

fh almería

revista agraria mensual de la provincia de Almería

Edición especial 2011



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

Objetivo Alemania:

- Alemania es el punto neurálgico de las exportaciones almerienses.
- Anecoop celebra en Berlín sus 35 años y los 20 de la sandía sin pepitas Bouquet.
- El sector almeriense ofrece a Europa una amplia y renovada oferta agrícola.

Datos:

- La lucha integrada es ya una realidad en casi 20 mil hectáreas.
- Más oferta con la IV y V Gama.
- Almería, con casi 2,8 millones de Tm. de hortalizas, sigue siendo la despensa de Europa.
- El 28% de las exportaciones agrícolas almerienses va a Alemania.

Empresas:

Anecoop, Agroiris, Ejidoluz, ECOHAL, Smurfit Kappa, Plaform, La Unión, Ejidozone, Agroponente, Syngenta Agro, Bio Sabor, Nature Choice, Hortofrutícola Costa de Almería, Syngenta Bioline, Almafrut y Cajamar.

Rijk Zwaan:

Fruit Logística 2011.
Visítenos / Visit us:
Hall 1.2 / C-12

Imagen cedida por Rijk Zwaan

Lo más 'grande' de la agricultura de **Almería** para **Europa**

The best of Almeria's agriculture for Europe

Das Beste der Landwirtschaft aus Almeria für Europa



Nos gusta venir a Alemania



02

Nos gusta venir a Alemania cada año por el mes de febrero. La feria Fruit logistica es el termómetro para saber cómo estamos respecto del mundo agrario que compite con nosotros, mejor dicho con nuestra agricultura.

Este año llegamos más satisfechos y más contentos (sustillo aparte) porque la campaña agrícola es más tranquila, buen tiempo y mucha calidad en las hortalizas comercializadas.

La imagen que proyectamos es mejor y eso nos satisface.

En este marco, la labor que tenemos que acometer es muy importante: fidelizar clientes que hay que seducir con calidad y volumen y, muy especialmente, seguridad. Pero... ¿Nuestros profesionales están preparados?, o mejor dicho, metámonos todos, ¿estamos preparados? Lo veremos a la vuelta, una vez que evaluemos los resultados obtenidos.



José Antonio
Gutiérrez Escobar

También tenemos otra labor muy importante que desarrollar. Se trata de analizar la competencia con la noble y sana intención de mejorar, de hacer que el cliente prefiera el producto español procedente de Almería y no otro.

Por otra parte, la edición de este año de la feria berlinesa tiene otros alicientes, uno de ellos, y posiblemente el más importante para los curiosos empresarios españoles es ver qué incidencia ha tenido

la exitosa segunda edición de Fruit Attraction en la cita alemana. Para algunos ya no era necesario estar en Berlín, para otros, nada tiene que ver una muestra en origen y otra en destino. A ver qué pasa.

Espero por encima de todo que la numerosa delegación española que siempre se traslada a Berlín lleve la buena intención de ofrecer lo mejor a los clientes europeos en un clima de compañerismo necesario para hacer de nuestra agricultura una actividad comercial de gran altura.

We like to be in Berlin

Fruitlogistica is the trade fair where suppliers from Almería can compare their achievements with those from the competitors. This year we must present an better image than last year. We hope that our professionals will use all their skills to mantain their customers by impresing them with quality, food safety and disposability. The spanish businessman are ready to face the challenge and full of expectation about the influence of "Fruit Attraction".

Wir kommen gerne nach Berlin

Fruitlogistica ist die Messe in der die Unternehmen aus Almería sich mit der weltweiten Konkurrenz messen können. Dieser Jahr müssen wir einen besseren Eindruck

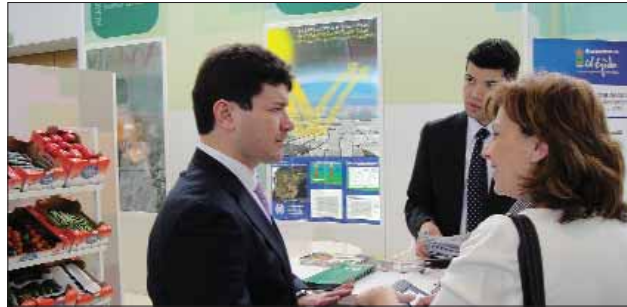
hinterlassen als letztes Jahr. Wir hoffen, dass unsere Profis ihr ganzes Können vorweisen und ihre Kunden mit Qualität, Ernährungssicherheit und Verkaufsvolumen

beeindrucken können. Die spanischen Unternehmer sind bereit für den Vergleich mit der Konkurrenz und erwarten gespannt den Einfluss den "Fruit Attraction" hat.

Alemania es el punto neurálgico de las exportaciones almerienses

El hecho de que el principal importador de frutas y hortalizas de la provincia almeriense sea Alemania hace de la mayor feria del ramo, la berlinesa Fruit Logistica, un punto obligado para la mayoría de las empresas del sector. Y es que, ya no sólo es importante la labor que realizan los comerciales para intentar realizar nuevos contactos con posibles nuevos clientes, sino que consolidan los que ya tienen en la feria.

Ninguna empresa importante del sector hortofrutícola almeriense se quiere perder la cita alemana. Es más, también se desplazan siempre instituciones como la Junta de Andalucía, a través de la Consejería de Agricultura y Pesca; así como el Ayuntamiento de El Ejido, con su concejal de Agricultura y Medio Ambiente, Jorge Viseras, al frente. Este año tampoco faltarán los alhondiguistas. Así, ECOHAL ya



ha confirmado su presencia con un espacio expositor de 24 metros cuadrados.

Las cifras de la pasada edición de Fruit Logistica dan una idea de la importancia que tiene este

evento ferial. Así, por ejemplo, de los expositores del año pasado, el 51,7 por ciento tenían relación con el subsector de la fruta en fresco y el 40 por ciento con las hortalizas.

Además, según una encuesta con múltiples posibilidades de respuesta que realizó la organización de la feria, el 79 por ciento aprovecha la cita alemana para intentar conseguir nuevas relaciones comerciales; el 74 por ciento para estrechar los lazos con clientes ya consolidados y un 37,2 por ciento para presentar nuevos productos. Además el 87,3 por ciento se mostró satisfecho con los negocios que consiguió realizar en la Messe berlina.

Germany is the key market for exported goods from Almería

03

The fact that Germany is the main market for products from Almería, makes the most important trade fair in the world, the Fruitlogistica in Berlin, a "must" for the companies involved in the business. Our traders are not only looking out for new clients, but also to keep in touch with their customers. Nobody in Almería is willing to miss this event.

Deutschland ist der Dreh- und Angelpunkt für die Exporte aus Almería

Die Tatsache, dass die Bundesrepublik der wichtigste

Kunde für exportierte Frischware aus Almería ist,

macht das die wichtigste Messe der Welt, die berliner Fruitlogistica, ein "Muss" für die Unternehmen aus der Branche. Für unsere Kaufleute ist es nicht nur wichtig neue Kunden zu finden, sondern auch bestehende Kontakte zu wahren. Denn niemand in Almería möchte sich diese Gelegenheit entgehen lassen.

 Smurfit Kappa



 Smurfit Kappa
Almería

 Smurfit Kappa
Canarias

 Smurfit Kappa
Cádiz

 Smurfit Kappa
Huelva

 Smurfit Kappa
Iberamericana

 Smurfit Kappa
Quart



La Solución integral para el embalaje agrícola

Anecoop celebra sus 35 años y los 20 de la sandía sin pepitas Bouquet en Berlín

Este año, la participación de Anecoop en Fruit Logistica coincide con la celebración de su 35º aniversario. Lo cierto es que la cooperativa de segundo grado tiene mucho que celebrar. Y es que siguen manteniendo el liderazgo como primera empresa española exportadora de frutas y hortalizas frescas.

Del mismo modo, el grupo conmemora el vigésimo aniversario de la sandía sin pepitas Bouquet, un producto del que cabe destacar su estabilidad y permanencia en el mercado, así como la fuerza que le imprime ser la única familia de sandías sin pepitas integrada por cuatro variedades consolidadas. Se trata, concretamente, de las sandías roja, amarilla, negra y, como no podía ser de otra manera, la mini, toda una delicia muy acorde con las necesidades de los nuevos modelos de familia, que están compuestos cada vez por menos miembros.

Asimismo, en esta ocasión, Anecoop va a aprovechar su presencia en la feria hortofrúcticola más importante del mundo para presentar la nueva imagen de cajas para la línea de productos Bouquet Premium o, lo que es lo mismo, el referente de 'alto de gama' dentro de la marca Bouquet y que se dirige a clientes que buscan algo exclusivo.

EXPECTATIVAS

Finalmente, cabe destacar que será la primera edición de Fruit Logistica a la que asistirá Joan Mir en calidad de director general de Anecoop. Bajo su dirección, la empresa pretende continuar su proceso de expansión. No obstante, se trata de planes no a corto plazo, ya que hace tan solo un año que abrieron su oficina en Moscú.

Varios son los retos que se plantea el equipo directivo de Anecoop de cara a la campaña actual, entre otros, mejorar la liquidación al socio, incrementar la comunicación con los clientes y trabajar más unidos aún con las cooperativas, abordando proyectos comunes que impliquen un mayor compromiso. Con todo ello, desde el grupo prevén crecer a un ritmo del 6 por ciento anual en cifra de negocio en los próximos años.



Almería shows Europa his new Joint Ventures

This years presence of Anecoop at Fruit Logistica is special, because it is as well the companies 35th birthday. It has been a special year for this cooperative corporation because they achieved once again to be export leaders in the spanish market for fresh fruit and vegetables.

It is as well the 20th birthday of the star product of Anecoop: The seedless watermelon "Bouquet", a product that has establish itself in the market for years, probably because it comes in four different types (Red, Yellow, Black and Mini).

Die diesjährige Teilname von Anecoop bei der Fruit Logistica ist besonderer Art, denn es ist ebenfalls das fünfunddreißigste Jubiläum des Unternehmens. Und diese kooperativ Gesellschaft hat viele Gründe zu feiern, denn Sie ist weiterhin der

Anecoop feiert seinen fünfundreizigsten Geburtstag und das zwanzigste Jubiläum der kernlosen Wassermelone "Bouquet"

größte spanischer
Vermarkter von frischem

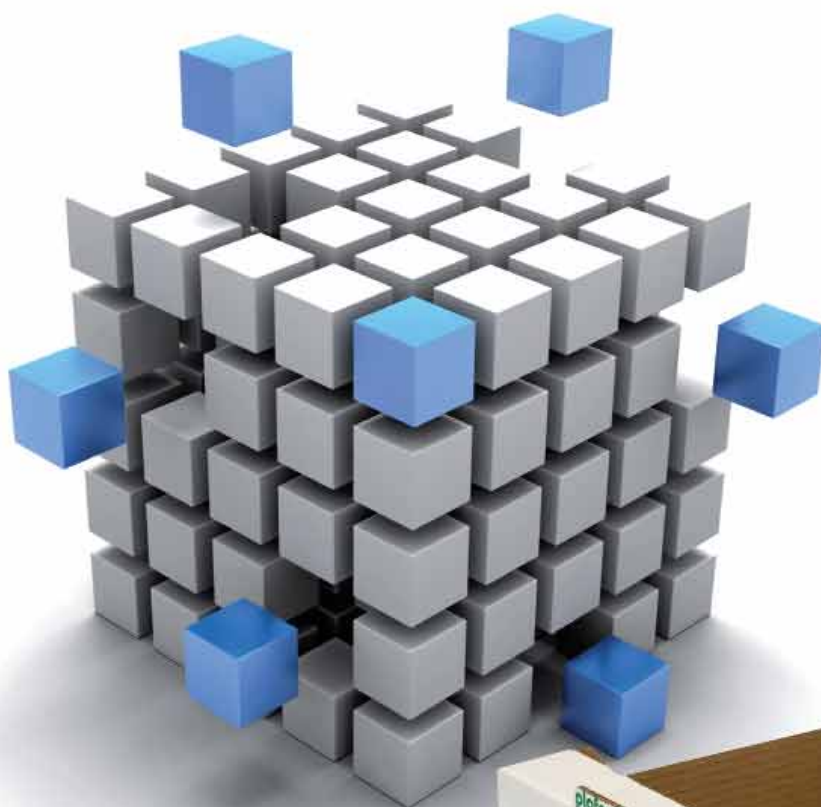
Obst und Gemüse.
Ebenfalls ist ein Grund zu

feiern, dass in diesem Jahr das zwanzigste Jubiläum der kernlosen Wassermelone "Bouquet", ein Produkt welches sich sehr lange auf dem Markt etabliert hat, weil Sie in vier verschiedenen Sorten (Rot, Gelb, Schwarz und Mini) angeboten werden kann.

plaform[®]

innovador... por naturaleza

Descubra la **caja** que simplifica su negocio



Plaform es la primera marca española en adherirse al estándar CF, una norma internacional que homologa los tamaños de las cajas.



plaform[®]

Sistema integral de embalaje en cartón
ondulado para frutas y hortalizas

El sector almeriense llega a Berlín pisando fuerte y con una oferta amplia y renovada

El sector agrícola almeriense llega un año más a Berlín con el objetivo de seguir dejando huella en el resto de mercados y profesionales del sector que acuden a Fruit Logistica en busca de productos que se adapten a las exigencias de los consumidores. Tras un inicio de campaña marcado por los buenos precios en la mayor parte de las hortalizas y con el ojo puesto ya en la preparación de la campaña de primavera, las empresas hortofrutícolas de Almería tienen claro cuáles son sus objetivos en esta nueva edición de la feria alemana. Seguridad, calidad, respeto por el medio ambiente, higiene rural e innovación y desarrollo son los principales pilares que destacan en estos momentos a la agricultura de la provincia y por ello, las entidades, viajan con la seguridad del buen hacer agrícola.

16 REPRESENTANTES

En total son 16 las empresas, instituciones y administraciones locales almerienses las que asisten este año a la feria hortofrutícola considerada, hasta ahora, la más importante a nivel mundial. Entre la participación de la provincia, Vicasol, Vegacañada, Unica Group, SAT Primaflor Pulpí, Port of Motril, Nature Choice, El Ejido Fruit and Vegetable, ECOHAL Andalucía y Agroponiente Natural Produce son las empresas, administraciones y asociaciones que van a estar ubicadas en el Pabellón 18, es decir, asisten a la feria bajo el paraguas de la Junta de Andalucía que organiza el viaje a través de la Agencia de Promoción Exterior, EXTENDA. Mientras, Agrupaejido, Agrupalmería, CASI, Frutas Luna, Fundación Bahía Almeriport, Hortosabor Mediterráneo y Onduspan son las que van por cuenta propia o junto a otros grupos o instituciones.

Una amplia cartera de entidades que acuden con la intención de volver a encontrarse con sus principales clientes para hacer balance de la primera parte del ejercicio agrícola, así como para preparar el inicio y el desarrollo de la campaña de primavera. Una cita importante que no se quieren perder cada vez más empresas, puesto que se trata del gran punto de encuentro con profesionales del sector tanto a nivel nacional como internacional. Asimismo, desde el sector agrícola almeriense son conscientes de que citas como las de Berlín son el momento adecuado para sacar a lucir todos los galones de una agricultura como la nuestra, por lo que durante los tres días de feria se podrán ver todas las virtudes de un sector que ya se ha convertido en el modelo a seguir de muchos países.



**The
industry sector from Almería arrives
to Berlin self confident and with a wide and
renewed range of products**

The industry sector from Almería comes once again to Berlin with the intention to impress with their products, that responds to the demands of the customers, other markets and competitors. Food safety, quality, enviromental awereness, research and developmend are the current leitmotifs. All people involved in the business travel to Berlin with the self confidence of knowing that the work is well done, and that Almería has become a role model worldwide for other competitors. Altogether 16 companies and institutions are coming to the most important event in the world for fresh products.

*Die Branche aus Almería
kommt nach Berlin
selbstbewusst und mit
einen breiten und
erneuerten Angebotspalette*

Die Branche aus Almería ist erneut nach Berlin gekommen mit der Absicht, die anderen Märkte und Beteiligten mit Produkten, die sich den

Ansprüchen der Verbraucher anpassen, zu beeindrucken. Ernährungssicherheit, Qualität, Umweltbewusstsein, Forschung und

Entwicklung sind die Leit motive die momentan von Provinz Almería sind. Mit der Erkenntnis eine gute Arbeit geleistet zu haben, fahren alle Beteiligten mit Selbstbewusstsein zur Messe, wissend, dass das Modell aus Almería zu einer weltweiten Referenz geworden ist. Insgesamt fahren 16 Unternehmen, Behörden und lokale Vertreter zum bedeutsamsten Event für Frischprodukte der Welt.

Anecoop presenta sus nuevas variedades de Clementina en su stand

La cooperativa de segundo grado Anecoop contará en su espacio expositivo en la Messe de Berlín con un 'Rincón de nuevas variedades de Clementina'. En ese ambiente se exhibirán las nuevas variedades de este cítrico de las que dispone para las próximas campañas. Concretamente, hablamos entre otras de las variedades tardías Garbí y Safor, desarrolladas conjuntamente con el Instituto Valenciano de Investigaciones Agrarias, que se caracterizan por su ausencia de semillas y su buen calibre. Su maduración se produce hacia febrero, y mantienen sus buenas condiciones durante al menos un mes y medio. De ambas variedades, nos han explicado que "habrá muestras físicas en el Rincón para que se puedan conocer". Asimismo, tendrá una referencia destacada en este rincón la variedad extra temprana "Clemensoon", una variedad exclusiva de Anecoop y que ya se presentó el año pasado en Berlín.

Con estas variedades, Anecoop ha demostrado su firme apuesta por cubrir todos los huecos comerciales, al tiempo que proporciona productos que aporten a sus socios una mayor rentabilidad. Al respecto, el presidente de Anecoop, Juan Safont, ha explicado que "este esfuerzo constante que hacemos en I+D+i constituye una de las "patas" en las que se basa nuestro proyecto de Responsabilidad Social Corporativa (RSC), que busca la mejora de la rentabilidad al socio a través de la obtención de productos que den continuidad a su actividad, contribuyendo así a la sostenibilidad de la agricultura y del medio ambiente".



nibilidad de la agricultura y del medio ambiente".

Precisamente, Anecoop presentó a finales de octubre en la feria sectorial Fruit Attraction (Madrid), la novedosa campaña de comunicación de su marca Bouquet "Cultivamos Futuro", una campaña basada en los valores de la RSC de la empresa que, como cooperativa de 2º grado, lleva poniendo en práctica desde su fundación hace 35 años, tales como respeto al medio ambiente, la seguridad alimentaria, el fomento de la alimentación saludable y la implantación de proyectos de economía social.

En este marco, el grupo participa desde el año pasado en un consorcio que está desarrollando actualmente un proyecto con el fin de generar herramientas genómicas para la mejora de los cítricos. Se trata del Proyecto Citrusseq, que permitirá obtener productos con mayor contenido nutritivo y variedades de mayor resistencia a las condiciones adversas del cultivo.

Y es que, gracias a su incesante trabajo, Anecoop está recogiendo sus frutos. Así, por ejemplo, cabe destacar que su filial moscovita, Agrikoop, ha cerrado el primer ejercicio de su historia con unos excelentes resultados. Además, el papel innovador de Anecoop no se centra solo en un producto específico. Muestra de ello es que, por ejemplo, se crearon la Plataforma de Hortalizas y el Grupo Persimon, ambos nacidos a raíz del éxito del grupo empresarial. Su fórmula radica en concentrar el producto y en la homogeneización de la gestión y los sistemas.

07

Anecoop present thei new types of Clementines at their stand

The cooperative corporation Anecoop will set up a special corner at their stand in Berlin to show their new types of clementines. All the novelties for next season will be presented here. Very remarkable are the types "Garbí" and "Safor", those were developed in a joint venture with an research center in Valencia (Instituto Valenciano de Investigaciones Agrarias). They are seedless and have a good caliber. They are also precocious, they are ready in February and hold on for six weeks. At the stand you will find exhibits of both types. Also the extra precocious "Clemensoon", the one who was presented last year, will be again on display there.

Anecoop präsentiert Seine neuen Sorten Klementinen in ihren Stand

Die Kooperativgesellschaft Anecoop wird in ihrem Stand bei der Berliner Messe eine Ecke für neue Sorten von Klementinen vorstellen. Hier werden die Neuigkeiten für die kommende Saison präsentiert. Besonders

interessant sind die Sorten "Garbí" und "Safor", die gemeinsam mit dem Forschungszentrum aus Valencia (Instituto Valenciano de Investigaciones Agrarias) entwickelt worden sind. Sie

zeichnen sich dadurch aus, dass sie kernlos sind und einen guten Kaliber erreichen. Sie sind Frühreif, etwa im Februar, und halten sich etwa anderthalb Monate. Von beiden Typen wird man Muster zur Messe mitnehmen und sie zeigen. Auch die besonders frühreife "Clemensoon", eine exklusive Sorte von Anecoop, die letztes Jahr vorgestellt wurde, ist wieder dabei.

Almería con casi 2,8 millones de toneladas de frutas y hortalizas sigue siendo la despensa de Europa

08

Los invernaderos almerienses continúan siendo el pilar básico para el consumo en fresco europeo de productos hortofrutícolas durante gran parte del año. La pasada campaña los agricultores de la provincia de Almería pusieron a disposición de las comercializadoras locales 2.759.260 toneladas de frutas y hortalizas, apenas 131.000 menos que la campaña anterior, siendo esta una cifra que puso de manifiesto, por segundo año consecutivo, una disminución en la producción final después de que en la campaña 2007-2008 se superara el récord de los tres millones de toneladas en tan sólo una campaña. Más del 93% de la producción final que se exporta se distribuye por países miembros de la Unión Europea, siendo, por este orden, Alemania, Francia, Holanda y Gran Bretaña, los principales destinos.

Tomate y pimiento continúan siendo los principales recursos de los agricultores almerienses. Estas dos hortalizas cubren más de un 35% del volumen total registrado en un año. Así, la oferta de tomate de la provincia fue superior a las 858.000 toneladas, mientras que en pimiento, la producción superó las 437.000 toneladas. En tercer lugar, según las cifras facilitadas por la Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía, las comercializadoras almerienses procesaron 378.317 toneladas de pepino, 17.000 más que el año anterior. Sandía y calabacín, por este orden, con 331.809 y 267.233 toneladas, respectivamente, completan el quinteto de los principales productos que se ofertan desde la provincia a lo largo de toda la campaña. Además, lechuga, berenjena y melón se añaden a las bazas en la oferta almeriense.

A pesar del descenso de pro-



ducción acontecido –la climatología fue el factor que determinó el desarrollo de la campaña, mermando el volumen de kilos obtenidos– se produjo una recuperación de la facturación. Los productores recibieron 1.572 millones de euros, cuando en la anterior campaña, con más producción, este valor se

situó en 1.526 millones de euros. En productos como el calabacín la facturación se incrementó un 41%. Y es que los precios medios, en el cómputo general, recibidos por los agricultores por cada kilogramo de frutas y hortalizas que ponen en el mercado desde su invernadero superaron los registros en la anterior campaña., situándose

en 0,577 euros, cuatro céntimos más que en la 2008-2009, siendo así el precio medio más alto registrado en las último cinco campañas. En cuanto

al valor comercializado el aumento fue superior a los 46 millones de euros en relación a la campaña 2008-2009. De esta forma, la facturación de las empresas hortofrutícolas ascendió a 2.157 millones de euros.

**Almería,
with almost 2,8 million tons
of fruit and vegetables is still the
larder of Europe**

The greenhouses in Almería are still irreplaceable when it comes to ensure the consum of fresh products in Europe, specially in the wintertime. Last season, the growers produced 2.759.260 tons of fruits and vegetables. 93% of the exported goods reached the E.U markets. In order of importance they went to: Germany, France, Holland and the U.K. Despite the fact that the clima didn't help to raise the total amount produced, there was a raise in the income figures. The turnover for the growers was 1.572 million Euro, that is, compared to the preciding year when they reached 1.526 million Euro, a significant raise. The commercial value increased about 46 million Euro and reached a total value of 2.157 million Euro.

Die Gewächshäuser aus Almería bleiben weiterhin unerlässlich für den Konsum von Frischprodukten in Europa, besonders während der Winterzeit. In der vergangenen Saison haben die Landwirte aus Almería insgesamt 2.759.260 Tonnen Obst und Gemüse auf den Markt gebracht. Über 93% der exportierten Ware

**Almería, mit fast 2,8 Mio. Tonnen
Obst und Gemüse bleibt die
Speisekammer Europas**

gelangte in die E.U. Nach Bedeutung sind Deutschland, Frankreich, Holland und Gross Britanien die wichtigsten Märkte. Obwohl

ein Nachlass in der Produktion festzustellen war – die klimatischen Bedingungen brachten einen Einbruch in dem

Ertragsvolumen– war der Umsatz besser als im Vorjahr. Der Umsatz für die Landwirte betrug 1.572 Mio. Euro, eine Steigerung gegenüber den 1.526 Mio. Euro aus dem Vorjahr. Der Wert den die Vermarktung erreichte, verzeichnete eine Verbesserung von 46 Mio. Euro und betrug insgesamt 2.157 Mio. Euro



El Grupo Plaform asiste a Fruit Logística 2011 de la mano del Instituto de Comercio Exterior. En la mayor cita mundial especializada en el negocio de las frutas y hortalizas que se celebra en la Messe de Berlín, ubicada en el Hall 11.2, la marca española divulgará las ventajas de la implantación del 'Common Footprint' en sus bandejas de cartón ondulado para los productos en fresco. Se trata de una norma internacional a la que se adhiere Plaform mediante la que se homologan los tamaños de las cajas procedentes de distintos fabricantes de todo el mundo.

Este sistema de estandarización de tamaños promovido a nivel europeo por FEFCO, la Federación Europea de Fabricantes de Cartón Ondulado, explican desde el grupo, "facilita los intercambios comercia-

Plaform en el gran escaparate berlinés



les entre diversos productores de Europa y Estados Unidos". La homologación de medidas exteriores de base, orificios, pestañas y receptáculos de encaje, se puede paletizar

y comercializar de forma conjunta cualquier tipo de frutas y hortalizas en bandejas apilables.

El Grupo Plaform ha sido la primera marca española en adherirse a este sistema, asumiendo el liderazgo en la implantación nacional de la norma 'Common Footprint' para ofrecer a sus clientes esta nueva marca de calidad como un valor añadido.

Pero con su participación, Plaform también aportará a sus clientes información sobre la sostenibilidad de su sistema de embalaje de cartón ondulado para frutas y hortalizas.

The Platform Group at the trade fair in Berlin

The Platform Group will show up again at this worldwide important trade fair. They will have their Stand at Hall 11.2 at the Berlin trade fair. The Spanish brand presents at the Fruit Logística 2011 the advantage of using "Common Footprints" in all cardboard boxes used to transport fresh products. It is the adoption of an international guide line that the Spanish company applies. This measure will make transactions between Europe and the U.S.A a lot easier. The standardisation of sizes, holes and links will allow in the future to pack and transport different types of fresh products together. Platform was the first Spanish company to adopt this norm to provide a better services to their customers.

Die Plattform Gruppe bei der Ausstellung in Berlin

Die Plattform Gruppe wird erneut Präsenz zeigen bei dieser weltweit bedeutsamen Tagung in ihrem Stand in der Halle 11.2 der Berliner Messe. Die spanische Marke präsentiert bei der Fruit Logística 2011 die Vorteile der Benutzung von "Common Footprint" bei allen

Kartonboxen für Frischware. Es handelt sich hierbei um die Anlehnung an eine internationalen Richtlinie, der sich die Plattform Gruppe anschliesst. Durch diese Norm werden alle Behälter, egal welcher Herkunft, von allen Produzenten standardisiert. Dieses

System wird die Kommerzialisierung zwischen Europa und den U.S.A wesentlich erleichtern. Die Normierung von Größen, Schnittstellen und Klappen wird es ermöglichen in Zukunft verschiedene Typen von Frischwaren gemeinsam zu verpacken und zu verfrachten, in dem man die Kästen gemeinsam verstackeln kann. Plattform war die erste spanische Firma, die sich dieser Massnahme angeschlossen hat, um ihren Kunden eine bessere Qualität anzubieten.

Con el Campo no se Juega



Si certificas tu producción, apuestas por la lucha integrada, utilizas fitosanitarios autorizados y sigues las instrucciones, estarás asegurando tu futuro. Colabora con una agricultura sostenible, sana y respetuosa con el medio ambiente.



Juan Deus Deus, Delegado provincial de la Consejería de Agricultura y Pesca

“La confianza y fidelidad de los clientes no son a plazo fijo, hay que ganárselas día a día”

10



Pregunta.- Almería es un referente mundial en la producción de frutas y hortalizas. ¿Con qué actitud debe acudir el sector a una feria como Fruit Logistica?

Respuesta.- Creo que la actitud con la que debe asistir a Berlín es la de quien sabe que es uno de los principales proveedores de frutas y hortalizas, no sólo de Alemania, sino de Europa, pero teniendo en cuenta que cada vez los competidores son más y más fuertes y que no podemos bajar la guardia. La confianza en nuestros productos y la fidelidad de los clientes no son a plazo fijo, sino que hay que ganárselas día a día. La imagen del producto almeriense ha mejorado sensiblemente en los últimos años, pero lo cierto es que Almería siempre está en el punto de mira y debemos ser rigurosos en nuestro trabajo, porque no se nos permitirá fallo alguno.

P.- ¿Qué bazas deben explotar las empresas hortofrutícolas en Berlín?

R.- Los alemanes son nuestros mejores clientes. Cada año, el sector de frutas y hortalizas de Almería envía Alemania prácticamente un tercio de la producción de la provincia, por un valor en torno a los 450 millones de euros. Llevamos más de treinta años suministrando frutas y verduras frescas de calidad a los consumidores más exigentes y eso es un aval para los mercados. Pero en un mercado cada vez más abierto y con consumidores cada vez más preocupados por la seguridad y el sabor de los productos, el currículo no siempre es suficiente y hay que demostrar cada día que lo nuestro es lo mejor. Los esfuerzos realizados para implantar el Control Bioló-

Juan Deus Deus, Beauftragter der Behörde für Landwirtschaft und Fischerei “Consejería de Agricultura y Pesca”

“Das Vertrauen und die Treue der Kunden sind nicht ewig, man muss sie sich verdienen”

Der Beauftragter für Landwirtschaft und Fischerei der andalusischen Regierung (Junta de Andalucía) in Almería, Juan Deus, ist der Meinung, dass Almería sich in Berlin selbstbewusst präsentieren sollte. Man sollte sich seiner Rolle als einer der wichtigsten Lieferanten für Frischprodukte, nicht nur für die Bundesrepublik sondern in ganz Europa, bewusst sein. Er mahnt aber ebenfalls zur

Bescheidenheit, denn die Mitbewerber sind in den letzten Jahren immer einflussreicher geworden.

Der Termin ist von enormer Bedeutung, es ist eine unvergleichliche Gelegenheit für die Branche ihre Bemühungen zur internationalen Projektion von Almería sichtbar zu machen. Ebenfalls werden hier neue Produkte im Bereich des IV und V Sortiments vorgestellt.

Almería soll weiterhin die Qualität seiner Produkte belegen, um so die Bemühungen sichtbar zu machen. Um der Konkurrenz, besonders Holland, paroli zu bieten, ist er der Meinung, dass man die Produktivität in Almería erhöhen werden muss sowie den erreichten Qualitätsstandard zu erhalten. Das Vertrauen der Kunden ist schliesslich nicht ewig, man muss es sich ständig erhalten.



gico han dado sus frutos y han permitido mantener la presencia en los mercados y proyectar una imagen de seriedad y rigor de Almería. Pero, como he dicho, hay que seguir dando pasos. Por tanto, en una feria internacional como Fruit Logística tenemos que hacer un esfuerzo para seguir mostrando y demostrando que en nuestras producciones la calidad está garantizada y que trabajamos para atender los gustos y exigencias de los consumidores.

P.- Aprovechando la presencia en la feria de todos los potenciales clientes, ¿qué mercados deberían ser los objetivos de las empresas almerienses para continuar creciendo?

R.- Con los mercados cada vez más abiertos, con medios de transporte que permiten llevar productos perecederos a mercados cada vez más lejanos de las zonas de producción, el sector hortofrutícola almeriense debe seguir trabajando para conseguir nuevos clientes, tanto en países europeos como en países emergentes de fuera de la Unión donde la demanda y el poder adquisitivo son cada día más importantes. En este sentido hay que destacar el peso cada vez mayor de Rusia, Ucrania y Bielorrusia en las transacciones comerciales de nuestras empresas.

P.- Ante el avance de los competidores, ¿qué debe hacer Almería?

R.- Aunque Almería preste buena parte de su atención en las producciones procedentes del norte de África, creo que tan competidores son ellos como otros países europeos, e incluso Turquía. Por eso

yo siempre digo que a Marruecos hay que mirarlo desde el espejo retrovisor, para no perderlo de vista. Pero a quienes hay que mirar de frente y prestar más atención es a países como Holanda. Los Países Bajos, con sólo 3.000 hectáreas de invernaderos han producido y comercializado en la última campaña frutas y hortalizas valoradas en 8.000 millones de euros. Esto es posible gracias a la productividad y la comercialización de producciones de otros países. El aumento de la productividad debe ser la línea a seguir por nuestro sector, objetivo que conseguiremos con la modernización de nuestros invernaderos y el aumento de su eficiencia energética.

P.- ¿Fruit Logística es un escaparate válido para otros productos almerienses diferentes a la producción en fresco?

R.- Fruit Logística es el mejor escaparate del mundo para los productos hortofrutícolas, y aunque el fuerte de Almería sean los productos frescos, no podemos desdeñar otro sector que poco a poco va ganando terreno: los productos de cuarta y quinta gamas, que además de atender a los cambios de los gustos y necesidades de los consumidores, suponen una salida para el 20 o el 30% de la producción de categorías inferiores, que no se comercializan en fresco. Tenemos empresas muy preparadas y con productos de gran calidad para abordar las grandes cadenas de distribución europeas en productos frescos cortados y troceados, así como ensaladas, tal como se realiza ya masivamente en el mercado nacional.

Juan Deus Deus, Delegate of the andalusian agriculture and fishing board "Consejería de Agricultura y Pesca"

"Customers trust and fidelity are not forever, you have to earn it day by day"

The delegate for agriculture and fishing of the andalusian government (Junta de Andalucía) in Almería, Juan Deus, thinks that it is vital that Almería should come to Berlin in self confidence, knowing that they represent the main supplier for fresh goods, not only for Germany but also all over Europe. He also remarked that they should act with modesty, because the competitors have achieved vast influence over the last years. This event is crucial because it gives the opportunity to make the projection of Almería visible and to show new products and achievements in the fresh cut produce sector. Almería must keep on proving the high standards in matters of quality as a result of a constant effort by the people involved in the business. To face the competitors, specially Holland, he thinks that it because essential to raise the productivity of high quality goods in Almería. Because the trust and fidelity of customers isn't forever, you have to earn it day by day.



Nos preocupamos por ti,
agricultor



¿Por qué La Unión?

Porque para nosotros, agricultor, **tú eres la pieza clave**



CONTÁCTENOS
950 580 800

info@alhondigalaunion.es

"El Corte Inglés lleva al sector hortofrutícola a Berlín"

¿Qué ofrece Viajes El Corte Inglés de cara a desplazamientos a ferias y congresos?

-Una vez implantada la oficina de Viajes El Corte Inglés (División de Empresas), hace siete años, detectamos que en Almería se viajaba con frecuencia a ferias internacionales y que había una carencia de logística para los desplazamientos del sector agrícola a determinadas ferias de importancia mundial, en las que se ha considerado imprescindible la presencia de la agricultura almeriense. Por esta razón, nos pusimos manos a la obra para organizar la logística necesaria para este fin. Tenemos el orgullo de decir que hemos sido los primeros y que, afortunadamente por la provincia de Almería, nuestra iniciativa ha sido seguida por otras empresas, lo que da idea del éxito de nuestra iniciativa. Para ello, nosotros ofrecemos paquetes organizados con vuelos charter desde Almería a destino y, cómo no, toda la organización que se requiere en el mismo.

- Además, un año más, organizan un viaje a Berlín, con salida desde el Aeropuerto de Almería, ¿qué ventajas tiene el contratarlo?

- Por tercer año consecutivo estamos implicados en



nuestro compromiso con el desarrollo y promoción de la agricultura almeriense. Es por ello por lo que se está organizando un año más Fruit Logística 2011. En estas ferias ofrecemos la organización, transporte, alojamiento, logística y cualquier otro tipo de servicio que puedan necesitar nuestros clientes en destino, pues para ello nos desplazamos un equipo de profesionales, para coordinar la organización y el buen desarrollo de las mismas. Para nosotros lo primordial es la tranquilidad de nuestros clientes, ya que ellos van a trabajar y deben despreocuparse de lo demás.

- Los diferentes agentes del sector agrario viajan cada vez más para cerrar acuerdos comerciales y participar en diferentes ferias nacionales e internacionales, ¿se está teniendo en cuenta a la hora de ofertarles viajes y paquetes?

- Nosotros nos sentimos muy orgullosos de apoyar con nuestro entusiasmo, trabajo y esfuerzo el desplazamiento de los empresarios almerienses a estos acontecimientos mundiales. Evidentemente un ejemplo muy claro es Fruit Logística, además de las distintas acciones empresariales, foros, misiones y demás acciones complementarias relacionadas con el sector, además de otros sectores que trabajamos, nacionales e internacionales, en los que estamos participando con el fin de facilitarles a los empresarios este tipo de actividades empresariales.

- ¿Qué líneas aéreas se deberían implantar con mayor prioridad en el Aeropuerto de la provincia?

- Prioritariamente consideramos, por la relación comercial, Madrid, Barcelona, Sevilla, centro Europa e Inglaterra, así como Italia por la cultura, entre otras.

"El Corte Inglés brings the branch of trade to Berlin"

El Corte Inglés travel services was the first touroperator in the region Almería to realize the potential of organising the trip to the trade fair in Berlin for all people involved in the business. After all, there are several other fairs over the year these people must attend. For this reason, and for the third time now, they offered a Berlin package that includes all kinds of services like, flight, accommodation, planning and any other service requested. The manager for business trips in Almería, Javier Carillo, says that "We want to provide confidence to our customers, because they have to care of business, we provide the rest"

El Corte Inglés bringt die Frischwarenbranche nach Berlin"

El sector agrícola almeriense va a estar representado por un gran número de empresas que van a asistir de una u otra forma a Fruit Logística, sin embargo, la agricultura de la provincia también va a estar respaldada por una serie de instituciones que con o sin stand estarán promocionando lo mejor de nuestra tierra. Éste es el caso de la Diputación de Almería y la Cámara de Comercio, dos instituciones que siempre han apoyado a la oferta almeriense y que gracias a sus acciones a lo largo de la campaña, la agricultura va mejorando poco a poco en la provincia. Por ejemplo, en el caso de la Cámara de Comercio, ésta cada año pone un avión a disposición de las empresas y periodistas que desean hacer el viaje con ellos, una acción que permite a más de una entidad no tener que preocuparse de estos asuntos. Junto con el avión fletado, otras acciones como reuniones y visitas a las diversas empresas al-

Viajes El Corte Inglés war der erste Touroperator in der Provinz Almería, der sich der Notwendigkeit einer spezifischen Reise für Mitstreiter des

Lebensmittelhandels bewusst wurde. Und hierbei handelt es sich nicht ausschliesslich um diese Messe, jährlich gibt es mehrere wichtige Termine die

wahrgenommen werden müssen. Aus diesem Grund, und zum dritten mal in Folge, hat man ein Berlinpaket angeboten, dass alle Dienstleistungen wie Flug, Unterkunft, Organisation und jegliche Extrawünsche der Kunden wahrnimmt. Der Abteilungsleiter für Firmenreisen in Almería, Javier Carillo, sagt, dass "die Ruhe unserer Kunden ist uns sehr wichtig, denn sie müssen sich voll ihren Geschäften widmen, wir übernehmen den Rest"

Las instituciones almerienses apoyan con su presencia a las empresas del sector

merienses y extranjeras, la Cámara también muestra de esa manera su especial atención por el sector agrario.

Por otro lado, uno de los asistentes almerienses más antiguos a Fruit Logística es el Ayuntamiento de El Ejido, que con un stand propio aprovecha los tres días de feria para mostrar todos los avances que ha logrado la agricultura del municipio en los últimos años. La lucha integrada, la higiene rural y las buenas prácticas agrícolas son las principales acciones que se pueden observar en el espacio del Consistorio ejidense. También

las reuniones y las visitas a este stand están presentes en todo momento.

Finalmente, destacar la presencia de la Junta de Andalucía como Administración que apoya a todas las empresas y sectores agrícolas de la Comunidad. De hecho, la mayor parte de ellas se encuentran ubicadas en el espacio que la Junta, a través de EXTENDA, reserva exclusivamente para las entidades andaluzas. Un gran apoyo que ya viene dándose desde años atrás, para seguir demostrando que la oferta del Sur español está entre las mejores a nivel mundial.

The authorities from Almería support with their presence the efforts of the companies involved in the business

The Authorities will once again support the efforts made by the local industry. Some of them will even have an own stand at the trade fair. At Fruit Logística you will find the commerce chamber, the city council, the town hall of El Ejido and the regional government, Junta de Andalucía. All this institutions have the intention to show the progress made in agriculture in Almería and to support the local companies. Issues like innovation, food safety, quality, ecological awareness will be main themes at this years event.

Erneut wird die Landwirtschaft der Provinz Almería seitens der Behörden unterstützt, einige werden sogar einen eigenen Stand haben, um die Bemühungen der Branche zu fördern. Vertreten bei der Fruitlogística sind die Handelskammer, der Kreistag, das Rathaus von El Ejido, und auf regionaler Ebene, die

Die Behörden aus Almería unterstützen mit Ihrer Anwesenheit die Firmen der Branche

Landesregierung Junta de Andalucía. Alle Institutionen haben die Absicht, die Firmen zu unterstützen und die Vorteile der Landwirtschaft aus Almería in den

Vordergrund zu stellen. So sind Themen wie Innovation, Ernährungssicherheit, Qualität, Umweltbewusstsein die Eckpfeiler des diesjährigen Events.

LA COMPAÑÍA PERFECTA
PARA SUS VIAJES DE
NEGOCIOS.



En sus viajes de negocios elija la compañía de Viajes El Corte Inglés.
Disfrutará de grandes ventajas:

El servicio y la atención personalizada que usted exige
en todos sus negocios.

Un servicio "a medida", adaptado a sus necesidades
y garantizando una notable reducción de costes
sin disminuir la calidad.

Nuevas soluciones tecnológicas para el control de
sus gastos de viaje.

El asesoramiento de personal especializado que cuidará
hasta el último detalle la organización de sus Congresos,
Incentivos y Eventos Deportivos.

Cuando piense en sus viajes de negocios tome la decisión más rentable y elija la compañía que siempre estará a su lado:
Viajes El Corte Inglés.

INFORMACIÓN Y RESERVAS EN LA OFICINA DE ALMERÍA EMPRESAS:

Tel.: 950 62 07 80 • Fax: 950 25 92 78
E-mail: almeriaempresas@viajeseci.es

VIAJES

El Corte Inglés

La lucha integrada es ya una realidad de casi 20.000 hectáreas

El delegado provincial de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía, Juan Deus, afirma que "la incorporación de las nuevas tecnologías y modernas aplicaciones técnicas en distintos campos han supuesto una evolución en las formas de producir y cultivar hortalizas". Esto, en el caso de Almería, se ha traducido en casi 20.000 hectáreas de cultivo con control integrado de plagas para, así, "adaptar la oferta a la demanda". De este

modo, el sector almeriense ha pasado de cultivar apenas 800 hectáreas con lucha integrada en la campaña 2005/2006 a esas casi 20.000 en el actual ejercicio. Asimismo, en las cuatro últimas campañas, el sector ha invertido casi 124 millones de euros en este método de cultivo, de los que 45 millones han correspondido a ayudas de la Junta de Andalucía.

Así, Almería se ha situado a la cabeza de control integrado no sólo

de la Comunidad Autónoma, sino de todo el país. Pimiento y melón son los cultivos mayoritarios, pero otros como berenjena o pepino crecen a pasos agigantados.

"La seguridad alimentaria y la preocupación por una dieta sana son valores al alza en la sociedad actual", recuerda Juan Deus. Por ello, la lucha integrada "se ha convertido, gracias al apoyo del sector y de la Consejería, en una realidad de casi 20.000 hectáreas".

The integrated crop management is a reality considering the 20.000 hectares acreage

The use of new technologies and applications in any field involved in agriculture has created an evolution in the way goods are produced. This sentence comes from Juan Deus, delegate in Almería for the andalusian board for agriculture and fishing. In the region there are over 20.000 hectares that use the integrated crop management to produce their goods. All the production of peppers is done that way, and there are sustancial efforts in that direction in cucumbers and eggplants. Foodsafety has become an issue in modern society and the way to respond to that, is to produce the goods this way.

Die biologische Schädlingsbekämpfung ist mit 20.000 Hektar eine Tatsache

Die Anwendung von neuen Technologien und Anwendungen in allen Bereichen hat eine Evolution im Anbau von Frischware verursacht. Diese Aussage stammt von Juan Deus,

Vetreter der andalusischen Landesregierung in Almería für Landwirtschaft und Fischerei. In der Provinz sind es 20.000 Hektar Anbaufläche, die mit integrierter Schädlingsbekämpfung

bearbeitet werden.

Das gesamte Aufkommen in der Region für Paprika wird so produziert, während bei anderen Produkten, wie Gurken und Auberginen, es eine enorme Entwicklung in diese Richtung stattgefunden hat. Die Ernährungssicherheit ist eine der größten Sorgen der Gesellschaft und die Antwort hierfür sind sanfte Anbaumethoden.



Ejidozone s.l.

global **packaging** technologies
envases **embalajes** maquinaria

www.ejidozone.com



La calidad y la innovación será la gran apuesta del Grupo Agroponiente en Berlín

GruPO Agroponiente, con sus empresas Agroponiente Natural Produce y Vegacañada, regresa este año a la feria berlinesa Fruit Logística para seguir potenciando sus pilares básicos como son la calidad, la innovación, el producto y la solvencia. De hecho, el Grupo va a contar con un stand propio de 60 metros cuadrados en el Pabellón 18 y dentro de la zona gestionada por la Agencia Andaluza Extenda, donde tendrá la posibilidad de recibir a sus clientes y profesionales del sector hortofrutícola. Para el director general de Agroponiente, Antonio Escobar, "Fruit Logística se ha convertido en una cita tanto para Agroponiente como para Vegacañada con sus clientes de todo el continente europeo. De hecho, el pasado año, el nivel de actividad en nuestro stand fue muy importante y este año ya hemos cerrado una amplia cantidad

de citas con clientes habituales, a las que posteriormente se unirán las de agentes y empresas que aún no están en cartera, pero que, reunidos bajo el mismo techo, suponen una atractiva oportunidad de negocio para el sector".

Por otro lado, el director general de Vegacañada, Francisco López, asegura que "la feria berlinesa es el punto de encuentro de todas las vertientes que conforman el negocio agroalimentario. Las empresas del Grupo acuden con una doble vocación: por un lado, la de atender a nuestros clientes habituales, con quienes ya tenemos una cita prácticamente ineludible; y por otro, la de promocionar nuestras marcas y productos en un foto muy apropiado, tanto por la difusión que se le da a todo cuanto allí acontece, como por la amplitud del público que visita la Messe

Berlín". Igualmente, otro de los puntos fuertes y de los atractivos de la presencia de Agroponiente y Vegacañada en Alemania será el resultado de la investigación constante y profunda de ambas empresas, a la búsqueda de la máxima calidad. De hecho, el último año se han planteado nuevas marcas y se han realizado importantes apuestas en cuanto a la presentación del producto, como la caja de plástico de un solo uso, todo ello para redondear una oferta que responda a las exigencias de calidad que el mercado busca desde hace tiempo. Al respecto, Francisco López, explica que "técnicos y agricultores, nuestros departamentos comerciales y nuestras áreas de calidad no dejan de innovar e investigar, con el objetivo de casar las demandas del mercado y los gustos de los consumidores finales con una oferta que saque lo mejor del campo".

Agroponiente shows their quality and innovations in Berlin

The Agroponiente Group, composed by Agroponiente Natural Produce and Vegacañada, returns this year to the trade fair Fruit Logística in Berlin to keep on improving his basic characteristics like, quality, innovation, products and reliability. As a matter of fact Agroponiente will have its own stand of 60 square meters, located in Hall 18.

One of the interesting things to see in the german fair, is that Agroponiente y Vegacañada will show their achievements of their continuous research to improve high quality standards. As a matter of fact, last year they started new brands and developed new ways to present their products, like a one-way box. All that in the aim to satisfy the needs, in terms of quality, that the market demands.

Agroponiente setzt in Berlin auf Qualität und Innovation

Die Agroponiente Gruppe, bestehend aus Agroponiente Natural Produce und Vegacañada, kehrt dieses Jahr zu der Berliner Messe Fruit Logística zurück, um seine Grundwerte wie Qualität, Innovation zu zeigen, die deren

Produkte und deren Verlässlichkeit stärken. So wird Agroponiente über einen eigenen Stand mit 60 Quadratmeter verfügen, der sich in der Halle 18 befinden wird.

Eine der Gründe für die Präsenz von Agroponiente und

Vegacañada in Deutschland wird die Darstellung der Ergebnisse aus Bereichen wie die intensive und ständige Forschung sein, die für beide Unternehmen unerlässlich sind um optimale Qualität anbieten zu können. Es ist so, dass im letzten Jahr neue Marken und eine neue Einwegbox lanciert worden sind um das Angebot, in Hinsicht auf die Qualitätsansprüche der Absatzmärkte, zu optimieren.



The Grower should feel like at home!

Agroponiente

20 years ago, a group of pioneers from Almerias countryside founded Agroponiente. Since then, our aim was to be on your side, on the growers side, to achieve that our products become popular all over Europe. As time goes by, we unified our efforts, we improved our services, we increase our consulting activities and we opened new production centers, all to create the Agroponiente Group, a guarantee for your interests.

Today, like 20 years ago, our aim is still that Agroponiente becomes, day by day, home of all the growers.

Grupo Agroponiente

Agroponiente S.A.
Ctra. Málaga Km. 87
04700 El Ejido

Ctra. de Guardias Viejas Km. 1
04700 El Ejido

Ctra. Nacional 340 Km. 392
04770 La Curva-Adra

Agroponiente Natural Produce, S.L.
C/Paises Bajos, 1. Pg. La Redonda
04700 El Ejido

Ctra. Guardias Viejas Km.1
04700 El Ejido

Camino del Calvo S/N
04110 Campohermoso-Níjar

Nave Euroberja
Pg. Ind. La Tomillera
04760 Berja

Vega Cañada, S.A.
Autovia del Mediterráneo
Salida 456.
Paraje Los Mayorales S/N
El Alquíán-Almería

La calidad empieza en el invernadero

La calidad de sus hortalizas es la base sobre la que se ha construido la agricultura almeriense en los últimos treinta años y la que le ha valido para posicionarse como el origen preferido por muchos importadores. Tan importante característica de las producciones provinciales no es, ni mucho menos, fruto de la casualidad, sino de un intenso trabajo por parte de todos los eslabones que componen esta particular cadena.

La calidad comienza a trabajarse directamente en el invernadero. Todas las empresas y cooperativas cuentan con grupos de técnicos que visitan con frecuencia las plantaciones de sus agricultores, que les asesoran sobre la mejor forma de cultivar sus plantas y que, evidentemente, se aseguran de que nada merma la calidad de los frutos. Este cultivo vigilado da, con el paso de las semanas, unas hortalizas perfectamente preparadas para llegar a los mercados pero que, sin embargo, deben pasar aún unos estrictos controles de calidad.

Del invernadero a la comercializadora o la subasta. Tanto unas como otras cuentan, en muchas ocasiones, con laboratorios propios en los que se analizan las partidas que entran para confirmar la inexistencia de sustancias no permitidas y, por tanto, su seguridad alimentaria. Una vez comprobado esto, el producto ya está listo, en algunos casos, para subastarse y, en otros, para llegar a la fase de manipulado y envasado.

En este último caso, es fundamental un correcto



tratamiento de los frutos para evitar, entre otras cosas, su deterioro físico, bien por los golpes o por una deficiente refrigeración. Una vez envasadas, las hortalizas están listas para emprender su camino a los distintos mercados, en su mayoría, comunitarios. Sin embargo, aún no termina el seguimiento de las empresas.

Gracias al número de trazabilidad que nada más entrar una partida en una comercializadora le es otorgado, las empresas almerienses realizan un

seguimiento logístico de sus envíos en la distribución. De este modo, se aseguran de que las partidas que han salido de sus instalaciones son las que, finalmente, llegan a destino.

Por último, y como garantía de un trabajo bien hecho, la mayoría de las comercializadoras de la provincia cuenta con sus correspondientes certificaciones de calidad que acreditan, precisamente, eso, un trabajo bien hecho. Así, por ejemplo, son muchas las empresas que tienen la certificación GlobalGap o, por qué no, la marca Producción Integrada de Andalucía. Tanto un sello como otro garantizan no sólo la calidad del producto, sino el correcto proceder durante su producción, preservando el medio ambiente, así como la seguridad alimentaria.

Almería trabaja, día a día, para ofrecer los mejores productos y, lo que es más importante, los que cuentan con mayores garantías.

Quality starts at the Greenhouse

Quality is what characterises the agriculture from Almería in the last years. That skill is not a contingency, it is the result of years of struggle by all the people involved in this process. From the Greenhouse to the customer, the goods from Almería are tested several times to ensure the quality. The first controls are made directly at the Greenhouse, to make sure they produce the best quality. After that at the warehouses of the marketers, they are checked to prove that they don't represent any harm to the customers. But the controls are not finished here. In Almería they conduct quality control during the transport to achieve that only the best gets to the customer. All that because quality is the aim to all people involved in the agricultural business in Almería.



Die Qualität ist was die Landwirtschaft aus Almería in den letzten Jahren ausgezeichnet hat. Diese Eigenschaft ist kein Zufall, sondern ein Ergebnis der Arbeit von allen Beteiligten in diesem Prozess. Vom Gewächshaus bis hin zum Endkunde, die Produkte aus Almería unterliegen mehreren

Qualitätskontrollen. Die ersten werden direkt beim Anbau getätigt um zu gewährleisten, dass die optimale Qualität produziert

Die Qualität fängt im Gewächshaus an

wird. Bei dem Vermarkter werden die Produkte erneut geprüft um sicher zu stellen, dass diese sicher für den Verbraucher sind. Hier sind

die Kontrollen nicht vorbei, die Unternehmen aus Almería kontrollieren ebenfalls, dass während des Transportes keine Beeinträchtigungen vorhanden sind, um so sicher zu stellen, optimale Qualität zu liefern. Denn Qualität ist ein Leitmotiv der Landwirtschaft aus Almería.

syngenta

te ofrece
todo
lo que necesitas
para el Manejo Integrado de Cultivos

Semillas de gran calidad. **Productos** fiables y muy eficaces.

Técnicos experimentados y... naturalmente

insectos y ácaros beneficiosos.



Especialistas en Manejo
Integrado de Cultivos (ICM)

syngenta

Agroiris aumenta su proyección hortofrutícola con la compra de Campoalmería y Mayba

18

Agroiris se ha situado en el punto de referencia de la horticultura almeriense, con volúmenes de comercialización al alcance de sólo unas pocas empresas de la provincia. La política de crecimiento llevada a cabo favorece el desarrollo de negocio, rozando en la última campaña los 200 millones de kilos en el volumen total. La viabilidad de las acciones emprendidas encuentra el respaldo unánime de la masa social que facilita la progresión del grupo. Después de casi cinco años de colaboración comercial con Ejido-luz y Mayba, Agroiris ha decidido ir más allá y adquirir los activos de la segunda. La propuesta presentada por Agroiris consiste en la compra de las instalaciones de la empresa y aceptar a los agricultores de Mayba como socios de la nueva entidad, siempre que éstos lo deseen una vez se liquide la sociedad. De esta forma, han encontrado la aceptación de los socios de Mayba, y para la próxima campaña, si no antes de que finalice la presente, se habrá dilucidado la fusión entre ambas y comenzarán a trabajar bajo el único nombre de Agroiris. Con esta operación, se avanzará en la especialización del manipulado aún más, objetivo prioritario para la empresa con el objetivo de continuar reduciendo costes en el proceso de producción.

Pero esta no es la única iniciativa de crecimiento puesta en marcha por Agroiris. En esta misma campaña, la comercializadora ejidense ha adquirido unas nuevas instalaciones, las de Campoalmería, que están preparando para comenzar a funcionar en ellas la próxima campaña. En un principio, su gran dimensión les permite habilitar un área que dedicarán a la elaboración de productos de V gama con el excedente de fresco y las segundas categorías de las hortalizas que producen los agricultores y por otro, dedicar un espacio a la manipulación del género. "Nuestra intención es especializar cada uno de los almá-



cenes disponibles por productos", confirma el director comercial de Agroiris, Jun Antonio Díaz. Todos los años, la sociedad amplía su volumen de producción, gracias en parte a la aportación de los agricultores que se incorpora. Anualmente crecen en torno al 8 por ciento, un crecimiento que estiman similar para la presente campaña.

En su política comercial, la empresa está apostando firmemente por ofrecer al mercado un producto distinguido con calidad. Por ello cuentan con marcas propias para sus productos que la diferencia del resto. Para el director comercial es importante con-

tar con una marca que esté avalada por la calidad del producto. "Es crucial cuidar al máximo siempre la calidad del género que pones en el mercado. Con la marca, este aspecto debe ser tomado muy en cuenta en el proceso de producción. Por ello contamos con un equipo trabajando en campo, para garantizar la puesta del producto en el mercado en su momento óptimo".

Agroiris no deja de progresar a pesar de la situación económica adversa. "Es importante mantener vivo el desarrollo de la empresa, trabajar duro para ofrecer lo mejor de nosotros mismos. Es cierto que la economía atraviesa por difíciles momentos, pero en Agroiris tratamos de afrontar estas situaciones con el mayor rigor posible, esfuerzo y dedicación, porque detrás de un nombre hay muchas familias que viven de los beneficios que genera la entidad", afirma Díaz Planelles.

Agroiris increases their share in the market with the acquisition of Campoalmería and Mayba

Agroiris has increased their share in the sector and they reached business figures that are only at hand for a few competitors in Almería. The growth strategy has benefited turnover and made them reach the 200 million kilo mark. The idea is to get new assets like the takeover of the facilities of Campoalmería, that will be ready for the next season. The extension of these are so huge, that Agroiris will not only create there new production lines, but also they will habilitate a part to do fresh cut produce, to elaborate second quality goods and proceed the surplus of production. But their ambition don't end here. Mayba accepted the takeover offer to become a part of the Agroiris Group. The growers of Mayba, if they want that, can now become members of this new project.

Agroiris steigert seine Marktanteile mit dem Kauf von Campoalmería y Mayba

Agroiris hat seine Marktposition in der Branche in Almería weiter ausgebaut und Umsatzmengen erreicht, die nur für wenige Mitstreiter in der Provinz möglich sind. Die Wachstumsstrategie fördert

das Geschäft und im letzten Jahr hat man 200 Mio. Kilo Verkaufsvolumen erreicht. Der Wachstum orientiert sich daran, neue Aktivposten zu übernehmen. So wurden neulich die Anlagen von

Campoalmería gekauft, die für die nächste Saison bereitgestellt werden. Die Größe der Anlagen wird nicht nur zur Verarbeitung genutzt, sondern auch um dort Produkte für das V Sortiment

herzustellen, um so Produktionsüberschüsse und Ware der zweiten Kategorie zu verarbeiten. Die Ambitionen beschränken sich nicht nur hierauf. Die Firma Mayba hat das Übernahmeangebot angenommen und wird so ein Teil der Agroiris Gruppe. Die Mitglieder dieser Genossenschaft werden, falls sie dies wünschen, im neuen Projekt aufgenommen.

El 28% de los envíos de producto hortofrutícola almeriense tiene como destino Alemania

Alemania sigue siendo el principal destino de las frutas y hortalizas de Almería. De hecho, en la campaña 2009/2010, el país germano ha representado el 27,5% del total de los envíos, según el Análisis de la campaña hortofrutícola de Almería ofrecido por la Fundación Cajamar. En este sentido, el estudio explica que las cantidades vendidas a este país han aumentado durante esta campaña para los principales productos cultivados en la provincia almeriense, salvo para el tomate, la lechuga y la judía, por lo que los descensos de estas especies han contenido el crecimiento del total de las exportaciones a Alemania en un 0,4 por ciento. Asimismo, por el lado contrario, los productos que mejores cifras han registrado y que han incrementado en su comercio con Alemania fueron la berenjena, con un 30,4%; el melón, con un 15,3%; y el calabacín, con un 4,7%.

Desde un principio, el país germano ha sido destino principal de todos los productos almerienses gracias a la buena comunicación existente entre ambas zonas y la facilidad de transporte. Además, Alemania se trata de un mercado que sabe respetar los tiempos de producción y ya conoce la calidad del género cultivado en Almería, por lo



que tiene en cuenta cada momento de la campaña para la demanda de un producto u otro.

En cuanto a la evolución de las cantidades exportadas a Alemania, ésta ha sido bastante pareja en las últimas tres campañas. De hecho, en la 2007/2008, se enviaron

hasta el mercado germano un total de 469.917 toneladas, según datos de la Fundación Cajamar. Las cifras bajaron un poco en la campaña siguiente, registrando 446.154 toneladas exportadas, aunque la recuperación volvió a llegar en el ejercicio agrícola pasado, en el 2009/2010, cuando se cerró el año con un total de 447.716 toneladas de frutas y hortalizas enviadas a Alemania.

Finalmente, destacar que la variación del valor de las exportaciones según lugar de destino, en la mayoría de los países de la Unión Europea, los importes se han incrementado, excepto en las ventas a Alemania, cuyo valor ha disminuido en un 4,6 por ciento.

19

28% der Frischware aus Almería geht nach Deutschland

Deutschland ist erneut der wichtigste Absatzmarkt für Frischprodukte aus Almería. Laut der Studie von der Stiftung Cajamar wurden während der Kampagne 2009/2010 insgesamt 27,5% in die

Bundesrepublik verfrachtet. Der Studie zufolge verzeichnete sich ein Zuwachs bei allen Produkten der Region mit Ausnahme von Tomaten, Salat und Bohnen. Dem Zufolge hat sich der

Umsatz um 0,4% gesteigert. Die Waren, die die größten Steigerungsraten vorwiesen, waren Auberginen (+30,4%), Melonen (+15,3%) und Zucchini (+4,7%).

28% of the goods from Almería goes to Germany

Germany is again the main client for the goods that the region of Almería exports. According to a study of the foundation Cajamar, during the season 2009/2010 27,5% of the total amount was sent to the german country. This study shows that all goods, except tomatoes, beans and lettuce, increased their figures. All together there was an overall growth of 0,4%. The goods that had the biggest raise were Eggplants (+30,4%), Melons (+15,3%) and courgettes (+4,7%).



Las exportaciones de productos hortofrutícolas almerienses a EEUU y Canadá aumentaron más del doble en la campaña 2009/2010

20



The Exports of fresh goods from Almería to the U.S.A and Canada have doubled their figures in 2009/2010

Obwohl Deutschland immer noch das Land ist an dem am meisten Obst und Gemüse bekommt, gibt es andere Abnehmer die, Jahr für Jahr, ihre Nachfrage für Produkte aus Almería steigern. Dies ist der Fall bei den U.S.A und Kanada, die während der Saison 2009/2010 die Menge an Frischprodukte verdoppelten. In die Vereinigten Staaten gingen 2.892 Tonnen aus Almería, während Kanada mit 3.335 Tonnen beliefert wurde. Diese Daten aus den Studien der Stiftung Cajamar belegen, dass der Export ausserhalb Europas zu einem immer wichtigeren wirtschaftlichen Faktor werden. Auch die Exporte in die neuen E.U.-Länder haben sich verbessert, besonders diese in Richtung Polen und Tschechien. Bei den bestehenden Märkten ist anzumerken, dass Frankreich, Holland und Gross Britanien 41% der gesamten Exports einnehmen.

Aunque Alemania es el país que más frutas y hortalizas recibe de Almería también hay otros destinos que cada año están incrementando la demanda de producto almeriense. Este es el caso de Estados Unidos y Canadá que en la pasada campaña 2009/2010 incrementaron más del doble el recibo de hortalizas del Sureste español. De hecho, en el caso de EEUU se cerró el ejercicio agrícola con un total de 2.891 toneladas exportadas desde Almería, mientras que Canadá registró una cantidad algo mayor, 3.335 toneladas. Estos datos, ofrecidos por la Fundación Cajamar, muestran que cada año, la importancia de exportar producto a otros países también fuera de Europa resulta más importante y necesario conforme pasan las campañas. Asimismo, exportaciones que también han mejorado sus cifras este último año han sido a países de la UE ampliada, es decir, a Polonia y República Checa, sobre todo. De hecho, según datos de la Fundación Cajamar, las cantidades exportadas a la República Checa han aumentado en un 27,2%, mientras que las de Polonia han incrementado un 0,1%. Lituania es el tercer país dentro de este grupo que ha seguido en crecimiento con un 14% más respecto a la campaña anterior.

Igualmente, el Análisis de la campaña hor-

tofrutícola de Almería elaborado por la Fundación Cajamar establece que dentro de los países no comunitarios, Suiza es la nación con más producto donde se exporta. Le sigue Rusia con 7.533 toneladas. El resto de países terceros han presentado una tendencia positiva, que ha se materializado en un incremento del total de este grupo del 12,2%. Tras estos países aparecen otros que empiezan a repuntar en cuanto a presencia de producto almeriense se refiere. De hecho, se trata de Portugal con 59.082, seguida de Suecia, con 54.813; Hungría, que en la campaña 2009/2010 recibió 6.604 toneladas; y Noruega, con 5.328 toneladas.

PAÍSES CONSOLIDADOS

En cuanto a los países que están más consolidados con relación a la exportación de frutas y hortalizas de Almería, además de Alemania también, la Fundación Cajamar, destaca a Francia que recibe el 17,4% del total exportado por la provincia. Este aumento es gracias a la berenjena, pimiento, judía y sandía, sobre todo. Además, también destacar a Holanda y Reino Unido que reciben el 12,6% y el 11%, respectivamente, cifras similares a las de la campaña 2008/2009.

Die Exporte von Frischprodukten aus Almería in die U.S.A und Kanada haben

Despite of the fact that Germany is still the main destination for fruits and vegetables from Almería, there are other customers that became more crucial in the last years. That is the case for the U.S.A and Canada, those countries doubled the demand for fresh goods. U.S.A purchased 2.891 Tons and Canada got 3.335. This data came from a study of Foundation Cajamar and prove that selling outside of Europa became vital for the agricultural industry. As well the exports to the new members of the E.U improved their figures, specially those referring to Poland and the Czech Republic. The traditional markets, such like France, Holland and Great Britain, represent a 41% of the total exported amount.

HORTYFRUTA da a conocer en Europa la agricultura sostenible almeriense

La Interprofesional de Frutas y Hortalizas de Andalucía (Hortyfruta) está llevando a cabo, desde hace ya varios años, una intensa campaña de promoción de los productos hortofrutícolas de la región y, como no podía ser de otra manera, de los de la provincia de Almería.

Sus mayores esfuerzos se están centrando en dar a conocer las buenas prácticas agrícolas, el respeto al medio ambiente y la seguridad alimentaria que ofrecen los productores almerienses. Las principales campañas de

imagen las está llevando a cabo, fundamentalmente, en Reino Unido, Alemania, Francia e Italia, principales consumidores de las frutas y hortalizas locales.

Del mismo modo, dentro de esta labor, la Interprofesional también vela porque ningún medio de comunicación, ya sea nacional o internacional, no difunda calumnias o falsas etiquetas sobre el sector hortofrutícola almeriense. Ya ha conseguido que rectifiquen, a lo largo de los últimos años, varias cadenas de televisión. El último caso tuvo lu-

gar el pasado mes de enero, cuando un colaborador del programa 'La Noria' de Telecinco comentó que se abusaba de pesticidas en los cultivos bajo plástico provinciales. El espacio televisivo se vio obligado a rectificar una semana después. Y es que los datos son los que son, en casi el 60 por ciento de los invernaderos de la zona se aplica ya el control biológico de plagas y el uso de pesticidas es muy residual y siempre respetando los límites máximos establecidos por la Unión Europea.

HORTYFRUTA gives Europe a view into the environmental friendly agriculture from Almería

HORTYFRUTA (Interprofesional de Frutas y Hortalizas de Andalucía) has been promoting for years the fresh products from Andalusia in general and from Almería in particular.

Most of the measures aim to show the careful and environmental friendly growing methods used in Almería that are necessary to guarantee food safety. These campaigns were launched in U.K, Germany, France and Italy, traditional keymarkets for fresh spanish goods.

HORTYFRUTA macht die Umweltfreundliche Landwirtschaft aus Almería in Europa bekannt

HORTYFRUTA (Interprofesional de Frutas y Hortalizas de Andalucía) schaltet seit Jahren Kampagnen, die dazu dienen sollen die Frischprodukte der Region Andalusien zu promovieren, unter

anderem auch die aus Almería.

Die meisten der Bemühungen zielen darauf ab, den umweltbewussten Anbau, die Umweltfreundlichkeit und die Ernährungssicherheit der Produkte

aus Almería zu zeigen. Diese Kampagnen laufen in Gross Britanien, Deutschland, Frankreich und Italien, allesamt traditionelle Zielmärkte der spanischen Frischprodukte.






La mejor selección para el mercado europeo






Costa de Almería

H O R T O F R U T I C O L A





Ctra. de la Mojonera, Km. 3 • Apdo. de Correos 446
04740 Roquetas de Mar • Tlfno: 950 326 232

El sector apuesta por la mejora de las estructuras de invernadero para incrementar la productividad

22

El sector agrícola almeriense lleva varios años estudiando la mejor forma para incrementar la productividad de un invernadero. Y es que, obtener un mayor número de kilos resulta necesario para poder atender las peticiones de un mercado cada vez más demandante en la época invernal. En este sentido, son muchas las entidades que se están poniendo manos a la obra para ver cuál es la forma más fácil de obtener esa productividad y de manera rentable. De hecho, desde la Fundación Cajamar, el director de la Estación 'Las Palmerillas', Roberto García, explica que "de aquí a unos años, tenemos que incrementar decididamente los rendimientos que obtenemos en nuestros invernaderos por metro cuadrado. Estos se han estancado, con el consiguiente incremento de los costes unitarios de producción". Por este motivo, Torrente indica que "en los próximos cinco años, todos tenemos que lograr un aumento de esos rendimientos en un 50 por ciento. Lo cual no es tan difícil. En tomate tendremos que pasar de los 12 Kg/m² a los 18. En pimiento, de 6 a 9Kg/m² y en pepino de 11 a 16 Kg/m²".

De hecho, desde la



Fundación Cajamar están comprobando cómo los sistemas energéticos utilizados, así como las características específicas de las estructuras están arrojando resultados positivos en relación al objetivo perseguido y anunciado por la Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalu-

cía de aumentar la productividad en los invernaderos. En este sentido, lo que se busca es que la estructura no sea demasiado costosa, permita la ventilación y entrada de la luz adecuada para aumentar la productividad. En este tipo de estructura se podría llegar a los 25 kilogramos por metro cuadrado, aunque los ensayos que se están ya realizando han llegado a producir 17 kilos de tomate por metro cuadrado.

Por otro lado, desde las administraciones públicas también se han puesto en marcha para ayudar a los agricultores a lograr ese incremento de la producción. De hecho, hace unos meses, tanto el Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino como la Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía firmaron un acuerdo para poner en marcha un plan de modernización de estructuras de invernadero que procuren una mejora productiva. Así, el Ministerio aportará 100 millones de euros, de los que 60 se destinarán a desarrollar el plan en Andalucía. A su vez, la Junta también aportará otros 60 millones, por lo que Andalucía contará con 120 millones de euros. Entre los detalles, la normativa contempla que para poder recibir la ayuda, el requisito es que se solicite para conseguir incrementar la producción.

Igualmente, entre las posibilidades que se barajan, uno de los elementos que contará con protagonismo es la incorporación de las energías renovables, ya que los estudios realizados establecen que la climatización del interior del invernadero avala el incremento que se busca, por lo que las energías renovables también forman parte de este plan.

The agricultural industry bets on modernising the infrastructures to increase the production

The agricultural industry of Almería has been busy for years trying to raise the productivity of greenhouses. It becomes necessary to be able to respond the increasing demand of the markets, specially in the wintertime. Roberto García, head of the research center Las Palmerillas, owned by the Foundation Cajamar, says that "we must be capable to double the production in the next five years. This is realistic. In tomatoes we have to achieve a raise from 12 to 18 kg/m², in peppers from 6 to 9, and in cucumbers from 11 to 16 Kg/m².

This efforts are supported by the national and regional governments. The spanish government will invest through the environmental ministry (Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino) about 100 million Euro, 60 of them will reach Andalucía. The andalusian government represent by the agricultural and fishing council (Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía) will provide another 60 million Euro. That will give Andalucía 120 million Euro to modernise the infrastructures.

Die Landwirtschaft in Almería ist seit Jahren damit beschäftigt, die Produktivität der Gewächshäuser zu verbessern. Es ist eine Notwendigkeit um der steigenden Nachfrage besonders in den Wintermonaten gerecht zu werden. Roberto García, Leiter der Forschungseinrichtung der Stiftung Cajamar Las Palmerillas, sagt hierzu "in den nächsten fünf Jahren müssen wir die Verdopplung der

Die Branche setzt auf die Verbesserung der Infrastrukturen um die Produktivität zu erhöhen

Produktion erreichen. Dies ist machbar. Bei Tomaten müssen wir die Produktivität von 12 auf 18 Kg/m² steigern. Bei Paprikas vom 6 auf 9 und bei Gurken von 11 auf 16 kg/m²."

Diese Bemühungen werden

seitens der Regierung unterstützt. Das Umweltministerium (Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino) unterstützt diese Entwicklung. Ebenso ist die Landesregierung Andalusiens durch die

Behörde für Landwirtschaft und Fischerei (Consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía) vertreten. Die spanische Regierung stellt landesweit 100 Mio. Euro für die Modernisierung der Gewächshäuser zur Verfügung, von denen 60 Mio. Euro nach Andalusien fließen. Die regionalen Behörden stellen weitere 60 Mio. Bereit, also wird Andalusien insgesamt über 120 Mio. Zu Modernisierung der Infrastrukturen verfügen.

THE WORLD OF FRESH PRODUCE

FRUIT LOGISTICA

BERLÍN, 9-11 DE FEBRERO DE 2011

WWW.FRUITLOGISTICA.COM



Business Plan 2011

1 vuelo

1 hotel

3 días

uniles de contactos



FRUCHTANTEL
MAGAZINE

Almería se sube al carro de la IV y V gama

Almería no es sólo producción en fresco. La provincia cuenta en la actualidad con una decena de empresas que ya elaboran, o están a punto de hacerlo, productos de IV y V gama, otorgando, de este modo, un valor añadido a sus hortalizas. El consumo de este tipo de alimentos está al alza y, evidentemente, Almería no podía dejar pasar un carro que contribuirá a reforzar este sector. Como comentara el delegado provincial de Agricultura y Pesca de la Junta, Juan Deus, "los nuevos ritmos de la vida en los que estamos inmersos llevan cada vez más al consumidor a dedicar menos tiempo a cocinar y, por tanto, cada vez demanda más productos agroalimentarios semielaborados o listos para calentar".

Así, junto a empresas como Primaflor o La Gergaleña -las de más experiencia en esta industria-, más recientemente han iniciado su actividad Alcoex Mediterráneo, Alimentaria Andarax, SAT Cítricos del Andarax, SAT Costa de Almería o Agroiris. Su inmersión en este sector no sólo supone una forma de añadir valor a sus producciones en fresco, sino que, además, es una manera de dar salida a una parte de esa producción que, aún siendo de excelente calidad, no encuentra su lugar en el mercado. Y es que entre un 20% y un 30% de los productos frescos son categorías inferiores a las estándar de comercialización y, normalmente, son destruidos, pese a que sus cualidades nutricionales y organolépticas son las mismas que las de las primeras categorías.

Por todo ello, la provincia ya está dando unos primeros pasos hacia la puesta en marcha de esa industria de IV y V gama. En este camino, Almería cuenta con el apoyo de la Administración andaluza que, en los últimos años, ha aprobado expedientes de ayuda acogidos a la línea de transformación y comercialización de productos con una subvención total de cuatro millones de euros para una inversión de unos 19 millones en proyectos de elaboración de productos de IV gama.

Junto a este apoyo económico, el sector también cuenta con un apoyo investigador. Así, el



Centro IFAPA La Mojonera lleva a cabo varios proyectos de investigación en líneas como, por

ejemplo, el almacenamiento postcosecha de frutas y hortalizas o la búsqueda de variedades de calabacín más adecuadas para su transformación en IV gama.



Almería goes for fresh cut produced products

Almeria not only produces fresh products, in the last years about ten companies started they business in the fresh cut produce area. Among Primaflor and La Gergaleña-pioneers in this field- there are other companies like Alcoex Mediterráneo, SAT Cítricos del Andarax, Alimentaria Andarax, SAT Costa de Almería or Agroiris that have started off. The increasing demand of such developed products allows the agricultural industry in Almería to generate a new business areas. That will create an added value to their products and will help to market items that would not fit as fresh products.

For these innovations the regional government (Junta de Andalucía) has given 4 million Euro support to the total investment of 19 million.

Almería produziert nicht nur Frischprodukte, es gibt mittlerweile etwa zehn Unternehmen die Produkt aus dem IV und V Sortiment. Neben Primaflor und La Gergaleña- die ersten Unternehmen aus diesem Bereich- haben sich in den letzten Jahre weitere Firmen wie Alcoex Mediterráneo, SAT

Almería bewegt sich in Richtung IV und V Sortiment

Cítricos del Andarax, Alimentaria Andarax, SAT Costa de Almería oder Agroiris positioniert. Die Nachfrage nach solchen

Produkten steigt beständig und ermöglicht so eine Businesssparte für die Firmen aus Almería. Diese wir ein added value generieren und

ermöglichen Gemüse zu vermarkten, dass nicht als Frischware vermarktet werden könnte.

Für diesen innovativen Bereich hat die Landesregierung von Andalusien (Junta de Andalucía) etwa 4 Mio. der insgesamt investierten 19 Mio. Euro bereitgestellt.

La agricultura de Almería tiene la 'pole position' en calidad y respeto al medio ambiente

y respetando la normativa comunitaria es, sin lugar a dudas, otro punto a favor de la agricultura del Sureste español respecto a cualquier competidor de la otra orilla del Mediterráneo o del Océano Atlántico.

Almería, conocida fuera y dentro de España por ser la 'huerta de Europa', ha logrado consolidar su posición gracias al sumo respeto que le tienen los trabajadores del sector agrícola al medio ambiente, a la seguridad alimentaria y a los derechos de los trabajadores. No se puede afirmar lo mismo, por ejemplo, de países competidores, como es el caso, por ejemplo, de Marruecos.

Y es que, en la provincia almeriense no sólo respetan la normativa comunitaria respecto a los límites máximos de residuos, sino que se ha dado un paso más y en casi un 60

por ciento de los invernaderos de la zona se practica el control biológico de las plagas. En algunos cultivos, como es el caso del pimiento, la llevan a cabo el cien por cien de sus productores. Esto es algo que, como bien es sabido, no sucede en ninguno de los países competidores, ni en Marruecos, ni en Israel, ni en Egipto y, por supuesto, ni tan siquiera en países del continente americano.

Respecto al tema de la seguridad alimentaria, Almería ofrece una trazabilidad que le permite a los consumidores saber cómo ha sido tratada la fruta u hortaliza que

adquieren, desde que se siembra el producto hasta que llega a los lineales de las diferentes cadenas de distribución.

Respecto a la calidad, si ya era buena, con la ayuda de los insectos beneficiosos para controlar las plagas se ha mejorado mucho en sabor y en belleza. No es comparable, por lo tanto, un tomate marroquí con uno almeriense.

Además, si de derechos de los trabajadores se habla, en Almería los agricultores perciben un precio muy superior al que reciben los jornaleros alauitas. Y es que, el hecho de producir en Europa, para Europa

Almeria owns the "pole position" in matters of quality and environmental friendly production

Almería is known all over the continent as "the garden of Europe". All the people involved in the agricultural sector achieved that by respecting terms like environmental friendly production, food safety, and respectful conditions for the workers. You couldn't say the same thing, if you analyse competitors like Morocco.

The people in Almería not only hold on to the E.U Guidelines, they went a step forward: 60% of the greenhouses are working on a biological way to fight plagues.

Die Landwirtschaft aus Almería hat die "pole position" was Qualität und Umweltbewusstsein betrifft

Almería ist im ganzen Kontinent als "der Garten Europas" bekannt. Dies ist erreicht worden, weil die Landwirte und alle anderen

Beteiligten sich um Umweltschutz, Lebensmittelsicherheit und gerechte Arbeitsbedingungen gekümmert haben.

Man könnte das gleiche über Mitbewerber wie, beispielsweise, Marokko nicht behaupten.

Man hält nicht nur die Richtlinien der E.U. ein, sondern man ist einen Schritt weitergegangen, und es ist ein Fakt, dass 60% der Gewächshäuser mit der biologischen Schädlingsbekämpfung arbeiten.

25



IT'S GUNNA BE ONE TOUGH RIDE.

CAT Lift Trucks

GO! FORKLIFTS

Ezone s.l. maquinaria

La I+D, un aliado de la agricultura almeriense que está convirtiendo al sector en un modelo a seguir

26

La mejora conseguida en la investigación y el desarrollo agrícola en los últimos años en la provincia almeriense ha llevado a que los productores avancen en sus técnicas de desarrollo y con ello al propio sector, que se está convirtiendo en uno de los modelos a seguir para el resto de países que también se dedican a esta actividad. De hecho, estos avances están permitiendo, de igual modo, que el desarrollo económico de la provincia se mantenga con buena salud, ya que, no hay que olvidar que la agricultura es el sector que más aporta a la economía de Almería. La I+D se está convirtiendo en un gran aliado de la agricultura, lo que va a llevar a que ambos sectores consigan resultados beneficiosos para todos aquellos que dependen del sector agroalimentario. Y es que, la investigación y el desarrollo son temas claves para lograr mejoras y productos de alta calidad mediante técnicas compatibles con el medio ambiente y saludables para los productores y consumidores.

Nuevas formas de producción, 'bichitos' que actúen contra las nuevas plagas y enfermedades o productos mejorados que satisfagan las demandas de los consumidores son los principales temas que se estudian día a día en la agricultura almeriense y cuyos resultados están avanzando a pasos agigantados. Sin embargo, la investigación y sus resultados no serían nada sin la transferencia de los mismos, para que los agricultores puedan emplear estos avances para seguir a la vanguardia de un sector que está en continuo cambio. La última incorporación por parte de la I+D al sector almeriense ha sido la postcosecha, es decir, la posibilidad de convertir una parte de la producción en productos de IV y V gama con el fin de otorgar valor añadido a



esos alimentos que no tienen salida en los mercados principales. De hecho, son muchas las empresas y entidades públicas las que están ya manos a la obra y, por ejemplo, desde el centro IFAPA de La Mojonera se están llevando a cabo una serie de proyectos relacionados con el calabacín y su conversión a IV gama.

Asimismo, la Estación Experimental de 'Las Palmerillas' de la Fundación Cajamar es otro referente obligado en

cualquier iniciativa científica a nivel internacional relacionada con la horticultura intensiva, con líneas y equipos de trabajo complementarios y coordinados. En su caso, la investigación, en estos momentos, gira de manera más destacada en torno a la creación de un invernadero de última generación que permite aumentar la producción por metro cuadrado, así como también que se trate de una instalación más económica y rentable.

Un sector investigador almeriense que no para en ningún momento con el objetivo de seguir innovando en todas las áreas propias de la agricultura para que la horto-fruticultura de la provincia siga estando en lo más alto a nivel mundial, así como también con el fin de que sirva como modelo para otras muchas agriculturas que necesitan un cambio para volver a estar presentes en el mercado.

The R&D Sector, an ally for the agriculture in Almería to become a reference

The R&D and the agriculture in Almería have become partner over the last years to create synergies between them, that is an obvious advantage for everybody involved. Research and Development become essential when it comes to develop new products, make improvements and to ensure food safety. A huge progress has been made in creating new products that fit the demands of the markets or in areas like environmental friendly production. These are the main aims nowadays in Almería. The most important efforts are made in the field of transforming fresh products into fresh cut products.

Die F+E und Landwirtschaft in Almería haben sich in den letzten Jahren als ideale Partner erwiesen, um so beide Bereiche zu stärken und gute Ergebnisse für alle Beteiligten zu erzielen. Denn Forschung und Entwicklung sind unerlässlich wenn es darum geht Verbesserungen zu erreichen, die Umwelt und

die Verbraucher zu schonen und neuartige Produkte zu schaffen. Es gibt riesige

Der F+E Bereich, ein wichtiger Partner der Landwirtschaft der aus Almería eine Referenz macht

Fortschritte bei neuen Produkten, die den wechselnden Ansprüchen der

Kunden gerecht werden, oder in Sachen umweltbewusste Schädlingsbekämpfung. Diese sind die Ecksteine der Anstrengungen in Almería. Das wichtigste ist zur Zeit alles was sich um die Umwandlung von Frischprodukten in Produkte des IV und V Sortiments betrifft.

Nature Choice apuesta por su capital humano

Nature Choice cumple su décimo aniversario apostando por el capital humano como pieza clave para el logro de sus objetivos, realizando inversiones en formación continua cada vez más especializada. En la última campaña cumplió el 68% del plan de formación de la empresa, atendiendo a las demandas de todos los departamentos de la entidad. 359 trabajadores participaron en alguna de las actividades formativas relacionadas con el refuerzo de la seguridad, salud y buen clima en el entorno labo-

ral. En esta línea, en la presente campaña se sigue potenciando el factor humano para motivar al equipo de Nature Choice.

En todos estos años, la comercializadora almeriense se ha involucrado en diferentes proyectos generando la evolución de distintos departamentos. Así, en el apartado de prevención de riesgos laborales, con la certificación de la Norma OHSAS 18001:2007, la empresa está comprometida con la reducción de la accidentalidad, consiguiendo disminuir los índices cerca del 40%.

Dentro del departamento comercial de la empresa están apostando por la especialidad en el pepino snack y los pimientos dulces, entre otras novedades que configuran su oferta. Actualmente realiza un 75% de sus ventas directas a supermercados y un 50% de estas dirigidas a los países del Norte de Europa, ofreciendo a sus clientes calidad y servicio.

Finalmente, gracias a su departamento técnico han conseguido que el 100% de su producción de pimientos y pepinos se obtenga con técnicas de producción integrada y certificada por todas las normas de calidad en su producción, manipulación y comercialización.

Nature Choice bets on human capital

Nature Choice is a role model when it comes to diligence in offering advance training to their own staff. That build part of the success of the company. The supplier from Almería celebrates his tenth anniversary this year. The training measures has become more sophisticated and specific over the last years and this is a key to the achievements made. Nature Choice has applied measures in all departments to increase the motivation, safety and health of the employees. This company has invested a lot to improve the qualification of his staff.

In terms of technical development, Nature Choice has achieved that 100% of the production of peppers and cucumbers are now based on integrated crop management, this is certified by all current food safety warrants. Nowadays 75% of the production is sold to supermarket chains, 50% of them are based in northern Europe. In this process quality and service are essential. The newest scoops are Snackcucumbers and sweet peppers.

Nature Choice setzt auf Humankapital

Nature Choice ist vorbildlich was die Sorgsamkeit bei der Weiterbildung des eigenen Personals betrifft. Dies trägt wesentlich zum Erfolg des Unternehmens bei. Der Vermarkter aus Almería feiert dieses Jahr sein zehnjähriges Jubiläum. Die immer spezifischeren Weiterbildungsmaßnahmen haben im wesentlichen zum Erreichen der gesetzten Ziele beigetragen. In allen

Abteilungen werden Innovationen angebracht um die Motivation, die Sicherheit und die Gesundheit der Angestellten zu optimieren. Die Aus- und Weiterbildung ist einer der Merkmale des Unternehmens, das viel investiert hat um das Personal zu schulen. Was die Technik betrifft, hat Nature Choice erreicht, dass die gesamte Produktion von Paprika und Gurken ausschließlich mit integrierter Schädlingsbekämpfung

stattfindet, dies wird durch sämtliche Qualitätszertifikate und Normierungen dies es auf dem Markt gibt, bestätigt. Zur Zeit wird 75% der Ware direkt an Supermarktketten verkauft, von denen etwa 50% nach Nordeuropa gehen, wobei Qualität und Service im Vordergrund stehen. Unter den Neuigkeiten der Angebotspalette befinden Snackgurken und süsse Paprikas.



OUR COMMITMENT TO QUALITY



Los Premios a la Innovación, los nuevos 'Oscar' del mundo hortofrutícola

28



Fruit Logistica Innovations Award 2011 vuelve a estar en el punto de mira una edición más de la feria hortofrutícola más importante del mundo. De hecho, estos premios están considerados por la prensa del sector como los nuevos 'Oscar' del mundo de las frutas y hortalizas y su entrega será uno de los momentos estelares de la feria. En este sentido, el día 11 de febrero se darán a conocer los premiados tras la selección de diez finalistas realizada por un jurado del sector, compuesto por expertos del comercio mayorista y minorista y por los responsables de la industria de empaquetados y servicios. Con la entrega de premios se pretende destacar nuevos productos y servicios del sector hortofrutícola que se han impulsado como novedades e ideas cuya introducción en el mercado se haya hecho efectiva entre el 1 de noviembre de 2009 y el 31 de octubre de 2010. Así, durante los dos primeros días de este certamen Fruit Logistica 2011, los más de 50.000 visitantes profesionales procedentes de 125 países podrán emitir sus votos acerca de las novedades en este sector.

LOS NOMINADOS

Los nominados para la final de este concurso son: 'Angelle', un tomate ciruela baby muy aromático y con forma de dátil que ha sido elaborado por la casa de semillas Syngenta Seeds, en Holanda; 'BIOX-M', un inhibidor natural de la germinación para la patata que se puede utilizar también para combatir y

tratar los brotes de la patata cuando ya han germinado (Seda International, Francia); 'Jamie Oliver-Grow Your Own', diversas hierbas aromáticas y hongos para la producción propia en casa (Gasa Group, Dinamarca); 'Limeburst Fingerlimes', un fruto de la familia de los cítricos procedentes de Australia. Su zumo está confinado en unas bolitas que recuerdan al caviar (Limeburst Fingerlimes, Australia); 'Mandelpilz', un champiñón con sabor a almendra muy especial (Prime Champ, Holanda); 'Resealable Freshness Salad Bag', una bolsa para lechugas y ensaladas frescas que se puede volver a cerrar conservando todas sus propiedades (Florette, Francia); 'Rockit™', una nueva variedad de manzana pequeña que se guarda en un cilindro transparente de nueva construcción y que tiene un sabor dulce (Plant&Food Research, Nueva Zelanda); 'StoreNSure Pear', que permite por vez primera el control de calidad interna para aprovechar el momento idóneo de cosecha de peras Conferencia y optimizar su almacenamiento (Nsure, Holanda); 'Sweet Resistants', una familia de cinco nuevas variedades de manzana muy dulce (Consorzio Italiano Vivaisti, Italia) y 'Sweet Sensation', una nueva variedad de peras Club con una cáscara rojiza muy atrayente y un sabor especialmente dulce y fresco (The Greenery, Holanda).

Los productos presentados a concurso van a estar exhibidos en un escenario que se encuentra entre los pabellones 20/21. Allí mismo se organiza la entrega de premios el 11 de febrero a las 14.30 horas.

The innovation awards at the trade faire are labeled as "Oscars" of this sector

Die Fruit Logistica Innovations Award 2011 ist wieder einmal ein fundamentaler Bestandteil der wichtigsten Frischwarenmesse der Welt. Es ist sogar so, dass für die Presse dieser Preis als "Oscar" der Branche für Obst und Gemüse gilt. Die Preisverleihung wird sicherlich ein Höhepunkt bei der Veranstaltung. Am 11. Februar wird bekannt gegeben welcher der zehn Kandidaten den Preis gewinnt. Die Jury wird aus Mitglieder der Vermarkter, Gross und Kleinhändler, sowie Vertreter der Verpackungsindustrie und andere Dienstleister zusammengesetzt. Die Verleihung soll besondere Innovationen und Ideen honorieren und neue Produkte und Dienstleistungen auszeichnen. Unter den Kandidaten befinden sich Produkte wie neuartige Citrusfrüchte, ein Champignon mit Mandelgeschmack und ein Miniaturapfel der besonders Schmackhaft ist.

Die Innovationspreise der Messe werden als "Oscars" der Branche bezeichnet

Fruit Logistica Innovations Award 2011 is once again an eyecatcher at this years edition of the most import trade fair in the world for the agricultural industry. As a matter of fact, this award became sort of an "Oscar" for the people involved in the fruit and vegetable business. The ceremony of the awards is going to be a highlight of the event. The winners are going to be announced on Feb 11. The Jury is going to be composed by members of the distributor side, whole and small marketers, and representants of the packing and service industry. The price is meant to distinguish achievements, new developments and to value and honor new ideas and innovations. There are such candidates like a new citrus species, a mushroom with a taste of almonds or a very tastefull Miniapple.

Una oferta unida para dar mejores respuestas a los mercados

Hace ya casi dos años que Almería dio el 'pistoletazo' de salida a un proceso de concentración de la oferta que, hoy por hoy, ya es imparable. Entonces nació Unica Group, fruto de la unión de cinco comercializadoras de la provincia, pero ésta no sería la única iniciativa en este sentido. Murgiverde daría el mismo paso poco tiempo después y SAT Agroirris consolidaba, mientras tanto, su alianza comercial con Mayba y Ejidoluz. Por su parte, Anecoop encabezaba el proyecto para la creación de la Plataforma de Hortalizas,

compuesta por tres de sus cooperativas socias.

De este modo, la provincia iniciaba un proceso de concentración que, por un lado, ayudaba a organizar mejor su oferta en origen y, por otro, le permitía abordar los distintos mercados de destino con mayores garantías de abastecimiento.

Este proceso de unión trajo consigo, además, la reducción de los costes en las empresas unificadas, haciendo, claro está, la actividad más productiva y, por ende, rentable. La concentración

de la oferta fue durante mucho tiempo la gran asignatura pendiente del sector agrícola almeriense. Sin embargo, cual estudiante, Almería acudió a la reválida y, en estos momentos, se presenta ante sus mercados como una gran potencia productora y comercializadora de hortalizas adaptada a los nuevos tiempos. Mucho queda aún por andar en esta dirección, sin embargo, la provincia ya ha sentado las bases más adecuadas para cerrar este proceso de concentración en el medio y largo plazo.

Synergies on the supplierside to respond the demands of the markets

Almería started a couple of years ago a process of concentration among the supplierside which allows to position itself in a stronger way towards the markets. In that sense Unica Group was founded and a little bit later Murgiverde. Meanwhile Agroirris S.A.T has consolidated its alliance with Mayba and Ejidoluz. Anecoop leads now a new supplier platform, composed by three of its members.

In that sense, the region of Almería has started a convergence process that brings great advantages, like the reduction of producing costs and guarantees a better delivery to the consumer markets. Almería mastered one of its biggest challenges so far.

Synergien auf der Anbieterseite um den Ansprüchen der Märkte gerecht zu werden

Almería hat vor einigen Jahren damit begonnen einen Konzentrationsprozess auf der Anbieterseite zu starten, um sich stärker in den Absatzmärkten zu positionieren. So entstanden Unica Group und später Murgiverde. Während dessen hat Agroirris

S.A.T seine Vermarktungsallianz mit Mayba und Ejidoluz gefestigt. Anecoop hat seinerseits eine neue Vermarktungsplattform gegründet, die aus drei Mitgliedern der Kooperativgesellschaft besteht. Auf diese Weise hat man in

der Provinz Almería einen Konzentrationsprozess gestartet der Vorteile mit sich bringt, wie günstigere Produktionskosten oder eine grössere Liefergarantie. So hat Almería es geschafft eine der bestehenden Herausforderungen zu meistern.

29



ALMAFRUT
ALMERIA

TODO LO QUE NECESITE EN MANUTENCIÓN

Concesionario oficial
Almería y Costa de Granada.



TOYOTA



EQUIPOS INDUSTRIALES








ENVASES • EMBALAJES • MAQUINARIA

Diseminado Almafrut 801 | N-340, km 422 | 04738 Vicar - Almería

www.cysa.es

Tel. 950 55 34 00

Hacer negocios en la UE y Oceanía en un mismo día es posible

Fruit Logistica se presenta un año más como el mayor foro de negocios del sector productivo y comercializador de frutas y hortalizas del mundo. Buena prueba de ello es que, unos seis meses antes del inicio de la feria, casi todo el espacio expositivo estaba ya reservado. La feria prevé contar este año con unos 2.300 expositores y más de 50.000 visitantes llegados de 125 países. Los datos, pues, hablan por sí solos.

Parte del éxito de Fruit Logistica radica en la posibilidad real de cerrar acuerdos comerciales en este marco. De hecho, según los datos estadísticos de la organización del evento relativos a su edición de 2010, más del 87% de los participantes decía sentirse satisfecho con los resultados obtenidos en su área de negocio. Estos mismos datos ponen de manifiesto que las frutas y hortalizas en fresco son las auténticas protagonistas del evento. Así, más del 50% de los expositores acudió a la cita para mostrar la calidad de sus frutas y otro 40% hizo lo propio con las hortalizas.

Entre los objetivos planteados por unos y otros destacaban conseguir nuevos clientes (79%) y estrechar las relaciones con clientes ya habituales (74%). Con respecto a la primera de esas metas, Fruit Logistica ofrece el marco más adecuado para ello. Y es que en la Messe Berlín existe representación de cada uno de los cinco continentes.

Si bien es cierto que los países miembros de la Unión Europea (UE) son los que participan de manera más activa en el evento -tanto como expositores como visitantes-, también lo es que no son los únicos. De



este modo, las cifras de la organización de hace un año recogían que algo más del 65% de los profesionales procedía de cualquiera de los 27 estados que integran la UE. Sin embargo, también había representación de Centroamérica y Sudamérica (7'1%), de África (7'4%), e incluso, de Oceanía (1%).

La mayoría de estos profesionales que visitan la feria desarrollan su trabajo en el mundo de la producción y comercialización de frutas y hortalizas, aunque eso no significa que no haya directivos de empresas que ofrecen, por ejemplo, servicios de transporte, envases y embalajes o empre-

sas pertenecientes a la industria auxiliar de la agricultura.

Así pues, el mundo de los negocios en el sector hortofrutícola se concentra, durante estos días, en los 97.000 metros cuadrados de exposición con los que cuenta la Messe Berlín.

Make business with Oceania and Europe the same day

Fruit Logistica is once again the main meeting point all over the world for producers and customers for fruits and vegetable products. For this years event they are expecting over 2300 exhibitors and over 50.000 visitors from over 125 countries.

Part of the success of Fruit Logistica is the real chance to close deals. As a matter of fact over 87% of last years participants were pleased by the achievements made at the trade fair. Most of them came from Europe (65%), but also from such distant places like Central and South América (7'1%), África (7'4%) and Oceanía (1%).

Am selben Tag kann man Verträge mit Ozeanien und der EU abschliessen

Fruitlogistica ist wiederum der beste Treffpunkt weltweit für die Vertreter der Ernährungsindustrie, sowohl Hersteller als auch Vermarkter von Obst und Gemüse. Bei der diesjährigen Ausgabe werden über 2.300 Aussteller

sowie 50.000 Besucher erwartet. Diese stammen aus über 125 Ländern der Welt.

Garant des Erfolges von Fruit Logistica ist das dort wichtige Geschäftsmöglichkeiten entstehen und wahrgenommen werden.

Über 87% der Teilnehmer aus dem letzten Jahr waren zufrieden mit den erreichten auf der Messe. Die Meisten stammen aus Europa (65%) obwohl man auch Menschen aus aller Welt trifft, wie aus Zentral und Südamerika (7,1%), Afrika (7,4%) und Ozeanien (1%).

Edita: **Comunicación e Información Agraria, S.L.** - Coordinación Especial Fruit Logistica: José Esteban Ruiz Álvarez. Redacción: Isabel Fernández González, Elena Sánchez García y Rafael Villegas Alarcón. Fotografía: Archivo Comunicación e Información Agraria, S.L. (CIA). Edición y producción: Verónica Bono Casas. Publicidad: María Noelia Blanco Alchapar, teléfonos 950 57 13 46 y 679 46 44 90. E-mail: publi@fhalmeria.es. Traducción: Dennis Marré Guijarro. Maquetación: e-Lena Design.

Imprime: García Impresores, S.L. Dép. Legal: AL-19-2009

Dirección de Redacción: Paseo de Las Lomas, 157 - bajo. 04700 EL EJIDO (Almería). Teléfonos: 950 57 13 46 y 628 08 02 60. Fax: 950 57 21 46
Email: fhalmeria@fhalmeria.com - info@fhalmeria.com - comercial@fhalmeria.com - redactor1@fhalmeria.com - redactor2@fhalmeria.com - redactor3@fhalmeria.com
Portal web: www.fhalmeria.com - www.periodicoagricola.com



Con la e-agenda bajo el brazo

Si algo falta en Fruit Logistica es tiempo. El alto número de expositores así como la gran cantidad de actos y eventos paralelos hacen fundamental, por no decir imprescindible, una agenda. Por ello, y para facilitar el trabajo a todos los profesionales que, durante los tres días que dura la feria, se darán cita en la Messe Berlin, la organización de Fruit Logistica ha puesto a su disposición una guía que les ayudará a preparar su visita.

Esta guía incluye toda la información práctica para aprovechar al máximo la estancia en Berlín, desde cómo acceder al recinto ferial desde cualquiera de los aeropuertos de la ciudad hasta un calendario de activida-



des. La intención no es otra que ayudar a los visitantes a optimizar al máximo su tiempo. La guía está disponible en la propia web de Fruit Logistica (www.fruitlogistica.de), desde donde cualquier

interesado podrá descargarla. Por otro lado, y junto a esta herramienta, el evento cuenta también con un Virtual Market Place -accesible a través de la web de la feria-, una plataforma interactiva en la que se presentan todos los expositores que acuden a Fruit Logista.

Gracias a esta plataforma, los profesionales, periodistas y visitantes pueden informarse a lo largo de todo el año de los productos y servicios de las empresas participantes y, a partir de ahí, entrar en contacto directo con ellos. Este mercado virtual ofrece la posibilidad, además, de contactar con los expositores antes del evento y organizar la agenda para la participación en la cita.

Schedule with technology

The company Hortosabor, build with Italian capital and based in El Ejido, visits this years edition of Fruitlogistica as part of the big stand of the Italian producer and retailer Group Piazza Italia at the Italian pavilion. The company will be placed next to the Salvi Group. The main aim is to plan the upcoming seasons with their customers. The business manager of Hortosabor Mateo Fiorini said that "this is the main event for the fruit and vegetable branch. It allows us to meet people from all over the world, although it happens within a very time time for us, it gives us the chance to sit down with our clients and plan together the upcoming season and make decisions".

At this moment Hortosabor is involved in a lot of different projects that gives the company the opportunity to keep on developing like it has been since 2001 when they arrived in El Ejido.

31

Mit Technologie planen

Die grosse Anzahl der Aussteller sowie die hohe Anzahl von Veranstaltungen, die im Rahmen der Fruit Logistica stattfinden, machen es unerlässlich die Zeit zu

einzuteilen. Seitens der Organisation des Berliner Events hat man für die Teilnehmer der Veranstaltung einige Tools zur Verfügung gestellt, die die Arbeit erleichtern sollen.

Beispielsweise die eingene Webseite (www.fruitlogistica.de) ermöglicht den Besuchern den Zugriff auf die wichtigsten Informationen um den

Aufenthalt optimal zu planen. Das interaktive Virtual Market Place ermöglicht den Kontaktaufbau und Termine festzulegen um andere Teilnehmer zu treffen.

syngenta
te ofrece
todo
lo que necesitas
para el Manejo Integrado de Cultivos

Semillas de gran calidad.

Productos fiables y muy eficaces.

Técnicos experimentados
y... naturalmente

Insectos y ácaros beneficiosos.

Especialistas en Manejo
Integrado de Cultivos (ICM)



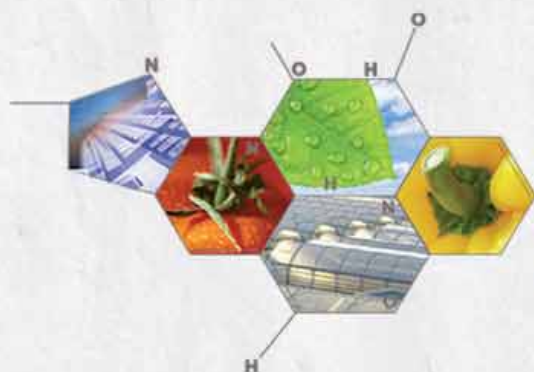
Bioline

syngenta



Expertos en el negocio agroalimentario.

Este es **nuestro campo**.
Lo trabajamos juntos, desde siempre.
Lo conocemos.
Lo llevamos muy dentro.



CAJAMAR
ADN Agro

 **cajamar**
CAJA RURAL

www.cajamar.es
901 511 000