUBITE | CARCHUNA | LA MOJONERA | TIERRAS DE ALMERÍA

Nuestra fuerza

www.alhondigalaunion.es

Diamond Seeds ofrece variedades fácilmente adaptables a las demandas de agricultores y mercados



10

La casa de semillas Diamond Seeds ha logrado completar un catálogo de variedades que están a la altura de las demandas que ofrecen tanto los agricultores como los mercados de destino, siendo productos que destacan por su productividad, resistencias, calidad, sabor, textura y larga vida postcosecha. En este sentido, entre las variedades más destacadas de esta entidad se encuentran los pimientos mini cónicos del tipo 'Sweet Bite', con tres variedades, roja, naranja y amarilla, todas ellas de extraordinario color y sabor muy dulce, ideales para mercado de exportación y mercado nacional. Igualmente, ofrece a sus clientes pimientos mini California y mini lamuyos, en colores rojo, naranja, amarillo

y morado. Esta línea, además de su brillante color, tiene también un sabor muy dulce. De hecho, son ideales para mercado de exportación, ya que están envasados en cajas con los distintos colores. Asimismo, dentro del catálogo de California, destaca Kiram F1, pimiento resistente a spotted y L4 recomendado para ciclos tempranos, mientras que en la línea de lamuyos, Diamond presenta Belmonte F1, un fruto de calibre grande y planta de gran productividad. Por otro lado, la casa de semillas apuesta por Kappone F1, dentro de los pimientos italianos, recomendado para plantaciones medias.

Por otro lado, dentro del catálogo de tomate, Diamond Seeds destaca a Luana TY F1, un fruto que se caracteriza por su

alta consistencia, productividad y calibre M perfecto para cubrir la demanda de los mercados. Además, dentro de la línea de tomate pera hay dos variedades nuevas, TP 1301 y TP 1212. Dentro de la oferta de tomate liso, la firma apuesta por dos novedades, TV 1213 y TV1222, mientras que en los tipos cherry, Seventy F1 y Collina F1 se presentan como variedades de cuello blanco con resistencia al virus de la cuchara. Asimismo, en cherry rama destaca Sybilla F1 para plantaciones tardías y, en cherry redondo, la mejor elección es Nexus F1, un fruto muy parejo en calibre durante todo el cultivo.

Diamond Seeds bietet Sorten an, die sich leicht an die Anforderungen der Kunden und Märkte anpassen lassen

Diamond Seeds hat einen umfangreichen Katalog erarbeitet mit Sorten, die sowohl den aktuellen Ansprüchen der Landwirte als auch der Zielmärkte entsprechen, aufgrund ihrer Erträge, Resistenzen und

Qualität, ihres Geschmacks, ihrer Textur und langen Haltbarkeit nach der Ernte. Zu den bekanntesten Sorten zählen die Mini-Paprika "Sweet Bite" sowie California Kiram F1, die italienischen Kappone F1 und die

Paprikapflanze Belmonte F1. Bei den Tomaten setzt Diamond Seeds auf die Romasorte TY F1, die Cherry-Tomate Seventy F1 und Collina F1 und auf runde Sorten wie TV 1213 und TV1222.

Diamond Seeds offers varieties that are easily adaptable to the demands of the farmers and markets

Diamond Seeds has completed a catalogue of varieties that measures up to the standards of the farmers and destination markets. These products are noted for their productivity, resistance, quality, taste, texture and long postharvest. Among the most noteworthy varieties are the 'Sweet Bite' mini conical peppers, as well as the Californian Kiram F1, the Italian Kappone F1 or the Lamuyo-type Belmonte F1. Among the varieties of tomatoes, Diamond Seeds has committed to the pear-type Luana TY F1, the cherry-type Seventy F1 and Collina F1 or the new plain tomatoes TV 1213 and TV 1222.

JOSÉ BLANCO - Director general de CRISTALPLANT

“En Cristalplant queremos establecer un modelo de confianza, transparencia y cercanía con el agricultor”

Pregunta.- Acaba de finalizar el año, ¿qué balance hacen desde Cristalplant del pasado 2014?

Respuesta.- En Cristalplant, el año 2014 ha sido muy bueno, no solamente por las cifras de negocio, hemos crecido en planta y facturación a tasas de dos dígitos, sino también porque ha sido un año de cambio. Primero, con un cambio de imagen, ya se pudo ver en Expolevante, con un Cristalplant mucho más moderno, un stand con el que quisimos distinguimos del resto de nuestros competidores y, segundo, se han dado profundos cambios en el modelo de gestión, tanto en la administración como la producción. Un año cuyo broche final han sido las incorporaciones que hemos realizado y que nos han permitido ser más grandes en todos los sentidos.

P.- 2014 fue un año de adquisición de nuevas delegaciones, ¿qué aportan cada una de ellas al sector y a sus clientes?

R.- Es prematuro hacer valoraciones. La delegación que hemos abierto en Las Norias se compró en el mes de septiembre, con el fin de blindar la situación que Cristalplant tiene en el Poniente almeriense. Aquí, lo que hemos hecho ha sido un trabajo de acondicionamiento de las instalaciones, hemos le-



vantado un semillero completamente nuevo, de última generación, y en el que queremos empezar a producir en la campaña de primavera. Por otro lado, Sevilla. Éste es otro proyecto completamente diferente y está orientado a otro tipo de agricultor con un cultivo mucho más extensivo. Nuestra Delegación en Sevilla es la punta de lanza con que introducimos en un mercado en el que no estábamos presentes y en un área geográfica nueva.

P.- Contar con más presencia en diferentes núcleos del Poniente almeriense es un valor añadido

para reforzar el contacto directo con el cliente, ¿no es así?

R.- El modelo que queremos establecer en Cristalplant es un modelo de confianza y de transparencia, de cercanía, por lo que, cuantos más puntos de venta podamos poner en el mapa, a más agricultores podemos llegar y poder ofrecer ese trato directo con el que nos queremos distinguir.

P.- ¿Cómo afrontan desde Cristalplant el año 2015?

R.- Queremos consolidar el año 2014 para que el grupo tenga la solidez que el mercado demanda. Nos hemos marcado objetivos ambiciosos para continuar creciendo. Además, estamos estudiando una oportunidad de negocio que nos ha surgido en otros cultivos y que nada tienen que ver con las hortalizas. Si todo encaja, empezaremos a desarrollarlo y a recoger experiencia en otras líneas de producción.

"Mit Cristalplant möchten wir ein Modell für Vertrauen, Transparenz und Nähe zum Landwirt geben"

Cristalplant schließt das Jahr 2014 mit einer positiven Bilanz ab, nicht nur, was die Geschäftszahlen angeht, sondern auch weil es ein Jahr mit wichtigen Veränderungen war. Das Unternehmen hat

neue Filialen in den Provinzen Almería und Sevilla geschaffen, um einen direkteren Kontakt zu den Landwirten zu haben. Eines der herausragenden Zielsetzungen für 2015 ist die

Festigung der Ergebnisse aus dem Vorjahr, um das Unternehmen so solide zu machen, wie der Markt es verlangt, sowie um neue Geschäftsmöglichkeiten auszuloten.

“At Cristalplant we want to establish a model of trust, transparency and proximity with the farmers”

Cristalplant believes that 2014 has been a great year not only in terms of business results but also because it has been a year of change. The company has opened new delegations in the province of Almería and Sevilla with the idea of being able to deal with the farmers directly. As a matter of fact, one of the objectives set for 2015 is consolidating last year's results, with the aim of strengthening the group so it can answer to the market demands, and studying new business opportunities.

Contigo siempre

Nuestra experiencia y calidad es garantía de tu éxito.

Semillero

www.cristalplant.es
info@cristalplant.es

CENTRAL Paraje La Cumbre s/n 04117 - San Agustín El Ejido (Almería) Tel: 959 954 032 Fax: 959 939 379	EL VISO Paraje El Viso s/n 04111 - Nívar (Almería) Tel / Fax: 959 842 782	ALDELLAPLANT Paraje La Cumbre s/n 04700 - El Ejido (Almería) Tel / Fax: 959 407 846	CARTABONA Paraje La Cartabona s/n 04700 - El Ejido (Almería) Tel / Fax: 959 406 441
NIJAR Paraje El Rodón s/n 04110 - Castingshermos (Almería) Tel: 959 396 989 Fax: 959 396 720	LAS NORIAS Ctra Las Norias - La Huelva s/n 04210 - Las Norias El Ejido (Almería) Tel: 959 585 844	MOTRIEL Camino de la Perregirna s/n 04000 - Motril (Granada) Tel: 959 349 986	

Idai Brotaverd aumenta la calidad y la cantidad de kilos de tus cosechas

Idai Nature, basándose en una fuerte I+D+i, tras exhaustivos controles en laboratorio y ensayos de campo en diversos cultivos ha desarrollado Idai Brotaverd, obteniendo las certificaciones de calidad más exigentes.

Idai Brotaverd es un bioestimulante natural de acción sistémica ascendente y descendente que favorece la formación de compuestos fenólicos de autodefensas como la formación de fitoalexinas y fenoles en savia. Debido a su gran concentración de lignosulfonato de aluminio, única en el mercado, actúa como vasodilatador, favorece la translocación de los elementos más pesados, como es el caso del Calcio, y previene de esta manera fisiopatías derivadas de la translocación de dicho elemento como es el caso de la podredumbre apical, tan típico en hortalizas.

Idai Brotaverd se ha usado en multitud de cultivos, obteniendo resultados satisfactorios incluso en situaciones de estrés para la planta como se ha mencionado anteriormente.

Utilizando regularmente Idai Brotaverd se obtiene un mayor equilibrio en el cultivo, una buena diferenciación floral y cuajado, se mantiene la producción por hectárea en épocas de poca radiación solar y una mayor masa radicular en el bulbo húmedo.

Idai Brotaverd, al tener un Ph ácido, tiene buenas compatibilidades con la mayoría de los productos del mercado, pudiéndose aplicar tanto foliar como radicular.

La empresa Idai Nature elabora sus productos a través de la mezcla de extractos vegetales que permiten a los agricultores cultivar de forma rentable alimentos inocuos, de alta calidad y aptos para todos los mercados.

Idai Nature aúna la fabricación de soluciones naturales para el cultivo de alimentos sin residuos con la consultoría agronómica, cuenta con un departamento técnico especializado que ofrece asesoramiento e información de manera gra-



tuita a los agricultores que quieran conseguir cosechas sin residuos.

Idai Nature está presente este año en Fruit Logística, concretamente en el stand B-02 del Hall 10.2, donde darán a conocer sus nuevos productos y una imagen corporativa renovada.

Idai Brotaverd increases the quality and yield of its harvest

Idai Nature has developed Idai Brotaverd, a natural biostimulant that has an ascending and descending systemic action that encourages the formation of autoimmune phenolic compounds as well as the formation of phytoalexins and phenols in sap. Due to the great concentration of aluminium lignosulfonate, exclusive in the market, it acts as a vasodilator, it encourages the translocation of heavier elements such as Calcium and it therefore prevents physiopathies arising from the translocation of this element, such as in apical-blossom end rot, which is so typical in vegetables. Idai Nature will be present at Fruit Logística in stand B-01, hall 10.2.

Idai Brotaverd erhöht die Qualität und die Kilomenge seiner Ernten

Idai Nature hat Idai Brotaverd entwickelt, ein natürliches Biostimulationsmittel mit systematischer aufsteigender und absteigender Wirkung, das sowohl die Bildung von Phenolverbindungen zum Selbstschutz als auch die Bildung von Phytoalexine und

Phenolen im Pflanzensaft. Aufgrund seiner hohen, auf dem Markt einzigartigen Konzentration von Aluminium-Ligninsulfonat wirkt es als gefäßerweiterndes Mittel, fördert die Translokation der schwersten Elemente wie zum Beispiel Kalzium und beugt

somit Physiopathien vor, die sich aus der Translokation dieser Elemente ergeben, wie zum Beispiel die für Gartengemüse so typische Blütenendfäule. Idea Nature wird auf der Fruit Logística am Stand B-01, Hall 10.2 anwesend sein.

Las últimas novedades que revolucionarán el sector tienen su sitio en Future Lab

La gran acogida de Future Lab en la pasada edición de la feria ha hecho que la organización de Fruit Logistica haya decidido repetir este año el conjunto de conferencias dedicado a las novedades que revolucionarán el sector a corto y medio plazo.

Este año, el programa incluye temas como 'LED – La clave para el diseño de producto', que presenta un futuro en el que las plantas se cultivan específicamente para los consumidores con-

cienciados con su salud. Lo cierto es que, como han resaltado desde Fruit Logistica, "la tecnología LED abre nuevas puertas". Y es que, espectros de luz especiales permiten influir en el aspecto y las características nutricionales de las plantas. Los estudios sugieren que la cantidad de polifenoles saludables en frutas y verduras pueden incrementarse por el uso de la iluminación apropiada. De todo ello se hablará el viernes, 6 de febrero, en el stand D-09 del hall 21, a las 11 de la mañana.

Future Lab también analizará la creciente tendencia en la que el comercio tradicional está viviendo su particular resurgir. Para ello se ha organizado la conferencia 'Alimentación minorista 2020 –el comercio tradicional se sumerge en la red', que hace referencia a la creciente importancia de las compras locales y que tendrá lugar en el mismo lugar un día antes, el jueves 5 de febrero. Además, 'Regreso al futuro – Nuevos clientes para variedades antiguas', conferencia prevista para el día inaugural, el miércoles 4, en el mismo stand, habla de cómo la reintroducción de antiguas variedades hortofrutícolas puede contribuir a incrementar una mayor gama de productos con un nuevo potencial de ventas.

Im Future Lab werden Neuerungen vorgestellt, die die Branche revolutionieren werden

Angesichts des großen Interesses am Future Lab im vergangenen Jahr hat die Leitung der Fruit Logistica entschieden, in diesem Jahr die Vorträge zu den

Neuerungen, die die Branche kurz- und mittelfristig revolutionieren werden, zu wiederholen.

In diesem Jahr enthält das Programm Themen wie: "LED

- der Schlüssel zum Produktdesign", LEH- Tante Emma geht online" und "Back to the future: Alte Obstsorten begeistern die Verbraucher".

The latest novelties that will revolutionise the sector have a place at Future Lab

13

Following the great reception that Future Lab experienced at last year's edition of the trade fair, Fruit Logistica's organisation has this year decided to repeat the series of conferences dedicated to the novelties that will revolutionise the sector in the short and medium term.

This year, the programme includes topics such as 'LED – The key to product design', 'Food retailing 2020 –the traditional trade enters the network' and 'Back to the future – New customers for old varieties.'



Ejidozone s.l.

globalpackagingtechnologies
envasesembalajesmaquinaria

www.ejidozone.com

Datos de Certificación de UNIVEG Syncs GLOBALG.A.P.

Dentro de la Estrategia de Trazabilidad Inteligente de la empresa, UNIVEG y GLOBALG.A.P. se encuentran colaborando con el fin de desarrollar soluciones de interfaz con la Base de Datos de GLOBALG.A.P. y así mejorar tanto la eficiencia de los procesos de diligencia debida como la calidad de los datos de trazabilidad. La colaboración con GLOBALG.A.P. es fundamental en la Estrategia de Trazabilidad Inteligente de UNIVEG, la cual se concentra en trabajar en estrecha colaboración con socios de IT claves con el fin de desarrollar una gama de soluciones de software especializada en trazabilidad y seguridad alimentaria.

Una de estas soluciones colaborativas es la reciente sincronización entre la Base de Datos de GLOBALG.A.P. y el software Greenlight Supplier Approval, desarrollado por la empresa líder de software Muddy Boots Ltd. mediante el uso de los conocimientos técnicos de UNIVEG. Greenlight Supplier Approval es un sistema en línea seguro que gestiona y mantiene toda la información relacionada con el estado de aprobación de proveedores y cadenas de distribución y les da a las empresas la plena confianza de que cada producto de cada remesa proviene de una fuente que ha sido validada y que cumple con el protocolo del cliente. Con toda la información de proveedores centralizada en un lugar seguro, los clientes tendrán un acceso inmediato y una visibilidad completa del estado de aprobación de los productos y proveedores. La colaboración entre UNIVEG, GLOBALG.A.P. y Muddy Boots hace que este proceso sea más simple todavía. Actualmente, Green-



UNIVEG Syncs GLOBALG.A.P. Zertifizierungsdaten

Als Teil der Strategie einer „Intelligenten Rückverfolgbarkeit“ des Unternehmens, arbeiten UNIVEG und GLOBALG.A.P. zusammen in der Entwicklung einer Schnittstellenlösung zur Nutzung der GLOBALG.A.P.-Datenbank. Dadurch soll der Sorgfaltspflicht effizienter Rechnung getragen und die Qualität der Daten zur Rückverfolgbarkeit verbessert werden. Die Zusammenarbeit mit GLOBALG.A.P. ist ein zentrales Element der Strategie der Intelligenten Rückverfolgbarkeit von UNIVEG, deren Fokus in der engen Zusammenarbeit mit wichtigen IT-Partnern für die Entwicklung einer Reihe von Softwarelösungen, die speziell für Aufgaben in der Lebensmittelsicherheit und Rückverfolgbarkeit Anwendung finden sollen.

Zu diesen Softwarelösungen zählt die kürzlich erfolgte Synchronisation der

GLOBALG.A.P.-Datenbank und der Greenlight Supplier Approval Software, die vom führenden Softwareunternehmen Muddy Boots Ltd. unter Verwendung des UNIVEG-Know-Hows entwickelt wurde. Das Onlinesystem bietet eine sichere Verarbeitung und Aufbewahrung von Informationen zum Zulassungsstatus von Lieferanten und Lieferketten. Greenlight Supplier Approval gibt ihrem Unternehmen die absolute Gewissheit, dass jedes Produkt in jeder Sendung aus einer verifizierten Quelle stammt, die den Anforderungen des Kunden entspricht. Da sich alle Lieferinformationen an einem zentralen und sicheren Ort befinden, hat der Kunde direkten Zugang; der Zulassungsstatus sowohl in Bezug auf Produkte als auch Lieferanten ist uneingeschränkt sichtbar. Die Zusammenarbeit von UNIVEG, GLOBALG.A.P. und Muddy Boots macht diesen Prozess

noch einfacher. Greenlight Supplier Approval kann nun Informationen zu Zertifikaten und Erzeugern aus der GLOBALG.A.P.-Datenbank synchronisieren, die mit einer eindeutigen GLOBALG.A.P.-Nummer (GGN) versehen sind. Dadurch wird viel Zeit gespart, da die GLOBALG.A.P.-Zertifikate nicht mehr manuell hochgeladen und überwacht werden müssen.

Um all diese Tools und noch viele weitere sehen zu können, besuchen Sie uns vom 4.-6. Februar auf der Fruit Logistica 2015 in Berlin:

GLOBALG.A.P.:	Halle 5.2, Stand A.06
UNIVEG:	Halle 5.2, Stand A.03
Muddy Boots:	Halle 8.2, Stand B.12
Weitere Infos zu GLOBALG.A.P.: Vortrag auf der Fruit Logistica am 5.Feb.15, Pressezentrum (Halle 6.3), Raum B, 12:00 - 13:00 h	

GLOBALG.A.P.

The Global Partnership for Safe and Sustainable Agriculture



light Supplier Approval es capaz de sincronizar información de cultivadores y de certificaciones que se encuentran en la Base de Datos de GLOBALG.A.P. mediante un número único de GLOBALG.A.P. (GGN, GLOBALG.A.P. Number). Esto ahorra mucho tiempo al reducir la necesidad de cargar manualmente y controlar las certificaciones de GLOBALG.A.P.

Para poder ver una demostración de todas las herramientas mencionadas y mucho más, no dude en visitar nuestro stand en Fruit Logistica 2015 del 4 al 6 de febrero, en Berlín:

GLOBALG.A.P.: Hall 5.2, Stand A.06
UNIVEG: Hall 5.2, Stand A.03
Muddy Boots: Hall 8.2, Stand B.12

Infórmese más en la Rueda de Prensa de GLOBALG.A.P. que se celebrará en Fruit Logistica el 5 de febrero, Centro de Prensa (Hall 6.3), Sala B, de 12 a 1 pm.

UNIVEG Syncs GLOBALG.A.P. Certification Data

As part of the company's "Intelligent Traceability" Strategy, UNIVEG and GLOBALG.A.P. are collaborating to develop interface solutions with the GLOBALG.A.P. Database, thus improving both the efficiency of due diligence processes and the quality of traceability data. The cooperation with GLOBALG.A.P. is central to UNIVEG's Intelligent Traceability Strategy, which focuses on working in close collaboration with key IT partners to develop a range of specialized food safety and traceability software solutions.

One of these collaborative solutions is the recent sync between the GLOBALG.A.P. Database and the Greenlight Supplier Approval Software developed by the leading software company Muddy Boots Ltd. using UNIVEG know-how. A secure, online system for managing and maintaining all information relating to the

approval status of suppliers and supply chains, Greenlight Supplier Approval gives businesses total confidence that every product from every consignment comes from a validated source that meets their customers' protocol. With all supplier information held in one centralized and secure location, customers have instant access, and complete visibility of the approval status of both products and suppliers. The cooperation between UNIVEG, GLOBALG.A.P. and Muddy Boots makes this process even easier. Now, Greenlight Supplier Approval can sync certificate and grower information from the GLOBALG.A.P. Database, driven by a unique GLOBALG.A.P. Number (GGN). This saves significant time by reducing the need to manually upload and monitor GLOBALG.A.P. Certificates.

To see a showcase of all the tools mentioned and much more, be sure to stop by at our stand at Fruit Logistica 2015 from 4-6 February in Berlin:

GLOBALG.A.P.: Hall 5.2, Stand A.06
UNIVEG: Hall 5.2, Stand A.03
Muddy Boots: Hall 8.2, Stand B.12
Learn more at the GLOBALG.A.P. News Conference at Fruit Logistica on 5.Feb.15, Press Center (Hall 6.3), Room B, 12-1pm.

15

GLOBALG.A.P.

The Global Partnership for Safe and Sustainable Agriculture



Visit us at Fruit Logistica 2015

4 - 6 February in Berlin, Germany
Booth A-06 in Hall 5.2

DON'T MISS OUR NEWS
CONFERENCE AT FRUIT LOGISTICA

5 February, 12 -1 p.m.
Berlin Fairgrounds, Press Center
Hall 6.3, Room B

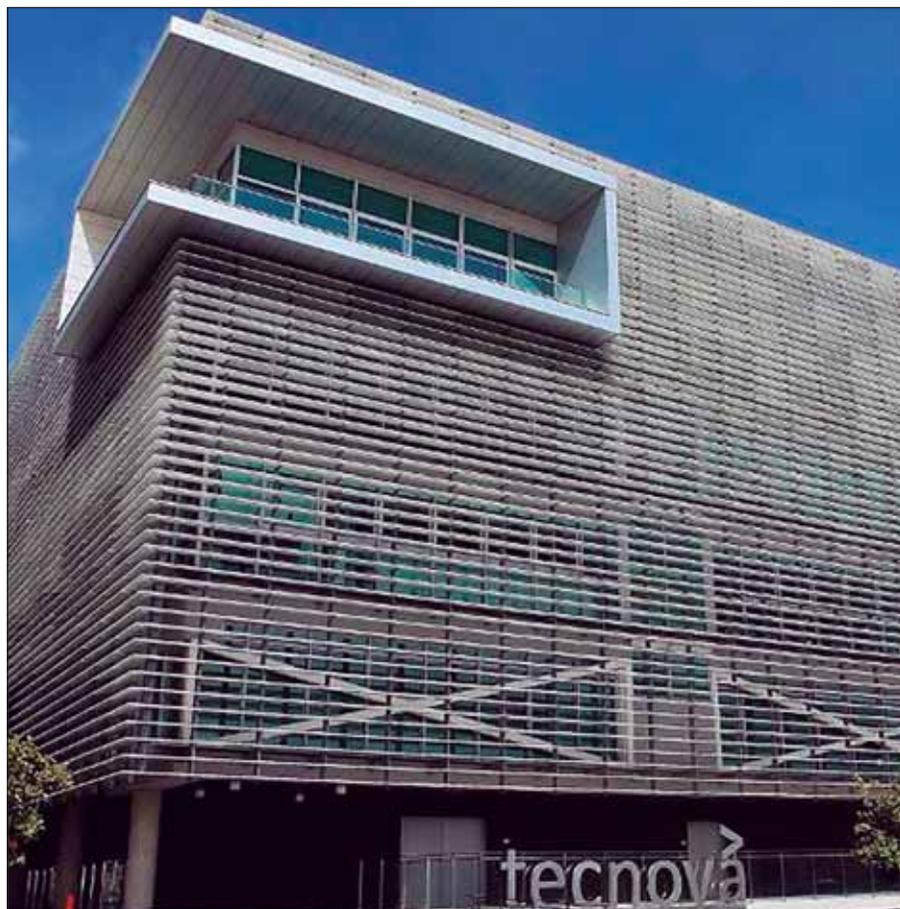


www.globalgap.org/events

Nuevas líneas de investigación refuerzan la innovación hortofrutícola de vanguardia

Las nuevas tendencias de mercado están vinculadas a la demanda actual de los consumidores, cada vez más preocupados por la salud, la conservación del medio ambiente, la trazabilidad y calidad de los productos que consumen. Fruto de todo ello, nacen nuevas líneas de investigación focalizadas a innovar e incorporar en los productos todos aquellos elementos de seguridad alimentaria y componentes nutricionales que, además, aporten un valor añadido a dichos productos. En este sentido, el Centro Tecnológico TECNOVA es un claro ejemplo de investigación de vanguardia al servicio del mercado, ya que está en continuo crecimiento, incorporando nuevas líneas de I+D+i como son Biotecnología y Salud, que trabaja en la obtención de microorganismos y productos basados en microorganismos para su aplicación como fertilizantes en la agricultura, aprovechamiento de los mecanismos microbianos para la transformación de productos y/o obtención de productos de valor añadido, desarrollo de tecnologías enzimáticas como vía de mecanismo de transformación medioambientalmente sostenible, así como la caracterización de nuevos microorganismos y sus metabolitos para uso como bioconservantes, antimicrobianos, fuentes de proteínas, fuentes de antioxidantes, etc..., pudiéndose emplear como ingredientes en alimentación, cosmética, industria química y en agricultura.

Desde el Área de Tecnología Postcosecha, continuará trabajando para mejorar la calidad de la producción después de su recolección. Asimismo, incluye un área de agromotiva vinculada al desarrollo de proyectos en torno a la automatización, robótica y visión artificial en el sector hortofrutícola. Otra la línea que posee de medio ambiente y energía gira en



torno a la investigación en sistemas de eficiencia y ahorro energético, aplicación de energías renovables, gestión de uso de inputs, agua y residuos. En cuanto a la tecnología de invernaderos, se centra en la optimización de las estructuras invernales así como toda la tecnología necesaria para la producción bajo plástico. Gracias a estas áreas, TECNOVA estudia e investiga las necesidades del ciclo pro-

ductivo, desde la elección de la semilla, sustrato, riego y tecnologías vinculadas para su producción hasta la recolección, postcosecha y consumidor final.

Neue Forschungen arbeiten erfolgreich an Innovationen im Avantgarde-Gartenbau

Das Technologiezentrum Tecnova ist ein wichtiges Beispiel für richtungweisende Forschung, Entwicklung und Innovation im Dienste des Marktes, hier werden bereits neue Forschungsrichtungen angewandt, die sich auf Innovationen spezialisieren und Erzeugnisse sowie

Elemente aus der Lebensmittelsicherheit und Ernährungskomponenten einbeziehen, die die Erzeugnisse mit einem Mehrwert versehen. Im Augenblick arbeitet Tecnova in sechs Bereichen, in denen die Anforderungen des Gartenbauszklus erforscht

werden, angefangen bei der Auswahl von Samen, Substraten, Bewässerung und Technologien für ihre Erzeugung bis zur Ernte, Behandlung nach der Ernte bis hin zum Endverbraucher, somit unterstützen sie die spanischen Gartenbaubetriebe.

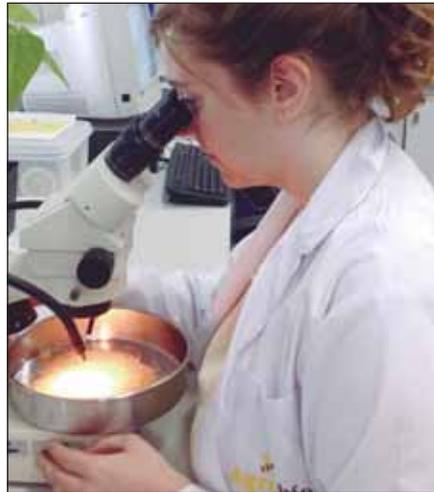
New lines of research reinforce cutting-edge innovation in fruit and vegetables

The Tecnova Technology Centre is a clear example of cutting-edge R&D&i at the service of the market, as it is continuously growing and incorporating new lines of research that focus on innovating and incorporating food safety elements and nutritional components in products that also provide added value to these products. Tecnova has currently six departments where it studies and researches all the needs of the fruit and vegetable production cycle, from the selection of the seed, substrate, irrigation and production-related technologies to the harvest, postharvest and end consumer, serving as support to the Spanish fruit and vegetable companies.

Agrobío trabaja en la optimización de los sistemas de producción de fitoseidos

El desarrollo e implementación de programas de control integrado de plagas en horticultura intensiva en el sureste español han sido tan eficaces que, a día de hoy, la región se ha convertido en un referente para otras zonas productoras. En el éxito de este modelo, según apunta Enric Vila, responsable de I+D de Agrobío, mucho ha tenido que ver "la mejora en los sistemas de producción de ácaros depredadores, que son claves en el control de plagas".

En este sentido, el equipo de I+D de Agrobío ha trabajado en la selección de especies y en el desarrollo de su sistema de producción, escogiendo las presas más adecuadas para la cría de los ácaros empleados en control biológico. Actualmente, tal y como explica Vila, "casi todas las producciones comerciales de fitoseidos se producen utilizando como alimentos estos ácaros, presas que no son las plagas de las plantas, sino otros ácaros del orden Astigmata, que son conocidos como plaga en productos derivados de harinas en almacén". En esta línea, el responsable de I+D de Agrobío destaca "la utilización de ácaros presa ultracongelados, eliminando así los sistemas de defensa de las presas, a la vez que se preservan sus propiedades nutritivas", esto permite, continúa,



"desarrollar sistemas de cría que, hasta la actualidad, no se habían podido criar masivamente con éxito".

PLAGAS DE ALMACÉN

Este sistema de cría basado en la utilización de ácaros presa ultracongelados abre, según Vila, "nuevas expectativas a la utilización de los fitoseidos depredadores para el

control de plagas de productos de almacén" como pastas, harinas o frutos secos, ya que, hasta ahora, "el control de ácaros astigmátidos plaga estaba basado en desinfecciones con productos plaguicidas", cuyo uso es cada vez más limitado y, además, tiene menor eficacia. Sin embargo, la formulación con ácaros presa congelados "nos permite hacer sueltas inundativas de los depredadores de estos ácaros plaga en los almacenes vacíos y así controlar la sanidad de cereales, piensos o arroz", entre otros productos.

Asimismo, los ácaros astigmátidos pueden ser plaga de cultivos y, de hecho, ya se han citado al menos diez especies, dos de ellas plagas muy severas de bulbos en muchos países. "La producción de depredadores utilizando estos ácaros presa congelados abre la posibilidad de abordar nuevas estrategias de control de plagas en estos y otros cultivos", concluye Enric Vila.

17

Agrobío is working towards the optimisation of phytoseiid production systems

Agrobío's R&D team has been working on the selection of species to control plagues and on the development of its production systems, selecting the most suitable prey for breeding mites used in biologic control. According to Enric Vila - R&D manager for the company -, currently, "the use of deep-frozen prey mites helps develop breeding systems that, up to this date, were not successful in mass breeding" and, in addition, "it will open up new prospects regarding the use of phytoseiid predators for pest control purposes in warehouse products, such as pastas, flours or dried fruit and nuts."

Agrobío arbeitet an der Optimierung in der Zucht von Phytoseiidae

Das Team für Forschung und Entwicklung des Unternehmens Agrobío arbeitet an der Selektion von Arten, die sich für die Bekämpfung von Schädlingen eignen, sowie an der Entwicklung von Zuchtmethoden für die zur biologischen Bekämpfung

geeigneten Raubmilben. Enric Vila, Verantwortlicher für den Bereich Forschung und Entwicklung im Unternehmen, wies darauf hin, dass "die Verwendung von tiefgekühlten Raubmilben es ermöglicht, Zuchtmethoden zu entwickeln; bislang ist es noch nicht gelungen, die

Milben erfolgreich in großen Mengen zu züchten" zugleich "sind damit große Erwartungen für die Verwendung von Phytoseiidae für die Schädlingsbekämpfung von lagerfähigen Produkten wie Nudeln, Mehr oder Trockenfrüchten verbunden."

JUNTOS
podemos
Agrobío®
soluciones biológicas



www.agrobio.es



Cajamar desplaza a Fruit Logistica un equipo de directivos para acompañar a las cooperativas y empresas agroalimentarias

Cajamar acompañará a las cooperativas y empresas del sector agroalimentario durante Fruit Logistica, la primera feria internacional de frutas y hortalizas, que se celebra entre el 3 y el 6 de febrero en Berlín.

Este año, el director general de Cajamar, José Luis Heredia, junto a los directores territoriales de Almería, Canarias, Cataluña, Comunidad Valenciana y Murcia y otros directivos y técnicos de la división

agroalimentaria de la entidad se incorporan a las expediciones y delegaciones que se han organizado desde diferentes comunidades autónomas, con la intención de asesorar y colaborar durante las gestiones comerciales y los contactos que se llevarán a cabo, así como de participar en las actividades y eventos que se desarrollen en el transcurso de la feria.

De esta forma, los directivos de Cajamar prestarán apoyo y pondrán a dis-

posición de las cooperativas y empresas agroalimentarias la experiencia que posee la entidad, especialmente en mercados internacionales, con la intención de reforzar canales de comercialización y contribuir a la apertura de nuevos mercados para los productos hortofrutícolas.

Cajamar sendet ein Manager-Team zur Fruit Logistica, die die Genossenschaften und Betriebe zur Verarbeitung landwirtschaftlicher Erzeugnisse begleiten sollen

Cajamar begleitet die Genossenschaften und Betriebe zur Verarbeitung landwirtschaftlicher Erzeugnisse während der Fruit Logistica, der wichtigsten internationalen Messe für Obst und Gemüse,

die vom 3. bis 6. Februar in Berlin stattfindet. Die Manager von Cajamar, die an der Messe teilnehmen, unterstützen die Genossenschaften und Betriebe zur Verarbeitung landwirtschaftlicher

Erzeugnisse mit Ihrer Erfahrung, insbesondere auf internationalen Märkten, um die Vertriebskanäle zu stärken und ihnen bei der Öffnung neuer Märkte für Gartenbauerzeugnisse zu helfen.

Cajamar sends a team of executives to Fruit Logistica to accompany the agro-food cooperatives and companies

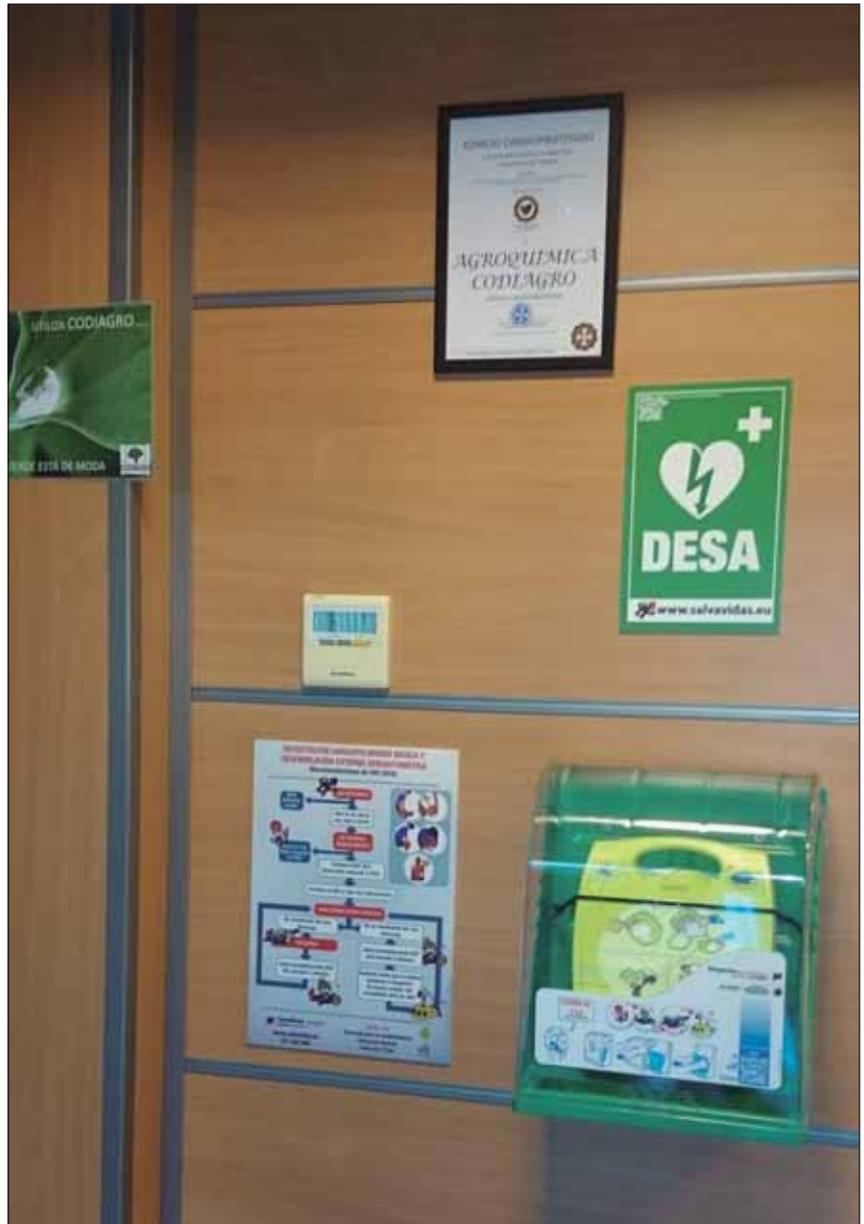
Cajamar will accompany cooperatives and companies in the agro-food sector during Fruit Logistica, the first international fruit and vegetable trade fair, which will take place between February 3rd and 6th in Berlin. Cajamar executives planning to go to the trade fair will provide support and put the experience of the entity, especially in international markets, at the disposal of the agro-food cooperatives and companies with the aim of reinforcing trade channels and contributing to the opening of new markets for fruit and vegetable products.

Codiagro obtiene la certificación de 'Espacio Cardioprotegido'



La cooperativa Codiagro ha obtenido la certificación de 'Espacio Cardioprotegido' homologada por la Sociedad Española de Medicina y Seguridad en el Trabajo (SEMT), con lo que se une al 'Proyecto Salvavidas'.

En este sentido, la cooperativa Codiagro potencia su política de Responsabilidad Social Corporativa (RSE) contando con un desfibrilador semiautomático homologado en sus instalaciones. Desde la entidad aseguran que esto supone un grado de prevención importante del riesgo de problemas cardiovasculares graves para todos los trabajadores, clientes o proveedores que visitan las instalaciones. Aunque ya existen multitud de instituciones, centros deportivos, colegios y hoteles que se han unido, no es lo más frecuente en las PYMES Españolas. Codiagro es, desde ahora, la primera empresa dentro del sector de fabricantes de agronutrición que cuenta con esta certificación. Codiagro es una empresa que trabaja en el sector agrícola desde 1978, siempre vinculada a la investigación y a la búsqueda exhaustiva de las soluciones agrícolas técnicamente más avanzadas, con espíritu de máximo respeto al medio ambiente. De hecho, su principal objetivo es dirigir de forma no agresiva, la nutrición y el trabajo de las plantas, para conseguir la máxima producción y la máxima calidad de sus frutos.



Rio Sabor

Sopa de tomate
orgánico

gaspacho
ecológico - orgánico

Crema de tomate y granada
orgánica

Ctra. San Isidro a Campovermoso, km.8 - 04117 Níjar - Almería
Tel: +34 950 367 921
Fax: +34 950 369 880



Ejidozone amplía su gama con envases más pequeños y atractivos para el consumidor

Ejidozone es una empresa que apuesta continuamente por la innovación en envases para diferenciarse y diferenciar, de este modo, a sus clientes del resto del mercado. Prueba de ello es su apuesta en los últimos años por envases más pequeños y atractivos para el consumidor, ideados, en muchos casos, para su uso con hortalizas mini. En este sentido, Francisco Rodríguez, director comercial de Ejidozone, afirma que el actual 'boom' de las hortalizas mini está obligando a las empresas a trabajar en envases algo más pequeños y de ahí que Ejidozone esté intensificando su trabajo en este segmento.

Junto a las tradicionales barquetas (de cartón, plástico, etc.) o al vaso tipo Starbucks, por el que la empresa apostó hace ya tres años y que se ha convertido en uno de los envases más reconocibles del mercado, Ejidozone trabaja en la actualidad en la introducción en el mercado de las denominadas 'pouch bags', bolsas de plástico en las que se envasa el producto y que el consumidor puede llevar directamente desde el supermercado a su casa, puesto que cuentan con su propia asa. Estas bolsas son ya muy populares en Estados Unidos y Canadá, pero, sin embargo, aún no cuentan con una amplia distribución en Europa.



El material plástico del que están hechas las 'pouch bags' y su diseño permiten realizar en ellas la impresión que la empresa considere más oportuna para su producto y, precisamente gracias a ello, estas bolsas cumplen una doble función: por un lado, resultan mucho más atractivas y cómodas para el consumidor y, por otro, suponen una gran superficie publicitaria en sí mismas, ya que están diseñadas para mantenerse de pie, con lo cual, su impresión se ve perfectamente.

Ejidozone continúa trabajando en la búsqueda de nuevos envases que satisfagan las necesidades de todos sus clientes y que, hoy

por hoy, pasan, en gran medida, por "envases más pequeños y atractivos que, al final, diferencien su producto del producto de la competencia", insiste Rodríguez.

La empresa cuenta con quince años de experiencia en el sector, tiempo en el que se han hecho un hueco más que importante en el litoral sur del Mediterráneo como proveedores de envases, embalajes y materiales auxiliares para la exportación de frutas y hortalizas.

Asimismo, desde 2010, tiene una división de maquinaria, Ezone Maquinaria, que cuenta con la delegación Sur de Caterpillar, empresa líder mundial en el sector de carretillas y transpaletas. También ofrecen una amplia gama de maquinaria y otros accesorios, destinados, principalmente, a los sectores hortofrutícola e industrial, como flejadoras, muelles, puertas, máquinas lavadoras, etiquetadoras, controladoras de peso o máquinas de flow pack. La cartera de representaciones de Ejidozone es suficiente para satisfacer todas las necesidades de sus clientes en este sentido.

Ejidozone vergrößert sein Angebot um kleinere und für den Verbraucher attraktivere Packungsgrößen

Ejidozone hat sich in den letzten Jahren verstärkt auf die Herstellung kleinerer und für den Verbraucher attraktiverer Packungsgrößen konzentriert, die insbesondere für Minigemüsesorten verwendet werden, die nach Angaben des kaufmännischen Leiters,

Francisco Rodríguez, derzeit "boomen". So arbeitet das Unternehmen daran, neben den traditionellen Verpackungen (aus Kunststoff, Pappe usw.) bzw. Bechern vom Typ Starbucks, so genannte "Pouch Bags" einzuführen, die das

Produkt verpackt wird, und die der Verbraucher direkt vom Supermarkt mit nach Hause nehmen kann. Außerdem setzt es seit 2010 auf die Unterstützung von Caterpillar Sur, dem führenden Unternehmen im Bereich Hubwagen.

Ejidozone extends its product range with smaller containers that are more appealing for the consumer

In the last few years, Ejidozone has strongly committed to smaller containers that are more appealing for the consumer. These have been conceived, in many cases, for use with mini-vegetables, as a result of the latest boom experienced in these, explains the company's sales manager, Francisco Rodríguez. Therefore, together with the traditional punnet (plastic, cardboard, etc.) or the Starbucks-type cup, the company is working on the introduction into the market of pouch bags, which are plastic bags that contain the product and which the consumer can directly take from the supermarket to their home. Since 2010, it also runs the South delegation of Caterpillar, a leading company in the forklift and pallet truck sector.



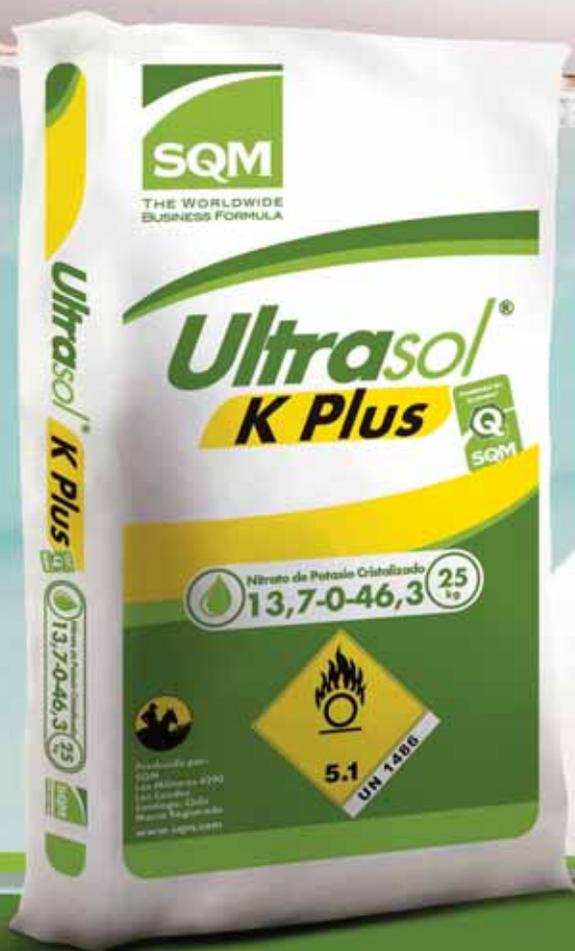
THE WORLDWIDE
BUSINESS FORMULA

Elige nutrientes, elige pureza

Nuevo Nitrato Potásico grado técnico hidropónico

Ultrasol® K Plus 13,7-0-46,3

- Más pureza significa más nutrientes en el mismo saco.
- Un polvo fino, cristalino, de gran fluidez que se disuelve rápidamente en agua.
- Una nueva instalación en Cádiz con tecnología de punta, para mejorar aún más el servicio.



SQM, el principal productor de potasio libre de cloruro en el mundo, se perfila hacia el futuro a través de la investigación, la tecnología y la inversión, entregando productos de alta calidad y manteniéndose como el proveedor global preferido desde hace ya varias décadas.

SQM IBERIAN S.A.
Calle Provenza 251, Pral 1º, 08008, Barcelona, España
Fono: +34 93+ 487 7806

www.sqm.com



Anecoop muestra en Berlín su fuerte posicionamiento en paraguayos y platerinas

Anecoop sigue apostando por Fruit Logística y este año lo hace participando con un espacio expositivo de 140 metros cuadrados. En esta ocasión, la cooperativa de segundo grado va a destacar su fuerte posicionamiento en paraguayos y platerinas, dos frutas de las que se producen en España apenas 50.000 toneladas en 2010 y de las que se producirán unas 280.000 este año.

El stand de Anecoop será, una edición más, el espacio en el que se reunirán sus comerciales y directores con sus principales clientes de la distribución, un momento en el que aprovecharán para revisar el primer trimestre del ejercicio y planificar los siguientes.

Además de su oferta en paraguayos y platerinas, que se producirán fundamentalmente en el Valle del Ebro y Murcia, aunque también en Andalucía, Extremadura y Comunidad Valenciana, y de las que Anecoop dispondrá de unas 45.000 toneladas, la cooperativa desplegará en su stand, con gran presencia corporativa, el resto de su amplia oferta, como si se tratara de un supermercado. De este modo, los clientes podrán conocer los distintos formatos de packaging que tienen a su disposición y la imagen de marca.

Anecoop ha tomado la iniciativa de ordenar este importante aumento de la producción de paraguayos y platerinas llevándolo a cabo del mismo modo que con la sandía sin pepitas o el Persimon®. Lo cierto es que se trata de dos productos muy atractivos para el consumidor y que cuentan con un calendario de comercialización de cinco meses, de mayo a septiembre.

En cuanto al resto de productos, los cítricos, con la introducción de variedades precoces -Clemenson-, siguen siendo los líderes indiscutibles de la amplia oferta de Anecoop. También destacable es el crecimiento de su gama de hortalizas clásicas y de las de nicho, especialmente en zanahoria, apio y boniato.



Respecto al Persimon®, este ejercicio superarán las 70.000 toneladas netas cargadas, dato más que importante, sobre todo si se tienen en cuenta las dificultades derivadas del veto ruso y las incidencias meteorológicas. Anecoop prevé disponer para el mercado y clientes preferentes de un volumen de unas 100.000 toneladas de este producto. De cara a la segunda cam-

paña, Anecoop afianzará su importante posición en mandarinas y naranjas y, además, anuncia una actualización varietal en sandías, lo que le llevará a segmentar cada vez más su posicionamiento con la familia de sandías Bouquet (roja, rayada, negra, amarilla y mini).

Anecoop präsentiert in Berlin seine feste Stellung bei Weinbergpfirsichen und "Platerinas", einer Kreuzung aus Weinbergpfirsich und Nektarine

Anecoop ist weiterhin auf der Fruit Logística vertreten, in diesem Jahr mit einer Ausstellungsfläche von 140 Quadratmetern. Anlässlich der diesjährigen Messe zeigt die regionale Genossenschaft ihre starke

Stellung im Bereich der Weinbergpfirsiche und der "Platerinas"; in dieser Saison erwartet sie bei diesen Früchten eine Leistung von 45.000 Tonnen. Auf dem Stand von Anecoop werden in diesem Jahr erneut sowohl

die Vertriebsunternehmen als auch die Geschäftsführer und die wichtigsten Einzelhändler vertreten sein. Sie werden die Gelegenheit nutzen, um das erste Geschäftsquartal zu prüfen und die weiteren zu planen.

Anecoop shows in Berlin its strong positioning in Saturn peaches and Saturn nectarines

Anecoop continues committed to Fruit Logística, and this year it is participating with an exhibition space of 140 square metres. On this occasion, the second-degree cooperative will stand out for its strong positioning in Saturn peaches and Saturn nectarines, of which it estimates it will have 45,000 tons this year. The Anecoop stand will be, yet another edition, the space in which its salespeople and directors will meet with its main distribution clients. It will be a moment that they will use to review the first year's quarter as well as plan the upcoming ones.

síguenos en  @Bouquet_es

 <http://www.facebook.com/bouquetcultivamosfuturo>

FRUIT 2015
LOGISTICA
BERLIN
4/5/6 FEBRUARY


Anecoop
HALLE 18 / B-01
NORTH ENTRANCE

Conseguidos con esfuerzo, los logros tienen más sabor.

Los frutos del esfuerzo tienen más sabor.

Como las ensaladas y hortalizas Bouquet: con el sabor de las cosas bien hechas.

En Anecoop conocemos el esfuerzo, que nos hace ser sinónimo de calidad, innovación y continuidad en los mercados en los que estamos presentes.

Esfuerzo que desde nuestra posición de productores presentes en todas las zonas de producción españolas, nos permite ofrecer una completa gama de hortalizas. Gama que incluye desde las más habituales en el mercado hasta las de menor presencia, dando respuesta a las expectativas de nuestros clientes tanto con un calendario que abarca todo el año, como en volumen, constancia, calidad y seguridad alimentaria.

Bouquet cultivamos futuro es un proyecto en el que trabajamos día a día bajo nuestros principios de Responsabilidad Social Corporativa: fomentando la alimentación saludable, garantizando la seguridad alimentaria, respetando el medio ambiente y generando proyectos de economía social.



BOUQUET

Cultivamos futuro

BOUQUET



www.bouquet.es

Anecoop, S. Coop • Tel: 963 938 500 • info@anecoop.com





Frescura y calidad con Plaform

Plaform es la única marca que se somete a auditorías externas e independientes para controlar que se cumple con las estrictas normas de calidad y fabricación que el fabricante asume bajo contrato de sublicencia. Esto permite ofrecer las mejores garantías en la protección y transporte de frutas y hortalizas.

El embalaje Plaform se convierte en la solución más idónea, económica, higiénica y sostenible en el transporte de productos hortofrutícolas, manteniéndolos siempre frescos.

Primera marca en homologar las medidas exteriores de sus embalajes con el sistema de Common Footprint (CF), lo que facilita configurar palés mixtos, seguros y con suficiente altura para aprovechar al máximo el espacio de carga.

Mejora de preenfriamiento del producto hortofrutícola hasta en un 40% en el transporte y el almacén. Esto es posible por una serie de orificios estratégicamente situados para favorecer la circulación del aire a través del envase. En la última edición de Fruit Logistica, el Grupo presentó

su nueva caja de columna abierta 'sin tejadillo'. Este nuevo diseño ofrece ventajas en la disposición y visualización del producto, además de ser compatible con el diseño tradicional de la marca. www.grupoplaform.com.

Frische und Qualität mit Plaform

Plaform ist die einzige Marke, die sich externen und unabhängigen Prüfungen unterzieht, um zu kontrollieren, dass die strikten Qualitäts- und Herstellungsnormen, auf die der Hersteller sich in seiner Eigenschaft als Unterlizenznehmer verpflichtet hat,

eingehalten werden. Dadurch ist es möglich, die höchsten Garantien auf den Pflege und den Transport von Obst und Gemüse zu geben. Die Verpackung von Plaform ist zu einer geeigneten, wirtschaftlichen, hygienischen und nachhaltigen Lösung für den

Transport von Obst und Gemüse geworden, die ständig frisch gehalten werden. Es ist ebenfalls die erste Marke, welche die Außenabmessungen ihrer Verpackungen an das System Common Footprint (CF) angepasst hat. Diese Verpackungen verbessern

Quality and freshness with Plaform

Plaform is the only brand that subjects itself to external and independent audits to control that all the strictest quality and manufacturing standards assumed by the manufacturer under a sublicense agreement are met. This enables it to offer the best guarantees in protection and transportation of fruit and vegetables. Plaform packaging has become the most ideal, economic, hygienic and sustainable solution in the transport of fruit and vegetable products, keeping them always fresh. In addition, it is the first brand to have standardised the outer measurements of its packaging by means of the system Common Footprint (CF). This packaging also improves the pre-cooling of the product in transportation by 40%.

La feria batió su récord de participación y superó los 62.000 visitantes en 2014

La pasada edición de Fruit Logistica fue de récord y, para comprobarlo, basta recordar, únicamente, la cifra de visitantes: más de 62.000 personas llegadas de 141 países, según los datos hechos públicos por la organización del evento. Todos ellos acudieron a la Messe Berlín con la única intención de hacer negocio y oportunidades, desde luego, no les faltaron. Y es que la edición de 2014 de la feria congregó a 2.400 expositores procedentes de 84 países diferentes.

Al finalizar el evento, tanto expositores como visitantes valoraron la presencia de profesionales con poder de decisión, así como la oportunidad que les ofreció Fruit Logistica de tener contacto directo con productores de frutas y verduras, mayoristas, importadores y proveedores de exportación. Tanto es así que el 98% de los visitantes comerciales puso de manifiesto los buenos resultados obtenidos tras su participación en el evento. Y no es para me-

nos; según las cifras de la organización, más de un tercio de los visitantes cerró contratos durante los tres días de feria, mientras que un 77,5% anticipó un seguimiento de los contactos establecidos que, a buen seguro, derivarían en futuros acuerdos comerciales. En lo que res-

pecta al origen de los participantes, el 83% procedía de fuera de Alemania, en concreto, de otros países de la Unión Europea (71%) y América (11,5%), además de África (8,4%), Oriente Medio (4,6%), Asia (2,6%), e incluso, Oceanía (1,9%).

The trade fair broke its record of participation and exceeded 62,000 visitors in 2014

The past edition of Fruit Logistica received over 62,000 professional visitors from 141 countries. They all went to Messe Berlin with the sole intention of making business and taking advantage of opportunities. They certainly were not disappointed, as the 2014 edition of the trade fair gathered 2,400 exhibitors from 84 countries. Most of the participating professionals were decision-makers in their companies, which is something that both the visitors and exhibitors valued, as many of them, specifically over a third, were able to close agreements at the trade fair.

Die Messe hat ihren Teilnehmerrekord durch die Marke von 62.000 Besuchern 2014 übertroffen

Die letzte Ausgabe der Fruit Logistica empfing über 62.000 professionelle Teilnehmer aus 141 Ländern. Sie alle kamen zur Messe Berlin mit der Absicht, Geschäfte zu machen und neue Möglichkeiten zu finden, und selbstverständlich bestand daran kein Mangel, da sich zu dieser Ausgabe 2014 dieser Messe 2.400 Aussteller aus 84 Ländern zusammengefunden haben. Bei der Mehrzahl der teilnehmenden Fachleute handelte es sich um Personen mit Entscheidungsgewalt innerhalb ihrer Unternehmen, was sowohl die Besucher als auch die Aussteller schätzten, da viele

plaform®
INTEGRAL SYSTEM FOR CORRUGATED BOARD PACKING

BORN TO PROTECT

VISIT OUR STAND AT THE FRUIT LOGÍSTICA FAIR
HALL 11.2 STAND A-07

Facebook: /GrupoPlaform
Twitter: @Plaform
LinkedIn: /company/GrupoPlaform

www.grupoplaform.com



Una delegación de periodistas alemanes conoce, in situ, el sistema productivo hortofrutícola

Una delegación de periodistas procedentes de Alemania ha visitado, durante dos días, tanto Almería como Granada con el objetivo de conocer, de primera mano, el trabajo que se realiza en el sector hortofrutícola, así como se les ha dado la oportunidad de familiarizarse, un poco más, con este método de producción que está suponiendo un modelo para otros muchos países. En este sentido, la experiencia, organizada por la Interprofesional de Frutas y Hortalizas de Andalucía, HORTYFRUTA, ha sido más que satisfactoria para estos profesionales de la información que han tenido la ocasión de conocer la labor realizada en una finca, así como también han visitado una comercializadora, una alhóndiga y han visto los avances y el desarrollo de la lucha integrada en los cultivos bajo abrigo.

Desde HORTYFRUTA han informado de que, con este programa, lo que se pretende es dar a conocer el trabajo que se lleva a cabo desde una finca hasta la venta del producto. En este sentido, el primer día de visita, los periodistas alemanes estuvieron en una empresa de control biológico de plagas y polinización con abejorros en La Mojenera, para, después, acudir a una finca de tomate cherry y una comercializadora, en la localidad de Gualchos-Castell de Ferro, en Granada. El segundo día, se visitó una cooperativa en Viator y una planta de vermicompostaje de residuos agrícolas en la localidad almeriense de Tabernas.

Sin duda, una experiencia que periodistas pertenecientes a medios digitales del nivel de Wunderweib (con casi 20 millones

de visitas y 2 millones de usuarios), Kulinariker (200.000 usuarios únicos al mes) o el blog de cocina Herzfutter pudieron vivir en primera persona con el fin de contar, de la mejor manera, cómo se lleva a cabo la producción de las frutas y hortalizas de Almería y Granada, así como su comercialización, pasos que cada vez se dan con más seguridad pero, a la vez, con más cautela, con el fin de obtener el mejor de los resultados posibles y la aceptación tanto del mercado como del consumidor final.

A delegation of German journalists learn the fruit and vegetable production system on site

A delegation of journalists from Germany has visited Almería and Granada for two days with the aim of learning, first hand, about the work that is carried out in the fruit and vegetable sector. They have also gotten familiar with this production method, which is becoming a model for many other countries. This experience was enjoyed by journalists from different digital media the size of Wunderweib (with almost 20 million visits and 2 million users), Kulinariker (200,000 unique users a month) or the cooking blog Herzfutter.

Eine Delegation deutscher Journalisten lernt vor Ort das Gartenbau-Produktionssystem kennen

Eine Delegation von Journalisten aus Deutschland hat für zwei Tage sowohl Almería als auch Granada zu dem Zweck besucht, aus erster Hand die Arbeit im Gartenbau kennenzulernen sowie die Möglichkeit zu

haben, sich ein wenig mehr mit den Produktionsmethoden vertraut zu machen, die ein Modell für viele andere Länder sein können. Diese Erfahrung konnten Journalisten von digitalen

Medien vom Niveau von Wunderweib (beinahe 20 Millionen Besucher und 2 Millionen Nutzer), Kulinariker (200.000 Einzelbenutzer innerhalb eines Monats) oder dem Kochblog Herzfutter machen.

Import Export Fruva S.L. presenta el envasado Girsac para pimientos

La empresa almeriense ubicada en Dalías, Fruva S.L., sigue apostando por la innovación y presenta el sistema de envasado Girsac, un nuevo formato para pimientos.

Import Export Fruva S.L. está especializada en producción, manipulación, envasado y comercialización de pimiento, calabacín, berenjena y tomate, doce meses al año, así como también de melón y sandía, en la época de primavera-verano, lo que le permite ofrecer a sus clientes, durante todo el año, un amplio abanico

de productos que cuentan con los certificados de calidad GlobalGap, BRC, IFS, ISO 9001 e ISO 14001, asegurando siempre las máximas garantías de seguridad y calidad.

Su principal producto es el pimiento, una hortaliza que destaca del resto de la provincia al cultivarse en la zona de Dalías, que por su microclima, ofrece frutos con una pared más gruesa, lo que permite que el pimiento tenga una mayor consistencia, así como una vida útil más larga.



Import Export Fruva S.L. presents the Girsac container for peppers

The company Fruva S.L. located in Dalías, Almería, continues committed to innovation and presents the Girsac container system, a new format for peppers. Import Export Fruva S.L. specialises in the production, handling, packaging and marketing of peppers, courgettes, aubergines and tomatoes all year round, as well as of melon and watermelon in the spring-summer period. As a result, it can provide its customers throughout the entire year a wide range of products that complies with the quality standards GlobalGap, BRC, IFS, ISO 9001 and ISO 14001, thus always ensuring maximum guarantees in quality and safety.

Its principal product is a pepper. It differs from the others because of being cultivated in the zone of Dalías which thanks to its microclimate offers vegetables with thicker peel that allows to have more consistency and longer shelf life of peppers.

Import Export Fruva S.L. präsentiert die Verpackung Girsac für Paprika

Fruva S.L., ein Unternehmen aus Almería mit Sitz in Dalías arbeitet weiterhin innovativ und stellt ein neues Verpackungsformat für Paprika mit dem Namen Girsac vor. Import Export Fruva S.L. hat sich

auf die Herstellung, Verarbeitung und Verpackung von Paprika, Zucchini, Auberginen und Tomaten über das ganze Jahr spezialisiert sowie von Honig- und Wassermelonen im Frühjahr und Sommer; somit bietet das

Unternehmen über das gesamte Jahr ein umfangreiches Programm, das über die Qualitätszertifikate GlobalGap, BRC, IFS, ISO 9001 und ISO 14001 verfügt und somit bestmögliche Sicherheit und Qualität bietet.

Import Export Fruva



IMPORT - EXPORT FRUVA S.L.
Ctra. Berja, S/N
04750 - Dalías, Almería (España).
Tel: + 34 950 494 600
Fax: + 34 950 494 633

GLOBALG.A.P.
The Global Partnership for Good Agricultural Practices



PEDRO CAPARRÓS TORRECILLAS- Gerente de Caparrós Nature SL

“Nuestro cherry pera en rama Lobello® será un buen reclamo para los visitantes”

Caparrós Nature está presente en Fruit Logistica 2015 con un espacio expositor que se encuentra ubicado en el hall 18, concretamente en el stand A-02C, donde podrá reunirse con sus clientes y presentar sus últimas novedades.

Pregunta.- ¿En cuántas ediciones de la feria han participado?

Respuesta.- Esta es nuestra segunda edición con stand propio, pero llevamos acudiendo a la feria desde hace 12 ediciones.

P.- ¿Qué novedades les van a presentar a sus clientes y demás interesados?

R.- Este año queremos mostrar toda nuestra gama de hortalizas y sandías, pero acudimos con el Lobello® como punta de lanza. Este tomate cherry pera en rama tiene unas cualidades extraordinarias y seguro que será un buen reclamo para los visitantes.

P.- ¿Por qué considera importante participar en Fruit Logistica?

R.- Es el escaparate más importante del sector en Europa, estar ahí es muy beneficioso para las empresas, ya que genera una confianza extra en los clientes potenciales. Por otro lado, sirve como punto de encuentro con clientes existentes y se convierte así en una herramienta de fidelización extraordinaria. En Fruit Logistica contactamos con más del 80% de nuestros clientes europeos.

P.- Han cumplido 30 años de existencia, en los que han logrado hacerse un hueco importante en el mercado gourmet, ¿qué importancia tiene para Grupo Caparrós este segmento?

R.- Lo cierto es que es un segmento que cada vez cobra mayor relevancia. Creemos que apostar por variedades que se adaptan a este tipo de consumidores es una apuesta con futuro, por ello apostamos por nuestra gama 'Caparrós Premium' de hortalizas y frutas.



P.- Desde 2006 Grupo Caparrós también cuenta entre sus empresas con La Gergaleña, ¿van a presentar sus productos en la feria alemana?

R.- La Gergaleña cuenta con varias referencias en IV y V gama, y son productos que sí que mostraremos allí, dado que se adaptan perfectamente al espíritu de Fruit Logistica. Además, son referencias que ya comercializa nuestra filial Caparrós Deutschland en Belín para toda Alemania.

P.- ¿Tienen algún nuevo proyecto en marcha?

R.- Es política de empresa trabajar en novedades e innovaciones para lanzar varios productos nuevos al año. Este 2015 será también un año donde seguiremos trabajando para presentar algo nuevo al mercado.

**Interview mit Pedro Caparrós Torrecillas, Geschäftsführer von Caparrós Nature SL
"Unsere Cherry-Roma-Strauchtomate Lobello® wird die Besucher anlocken"**

Caparrós Nature nimmt in diesem Jahr zum ersten Mal als eigenständiger Aussteller teil und zeigt auf der Messe sein gesamtes Angebot an Gemüse und Wassermelonen sowie Lobello® als Hauptattraktion. Dabei handelt es sich laut dem

Geschäftsführer des Unternehmens, Pedro Caparrós Torrecillas, um eine "Cherry-Roma-Strauchtomate von außergewöhnlicher Qualität, die mit Sicherheit die Aufmerksamkeit vieler Besucher anlocken wird." Der Caparrós-Konzern wird

seinen Kunden und den anderen Branchenvertretern zudem seine breite Palette frisch gepflückter und direkt zubereiteter Produkte von La Gergaleña vorstellen, einem Unternehmen, das der Konzern 2006 erworben hatte.

**Interview with Pedro Caparrós Torrecillas, Managing Director of Caparrós Nature SL
“Our Lobello® vine pear tomato will be a great enticement for visitors”**

Caparrós Nature, which participates this year for the first time at Fruit Logistica with its own exhibition space, will display its entire range of vegetables and watermelon at the trade fair with Lobello® as its star product. As explained by the company's managing director, Pedro Caparrós Torrecillas, it is a "vine pear tomato with extraordinary qualities, and it will surely be a great enticement for visitors." Grupo Caparrós will also present its customers and the other members of the sector with the IV and V Range of products from La Gergaleña, a company that the Group acquired in 2006.

Portugal, país asociado de Fruit Logistica 2015, punto de encuentro en la inauguración de la feria alemana

Portugal, país asociado a Fruit Logistica 2015, va a contar con una presencia récord en la feria internacional para la comercialización de productos frescos. De hecho, se trata de cerca de 600 metros cuadrados, que van a acoger a los exportadores clave de la nación y servirá como punto de encuentro en la inauguración oficial de Fruit Logistica. En este sentido, el país luso no solamente reforzará aún más su imagen internacional, sino que también resaltará su posición como proveedor de productos de calidad para los compradores internacionales. Y es que, el volumen de productos frescos exportados desde este país se incrementó un 26



por ciento en los últimos tres años, pasando de exportar 780 millones de euros, en 2010, a 983 millones en 2013. El año pasado, el país luso produjo frutas y hortalizas por valor de 2,6 billones de euros; la mayor parte de ellas se envían a los países europeos. Sin embargo, América del Sur y África son otros de los destinos de las exportaciones portuguesas, ya que la situación estratégica de Portugal es ideal para el transporte marítimo de mercancías, teniendo una conexión excelente con Europa, Sudamérica y África.

En cuanto a su participación en Fruit Logistica se refiere, Portugal expuso, por primera vez, en el año 2000. Desde 2011, el pabellón portugués ha estado organizado por Portugal Fresh.

Portugal, a partner country of Fruit Logistica 2015, has become the meeting point for the inauguration of the German trade fair

Portugal, a partner country of Fruit Logistica 2015, will have a record-breaking presence in the marketing fresh products at the international trade fair. In fact, around 600 square meters will be occupied by the key exporters of the nation and will serve as a meeting point for the official inauguration of Fruit Logistica. In this sense, Portugal will not only strengthen its international image, but also highlight its position as a supplier of quality products to international buyers.

Portugal, das Partnerland der Fruit Logistica 2015, Treffpunkt anlässlich der Eröffnung der deutschen Messe

Portugal, das Partnerland der Fruit Logistica 2015 wird sich so stark wie nie zuvor auf der internationalen Messe für frische Produkte präsentieren. Auf den ca. 600 Quadratmetern werden die wichtigsten Aussteller dieses Landes vertreten sein; hier wird auch die Fruit Logistica offiziell eröffnet. Somit wird Portugal nicht nur sein Bild im Ausland weiterhin stärken, sondern auch seine Stellung als Lieferant qualitativ hochwertiger Erzeugnisse für die internationalen Verbraucher unterstreichen.

30 años de vocación exportadora

**EL SABOR
MÁS DULCE
E INTENSO.
PRUÉBALO.**



DISFRUTA LO BUENO. DISFRUTA LOBELLO.



CAPARRÓS NATURE S.L.
Ctra. De Níjar Km. 8,400 - 04130 El Alquílan - Almería
TLF. +34 950 600 213 / www.grupocaparrós.com

El Ayuntamiento de El Ejido contribuye a mejorar la seguridad alimentaria de las hortalizas con su Centro Universitario Analítico Municipal

La seguridad alimentaria de las hortalizas que se producen en El Ejido es, sin duda, un objetivo primordial para los productores locales. El Ayuntamiento del municipio almeriense contribuye en este aspecto con su Centro Universitario Analítico Municipal (CUAM), un servicio público que garantiza la calidad y seguridad alimentaria de un sector que está en permanente proceso de innovación y especialización.

El CUAM se ha convertido en uno de los laboratorios más importantes del agro español, ya que integra los conocimientos técnicos de la Universidad de Almería, la investigación aplicada y la tecnología punta, con el desarrollo permanente del sector agroalimentario. Acreditado por la ENAC desde 1998 (Entidad Nacional de Acreditación), posee un departamento de garantía de calidad que asegura la trazabilidad de todos los productos que se cultivan en el campo ejidense, ya que en este centro de análisis se certifica que las hortalizas cumplen con todos los requisitos de calidad exigidos y con todas las garantías para el consumidor. De esta forma, todos los agricultores del municipio están asesorados por técnicos de alto nivel en todos los aspectos relativos al cultivo y gestión de la finca.

El CUAM ha aumentado en el último año su capacidad para realizar los análisis que demanda el sector agrario, así como el alcance de la acreditación con la incorporación de 108 nuevos plaguicidas. Desde el pasado año, el CUAM desarrolla su actividad en sus nuevas instalaciones, mucho más modernas y con herramientas punteras que permiten a sus usuarios hacer un seguimiento de sus ensayos en tiempo real, con un horario de atención más amplio y con un innovador sistema informático de gestión online que ofrece acceso inmediato a los datos. Todo ello ha posibilitado mejorar sustancialmente el servicio que reciben los agricultores y comercializadoras del sector.

El Laboratorio, en estos momentos, cuenta con un alcance para determinar hasta 343 materias activas en un análisis multiresiduos, de las cuales 227 están acreditadas. Todo ello ha generado un incremento en el número de análisis agrícolas que realiza anualmente, así como el de análisis de suelo, nutricionales de foliares y de aguas de riego y disoluciones nutritivas.

La estrategia seguida por el CUAM se ajusta a los parámetros que exige el reglamento de Ejecución (UE) N° 788/2012, relativo a un programa de control plurianual de la Unión para 2013, 2014 y 2015 y que, en definitiva, avalan el hecho de que la agricultura de este municipio se identifique con el cultivo de la más alta calidad y máximo cui-



dado y respeto al medio ambiente, habiendo conseguido en los últimos años, asimismo, decididas apuestas por la innovación y la especialización.

GARANTÍA DE CALIDAD Y SEGURIDAD

Las hortalizas cultivadas en el municipio de El Ejido son una garantía de calidad, de seguridad agroalimentaria y una fuerte apuesta por la trazabilidad, el medio ambiente y la sostenibilidad.

Los agricultores de El Ejido cultivan las hortalizas siguiendo los criterios internacionales de las Buenas Prácticas Agrícolas (GAP, en inglés), de manera que recogen, entre otros aspectos, la necesidad de extremar las medidas de ahorro de agua de riego, la gestión de los residuos agrícolas con el máximo respeto medioambiental o la aplicación de las técnicas más naturales.

El municipio ejidense es el epicentro de la conocida como 'Huerta de Europa'. Además del buen hacer de sus agricultores, sin el excepcional clima del que goza sería imposible que fueran viables las 12.500 hectáreas de superficie invernada, una cifra que representa el 70 por ciento de la comercialización total de la provincia de Almería. Cada año, los agricultores de este municipio almeriense producen más de 1.200.000 toneladas de hortalizas y frutos de máxima calidad. El sol, con más de 3.000 horas al año, y el viento, que evita la pudrición de los frutos, son dos aliados indispensables de los productores.

Las comercializadoras locales, que envían producto a más de 50 países de todo el mundo, envasan con mimo y la máxima fiabilidad las frutas y hortalizas, siendo garantes de la seguridad alimentaria y el sumo res-

Die Stadtverwaltung El Ejido trägt mit dem Universitätszentrum Centro Universitario Analítico Municipal zur Steigerung der Lebensmittelsicherheit im Gartenbau bei

Die Lebensmittelsicherheit im Gemüsebau ist ohne Zweifel ein Hauptanliegen der lokalen Produzenten in El Ejido. Die Gemeindeverwaltung Almerias unterstützt diesen Aspekt mit dem Centro Universitario Analítico Municipal (CUAM), einer öffentlichen Einrichtung, die die Qualität und Lebensmittelsicherheit

sicherstellt für eine Branche, die sich in einem permanenten Innovations- und Spezialisierungsprozess befindet. Das CUAM hat seine Kapazität im letzten Jahr erhöht, um die vom Markt geforderten Analysen und die Zulassungen von 108 neuen Pflanzenschutzmitteln durchführen zu können.



peto hacia el medio ambiente de los productos que introducen en el mercado.

Lo cierto es que el campo ejidense, situado entre la Sierra de Gádor y el mar Mediterráneo, tiene un clima estable, con una temperatura media anual diurna de 27°C en verano y 15°C en invierno. Esta temperatura proporciona a las hortalizas cultivadas en esta tierra extraordinarios contenidos en antioxidantes celulares naturales. No en vano, el municipio de El Ejido cuenta con uno de los mayores índices de esperanza de vida de todo el sur español: 80,14 años.

ALIADO CONTRA EL CAMBIO CLIMÁTICO

Por último, la agricultura de El Ejido ayuda también a combatir el cambio climático, dado el efecto protector de los invernaderos contra los efectos del calentamiento global, según datos del satélite TERRA de la NASA.

El efecto de enfriamiento del clima almeriense por cambio de uso del suelo para invernadero es 12 veces más intenso al del calentamiento global causado por el aumento de CO2.

The Town Hall of El Ejido contributes to improving food safety in vegetables with its Centro Universitario Analítico Municipal (CUAM, Municipal Analytical University Centre)

The food safety of vegetables produced in El Ejido is without a doubt a main objective for local producers. The Town Hall of this municipality in Almeria is contributing to this aspect through the Centro Universitario Analítico Municipal (CUAM, Municipal Analytical University Centre), which is a public service that guarantees the food quality and safety of a sector permanently undergoing a process of innovation and specialisation. In the past year, the CUAM has increased its capacity to perform the analyses required by the agricultural sector and has broadened the scope of its certification by including 108 new insecticides.

31

el Ejido.

We cultivate quality safely
Cultivamos la calidad con seguridad



In El Ejido (Almeria) our Fruit & Vegetables are cultivated with all quality guarantees that consumers expect. The kindness of Mediterranean weather together with demanding and environmentally friendly practices make our products the most valued ones on the European markets.





SAT Agroiris crece un 20% en volumen en esta campaña

32

SAT Agroiris es una de las comercializadoras almerienses que más está creciendo en los últimos años y, de hecho, sólo en lo que va de esta campaña 2014/2015, "hemos crecido un 20% en volumen", según afirma su director general, Juan Antonio Díaz Planelles, quien añade que, de seguir así, "puede que éste sea un año histórico para Agroiris y pasemos de los 200 millones de kilos". El pimiento ha sido el producto que más ha contribuido a este aumento de volumen, sobre todo gracias a las "nuevas incorporaciones de Tribelli", como puede ser el Tribelli XL, un nuevo pimiento que la SAT ejidense presentó en la pasada edición de Fruit Attraction y que "se ha vendido muy bien", tanto que "ahora nos está faltando producto".

Asimismo, y de cara a la próxima campaña de primavera, SAT Agroiris trabajará el mercado nacional de la mano de "tres cadenas muy importantes dentro de la distribución española". Hasta la fecha, tal y como explicó su director general, "siempre hemos estado en el mercado nacional", pero nunca vendiendo, directamente, a supermercados. A través de esas cadenas, la comercializadora ejidense pondrá en el



mercado melón cantaloup, amarillo, piel de sapo y una variedad especial de galia que "vamos a sembrar en exclusiva", así como sandía negra sin semillas.

"Nuestro volumen está creciendo y hay que buscar nuevos horizontes", explica Díaz Planelles, quien añade que, por ejemplo, en los últimos tiempos, "nuestro volumen comercializado en Estados Unidos y Canadá ha crecido enormemente", pero no sólo ahí. "También hemos crecido en países en los que antes no hacíamos apenas nada, como pueden ser Ucrania, Estonia o Lituania", estados que, "teniendo en cuenta su número de habitantes, también tienen un consumo importante".

Para concluir, el director general de SAT Agroiris comenta que, si bien su empresa ha crecido mucho en los últimos años, lo cierto es que, "en esta campaña, veo un crecimiento superior" y, de hecho, sólo en la última asamblea, la SAT incorporó más de veinte socios nuevos y en tomo a otros 30 esperan serlo a partir de febrero. Para Díaz Planelles éste es el fruto de "hacer las cosas bien hechas".

SAT Agroiris grows 20% in volume during this campaign

SAT Agroiris is one of the trading companies from Almería that is growing the most in the past years. As a matter of fact, in this 2014/2015 campaign only, "we have grown 20% in volume", affirms its managing director, Juan Antonio Díaz Planelles, who also adds, if this situation continues, "it could be a historical year for Agroiris and we might exceed 200 million kilograms." In spring, SAT will begin to work with three major national distribution chains in the marketing all its types of melon and watermelon. In the past years, it has grown in markets such as the United States, Canada, Estonia, Ukraine or Latvia.

SAT Agroiris wächst in dieser Saison um 20%

SAT Agroiris zählt zu den Vermarktungsunternehmen Almerías, die in den letzten Jahren am stärksten wachsen und tatsächlich: allein in der Saison 2014/2015 "sind wir um 20% gewachsen", versichert der Generaldirektor Juan Antonio

Díaz Planelles, der hinzufügt, dass, sollte das Unternehmen weiter so wachsen "dieses Jahr für Agroiris mit mehr als 200 Millionen Kilo historisch werden könnte." Vor dem Frühling nimmt SAT seine Zusammenarbeit mit drei wichtigen inländischen

Handelsketten auf für die Vermarktung von allen Sorten Honig- und Wassermelonen, zudem haben in der unmittelbaren Vergangenheit die Märkte USA, Kanada, Estland, Ukraine und Lettland zugelegt.

AGROLIRIS

20 años creciendo con la agricultura



20
ANIVERSARIO
1994 - 2014

SAT Agrolevante incorporará este año nuevos productos como melocotón, granada y paraguayano

La empresa almeriense SAT Agrolevante está inmersa en el nuevo año que acaba de comenzar y se ha marcado nuevos retos, con el fin de ofrecer a sus clientes una mayor oferta en cuanto a variedad de producto se refiere. En este sentido, Cristóbal Parra, gerente de la entidad, adelanta que "en 2015 vamos a incorporar nuevos productos como melocotón, granada y paraguayano". Mientras tanto, SAT Agrolevante sigue trabajando en la presente campaña, un ejercicio que "está siendo complicado debido a la falta de precio y demanda. Igualmente, el nivel de producción que tenemos es muy parecido al curso anterior, en torno a los 10 millones de kilos de cítricos, por lo tanto, no hay variación en la producción". En cuanto a los proyectos marcados a largo plazo, SAT Agrolevante sigue pensando a poner en marcha una línea de producción de zumo, algo que "no creemos que



vayamos a hacer en la actualidad, pero sí que no lo descartamos en un futuro", indica Cristóbal Parra.

SAT Agrolevante cuenta en la actualidad con algo más de 40 agricultores socios, que concentran sus tierras de cultivo en un radio de 15 kilómetros en torno al municipio almeriense de Huércal Overa.

SAT Agrolevante will incorporate this year new products such as peaches, pomegranates and Saturn peaches

The company from Almería SAT Agrolevante is working hard this year and it has set itself new challenges with the aim of providing its customers a larger offer in terms of product variety. In this sense, Cristóbal Parra, a member of the company's Board of Directors, anticipates that "in 2015 we are going to incorporate new products, such as peaches, pomegranates and Saturn peaches." With regard to the long-term projects, SAT Agrolevante is still considering starting a production line of fruit juice.

SAT Agrolevante vertreibt in diesem Jahr neue Produkte wie Pfirsiche, Granatäpfel und Weinbergpfirsiche

Das Unternehmen SAT Agrolevante aus Almería hat sich für das eben beginnende Jahr neue Ziele gesetzt, um seinen Kunden eine noch größere Produktbreite

anbieten zu können. In diesem Sinne schickt Cristóbal Parra, Mitglied der Unternehmensleitung voraus, dass "wir 2015 neue Früchte wie Pfirsiche, Granatäpfel und

Weinbergpfirsiche anbieten werden." Zu den langfristigen Projekten von SAT Agrolevante zählt das zusätzliche Angebot von Fruchtsäften.

Almería exportó 30 millones de kilos de cítricos hasta agosto

Almería exportó entre enero y agosto de 2014 un total de 30,7 millones de kilos de cítricos, es decir, un 2% menos que en el mismo período de 2013, según

datos facilitados por la Delegación Territorial de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente. Por este volumen comercializado en el exterior, en un total de 875 operaciones, las empresas del sector de los cítricos facturaron 19,5 millones de euros, un 7% menos, dato que viene a poner de manifiesto el menor precio al que se vendieron estos productos en relación a un año antes.

Entre los principales compradores de los cítricos de Almería destaca Alemania, que en los ocho primeros meses de 2014 se hizo con el 24,5% del total exportado por la provincia. Tras el país germano se situaron Italia (23,8%), Francia (19,6%) y Polonia (5,5%). Asimismo, las empresas del sector exportaron cantidades mucho menores a países como Eslovaquia, Letonia, Rusia, Moldavia, Canadá o Emiratos Árabes. Entre enero y agosto pasados, Almería logró mantener su posición como la

tercera provincia andaluza que más cítricos exporta, con una cuota de mercado del 18,8%. Asimismo, ocupó el noveno puesto a nivel nacional, con el 1,2%.

Almería exportierte bis August 30 Millionen Zitrusfrüchte

Von Januar bis August 2014 exportierte Almería insgesamt 30,7 Millionen Kilo Zitrusfrüchte, d.h. 2% weniger als im gleichen Zeitraum 2013, dies geht aus den vom Amt für Landwirtschaft, Fischerei und Umwelt zur Verfügung gestellten Daten hervor. Für dieses in 875 Operationen umgesetzte Volumen stellten die Unternehmen aus dem Bereich Zitrusfrüchte 19,5 Millionen Euro in Rechnung, das sind 7% weniger als im Vorjahreszeitraum.

Almería exported 30 million kilograms of citrus fruits by August

Almería exported a total amount of 30.7 million kilograms of citrus fruits between January and August of 2014, that is, 2% less than in the same period of 2013, according to information provided by the Regional Department for Environment Planning, Agriculture and Fisheries. As a result of this volume marketed abroad, the companies in the citrus fruits sector registered, in a total of 875 transactions, a turnover of 19.5 million euros, 7% less.

La feria alemana registra un incremento de expositores de mercados hispanoamericanos

Fruit Logistica tiene cada vez más acento español. Sin ir más lejos, en la pasada edición, la de 2014, más de 500 de los 2.630 expositores –un quinto del total– procedían de mercados de habla hispana, siendo la delegación española la más numerosa.

Además de España, en Berlín se dieron cita el año pasado expositores de otros 13 países, en concreto, de mayor a menor presencia, de Argentina, México, Perú, Ecuador, Costa Rica, Guatemala, Colombia, Chile, Uruguay, Brasil, Panamá, Honduras y República Dominicana.

Estas cifras se van a superar en la presente edición, la 2015. Como muestra de la importancia de estos mercados, la organización de la feria berlinesa nom-



bró como país asociado a Perú, en 2013, y a Argentina, en 2014. Además, Fruit Logistica ha organizado actos en pasadas ediciones para productores de Guatemala, Costa Rica y, por supuesto España.

Del mismo modo, desde el año pasado, la página web de Fruit Logistica se encuentra traducida íntegramente al castellano.

The German trade fair registers an increase of exhibitors from Latin-American markets

Fruit Logistica is increasing its Spanish presence. Recently, in the past edition, in 2014, over 500 of the 2,630 exhibitors - a fifth of the total - came from Spanish-speaking markets, where the Spanish comprised the largest group.

In addition to Spain, last year, Berlin brought together exhibitors from another 13 countries, specifically and sorted in greater to lesser presence: Argentina, Mexico, Peru, Ecuador, Costa Rica, Guatemala, Colombia, Chile, Uruguay, Brazil, Panama, Honduras and the Dominican Republic. These figures will be exceeded in this 2015 edition.

Die Messe in Deutschland registriert eine Zunahme der Aussteller vom hispanoamerikanischen Markt

Fruit Logistica hat einen immer stärker werdenden spanischen Akzent. Bereits bei der letzten Ausgabe von 2014 kamen über 500 der 2.630 Aussteller, ein Fünftel also, von Spanisch sprechenden Märkten, wobei die spanische

Delegation die zahlenmäßig stärkste war.

Neben Spanien fanden sich im vergangenen Jahr in Berlin Aussteller aus weiteren 13 Ländern ein, konkret und sortiert nach der Höhe der Präsenz Argentinien, Mexiko,

Peru Ecuador, Costa Rica, Guatemala, Kolumbien, Chile, Uruguay, Brasilien, Panama, Honduras und die Dominikanische Republik. Diese Ziffern werden bei der Ausgabe 2015 übertraffen werden.

35

AGRO LEVANTE

Clementina - Naranja - Limón - Pomelo - Paraguayo - Melocotón - Albaricoque - Granada

www.citricosagrolevante.com



Email: satagrolevante@gmail.com

Teléfono: 950 471 750 - Fax: 950 135 396

Carretera de Nieva, Km 31 Huércal-Overa, 04600 Almería. España

JOSÉ REQUENA - Concejal de Agricultura y Medio Ambiente del Ayuntamiento de Níjar

“Níjar es la zona que más garantías puede ofrecer al consumidor”

Edición tras edición, son muchas las empresas de Níjar que acuden a Fruit Logística y que, cómo no, cuentan con el apoyo de su Ayuntamiento. José Requena, concejal de Agricultura del municipio, reconoce la “importancia” de estar en Berlín y afirma que Níjar tiene argumentos para ser una de las zonas de producción que ofrece una mayor seguridad alimentaria.

Pregunta.- ¿Por qué consideran desde el Ayuntamiento que las empresas de la zona deben estar en Berlín?

Respuesta.- Sinceramente, creo que la feria es muy importante, aunque también es cierto que Fruit Attraction está ganando bastantes enteros, está subiendo de nivel año tras año y, según comentan los empresarios de la zona, esta última es la feria con la que ellos se identifican más. Pero, al fin y al cabo, todo el sector, sobre todo los clientes, están allí y es interesante ir Berlín.

P.- ¿Qué balance puede hacer de lo que va de campaña?

R.- La campaña está siendo bastante complicada; en primer lugar, los precios no han sido buenos y, en segundo lugar, hemos tenido heladas y, de momento, aún no hemos podido cuantificar el daño real que han hecho. Ha habido muchas pérdidas, fincas que se han helado, el frío hace que el tomate no cuaje y ha habido daños en la producción que aún estamos valorando.

P.- Esta situación obliga a replantearse cuanto antes qué va a ocurrir con la primavera.

R.- Claro que sí, pero hay que tener en cuenta que ésta es una zona muy peculiar. Los saltos térmicos son muy fuertes y eso hace que estemos muy condicionados.

P.- En los últimos años, gracias a la disponibilidad de más y mejor agua de riego, se están diversificando un poco más los cultivos.



R.- Sí, pero, en esta campaña, está sirviendo de poco. El pepino, por ejemplo, está siendo un desastre debido a los bajos precios y el pimiento, del que también tenemos muchas fincas, se ha visto muy afectado por los fríos, que paran el cuajado y reducen la producción. Aun así, aunque el consumo de agua está lejos de ser el que debería, el agricultor se está dando cuenta de que con una mejor agua gana en calidad y en producción.

P.- Níjar cuenta con una gran superficie de cultivos en ecológico, pero también con un alto número de hectáreas con lucha integrada, ¿se podría decir que es una de las producciones más seguras?

R.- Realmente, donde más garantías, en términos generales, se pueden ofrecer al consumidor es en la Comarca de Níjar. Tenemos más del 90% de nuestra producción cultivada bajo estos métodos y esto es gracias a los agricultores, que han sabido adaptarse a las circunstancias y a las demandas del mercado.

P.- ¿Qué diferencia a la producción nijaña de la de otras zonas?

R.- Níjar reúne todas las condiciones, el problema es que, muchas veces, la calidad y el sabor no se pagan. Ciertamente, nuestro producto es de mucha más calidad que el resto porque tenemos unas condiciones climatológicas, de agua... que no tiene ningún otro lugar. Pero esto no está reconocido en precio y las mermas que tenemos en producción en favor de la calidad no se pagan.

José Requena, councillor of Agriculture and the Environment for the Town Hall of Níjar: “Níjar is the area that can offer the consumer the most guarantees”

The Town Hall of Níjar returns to the trade fair with the aim of supporting its companies and highlighting the good aspects of agriculture in its area, where the products are grown mostly following an integrated crop management and ecologically. This is why the councillor of Agriculture and the Environment for the Town Hall of Níjar, José Requena, can affirm that the region of Níjar is the area "that can offer the consumer the most guarantees". This is possible thanks to "the farmers, who have known how to adapt to the circumstances and the market demands", even though, sometimes "the quality and taste are not paid" accordingly.

José Requena, Rat für Ackerbau und Umwelt in der Stadtverwaltung von Níjar: “Níjar ist das Gebiet, das dem Verbraucher die meisten Garantien bieten kann”

Die Stadtverwaltung von Níjar nimmt erneut an der Messe teil, um seine Unternehmen zu unterstützen und um die Vorzüge des Ackerbaus in ihrem Gebiet hervorzuheben, der mehrheitlich ökologisch erfolgt. Der Rat für Ackerbau

und Umwelt von Níjar, José Requena, bestätigt daher auch, dass das Gebiet von Níjar der Bereich ist, welcher „im Allgemeinen die meisten Garantien dem Verbraucher bieten kann.“ All diese, sagte er weiter, war möglich dank „der

Landwirte, die sich den Umständen sowie den Anforderungen des Marktes haben anpassen können“ obwohl manchmal „die Qualität und der Geschmack nicht angemessen bezahlt werden.“

El pimiento cobra protagonismo en la gama de productos de Hortamar SCA

Hortamar SCA se cuenta entre las empresas más tomateras de la provincia y, de hecho, este producto acapara, a día de hoy, la mayor parte del volumen de producción de la cooperativa; sin embargo, "desde hace unas tres o cuatro campañas, está creciendo nuestro volumen de pimiento", según apunta José Manuel López, responsable de Administración Comercial de Hortamar SCA. Este mayor protagonismo del pimiento se debe, fundamentalmente, a la búsqueda de una mayor rentabilidad por parte de sus agricultores socios, puesto que "este cultivo tiene una menor mano de obra y, aunque, al final de campaña, se hayan recolectado menos kilos que de tomate, su precio suele ser mejor".

La cooperativa cultiva pimiento en todos sus tipos y colores, e incluso, alguna especialidad, como puede ser el pimiento tipo Capia o el blanco, este último, un tipo que "es un histórico de Hortamar, ya que comenzamos a cultivarlo en 1977", justo cuando la cooperativa inició su andadura.

Hortamar SCA cerró la pasada campaña con casi 44 millones de kilos de producto comercializados y que llegaron, una vez más, a mercados como Francia, Inglaterra, Países Nórdicos y, entonces, incluso, a Rusia. La cam-



paña 2014/2015, sin embargo, no está siendo nada favorable ni para esta cooperativa ni para el resto del sector, en parte, por la incidencia del veto ruso, "que nos ha afectado bastante, sobre todo en las exportaciones de pepino y tomate pera"; es más, "nos hemos visto obligados a recolocar el género que enviábamos a Rusia en otros mercados".

A esto hay que añadir que "la campaña se retrasó en torno a un mes en la zona y las altas temperaturas hicieron que hubiera bastante más producción", apunta López, que añade que, a principios de este año, para productos como el pepino, la campaña sigue sin mejorar y, es más, "hay muchos agricultores que están trabajando por debajo de los costes de producción" y, por mucho que pudiera

mejorar la situación en un futuro, "lo perdido ya no se va a compensar". Situación bien diferente es la del tomate, que si bien no arrancó el ejercicio con buen pie, ha logrado mejorar sus cotizaciones y, al ser un producto de más largo recorrido, "todavía se puede recuperar algo".

Con respecto a la primavera, en Hortamar SCA seguirán apostando por el melón, sobre todo por el cantaloup, y, en esta ocasión, incluso, "tenemos agricultores que están desviándose hacia otros productos, como pueden ser la sandía, e incluso, el tomate pera".

Der Paprika gewinnt an Bedeutung innerhalb der Produktpalette von Hortamar SCA

Hortamar SCA gehört zu den größten Tomatenanbauern der Provinz, und dieses Gartengemüse nimmt den größten Teil seiner Produktpalette ein, aber, "seit drei oder vier Jahren wachsen wir auch bei Paprika", wie

José Manuel López erklärt, der Leiter der Verkaufsverwaltung, aufgrund der Suche nach einer besseren Rentabilität durch seine Gartenbauern. Hortamar SCA vertrieb in der vergangenen Saison 44 Millionen Kilo auf den Märkten

von Frankreich, England und den nordischen Ländern, damals einschließlich Russlands. Dieses Jahr allerdings „sehen wir uns gezwungen, die Ware, die wir nach Russland geschickt haben, auf andere Märkte zu verteilen.“

Peppers take the centre stage in the range of products of Hortamar SCA

Hortamar SCA is one of the largest tomato companies in the province, and, the fact is that this vegetable covers most of its volume of production. However, "we have been growing peppers for the last three or four campaigns", says José Manuel López, its Head of Sales Administration. This is because the farmers are looking for higher yields. Hortamar SCA sold around 44 million kilograms of tomatoes to the French, English, Nordic and Russian markets in the last campaign. This year, however, "we have been forced to place the production sold to Russia in other markets."



Hortamar

Fundada en 1977 como una asociación de agricultores, que pretendían defender la calidad de los productos del campo almeriense en todo el mundo.

En la actualidad cuenta con más de 250 socios y un total de 450 Has en explotación, con una producción de 55.000 Tm.

Ctra. de Alicón, 148. 04740 ROQUETAS DE MAR (Almería)

Tel.: 950 33 82 05 - Fax: 950 33 82 50

www.hortamar.es

info@hortamar.com

SILVIA DE JUANES - Directora de Comunicación de Fruit Logistica para los Países de Habla Hispana



“Es importante que Almería, como un referente del sector, se muestre en Fruit Logistica”

Pregunta.- En relación a la pasada edición, ¿ha aumentado la participación de empresas españolas, y entre ellas almerienses, en Fruit Logistica?

Respuesta.- Este año esperamos romper todos los récords, contaremos con la participación de más de 2.700 expositores de 83 países. Esta tendencia al alza se refleja también en el número de expositores españoles, que ha crecido hasta contar con más de 275 empresas y, más concretamente, 24 empresas productoras y comercializadores de productos almerienses.

P.- ¿Qué acogida han tenido las jornadas que han organizado durante todo el año para incentivar la participación en la feria?

R.- Hemos tenido una fantástica respuesta a los eventos organizados durante el año tanto en España como en América Latina. Gracias a la alta afluencia de profesionales

Silvia de Juanes, Pressebeauftragte der Fruit Logistica: "Es ist wichtig, dass Almeria für die Branche auf der Fruit Logistica vertreten ist"

Die Pressebeauftragte der Fruit Logistica für die spanischsprachigen Länder, Silvia de Juanes, bestätigte die Teilnahme von insgesamt 24 Unternehmen aus Almeria sowie einen Rekord bei den

Ausstellern mit 2.700 Teilnehmern aus 83 verschiedenen Ländern. Weiterhin betonte sie nachdrücklich, wie wichtig die Teilnahme Almerias für die Gartenbaubranche auf der deutschen Messe sei.

De Juanes beschrieb die jährlich in Berlin stattfindende Messe als "einzigartige Plattform für den Handel, die Gelegenheit bietet, aus erster Hand zu erfahren, was die Konkurrenz macht."



y medios de comunicación, hemos podido presentar las novedades para 2015 al igual que las herramientas que tenemos a disposición de los visitantes y expositores para maximizar los resultados de su presencia en Fruit Logística.

P.- ¿Con qué novedades se va a encontrar el visitante o expositor en la feria?

R.- Todos los años presentamos novedades para hacer de Fruit Logística un evento más completo y útil para los profesionales del sector. Siguiendo esta línea, me voy a centrar en tres novedades. En primer lugar, Tech Stage, que se presenta como un foro diario centrado en soluciones técnicas innovadoras para el cultivo en invernaderos, clasificación, equipos de envasado, material, así como sistemas de seguimiento. También en esta edición hemos incluido Spotlight, un nuevo servicio para que los profesionales y medios de comunicación del sector encuentren todas las novedades y presentaciones de productos de un solo vistazo en nuestra web. Ahora mismo contamos con 70 productos dentro de Spotlight de los cuales 33 son novedades mundiales y 9 presentaciones en Europa. Y por último, como el factor más importante de la feria es el contacto entre los profesionales del sector, desde Fruit Logística hemos creado, dentro del nuestro catálogo on-line, el Virtual Market Place, una herramienta de networking para que visitantes puedan con-

tactar con expositores y con otros visitantes profesionales directamente.

P.- Alemania es el principal importador mundial de productos hortofrutícolas almerienses, ¿es, por lo tanto, fundamental la participación de comercializadoras de la provincia en la feria?

R.- Por supuesto que sí. Para una zona de producción tan importante como es Almería es imprescindible mostrarse en Fruit Logística como un referente del sector. No sólo por la presencia de profesionales alemanes, sino también porque hay visitantes profesionales de más de 130 países buscando nuevas oportunidades de negocio.

P.- Fruit Logística ha elegido a Portugal como país invitado en la cita berlinesa, ¿cuándo cree que le llegará el turno a España?

R.- Para poder ser país oficial de Fruit Logística debe haber un acuerdo entre el sector comercial de productores hortofrutícolas y el Gobierno y así poder hacer una presentación conjunta. Ser país asociado es muy beneficioso, ya que se situaría a España durante todo un año como el foco de todas las miradas del sector de una forma única. Para nosotros sería una alegría poder contar con España como país asociado en el futuro.

P.- Países competidores de Almería, como Marruecos o Turquía, ¿han aumentado su presencia en Berlín?

SILVIA DE JUANES,
Communications
manager at Fruit
Logística
“It is important that
Almería is represented
at Fruit Logística as a
reference in the sector”

The Communications manager at Fruit Logística for Spanish-speaking countries, Silvia de Juanes, has confirmed the participation of a grand total of 24 companies from Almería and a record-breaking number of exhibitors: 2,700 from 83 different countries. She has also highlighted the need of Almería being represented at the German trade fair as the reference in the fruit and vegetable sector. De Juanes has backed this yearly meeting in Berlin for being “a unique business platform where you can also find out, in first hand, what the competition is up to.”

39

R.- El desarrollo de la participación de países alrededor del mediterráneo en Fruit Logística es positiva. La mayoría de estos países ya tiene participaciones muy importantes, como es el caso de Marruecos, o están creciendo aún más, como en el caso de Turquía.

P.- De ser así, ¿no cree que debería ser un incentivo para que las empresas almerienses no descuiden su participación?

R.- Siempre hay que vigilar a la competencia y saber qué están haciendo, pero el mayor incentivo para las empresas almerienses para estar en Fruit Logística es que es la plataforma de negocio del sector más efectiva y con mayor número de oportunidades de negocio, con profesionales de mayor alto nivel de todo el mundo. En general, el aumento en la participación, sea del país que sea, refleja que Fruit Logística es un plataforma de negocio única y una cita ineludible para las empresas del sector.

CALIDAD Y SERVICIO siempre al lado del agricultor



Nuestro objetivo es aportar a nuestros clientes un valor añadido que los haga diferentes al resto.



Desde El Plantel Semilleros ponemos a su disposición las últimas novedades tecnológicas, el mejor grupo de profesionales y verdaderos productos diferenciadores en el mercado.



**El Plantel
SEMILLEROS**

LA MOJONERA - SAN AGUSTÍN - DALÍAS, BERJA Y LAS ALPUJARRAS - NÍJAR - VÍCAR

Tel. 950 330 101

www.elplantelsemilleros.com

Síguenos en

Fruit Logistica organiza actos para dar la clave sobre las últimas tendencias del sector



40

La feria Fruit Logistica apuesta, una vez más, por dar la clave, a través de su amplio programa de actos, de las últimas tendencias del sector, poniendo el acento en qué es lo que quieren realmente los consumidores en la actualidad.

La primera de las citas de Fruit Logistica 2015 tuvo lugar el pasado 3 de febrero, un día antes del comienzo de la cita anual, con la celebración del 34º Foro de Producto Fresco, en esta ocasión bajo el tema: 'Dieta y nutrición en 2020 - ¿Qué es lo que realmente busca el consumidor?'. Expertos en alimentación y comercio detallista de Suiza y Países Bajos fueron los encargados de arrojar luz sobre las últi-

mas tendencias y realizar una prospección del sector a medio plazo.

Ya en la feria, el miércoles 4 de febrero, a las 11 de la mañana, en el hall 17, está previsto que se trate el tema de 'El papel de las nuevas generaciones -atraer a los jóvenes consumidores. Nuevos medios de comunicación en el punto de venta-', que versará sobre cómo mejorar la comunicación con ese público objetivo.

En el ecuador de Fruit Logistica, el jueves, el hall forum acogerá la conferencia 'El nuevo reglamento de la UE sobre productos orgánicos - Una maldición o una bendición', que analizará las posibles consecuencias del proyecto de regla-

mento de la Comisión Europea, destinado a revisar cómo los alimentos orgánicos en la UE se cultivan, procesan, etiquetan y controlan. La cita es en el hall 17, a las cinco de la tarde. Los invernaderos también tendrán protagonismo en la programación de actos de la feria. La cita es el último día, el viernes 6 de febrero, cuando tendrá lugar, en el hall 17 a la una de la tarde, el foro 'Innovación en producto fresco - la tecnología moderna en invernaderos'.

Fruit Logistica organisiert Veranstaltungen, um den Trends der neuesten Tendenzen der Branche aufzuzeigen

Die Messe Fruit Logistica setzt einmal mehr darauf, Trends über ein umfangreiches Veranstaltungsprogramm zu den letzten Tendenzen aus der Gartenbaubranche aufzuzeigen und den Akzent

darauf zu setzen, was die aktuellen Verbraucher tatsächlich wollen. So finden auf diesem jährlichen Treffen zum Beispiel Referate über die neuen Generationen am Mittwoch, den 4. Februar, statt; über die neuen

Bestimmungen der Gemeinschaft zu organischen Produkten am Donnerstag, sowie zu der Rolle, welche die Produktion in Gewächshäusern im Allgemeinen spielt; letzteres am Freitag, den 6.

Fruit Logistica organises events offering key information about the latest trends in the sector

The Fruit Logistica trade fair once again commits to offering key information, through its extensive programme of events, about the latest trends in the fruit and vegetable sector, highlighting what current consumers really want. For example, during the yearly event, there will be three lectures addressing the role of the new generations on Wednesday, February 4th; the new Community regulation on organic products, on Thursday; and the role of greenhouse in general terms, which has been programmed for Friday the 6th.

Coprohñijar prevé superar los 20 millones de kilos de tomate cherry

Coprohñijar prevé crecer en tomate cherry, su especialidad, esta campaña y, de hecho, según afirma su presidente, Juan Segura Morales, "esperamos superar los 20 millones de kilos", después de cerrar el pasado ejercicio con 17 millones de kilos de este tipo de tomate comercializados. Este aumento será posible gracias a una mayor superficie cultivada, fruto bien de "la incorporación de nuevos socios o del aumento de hectáreas de otros".

En general, la campaña de tomate está caracterizada por la inestabilidad en los precios. "Ahora mismo, las cotizaciones están bastante bien, sin embargo, en diciembre, cuando normalmente tenemos buenos precios, este año no los hemos tenido", apunta Segura Morales, quien indica que, en parte, puede deberse a la saturación de los mercados a causa del cierre de las fronteras rusas. Ese veto ruso, en el caso de Coprohñijar, les ha obligado a trabajar más intensamente en otros mercados, como pueden ser Noruega, Suecia y Finlandia, e incluso, a "abrirnos un hueco aún mayor en Inglaterra".

En Coprohñijar están ahora inmersos en la preparación de la campaña de primavera y, de hecho, "ya estamos trasplantando". En principio, la cooperativa no espera un aumento de superficie, aunque sí un



cambio en las variedades cultivadas; "vamos a aumentar la superficie de sandía mini en detrimento de la sandía tradicional", explica su presidente, que añade que esto será así debido a la "mayor estabilidad que, cada campaña, ofrece la sandía mini". En total, prevén alcanzar los 15 millones de kilos de sandía.

Por último, y preguntado sobre la competencia, Segura Morales lo tiene muy claro y es que "nosotros tenemos que seguir traba-

jando para prestar un buen servicio, de calidad, y por ofrecer todas las garantías alimentarias".

Coprohñijar estimates an excess of 20 million kilograms of cherry tomato

Coprohñijar estimates marketing over 20 million kilograms of cherry tomato this campaign thanks to the increase of surface area from the incorporation of new partners, on the one hand, and the increase of the hectares of land of its usual partners, on the other. In addition, the cooperative is busy on preparing the spring campaign, where watermelon is its key product. On this occasion, its producers have strongly committed to the mini-watermelon at the expense of the traditional watermelon. In total, its production of this fruit could reach 15 million kilograms.

Coprohñijar erwartet, mehr als 20 Millionen Cherry-Tomaten zu vermarkten

Coprohñijar erwartet, in diesem Geschäftsjahr mehr als 20 Millionen Kilo Cherry-Tomaten zu vermarkten, angesichts der größeren Anbauflächen, die sich aus der Beteiligung neuer Geschäftspartner und der

Flächenvergrößerung bei den bestehenden Geschäftspartnern ergeben. Im Augenblick befindet sich die Genossenschaft in den Vorbereitungen für die Frühjahrsperiode, in der die Wassermelone ihr

Hauptanbauprodukt ist; die Erzeuger setzen hier auf die Mini-Wassermelone, wodurch der Anbau der traditionellen reduziert wird. Insgesamt wird ein Ertrag von 15 Millionen Kilo bei dieser Frucht erwartet.



Lo natural es lo nuestro

COPROHÑIJAR

Cosechar y comercializar frutas y hortalizas de alta calidad significa ser cuidadosos en todo lo que hacemos. Un proceso que va desde la selección de una semilla, su producción integrada, su recolección y comercialización hasta su consumo final. Todo ello exige un respeto y cuidado que requiere un gran esfuerzo de todos nosotros.

En Coprohñijar, esforzarnos por la calidad es algo muy natural, por eso LO NATURAL ES LO NUESTRO.

HORTYFRUTA llega a Berlín con una agenda plagada de reuniones y actos de promoción

La Interprofesional de Frutas y Hortalizas de Andalucía, HORTYFRUTA, vuela un año más a Berlín con el fin de estar presente en Fruit Logística y apoyar a todos aquellos empresarios andaluces que viajan a la capital alemana para dar a conocer su producto y tener la posibilidad de intercambiar opiniones con el resto del sector.

Sin embargo, la agenda de HORTYFRUTA es mucho más amplia, ya que, además de acompañar a las firmas almerienses en esta nueva edición del evento, también "nos vemos con la necesidad de estar aquí, puesto que es un punto de encuentro entre todos los países, además de que debemos de estar para conocer las novedades que van presentando otros mercados que, sin duda, les están permitiendo avanzar a pasos agigantados y no podemos permitir que nos ganen la partida", comenta su presidente, Francisco Góngora. Aunque, como apunta, "Fruit Logística se celebra en unas fechas que no son las más indicadas para nuestro sector comercial", sin embargo, desde la Interprofesional, "no podemos dejar de venir, porque necesitamos que nuestro producto y nuestras empresas sigan estando en primera línea".

Asimismo, la Interprofesional de Frutas y Hortalizas de Andalucía volverá a aprovechar este tipo de eventos para mantener una serie de reuniones y foros de interlocución acerca de la Interprofesional Europea, en los que, principalmente, "nos encontramos con representantes de países como Francia e Italia, aunque también forman parte de ella países como Hungría o Rumanía". El motivo de estas reuniones es lograr encontrar la forma en



la que "las interprofesionales, como representantes que somos también del sector, tengamos voz dentro de los organismos de la Unión Europea", asegura el presidente de HORTYFRUTA.

La participación de la Interprofesional en Fruit Logística es bastante amplia, ya que también "pretendemos tener encuentros con la distribución y realizaremos actos de promoción de nuestras frutas y hortalizas". Además, está la campaña 'We Care You Enjoy', con la

que se seguirá fomentando el consumo de los productos hortofrutícolas andaluces.

HORTYFRUTA kommt nach Berlin mit dem Terminkalender voller Treffen und Veranstaltungen zur Promotion andalusischen Obsts und Gemüses

HORTYFRUTA, die branchenübergreifende Organisation von angebautem Obst und Gemüse aus Andalusien, kommt ein weiteres Jahr mit dem Ziel nach Berlin, an der Fruit Logística teilzunehmen und all diejenigen Firmen zu

unterstützen, die in die deutsche Hauptstadt kommen, um ihre Produkte vorzustellen und die Möglichkeit zu haben, Meinungen mit den übrigen Branchenteilnehmern auszutauschen. Der Terminkalender von HORTYFRUTA ist aber noch sehr

viel umfangreicher, da sie nicht nur die Firmen aus Almería auf dieser neuen Ausgabe des Events begleitet, sondern auch an Promotionsveranstaltungen sowie an verschiedenen Versammlungen und Tagungen im Zusammenhang mit dem Gartenbau teilnimmt.

HORTYFRUTA arrives at Berlin with an agenda full of meetings and promotional events related to fruit and vegetables from Andalusia

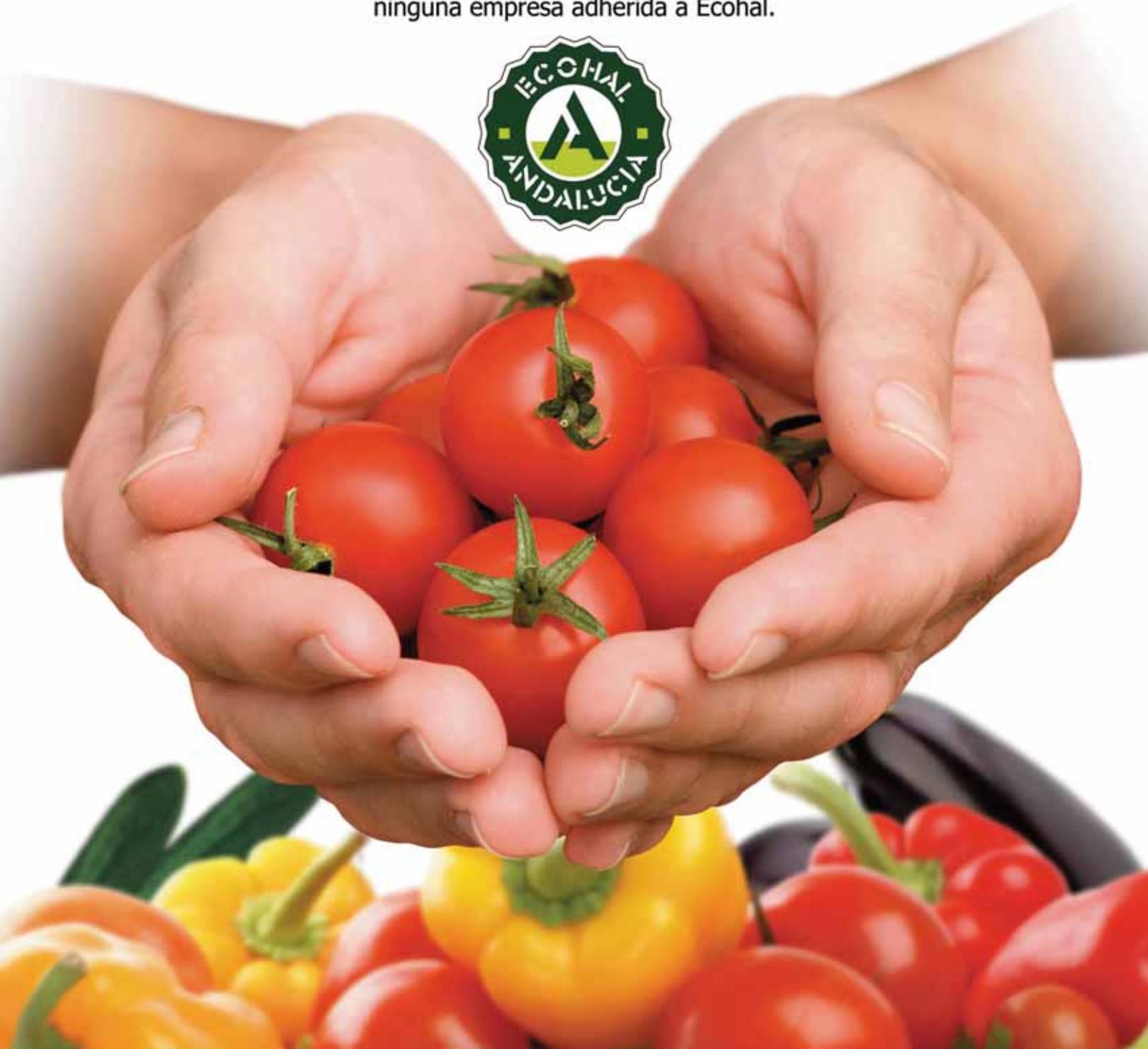
Interprofesional de Frutas y Hortalizas de Andalucía, HORTYFRUTA, flies to Berlin again with the aim of attending to another edition of Fruit Logística and supporting all the businessmen from Andalusia that are travelling to the German capital to present their product and find the opportunity to exchange opinions with the others in the sector. However, HORTYFRUTA's agenda is much more extensive; in addition to accompanying the companies from Almería in this event's new edition, it is also going to do some promotional activities and attend to several meetings and conferences about fruit and vegetable growing.

El futuro está en nuestras manos

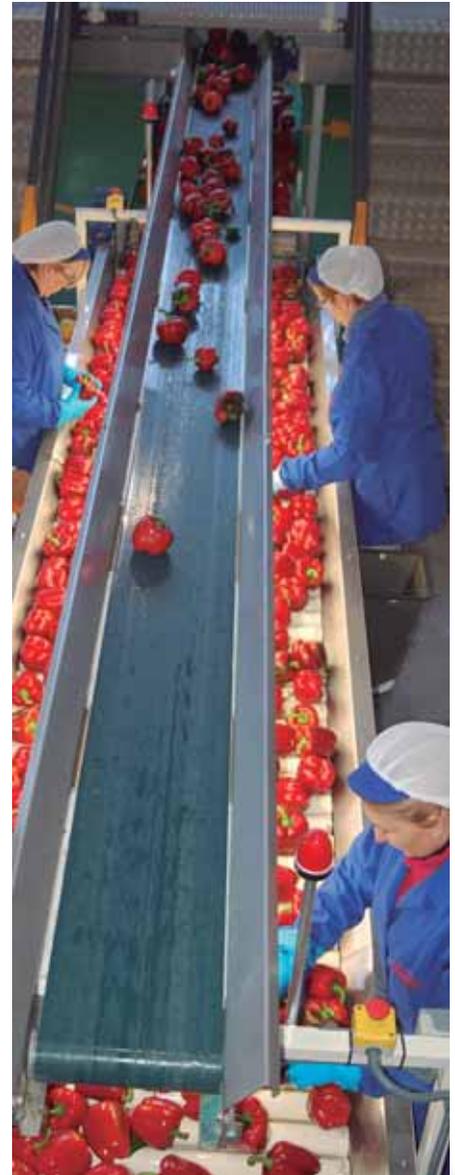
Nuestros clientes en Europa esperan mucho de nosotros cada año.
No defraudemos su confianza.

¡Agricultor! No permitamos que nadie quiebre nuestro esfuerzo NO respetando las normas.

- Las empresas comercializadoras están obligadas, por ley, a comunicar a la Administración el uso irregular de fitosanitarios.
- Los infractores no podrán comercializar sus hortalizas en ninguna empresa adherida a Ecohal.



Vicasol apuesta por el ecológico para responder a la demanda de sus clientes



44

Vicasol está trabajando en la puesta en marcha de una línea de productos ecológicos para la próxima campaña, la 2015/2016, con la que pretende dar respuesta a una demanda creciente, por parte de sus clientes, de este tipo de productos. En este sentido, José Manuel Fernández, gerente de la cooperativa, comenta que "tenemos una gran presencia en muchos supermercados europeos que tienen en sus lineales productos ecológicos", luego, "nosotros tenemos que estar ahí, lo demandan nuestros clientes".

De momento, y según avanza, por su parte, el presidente de Vicasol, Juan Antonio González, la cooperativa incluirá dentro de esta línea tomate y varias de sus especialidades, así como pimiento, pepino y berenjena. Estos productos se comercializarán en sus mercados de destino habituales, si bien "los mayores volúmenes irán dirigidos al norte de Europa". Asimismo, "estamos estudiando la posibilidad de instalarnos físicamente en la zona de Níjar para trabajar allí esta nueva línea", dado que el Levante almeriense es la zona que

concentra una mayor superficie de cultivos en ecológico.

A día de hoy, la cooperativa se encuentra ultimando este nuevo proyecto y, de hecho, "Fruit Logistica servirá para terminar de perfilarlo", apunta Fernández, quien añade que la feria es "el escaparate perfecto donde interactuar con el mercado y dar a conocer nuevos productos", además de "escuchar lo que quiere de nosotros el mercado, nuestros clientes". Tanto es así que Vicasol participa en Fruit Logistica desde sus inicios y, como expositores, desde 2005.

Por otro lado, y con respecto a la actual campaña, el gerente de la cooperativa explica que han crecido un 18% en superficie, sumando 250 nuevas hectáreas y más de 100 nuevos socios, muchos de ellos gracias a la apertura de sus instalaciones en El Ejido, donde prestan servicio a agricultores de Dalías, Adra, Berja y el propio municipio ejidense. Este aumento de la superficie cultivada ha supuesto, en principio, que, en lo que va de campaña, el volumen de producción de la cooperativa haya crecido en torno a un 15%.

Vicasol setzt auf ökologischen Anbau, um den Anforderungen ihrer Kunden gerecht zu werden

Vicasol arbeitet an der Aufnahme einer Bio-Produktlinie für das Geschäftsjahr 2015/2016, in der Tomaten und einige ihrer Spezialitäten wie Paprika, Gurken und Auberginen vermarktet werden sollen. Diese Produkte werden, wie der

Präsident der Genossenschaft, Juan Antonio González, und der Geschäftsführer, José Manuel Fernández, versichern, auf den üblichen Märkten angeboten, wobei der größte Teil für die nordeuropäischen Märkte bestimmt ist." Zugleich untersucht Vicasol die

Möglichkeit, sich in Níjar niederzulassen. In diesem Gebiet befindet sich die größte Konzentration ökologischer Anbauflächen der Provinz. Im Laufe dieser Saison ist das Produktionsvolumen der Genossenschaft um 15% gestiegen.

Vicasol commits to ecological products to meet its customer's demand

Vicasol is working on starting a line of ecological products for the 2015/2016 campaign, in which it expects to market tomatoes and many of its specialties, such as peppers, cucumbers and aubergines. These products, as stated by the cooperative's chairman, Juan Antonio González, and the managing director, José Manuel Fernández, will be distributed in their usual markets, although "the highest volumes will be sent to the north of Europe." In addition, Vicasol is studying the possibility of installing itself in Níjar, an area that concentrates the largest ecological surface area in the province. Since the beginning of the campaign, the cooperative has grown by 15% in production volume.



Mil sabores bajo el sol



Saptec Agro, referente en nutrición vegetal, presenta dos novedades, Iprodex y AlgaeGreen

Saptec Agro se ha propuesto ser todo un referente en nutrición vegetal en Almería. Para ello, ha añadido a su amplia gama de productos un potente fungicida antipodredumbres -Iprodex- y un compuesto de algas naturales que controla el estrés de las plantas -AlgaeGreen-. Además, desde julio, Grupo Saptec cuenta con una empresa especialista en recolección y procesado de algas marinas, un paso más para ofrecer los productos más innovadores a los agricultores.

El crecimiento de la División Agro de Saptec está siendo exponencial. Y es que sus fitosanitarios y fitonutrientes están conquistando, por su calidad y eficacia, al agricultor. Prueba de ello es que las fábricas que tiene la compañía en España (Ávila y Albacete) han aumentado su producción un 200 por ciento en los últimos cinco años.

Iprodex, inofensivo para *Nesidiocoris* y *Orius*, interfiere en diferentes funciones vitales del hongo, en todas sus fases, impidiendo la germinación de las esporas. Es, además, un producto de rápida acción registrado contra esclerotinia y botrytis, pero también eficaz contra otros hongos, como *rhizoctonia*, *Alternaria*, *Stemphylium*, *Cladosporium* y *Rhizopus*. Con su formulación líquida, presenta una gran adherencia y, por lo tanto, mayor eficacia. Además, su plazo de seguridad es corto, de tres días, necesiándose 1,5 litros por hectárea, con un máximo de tres aplicaciones con intervalos de 10-12 días.

AlgaeGreen, por su parte, cuenta con un alga excepcional, la *Ascophyllum nodosum*, que, debido a las mareas del Atlántico norte, vive parte del tiempo sumergida y parte al aire libre, lo que la obliga a sintetizar muchos fitonutrientes. Es por ello que este nuevo producto es ideal para la corrección del estrés de las plantas.

AlgaeGreen aporta azúcares complejos, osmorreguladores, potasio, oligoelementos y antioxidantes, siendo rico en al-



ginatos, manitol y polifenoles. Todo ello, además, cien por cien natural. Y es que, para su obtención no se realiza ningún proceso químico, simplemente se extrae su jugo, sin añadir ningún sintetizante, todo ello a baja temperatura.

Saptec Agro ha comprobado su eficacia en calabacín con, por ejemplo, un testigo en el que se aplicaba la hormona ('porro') para el cuajado y otro con una mínima parte de la misma y AlgaeGreen. Los resultados fueron de un mayor cuajado con el producto de Saptec, un cultivo más sano, con un producto de mejor aspecto

y color, además de una mayor producción y longevidad. En pimiento se ha demostrado también un mayor cuajado de los frutos y mayor floración, y, en pepino holandés, frutos de mayor calidad y menor chupado.

Saptec Agro, a reference company in vegetable-based nutrition, presents its two new products Iprodex and AlgaeGreen

Saptec Agro has set to become a reference company in vegetable-based nutrition in Almería. For this purpose, it has broadened its range of products with a strong anti-rot fungicide, Iprodex, and a natural seaweed compound that controls the stress of plants, AlgaeGreen. In addition, since July, the Saptec Group has a company under its umbrella specialising in the harvest and processing of marine algae, which is another step towards offering farmers innovative products.

Saptec Agro präsentiert zwei Neuheiten für die Pflanzenernährung: Iprodex und AlgaeGreen

Saptec Agro will zum Vorreiter im Bereich Pflanzenernährung in Almeria werden. Dazu hat das Unternehmen seiner breiten Produktpalette ein wirkungsvolles Fungizid -

Iprodex- zur Bekämpfung der Kartoffelbraunfäule hinzugefügt sowie ein Produkt, das aus natürlichen Algen besteht und den Stress der Pflanzen mindern soll - AlgaeGreen-. Außerdem zählt

seit Juli ein Unternehmen zum Saptec-Konzern, das sich auf die Ernte und Verarbeitung von Meeresalgen spezialisiert hat - ein Schritt weiter auf dem Weg zu immer innovativeren Produkten für den Landwirt.

MicroSoil®

le da vida a tu suelo!

- Mejora la estructura físico-química del suelo.
- Facilita un mayor desarrollo radicular en la rizosfera.
- Permite una mejor nutrición de la planta.
- Aumenta la fortaleza y resistencia del cultivo.
- Mejora la calidad de los frutos.
- Alarga el ciclo productivo del cultivo.

 **SAPEC**
AGRO ESPAÑA

Pasión por la nutrición



www.sapecagro.es



48

Nuevas variedades de tomate cherry, manzana o papaya, entre los diez nominados al Premio a la Innovación 2015

Los diez nominados al Premio a la Innovación 2015 ya se han dado a conocer, una edición en la que se destacan, nuevamente, los productos y servicios más excepcionales de la industria del sector de frutas y hortalizas que están impulsando las nuevas tendencias a nivel internacional. En este sentido, y después de estudiar las más de 60 solicitudes, el listado final de los diez nominados es:

1. Aviv Flowers Packing House Ltd, Israel : "Aurora Seedless Papaya" – Una variedad de papaya pequeña sin semillas.
2. Bakker Barendrecht B.V., Holanda : "DIY fresh packs" – Paquetes mixtos de frutas y hortalizas con ingredientes adicionales y recetas para platos concretos.
3. Cabka Group GmbH, Alemania : "Eye-

Catcher" – Sistema de visualización de producto para las cajas en el punto de venta.

4. Atlas Pacific Engineering, Inc., EE.UU : "FC 15 Fruit Chunker" – Máquinas cortadoras para piña y melón.

5. Polymer Logistics, Alemania : "Holdekor-RPC" – Cajas de plástico reutilizables con apariencia de madera natural.

6. BelOrta, Bélgica : "Lemoncherry" – Variedad de tomate cherry amarillo.

7. Holfeld Plastics Ltd, Irlanda : "Low Carbon rPETeCo" – Material de empaquetado consistente en un 90% de botellas de plástico reciclado.

8. Sunforest Co. Ltd., Corea del Sur : "Portable Nondestructive Fruit Quality Meter" – Dispositivo portátil para la medición en el control de calidad.

9. Regal'in Europe, Francia : "Regal'in™ Apple" – Nueva variedad de manzana.

10. Hepro GmbH, Alemania: "UP-8000" – Máquina de pelar zanahorias, pepinos, rábanos blancos y verduras alargadas.

Estos diez nominados van a ser presentados entre el 4 y el 6 de febrero, además de que cada una de las innovaciones se va a exhibir en un área de exposición dispuesta entre los pabellones 20 y 21 y donde los visitantes podrán votar por la innovación del año. Seguidamente, la ceremonia de entrega del premio tendrá lugar el 6 de febrero a las 14:30 h.

Neue Varianten bei Cherry-Tomate, Apfel oder Papaya, unter den zehn Nominierten für den Innovationspreis 2015

Die zehn Nominierten für den Innovationspreis 2015 wurden bereits bekannt gegeben; eine Edition, bei welcher erneut die außergewöhnlichsten Produkte und Dienstleistungen der Obst- und

Gartengemüsebranche hervorrangen und die neuen Tendenzen auf internationalem Niveau setzten. Diese zehn Nominierten werden zwischen dem 4. und dem 6. Februar vorgestellt, außerdem wird

jede der Innovationen in einem Ausstellungsbereich in den Pavillons 20 und 21 gezeigt, wo die Besucher die Innovation des Jahres wählen können. Die Überreichung des Preises findet am 6. Februar um 14:30 Uhr statt.

New cherry tomato, apple or papaya varieties among the ten nominees for the Innovation Award of 2015

The ten nominees for the Innovation Award of 2015 have already been unveiled. This edition again highlights the most exceptional products and services in the fruit and vegetable industry, which are driving the new trends at an international level. These ten nominees will be presented between February 4th and 6th, and each of the innovations will be displayed in an exhibition area arranged between pavilions 20 and 21 and where the visitors will be able to vote for the innovation of the year. The award ceremony will take place on February 6th at 14.30 hours.



El bioestimulante Actium aumenta y homogeiniza el color de los frutos

Actium, el nuevo bioestimulante de Grupo Agrotecnología de acción fisiológica que actúa como precursor de la coloración de los frutos, logra un buen efecto en el aumento del color de éstos. Así lo ponen de manifiesto los resultados del ensayo en manzano realizado por Asesores Vercellino en Chile, país con tradicionales problemas de coloración en este cultivo, y los ensayos realizados en pimiento con la Universidad Miguel Hernández de Elche, según los cuales, la aplicación de Actium tuvo un efecto directo sobre la mejora de la coloración de ambos cultivos.

Asimismo, en el ensayo de manzano se valoró el rendimiento exportable de la cosecha, utilizando para ello los criterios de recolección,

que habitualmente exigen los clientes e importadores de este producto. Una vez más, los resultados pusieron de manifiesto la efectividad de Actium. De hecho, el cultivo tratado con este bioestimulante presentó un 36% más de fruta recolectada en un primer pase con respecto al testigo, tras alcanzar la coloración exigida por el mercado. En el caso de hortalizas como el pimiento, se obtuvo un 33% más de fruta recolectada, tras alcanzar el color óptimo para la recolección, respecto a otro testigo comercial en base a K, en la primera recolección.

Actium es un bioestimulante de acción fisiológica y no hormonal, por lo que, además, no acorta la vida del fruto. Este producto de

Grupo Agrotecnología actúa directamente sobre el cloroplasto, manteniendo la estructura y la función de las membranas tilacoidales y regulando el nivel de los productos de oxidación, equilibrio redox. Como resultado de su aplicación, se mejora la tasa fotosintética, aumentando la síntesis de hidratos de carbono que rápidamente se dirigen a los órganos de reserva, los frutos, estimulando la formación de pigmentos de color.

Su uso contribuye a mejorar uno de los principales atributos exigidos por el mercado frutícola, como es la óptima coloración de los frutos. Actualmente, la Estación Experimental Cajamar 'Las Palmerillas' está llevando a cabo diversos ensayos con el producto en Almería.

Actium »
ipotenciador del color!



grupo ●●
agrotecnología®



50

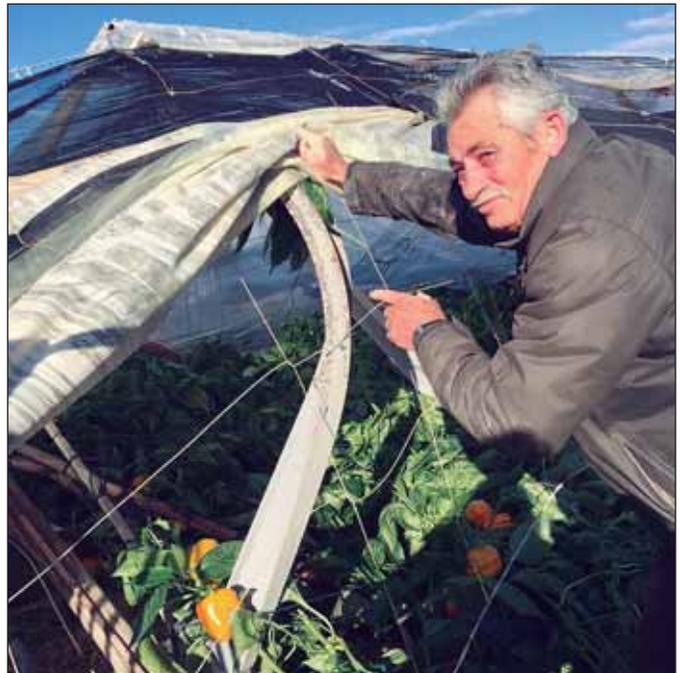
El granizo destroza 60 hectáreas de invernadero y deja otras 400 inundadas en El Ejido (Almería)

Una tormenta de granizo, caída el pasado 19 de enero en el municipio ejidense, devastó más de 60 hectáreas de invernadero e inundó alrededor de otras 400 hectáreas causando graves daños en las fincas. El alcalde de El Ejido, Francisco Góngora, y el concejal de Agricultura, Manuel Gómez, mantuvieron, el pasado 20 de enero, una reunión con las organizaciones agrarias para valorar los daños y visitar las fincas más perjudicadas, así como para informar a los agricultores afectados que pueden asistir a la

oficina que se ha abierto en el núcleo de San Agustín y "en la que podrán dar el parte de los daños que ha sufrido su explotación". Y es que, en la tarde-noche del lunes, 19 de enero, el acceso tanto a las fincas como al propio núcleo de San Agustín fue más que complicado debido a la fuerte tormenta de lluvia y granizo, por lo que, ahora, "nuestra principal prioridad es restituir el acceso a todas las explotaciones, hacer una valoración más exhaustiva y recuperar todos los tránsitos rodados, así como eliminar las correntías y

arrastres, que no son pocos", adelantó el alcalde ejidense.

Por su parte, Francisco Vargas, presidente de ASAJA-Almería, espera que "se tomen medidas que permitan recuperar la capacidad productiva, ya que nos encontramos en un momento en el que se ha recogido menos del 50% de la producción, por lo que las pérdidas van a ser muy importantes y vamos a ver cómo se puede hacer frente a todos los compromisos que hay con las entidades financieras, así como para salir adelante una nueva campaña".



En el caso de la organización agraria UPA, su secretario de Organización, Roque García, calificó la situación de "dramática. Contamos con socios que tienen hasta 5 hectáreas afectadas, por lo que lo principal, en estos momentos, es buscar soluciones directas para ellos. En cuanto a cifras económicas, creemos que, con una primera estimación, en torno a los 15-20 millones de euros están ya perdidos".

Finalmente, Andrés Góngora, secretario provincial de COAG-Almería, se mostró al lado del agricultor en todo momento. "Nos ponemos a disposición de los afectados y todos nuestros servicios técnicos se van a volcar con ellos, así como cualquiera de nuestras oficinas estará a disposición de ellos

para que rellenen los informes de daños, ya que es fundamental que en estas primeras horas se realice un parte de daños lo más concreto posible para poder trasladarlo a la Delegación de Agricultura, así como al Ministerio del ramo".

Por otro lado, desde la entidad financiera Cajamar Caja Rural dieron a conocer su disponibilidad tanto para refinanciar como dar nuevos créditos a los afectados.

Asimismo, el pasado jueves, 22 de enero, el presidente del Partido Popular andaluz, Juanma Moreno, visitó una de las fincas devastadas a causa del granizo y pidió al Parlamento andaluz que "empiece a tomar decisiones en favor de la agricultura". Moreno quiso mostrar su "preocupación y apoyo" a

los agricultores afectados por esta última granizada que se 'cebó' sobre todo con el núcleo de San Agustín y solicitó a la Junta de Andalucía "que empiece a ofrecer soluciones ágiles a unos agricultores que se sienten abandonados por su comunidad".

Igualmente, el presidente de la Diputación de Almería, Gabriel Amat, mostró su "desolación ante la situación que hay ahora mismo en esta zona de El Ejido. Solamente quiero decir que es en estos momentos cuando las administraciones tienen que ayudar a la provincia almeriense para que vuelva a recuperar el medio de vida que tanto esfuerzo cuesta levantar cada campaña".

> Fotos: COAG, ASAJA y Fhalmeria.

- Líderes peninsulares en fabricación de semilleros
- Más de 140 modelos diferentes para todos los cultivos

30 AÑOS A SU SERVICIO



www.polisur.es

Finca Las Majarillas. Ctra. N-344 Km. 2,95 - 214440 LEPE (Huelva)

Tel. +34 959 38 02 24 - Móv. +34 636 037 723



Koppert, aliado con la naturaleza



Valter Ceppi
Director Comercial
Koppert España

Koppert Biological Systems ha iniciado este año 2015 la puesta en práctica de una nueva filosofía de trabajo con la que persigue contribuir a mejorar la salud de los consumidores y del planeta. En alianza con la naturaleza, Koppert España ya ofrece soluciones completas que permiten desarrollar una agricultura más saludable, más segura y más productiva en cualquier lugar del mundo. Buenos ejemplos de lo que la experiencia y el conocimiento de Koppert pueden conseguir es la consolidación de nuestro sistema Natugro, la profunda transformación que impulsamos en los berries andaluces y la investigación continua para ofrecer nuevos enemigos naturales adaptados a las plagas locales.

El aumento imparable de la competitividad en el negocio agrícola hace que cada vez sean más los operadores interesados en comercializar frutas y hortalizas sin residuos, que responden a la demanda de los consumidores más exigentes. Los consumidores se limitan a reflejar lo que piensan y toman sus decisiones de compra en función de que todos queremos estar sanos y vivir más años sin notar los síntomas del envejecimiento. En Koppert España somos conocedores de esta realidad y hemos decidido mantener una actitud proactiva, porque creemos que mejorar nuestra vida presente merece la pena y defendemos que asegurar un futuro saludable a nuestros sucesores es claramente nuestra responsabilidad. "Partners with Nature" se convierte desde 2015 en la frase que simboliza nuestros principios.

La investigación continua y la permanente innovación en los productos y en los procesos, una logística que nos permite ofrecer en cualquier lugar nuestras soluciones biológicas con la máxima calidad y un equipo profesional muy cualificado que gestiona un potente banco de conocimientos y experiencias son los tres pilares de Koppert para desempeñar con éxito nuestra nueva misión. A nuestra importante experiencia histórica con la polinización natural y las técnicas de control biológico, se añaden ahora nuevas e innovadoras herramientas como microorganismos, feromonas y bioestimulantes.

NUEVO CENTRO MUNDIAL DE I+D

Nuestra solvencia global a nivel científico nos convierte en auténticos especialistas de los problemas locales. Queremos ofrecer a cualquier cultivo nuevos enemigos naturales especialmente adaptados para luchar contra las plagas locales. Para ello,



Koppert Biological Systems ha iniciado en Holanda la construcción de su nuevo centro mundial de I+D, que por primera vez reunirá en un sólo edificio las áreas de investigación sobre insectos (Entomología) y microorganismos beneficiosos. El nuevo centro tendrá un beneficio directo en zonas de producción tan importantes como Almería, ya que los trabajos de investigación en Holanda se coordinarán con los que ya se llevan a cabo en la finca de ensayos que Koppert tiene en La Mojonera. Los equipamientos de las nuevas instalaciones serán decisivos para identificar o descartar nuevas variedades de enemigos naturales con interés comercial.

NATUGRO, EL SISTEMA "TODO EN UNO"

Este sistema integral, que nació hace tres años para cubrir las necesidades de los productores interesados en obtener cosechas con "residuo cero", ha pasado a convertirse en un tiempo récord en la mejor opción global para dar respuesta a cualquier incidencia de sanidad vegetal, de forma sostenible y rentable. Gracias a Natugro, las plantas mejoran sus defensas naturales y se hacen más fuertes frente a plagas, enfermedades e inclemencias climáticas. La novedad más importante de Natugro es que, además del control biológico con enemigos naturales, incorpora una amplia familia de productos que interactúan con el sistema radicular de la planta, para mejorar la capacidad de absorción de nutrientes y reforzar sus defensas naturales. Por ello, se generan una serie de mecanismos que inciden en un ahorro de agua y fertilizantes. A esto hay que añadir que un cultivo sin enfermedades, vigoroso y sano no necesita tratamientos. El resultado final es una mejora de la rentabilidad.

CÍTRICOS

Estamos haciendo posible la introducción del control biológico en cítricos. Para el control de las plagas de Piojo rojo de California y Piojo blanco, APHYTIS es una he-

rramienta básica. La eficacia en la cría de la avispa endoparásita *Aphytis melinus* permite a Koppert disponer de un producto de una calidad inigualable. Además, Koppert ha desarrollado por primera vez para el control de la Cochinilla Algodonosa de los cítricos un nuevo formato de momias parasitadas con *Anagyrus pseudococci*, denominado comercialmente CITRIPAR. Se trata de un formato revolucionario por su diseño, que garantiza protección contra las hormigas y, por tanto, evita el principal riesgo que puede amenazar la supervivencia de las colonias de cochinilla. Esta importante ventaja cualitativa ha sido posible gracias a la incorporación de un tapón especial y de un sistema de fijación a la planta que no permite entrar a las hormigas en el bote mientras emergen los adultos del parásito.

BERRIES DE HUELVA, MODELO A SEGUIR

En la producción andaluza de berries (fresa, mora, frambuesa y arándano) encontramos un buen ejemplo del camino a seguir. Especialmente, es significativo el caso de la frambuesa, debido a la escasez de productos agroquímicos autorizados para tratamientos fungicidas y acaricidas, por citar sólo algunos ejemplos. La rentabilidad de la frambuesa, que es el berry con un precio final más elevado, ha quedado a salvo gracias a las soluciones biológicas desarrolladas por Koppert y a la polinización natural de nuestras colmenas TRIPOL y NATUPOL BOOSTER, que han obtenido muy buenos resultados, tanto en frambuesa como en arándano. Finalmente, el tiempo nos ha dado la razón y cada vez son más las cooperativas y productores onubenses que confían en nuestro modelo de trabajo.

Son algunos ejemplos de nuestras exitosas alianzas con la naturaleza. Sólo nos queda pedir a todos los operadores de la cadena alimentaria que nos apoyen para sumar fuerzas y conseguir entre todos que la agricultura y el planeta que habitamos hagan las paces para siempre.



“El tomate de Almería ha perdido el mercado francés”

“El tomate de Almería ha perdido el mercado francés”. Así de contundente se mostró Juan Carlos Mesa, profesor de Economía Agraria de la Universidad de Almería, en el ciclo de jornadas técnicas 'Modelo Almería', organizado por COEXPHAL. Mesa presentó un informe en el que se detallaba que Marruecos llega a alcanzar una cuota de mercado superior al 70% en Francia entre los meses de marzo y abril, mientras que la presencia del tomate de Almería se reduce al 12% y al 14%, respectivamente, según datos de la campaña 2013/2014.

De hecho, entre octubre y mayo, meses en los que Marruecos, gracias al Acuerdo

de Asociación que mantiene con la Unión Europea (UE), cuenta con condiciones ventajosas para sus exportaciones, este país es el principal proveedor de tomate de Francia y, es más, plataformas logísticas y de comercio como Saint Charles International, en Perpiñán, se han convertido en “una plaza casi exclusivamente para la oferta de Marruecos”. Pero no sólo eso. Una vez copado el mercado francés, el país norteafricano se ha lanzado a por Reino Unido, donde según el citado informe ya cuenta con la misma cuota de mercado que Almería, en torno al 20% en los meses de diciembre y febrero, los más importantes.

Marruecos es, por tanto, un competidor muy a tener en cuenta, no sólo por su presencia cada vez mayor en el mercado comunitario, sino también por su gran proyección de futuro. Y es que, en 2013, este país alcanzó las 5.500 hectáreas de superficie invernada, una cifra muy pequeña en comparación con Almería; sin embargo, gracias a la fuerte apuesta de su Gobierno por la agricultura y al Plan Verde puesto en marcha, Marruecos prevé destinar en un futuro 700.000 hectáreas al cultivo de frutas y hortalizas, en las que prevé cultivar 10 millones de toneladas de género, más del triple que produce Almería a día de hoy.

**Los precios de las subastas en tu
iphone o android totalmente
gratuitos**

Envía la palabra **CÓDIGO**
a
fhalmeria@fhalmeria.com
o un whatsapp al **656 337 500**

y te devolvemos el mensaje con un código de
activación de esta aplicación para que tengas
los precios de las principales subastas
totalmente gratis



1ª Te descargas la aplicación en App Store o en Google Play. La buscas poniendo su nombre "Precios Hortícolas".

2ª Aceptas las condiciones de uso de la aplicación.

3ª Abres "Ajustes".

4ª Dentro de "Ajustes" abres "Newsletter" y pones tu correo electrónico y el código que te envío.

5ª Rellena el formulario que te aparece, es muy sencillo, apenas son tres preguntas. Y ya tendrás la aplicación totalmente gratis durante toda la campaña 2014-2015 con las principales subastas de Almería y algunas de Granada, intentaremos que estén todas.



Europa destruye partidas de hortalizas turcas y egipcias por superar los límites máximos de residuos permitidos

La seguridad alimentaria que garantizan las producciones hortofrutícolas de la provincia de Almería, donde se trabaja con lucha integrada y control biológico de plagas, no es comparable, en absoluto, a la que ofrecen los productores de países como Turquía o Egipto.

Prueba de ello es la "avalancha", como la califican desde la organización agraria COAG, de alertas sanitarias y rechazos en frontera que se están registrando en la Unión Europea, muy especialmente en Bulgaria, puerta de entrada de los productos turcos. Nada más comenzar el año, por poner un ejemplo, el Sistema de Alerta Rápida de Alimentos (RASSF, por sus siglas en inglés) notificó la destrucción de una partida de pimiento turco que contenía 131,1 veces más fometanate, un conocido insecticida y acaricida, del permitido.

Antes de acabar enero, los productos hortofrutícolas turcos habían registrado más de 20 alertas sanitarias y rechazos en frontera, una cifra que ha hecho que COAG traslade la situación al Ministerio de Agricultura español para que presione a la Comisión Europea para que cierre la entrada de frutas y hortalizas procedentes de ese país euroasiático.

El día 19 de enero, las autoridades búlgaras también procedieron a destruir otra partida de pimiento procedente de Turquía, en ese caso por contener más del doble de malatión, otro insecticida y acaricida, del permitido.

COAG denuncia que, en los últimos siete meses, han sido más de cien las alertas sanitarias y rechazos en frontera que han registrado las frutas y hortalizas turcas, un dato que, cuanto menos, tiene que preocupar a las grandes cadenas de distribución europeas y, por supuesto, a los consumidores del Viejo Continente.

Desde COAG exigen a la distribución europea que "deje de abastecerse de productos de países terceros que no cumplen los requisitos de calidad y se saltan a la torera las normativas fitosanitarias y se centre



en la compra de frutas y hortalizas procedentes de España, que cumplimos con los estándares fitosanitarios y de calidad establecidos por la Comisión Europea".

EGIPTO

Aunque en menor medida, también han entrado a la Unión Europea partidas de productos hortofrutícolas egipcios que se ha procedido a destruir por superar los límites máximos de residuos permitidos (LMR).

En el último caso, ocurrido el pasado 7 de enero, Eslovenia procedió al bloqueo y

destrucción de una partida de pimiento procedente de Egipto por contener, según ha notificado el RASSF, casi tres veces más flusilazol, un potente fungicida, del permitido. Concretamente, las autoridades competentes en la materia hallaron 0,054 miligramos por kilogramo muestreado, cuando los LMR de este fungicida en pimiento están fijados en 0,02.

Europa vernichtet palettenweise Gemüse aus der Türkei und Ägypten wegen überschrittener Grenzwerte

Die Lebensmittelsicherheit bei Gartenbauprodukten aus der Provinz Almería, in der nach Konzepten des integrierten Pflanzenschutzes und biologischer Bekämpfungsmethoden gearbeitet wird, ist in keiner Weise vergleichbar mit der

der Erzeugnisse aus der Türkei und Ägypten. Dies beweist die "Welle" gesundheitsbehördlicher Warnungen und Zurückweisungen an der Grenzen der EU. Der Landwirtschaftsausschuss der EU (COAG) fordert für die

Vermarktung in Europa, dass "die Versorgung mit Erzeugnissen aus Drittländern unterbleiben soll, die den Qualitätsanforderungen nicht genügen und die sich über Richtlinien zum Pflanzenschutz hinwegsetzen."

Europe destroys Turkish and Egyptian consignments due to exceeding the maximum limits of permitted residues

The food safety policies that guarantee the fruit and vegetable production of the province of Almería, where integrated crop management and the control of plagues has been established, are in no way comparable to the policies offered by producers from countries such as Turkey or Egypt. Proof of this is the avalanche of health alerts and border rejections recorded in the EU. The COAG demands from the European distribution "to stop buying products from third countries that do not comply with quality requirements and totally ignore phytosanitary regulations."



4 Millones
de buenas
razones

FINANCIACIÓN
EMPRESA



ADN Agro

Simplemente se lleva dentro... o no se tiene.



Ser ADN Agro es tener origen Agro.
50 años de experiencia Agro.
Investigar, generar y compartir
el conocimiento Agro.
Fomentar el Cooperativismo.
Estar a pie de campo. A tu lado.
Con profesionales especialistas.
Ofrecer Crédito Agro.
Medios de pago especializados.
Seguros específicos Agro.
Tecnología de gestión agroalimentaria.
Promover eventos y jornadas Agro.
Gestión de Ayudas Agro.
Internacionalización Agro.

**Si tú también tienes ADN Agro...
Eres uno de los nuestros.**



Líderes
en el Negocio
Agroalimentario

Mejorar tu negocio requiere tiempo.

Con unos minutos
debería ser suficiente.

Conoce nuestras historias sobre innovación,
proyección de futuro y colaboración, y
averigua cómo nuestras soluciones de
embalaje pueden mejorar tu negocio.

Descubre nuestras historias en
openthefuture.es

 **Smurfit Kappa**
Open the future