FRUIT 2019 LOGISTICA BRILLIAN SUPERIOR STREET STATES STATE

SEMILLERO
ESPECIALISTAS EN INJERTOS
DE MELONES Y SANDIAS

RESÉRVELOS Y CÓMPRELOS YA
950 52 21 68 - 649 87 33 38

PUENTE DEL RÍO - ADRA

revista agraria mensual de la provincia de Almería

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



Tet: 00:34:950:50:34:25 infot/frieguererro.com Edif.Cenfredules, C/Satzillo, 9-3°C, 04720 - Ageadules (Almeria) - Spals

Frio Guerrero



Servicio de transporte de la máxima calidad y seguridad, para la satisfacción total de cada cliente.

We build up transport solutions for meeting our customers expectations. Specialists in F&V.

www.frioguererro.com



Certifications



lember of

GLOBALG A P





Nadie es culpable de nada



José Antonio Gutiérrez Periodista / Journalist

l año agrícola es complicado por las cotizaciones de las hortalizas. Puestos a buscar un culpable, o culpables, de la situación de crisis de precios, solo conseguimos meternos en un laberinto sin salida, una espiral sin fin y en una locura existencial.

Los exportadores dicen que la culpa la tiene la Gran Distribución. Los supermercados europeos descargan su responsabilidad diciendo que ellos no pueden pagar más caras las hortalizas si su competencia va a conseguir precios más baratos, por lo que se tienen que asegurar de obtener el mejor precio posible para ser competitivos.

Los sindicatos agrarios culpan a las organizaciones empresariales y a HORTYFRUTA de que no aplican los mecanismos legales para parar la hemorragia de pérdidas que se está produciendo este año. Todos señalan a todos, nadie tiene la culpa y todos son culpables a la vez. La mentira y la falsedad se imponen en todas las reuniones posibles para tratar el tema. Nadie dice la verdad y el resultado es cada vez peor.



A todo esto, el agricultor es quien paga las consecuencias y no recibe ninguna explicación. ¡Ah, eso sí! Echarle la culpa a la climatología es un recurso usado desde 1970.

Parece mentira que un sector que mueve 3.000 millones de euros al año tenga como mayor recurso comercial el frío invernal, la nieve y los efectos de una climatología contraria en los cultivos.

En este sector todos se sienten protagonistas del éxito, pero nadie culpable del fracaso. El dedo índice de la mano derecha siempre está cargado para señalar a quien sea con tal de escurrir cualquier responsabilidad que dé pistas a los agricultores de quiénes son los culpables de no conseguir precios rentables en la campaña agrícola.

Siempre pagan los mismos, siempre fallan los mismos, siempre mienten los mismos, siempre las consecuencias son las mismas y nadie es responsable de nada, solo las circunstancias. Almería Siglo XXI, 2016, jincreíble!

Nobody is guilty of anything

The agricultural year is complicated due to the price of vegetables. If we try to look for someone to blame for the situation in the price crisis, we only manage to get ourselves into a maze with no way out. Exporters say that the fault lies with Large Distribution, supermarkets discharge their responsibility by saying that they cannot pay more than its competitors and garicultural unions blame HORTYFRUTA and business organisations that do not apply the legal mechanisms to stop losses. In this scenario, the farmer is the one who pays the consequences and receives no explanation. Ah, but of course! Blaming the weather is a resource used since 1970. It seems impossible that a sector moving 3,000 million euros a year has the winter cold as its main commercial resource.

Niemand ist schuld

Das laufende Jahr ist schwierig für die Landwirtschaft wegen der Gemüsepreise. Sucht man einen Schuldigen an der derzeitigen Preiskrise, verläuft man sich in einem Labyrinth ohne Ausgang. Die Exporteure sagen, die großen Handelsketten seien schuld, die Supermärkte weisen die

Verantwortung von sich, indem sie erklären, nicht mehr als ihre Wettbewerber zahlen zu können, und die einschlägigen Gewerkschaften beschuldigen die Unternehmerorganisationen und HORTYFRUTA, nicht die gesetzlichen Mechanismen zu nutzen, um die Verluste zu stoppen. Für all dies

zahlt der Landwirt und bekommt keine Erklärung. Ja, stimmt! Die Schuld auf das Klima zu schieben ist ein Hilfsmittel, das seit den 1970ern verwendet wird. Kann es denn tatsächlich sein, dass die Kälte im Winter die wichtigste Einkommensquelle einer Branche ist, die 3 Milliarden Euro jährlich bewegt?

fhâlmeria

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

Director: José Antonio Gutiérrez Escobar

Redacción: Isabel Fernández González, Elena Sánchez García y Rafael Villegas Alarcón.

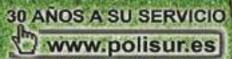
Email: fhalmeria@fhalmeria.com; redactor1@fhalmeria.com; redactor2@fhalmeria.com; redactor3@fhalmeria.com
Teléfono y fax: 950 57 13 46. Fotografia: Archivo propio.
Departamento Comercial y Publicidad: Caterina Pak.

Teléfonos: 950 57 13 46 y 679 464 490. Fax: 950 57 21 46. E-mail publicidad: **publi@fhalmeria.es** y **comercial@fhalmeria.com**. Maquetación: e-Lena Design - Traducción: Lingua Franca **Diseño de portada**: M. Carrión.

Imprime: Gráficas Andalusí Depósito Legal: AL-2839-2007 ISSN: 1889-4836

 Lideres peninsulares en fabricación de semilleros

 Mas de 140 modelos diferentes para todos los cultivos



Finca Las Majarillas, Ctra. N-344 Km. 2,95 - 214440 LEPE (Huelva) Tel +34 959 38 02 24 - Mov +34 636 037 723

El sector hortofrutícola almeriense desembarca en Berlín con sus productos más innovadores

I sector hortofrutícola almeriense sigue innovando y adaptando sus producciones a las tendencias de un mercado cada vez más exigente. Por ello, un año más, buena parte de las comercializadoras de la provincia estarán presentes en la nueva edición de Fruit Logistica, con el fin de mostrar los avances logrados en el último año, así como también para hacer de este evento uno de los más importantes a la hora de iniciar nuevos proyectos que hagan de la agricultura de Almería una de las más potentes a nivel tanto nacional como internacional. Aunque este año, de nuevo, serán menos empresas de las esperadas las que acudan a la capital germana con stand propio, es cierto que cada vez son más los comerciales de las entidades hortofrutícolas que se desplazan a Berlín para conocer, in situ, todas las novedades en agroalimentación, así como también para mantener contactos con nuevas firmas y otras tantas que ya están en las agendas de las comercializadoras almerienses.

Alrededor de 20 empresas son las que este año mostrarán sus productos v novedades a todos los asistentes a la cita. De hecho, con la Agencia Andaluza de Promoción Exterior-EXTENDA, de la Junta de Andalucía, que contará con un espacio expositor que reunirá a toda la oferta de la Comunidad Autónoma, expondrán un total de ocho firmas almerienses como son Vicasol, Caparrós Nature, Vegacañada, Agroponiente, Unica Group, Kopalmería, Balcón de Níjar y Zoi Agrícola, entidades para las que su participación en Fruit Logistica "tiene una acogida enorme, sobre todo por parte de nuestros clientes, con los que en Berlín se establece un punto de reunión perfecto para analizar la campaña en curso y también hablar de proyectos de futuro, un futuro que, en el caso de Vicasol, y debido al enorme crecimiento de estos últimos años, es una cuestión muy intere-



sante", explica José Manuel Fernández, gerente de Vicasol.

Además de todas estas entidades que acuden bajo el paraguas de la Administración andaluza, otras tantas han decidido no dejar pasar la oportunidad de mostrar sus mejores productos en la feria hortofrutícola más importante a nivel internacional. Así, firmas como Frutas Luna, Agro Red & Green, Casi, Agrocolor, Agrupapulpí, Biosabor SAT (empresa de la comarca de Níjar que acude por cuarto año consecutivo con espacio expositor, si bien ya lo hacían con anterioridad como visitantes), Induser, Onduspán, Primaflor, Herbex Iberia o International Paper volverán este año a Messe Berlín para seguir potenciando sus principales líneas de negocio, así como para entablar conversaciones con nuevos nichos de mercado que les permitan seguir expandiendo la marca Almería.

El sector hortofrutícola almeriense no puede pasar por alto que el evento berlinés es el mejor escaparate para mostrar las novedades en producto de cualquier comercializadora, así como para conocer cuáles son las tendencias de las próximas campañas. Por ello, buena parte de ellas envían a sus comerciales para que, de una manera u otra, haya presencia física y puedan estar al

Die Obst- und Gemüsebranche Almerías zeigt sich in Berlin mit ihren innovativsten Produkten

In diesem Jahr wird erneut ein großer Teil der Händler aus der Provinz Almería an der Fruit Logistica teilnehmen, so dass dieses Event zu einem der wichtigsten Orte für den Start neuer Projekte wird, die die Landwirtschaft Almerías sowohl national als auch international in eine Führungsposition bringen werden. Ca. 20 Unternehmen werden in diesem Jahr ihre Produkte den Messeteilnehmern präsentieren, manche von ihnen unter dem Schirm der EXTENDA, andere als unabhängige Anbieter. Und selbstverständlich ist der Obst- und Gemüsebranche Almerías bewusst, dass das Berliner Event das am besten geeignete Schaufenster für die Präsentation ihrer Neuheiten ist.



tanto de la última hora del sector. En este sentido, Juan Segura, presidente de Coprohníjar, confirma su asistencia a Fruit Logistica, "aunque no tendremos stand". Segura comenta que, "a pesar de no ir con espacio propio, somos conscientes de la importancia

que supone visitar Messe Berlín estos días, ya que la feria es un evento más que interesante que nos ofrece la oportunidad de analizar la situación del mercado, así como conocer las últimas tendencias de cada uno de los productos".

The fruit and vegetable sector from Almeria arrives in Berlin with more innovative products

For another year, many of the trading companies in the province will be present in the new edition of Fruit Logistica in order to make this event one of the most important when starting new projects that make the agriculture from Almeria one of the strongest at the national and international level. Around 20 companies, under the umbrella of EXTENDA and others in an individual way, will showcase their products and innovations to all those attending the event this year. And the reason is that the fruit and vegetable sector from Almeria cannot ignore that the Berlin event is the best platform to showcase their latest developments.





CONSTRUCCIÓN DE TODO TIPO DE INVERNADEROS Y NAVES BANDAS DE TODO TIPO - ANTESALAS - PUERTAS - SOLDADURAS EN GENERAL Fabricación y venta de material para invernaderos





TEL. 950 60 34 12 - 637 79 27 29 y 699 48 65 13 - FAX: 950 10 17 97 E-mail: info@technoteonel.com

5

Fruva, al servicio del mercado y del consumidor los 365 días del año



mport Export Fruva es una empresa i almeriense que suministra a sus clientes, de forma directa, productos hortofrutícolas durante los 365 días del año, satisfaciendo, así, las demandas con frutas y hortalizas excelentes y bajo un certificado de calidad. De hecho, esta seguridad está avalada con los certificados de GlobalGap, BRC e IFS.

Fruva opera tanto en el mercado nacional como internacional, comercializando hortalizas como pimiento, berenjena, calabacín y tomate, ade-

más de frutas como melón y sandía en la época de primavera-verano. Y es que, una de las características principales de esta empresa es su compromiso de transporte directo y seguro cumpliendo, en todo momento, los estándares de higiene garantizando la llegada de un producto fresco a destino. Igualmente, Fruva es una entidad que siempre piensa en estar a la vanguardia del sector, por lo que destaca por ser una empresa que apuesta por la innovación. Prueba de ello es la presentación de varias formas de envasado, como Girsac, Fruva Selección o Mix Desnudo, las cuales presentan numerosas ventajas para la venta directa al consumidor y hacen su producción muy versátil y atractiva para los clientes.

Fruva, 365 Tage im Jahr im Dienste des Marktes und der Verbraucher

Unternehmen in Almería, das seine Kunden an 365 Tagen im Jahr mit exzellenten und qualitätsgeprüften Obstund Gemüseerzeugnissen

Import Export Fruva ist ein beliefert. Fruva ist zudem immer bestrebt, an der Branchenspitze zu stehen, indem es sich durch sein innovatives Handeln auszeichnet. Dazu zählen neu

eingeführte Verpackungsformen wie Girsac, Fruva Selección oder Mix Desnudo, die Vorteile bieten für die Direktvermarktung an den Verbraucher.

Fruva, serving the market and the consumer 365 days a year

Import Export Fruva is an Almeriabased company that provides its customers with fresh horticulture and fruit products 365 days a year, satisfying the demand with excellent fruits and vegetables with a certificate of quality. In addition, Fruva is an entity that is always at the forefront of the sector, which is why it stands out as a company committed to innovation. One proof of this is the introduction of various forms of packaging, such as Girsac, Fruva Seleccion and Mix Desnudo, which have many advantages for direct sale to consumers.

El 75% del público profesional que acudió a Fruit Logistica 2015 procedía de Europa

a edición anterior de Fruit Logistica ha sido la que ha registrado los mejores números desde que se creara este evento, ya que registró cerca de 65.000 visitantes profesionales de alto nivel procedentes de más de 135 países. De hecho, uno de los datos más sianificativos de



la última edición de la feria, celebrada en 2015, es que más del 84 por ciento del público profesional venía del extranjero, cifra que se incrementó de manera considerable en comparación con años anteriores. De este 84 por ciento, el 75,6 por ciento pertenece a visitantes procedentes de Europa, seguidos de América, África,

Oriente cercano v medio. Asia y Oceanía. Con estos números se demuestra, una vez más, que Fruit Logistica es el punto de encuentro ideal para los principales agentes y responsables del sector, puesto que, para el 98,5 por ciento de los profesionales que asistieron a la edición de 2015, el resul-

tado comercial de su visita fue calificado de muy satisfactorio, ya que muchos de ellos lograron establecer nuevos contactos comerciales y más de la mitad confiaron en que las relaciones podían continuar una vez terminada la feria, lo que hace prever transacciones comerciales de importancia.

gefolgt von Amerika, Afrika, dem Nahen und Mittleren Osten, Asien und Ozeanien. Diese Zahlen

zeigen einmal mehr, dass die Fruit Logistica der ideale Treffpunkt für die entscheidenden Akteure und Verantwortlichen des Sektors ist, die mit ihrem Besuch mehr als zufrieden waren

75% of trade visitors who attended Fruit Logistica 2015 came from **Europe**

Fruit Logistica 2015 broke the record for participation since its creation thanks to the presence of nearly 65,000 visitors, of which 84 per cent were foreigners. Moreover, of this percentage, over 75 per cent were visitors from Europe, followed by America, Africa, the Near and Middle East, Asia and Oceania. With these numbers it demonstrates once again that Fruit Logistica is the ideal starting point for the principal agents as well as those responsible for the sector, who rated their visit as very successful.

75% des Fachpublikums, das die Fruit Logistica 2015 besuchte, kam aus Europa

Die Fruit Logistica 2015 hat alle Rekorde in den Teilnehmerzahlen seit Bestehen der Messe gebrochen, dank der ca. 65.000

Fachbesucher, von denen 84 Prozent aus dem Ausland anreisten. Von ihnen kamen mehr als 75 Prozent aus Europa,

Pepper - Tomato - Eggplant - Zucchini - Cucumber - Asparagus - Melon - Watermelon













IMPORT - EXPORT FRUVA S.L.

Ctra. Berja, S/N

04750 - Dalías, Almería (Spain).

Tel: + 34 950 494 600 Fax: + 34 950 494 633

E-mail: antonio@fruva.com Visit our website: www.fruva.es









Frío Guerrero abre en Valencia su primera delegación fuera de la provincia



Frío Guerrero, empresa especializada en el transporte internacional de frutas y hortalizas, está experimentando un crecimiento exponencial en los últimos años. Fruto de ello, la empresa acaba de abrir su primera delegación fuera de la provincia, en concreto, en Valencia, de modo que "podamos prestar servicio a todo el territorio nacional", explica su gerente, Christian Guerrero.

La empresa abrió esta nueva delegación hace apenas dos meses y, de momento, "estamos desarrollando líneas hacia Alemania, tanto con mercancías perecederas como mercancías generales". Hasta la fecha, Frío Guerrero estaba especializado en países de la Unión Europea con mercancías perecederas, si bien a partir de ahora también están moviendo mercancías generales con camiones tautliner.

Recientemente, Frío Guerrero se hizo con la certificación IFS Logistics, una norma es-



pecialmente desarrollada para el almacenamiento, la distribución y el transporte de productos tanto alimenticios como no alimenticios y que persigue unir el comercio y la industria para crear una herramienta de transparencia y confianza a lo largo de la cadena de suministro. Según indica Guerrero, la obtención de la IFS Logistics supone un paso más hacia la diferenciación dentro del sector de los transportes y, de hecho, Frío Guerrero es una de las primeras empresas de la provincia en contar con esta certificación que "demandan, sobre todo, las cadenas de distribución". "Son nuestros clientes extranjeros los que nos piden, mayoritariamente, que tengamos esta certificación" y, precisamente para dar respuesta a esa demanda, la empresa que dirige Guerrero decidió reestructurarse, "para dar el mejor servicio", adaptando sus procesos a las exigencias de la

En esta búsqueda continua de la calidad y la seguridad en sus portes, Frío Guerrero se ha convertido, además, en la única empresa de servicios logísticos que es miembro de GlobalG.A.P.

Frio Guerrero opens its first branch in Valencia, outside the province

Frio Guerrero, a company specialised in the international transport of fruit and vegetables, has just opened its first branch outside the province, specifically in Valencia, where it intends "to serve the entire national territory", as stated by its manager, Christian Guerrero. The company opened this new office just two months ago and so far, "we are developing lines to Germany, both perishable as well as general goods". From this campaign on, the company has the IFS Logistics certification, which guarantees the quality of freight carried by the company, complying scrupulously with hygiene and health requirements. Likewise, Frio Guerrero has become the first logistics company that is a GlobalG.A.P. member.

Frío Guerrero eröffnet in Valencia seine erste Niederlassung außerhalb der Provinz

Frío Guerrero, ein
Unternehmen, das sich auf
den internationalen
Transport von Obst und
Gemüse spezialisiert hat,
hat in Valencia soeben
seine erste Niederlassung
außerhalb der Provinz
eröffnet, von wo aus "der
Service für das gesamte
Inland" geleistet werden
soll, wie der Geschäftsführer

Christian Guerrero erläutert. Das Unternehmen hat diese neue Niederlassung vor knapp zwei Monaten eröffnet und ist derzeit "damit beschäftigt, neue Routen nach Deutschland mit verderblichen und allgemeinen Waren zu entwickeln." Seit dieser Saison verfügt das Unternehmen über das IFS

Logistics-Zertifikat, das die Qualität der von der Gesellschaft durchgeführten Frachten garantiert und somit die strikte Einhaltung der Anforderungen an Hygiene und Sicherheit der Lebensmittel. Frío Guerrero ist außerdem das erste Mitglied von GlobalG.A.P unter den Unternehmen aus der Logistikbranche.

Biotec Family pone en marcha una nueva línea de conservas y añade el pimiento a su oferta ecológica

iotec Family es una cooperativa hortofrutícola que se dedica a la producción ecológica. Su objetivo es poder ofrecer una gran gama de productos ecológicos frescos a sus clientes durante todo el año. Por este motivo, en la presente campaña, se ha sido más allá y desde la cooperativa han decidido la incorporación del pimiento a su amplio catálogo, en el que ya cuentan con tomate cherry, cherry pera, cherry rama, tomate pera, tomate rama, tomate redondo, tomate asurcado, pepino, calabacín, berenjena y sandía. De hecho, la sandía es uno de sus productos principales durante el verano y su producción, el año pasado, superó las 2.500 toneladas. Seaún comenta Isidoro Sánchez, comercial de Biotec Family, "este año vamos a volver a incluir el pimiento California en nuestro catálogo, debido a que nuestros clientes nos lo están demandando y las condiciones climáticas de Níjar lo permiten". Sin embargo, la capacidad evolutiva de esta empresa no se queda ahí, ya que también está



poniendo en marcha una nueva línea de conservas, "con el fin de dar valor añadido a aquellos productos que no están dentro de los estándares de calibre, forma, color, etc. Por este motivo, nuestra intención es elaborar nuevos productos como pimiento asado, tomate triturado, tomate frito, mermelada, pimiento seco, etc".

Biotec Family es una cooperativa que está concienciada con la posibilidad de que una sociedad diferente es posible y "con la igualdad por bandera", de ahí, a que haya creado Biotec Down Almería, una acción conjunta con la Asociación de Síndrome de Down Almería para la integración social y laboral de estos jóvenes, por lo que se contará con un grupo de personas con Síndrome de Down para que puedan comenzar a trabajar en sus propias instalaciones ubicadas en Campohermoso.

Biotec Family launches a new line of preserves and adds pepper to its ecological offer

Biotec Family is a fruit and vegetable cooperative that is dedicated to organic production, whose aim is to offer a wide range of fresh organic products to their customers throughout the year. This year, the cooperative has decided to incorporate peppers to its extensive catalogue and launch a new line of preserves to add value to those products 'that are not within the standard caliber, shape or colour" explained Isidoro Sanchez, the Company's commercial representative. Biotec Family has also created Biotec Down Almeria, a joint action with the Down Syndrome Association of Almeria for social and labour integration of these young people.

Biotec Family präsentiert eine neue Konservenlinie und nimmt Paprika in sein Bio-Angebot auf

Biotec Family ist eine Genossenschaft aus dem Bereich Bio-Landbau, die ihren Kunden ein weit gefächertes Angebot an frischen Erzeugnissen über das ganze Jahr anbieten möchte. In diesem Jahr hat die Genossenschaft Paprika in ihren umfangreichen Katalog aufgenommen und eine neue Konservenlinie auf den Weg gebracht, um auch den Erzeugnissen einen Mehrwert zu geben, "die in Aussehen, Form und Farbe nicht dem Standard entsprechen," erläutert der Handelsvertreter des Unternehmens Isidoro
Sánchez. Biotec Family hat
außerdem gemeinsam mit
der Down-SyndromGesellschaft Almería das
Projekt Biotec Down
Almería für die soziale und
berufliche Integration
dieser Jugendlichen ins
Leben gerufen.

Nuestros certificados: Agricultura Ecológica (Reglamento 834/2007) - Naturland - Biosuisse Global G.A.P., - BRC - IFS





Produce tradition. Export flavour.



Tel: + 34 950 52 52 82

Pedro Caparrós Torrecillas /Gerente de Caparrós Nature SL

Caparrós Nature apuesta por el sabor con su gama de productos Premium

aparrós Nature participa, por tercer año consecutivo, con espacio expositor propio en Fruit Logistica 2016. La comercializadora almeriense cuenta con un stand en Messe Berlín ubicado en el hall 18, concretamente el B-031.

Pregunta.- Caparrós Nature es un habitual de la feria berlinesa. A sus tres participaciones con stand propio se suman las 12 en las que ha acudido con sus comerciales a esta importante cita anual. ¿Qué les lleva a estar presentes cada año en Fruit Logistica?

Respuesta.- Fruit Logistica siempre ha sido una cita ineludible para nosotros. Al hecho de ser la feria más importante a nivel europeo de frutas y hortalizas hay que añadir que desde 2011 tenemos una filial comercial en Berlín, Caparrós Deutschland, con la que intensificamos la relación con nuestros clientes y nos ayuda a conocer mejor sus necesidades.

P.- ¿Qué objetivos se han fijado de cara a Fruit Logistica 2016?

R.- La feria de Berlín es un magnífico punto de encuentro para poder atender a nuestros actuales clientes y buscar nuevos canales y oportunidades de comercialización. Para ello además del equipo humano, contamos con nuestros mejores productos de una gran calidad dentro de la Gama Caparrós Premium.

P.- De entre todos sus productos en fresco, Caparrós Nature le va a dar una relevancia especial en la feria a su tomate cherry pera en rama Lobello® y a su gama de sandías Caparrós Premium, ¿Por qué han decidido destacarlos en Alemania?

R.- La Gama Caparrós Premium nace con el objetivo de atender las necesidades de los paladares y clientes más exigentes y dentro de esta línea tanto nuestro tomate cherry pera Lobello como la sandía sin pepitas Caparrós Premium gozan de gran aceptación en los mercados. Todo ello es posible gracias al gran trabajo que realizan diariamente nuestros agricultores.

P.- ¿Cuáles son las características principales que hacen único a Lobello®?

R.- El tomate cherry pera Lobello es el resultado de tres años de investigación hasta obtener un dulzor excepcional, llega a los 11º Brix, unido a un color y uniformidad tan atractivos como sus cuidadas presentaciones. Lobello aporta una perfecta combinación entre el sabor tradicional y las preferencias de los consumidores actuales.

P.- ¿Qué hace tan atractiva a la sandía Premium de Caparrós Nature?

R.- Nuestra sandía sin pepitas Caparrós Premium, 'la roja con más sabor', se ha consolidado como una de las marcas de preferencia en los mercados gracias fundamentalmente a su sabor y su color rojo intenso. Acabamos de realizar un estudio de investigación que avala las excepciona-



Caparrós Nature setzt mit seinen Premium-Produkten auf Geschmack

Caparrós Nature nimmt zum dritten Mal in Folge mit einem eigenen Ausstellungsraum an der Fruit Logistica 2016 teil. Das Handelsunternehmen aus Almería hat einen Stand auf der Berliner Messe in Halle 18, B-03l. In diesem Jahr legt das Unternehmen aus Almería sein Augenmerk auf seine Premiumprodukte, insbesondere auf Lobello®, eine ausgezeichnete CherryStrauchtomate, und auf seine Wassermelonen, die sich dank ihres Geschmacks und ihrer intensiven roten Färbung auf den Märkten zu Vorzugsmarken entwickelt haben.



les cualidades de esta sandía tanto en sus calidades físicas como nutricionales.

P.- Caparrós Nature tiene 31 años de historia y, desde hace diez años, cuenta en su grupo con La Gergaleña, especialista en IV y V Gama, ¿van a presentar alguno de sus productos en Messe Berlín?

R.- A Fruit Logistica llevaremos la nueva línea de IV y V gama elaborada con tomate Lobello. Se podrá degustar la nueva confitura, mousse y gazpacho envasados por La Gergaleña para Caparrós Nature y realizadas por nuestro chef Antonio Gázquez.

Caparros Nature is committed to taste with its Premium product range

Caparros Nature participates for the third consecutive year, with its own exhibition space at Fruit Logistica 2016. The marketer from Almeria has a stand at Messe Berlin located in Hall 18, specifically, B-031.

In this edition, the company from Almeria will highlight its range of premium products, with special attention to Lobello®, a delicious pear cherry tomato vine and its watermelon, which has become one of the preferred brands within the markets mainly due to its taste and its intense red colour.

P.- Finalmente, ¿qué proyectos está emprendiendo Caparrós Nature este año?

R.- Aunque Fruit Logistica es una feria comercial, no olvidamos que el papel fundamental del Grupo Caparrós es estar al lado de nuestros agricultores. Por ello nuestros proyectos de 2016 van encaminados a intensificar nuestra labor de información, asesoramiento, innovación y todo el apoyo necesario para conseguir un producto de calidad y diferenciado.





DISFRUTA LO BUENO.
DISFRUTA LOBELLO.





BERLÍN 3/4/5 FEBRERO HALL 18 STAND B-03I



Techno Teonel, especialista en la construcción de invernaderos en todo el mundo



echno Teonel, empresa con sede en la Ciudad del Transporte de La Mojonera, en Almería, es especialista en la construcción de invernaderos. Su buen hacer les ha llevado a que requieran sus servicios no solo en España o Europa sino también, por ejemplo, en Marruecos, Chile, República Dominicana o Kazajistán.

El secreto del éxito de Techno Teonel radica en la cualificación de su personal, la calidad de los materiales empleados y, no menos importante, el escrupuloso cumplimiento de los plazos de finalización del trabajo. Tanto Nelu Deac como Teo Rusu, gerentes de la empresa, han logrado que

Techno Teonel reciba el encargo de invernaderos de gran superficie, como los que han llevado a cabo en Cabo de Gata, para Kopalmería, y en Barranquete, ambos en la provincia de Almería, de 37 y 34 hectáreas, respectivamente.

El crecimiento de Techno Teonel es una constante cada campaña. Así, por ejemplo, en 2014, construyeron un total de 100 hectáreas de invernaderos, en 2015 alcanzaron la cifra de 130 y, según ha adelantado Nelu Deac, "este 2016 podemos superar las 150"

En la actualidad, Techno Teonel cuenta, de media, con una plantilla de unos 300 trabajadores, con los que responde a la creciente demanda de sus clientes, tanto en España, especialmente en las provincias de Almería, Granada y Murcia, como en el resto del mundo.

Techno Teonel, a worldwide specialist in the construction of greenhouses

Techno Teonel, a company based in Ciudad Del Transporte de La Mojonera, Almeria, specialises in the construction of greenhouses. Its good works are such that its services are not only required in Spain or Europe but also, for example, in Morocco, Chile, Dominican Republic and Kazakhstan.

The secret to the Techno Teonel success lies in its staff skills, the quality of the materials used and, not least of all, the scrupulous adherence to deadlines for the completion of work.

Techno Teonel, Spezialist für den Bau von Treibhäusern auf der ganzen Welt

Techno Teonel, ein Unternehmen mit Sitz in der Spediteursstadt La Mojonera, Almería, ist ein Spezialist für den Bau von Treibhäusern. Seine gute Arbeit hat dazu geführt, dass seine

Dienstleistungen nicht nur in Spanien oder Europa, sondern auch u.a. in Marokko, Chile, der Dominikanischen Republik oder Kasachstan gefragt sind. Das Erfolgsgeheimnis von Techno Teonel gründet sich auf

der Qualifikation seines Personals, der Qualität der verwendeten Materialien und was nicht weniger wichtig ist auf der strikten Erfüllung der Terminpläne für die Beendigung seiner Arbeit.

Hortofrutícola La Ñeca afronta 2016 con el objetivo de ser un referente en calabacín y berenjena

ortofrutícola La Ñeca es una de las empresas ejidenses más consolidadas del sector aracias a su trabajo diario, el cual le permite seguir creciendo constantemente, con el objetivo de "que, cuando se hable de La Ñeca, sea como un referente en calabacín y berenjena", asegura Juan Escobar, gerente y comercial de la entidad. De hecho, uno de los principales objetivos marcados para este 2016 que, prácticamente, acaba de comenzar, es "trabajar en la

misma línea que lo estamos haciendo hasta ahora para intentar ser pioneros en un producto que trabajamos muy bien desde sus fincas hasta su manipulado", añade Escobar.

Aunque en esta ocasión Hortofrutícola La Ñeca no va a estar presente en la nueva edición de Fruit Logistica, para su gerente y comercial, esta feria "nos transmite una im-



presión muy positiva a la hora del intercambio de información sobre todo lo que está relacionado con el sector de las frutas y hortalizas. Es más, creo que se trata de un gran sitio en el que establecer finalidad con los clientes, conocerlos y cambiar puntos de vista. Hemos estado visitando Fruit Logistica durante seis años y no descartamos la idea de volver a Berlín", concluye Juan Escobar.

Hortofrutícola La Ñeca möchte 2016 zu einer Referenz im Bereich Zucchini und Aubergine werden

Hortofrutícola La Ñeca zählt zu den stärksten Unternehmen aus El Ejido dank der täglichen Arbeit, die zu einem ständigen Wachstum geführt hat. Ziel des Unternehmens ist es, "den Namen La Ñeca zu einer Referenz für Zucchini und Auberginen zu machen," erklärt der Geschäftsführer des Unternehmens Juan Escobar. Eines der Unternehmensziele für 2016, das gerade erst begonnen hat, ist es, "in der bisher praktizierten Art und Weise weiter zu arbeiten, um zu einem Pionier für ein Produkt zu werden, dass wir vom Bauernhof bis zu seiner Verarbeitung begleiten."

Hortofruticola La Ñeca faces 2016 with the aim of becoming a reference in zucchini and eggplant

Hortofruticola La Ñeca is one of the most consolidated companies of the El Ejido sector thanks to its daily work, which allows it to continue growing steadily, with the aim of achieving this premise: "To speak of La Ñeca is to speak of a benchmark in zucchini and eggplant" says Juan Escobar, manager of the entity. In fact, one of the main goals for this 2016, that has practically just begun, is to "work along the same line traced until now and try to pioneer a product which is excellently handled from its farms to its manipulation".

Somos especialistas de la berenjena y todo nuestro trabajo es artesanal



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





Diamond Seeds ofrece a sus mercados una amplia gama de variedades competitivas a nivel nacional e internacional



iamond Seeds fue fundada en el año 1995 en España teniendo su sede principal en Barcelona. A partir del año 1998 intensifica su actividad en la obtención y desarrollo del plan de 'Variedades Mediterráneas', cuyo fin era, y aún sigue siendo, la selección, mejora y conservación de las variedades autóctonas de tomate, pimiento, berenjena y demás especies.

A partir del año 2002, la compañía empezó a establecer actividades comerciales en otros países como Portugal, Italia, Marruecos, Túnez o Argelia culminando con la creación de su oficina regional en Jordania, desde la cual se gestiona comercialmente y se desarrollan variedades para los países de Oriente medio. Tras años de una fuerte labor de selección y desarrollo de

material vegetal, Diamond Seeds ofrece a los mercados donde está presente una amplia gama de variedades de las distintas especies y que le permite ser competitivo en muchas tipologías / especies tanto en el mercado nacional como en los mercados externos

Diamond Seeds está presente en prácticamente todos los países del Mediterráneo,

Diamond Seeds bietet seinen inländischen und internationalen Märkten ein breites, wettbewerbsfähiges Artenspektrum

Diamond Seeds wurde 1995 in Spanien gegründet. Nach einigen Jahren harter Arbeit in der Auswahl und der **Entwicklung von** Pflanzenmaterial hält das

Unternehmen nun auf den Märkten, auf denen es vertreten ist, ein breites Angebot unterschiedlicher Arten bereit, die sowohl im In- als auch im Auslandwettbewerbsfähig sind.

Heute ist Diamond Seeds in über 30 Ländern Europas, Afrikas und des Mittleren Ostens geschäftlich aktiv, hauptsächlich mit Sorten aus der Familie der

Nachtschattengewächse (Tomaten, Paparika, Auberginen) und Kürbisgewächse (Zucchini, Gurke, Honigmelone, Wassermelone).



Diamond Seeds offers a wide range of competitive varieties at the national and international level to its markets

Diamond Seeds was founded in 1995 in Spain. After years of strong work in the selection and development of plant material, the company offers a wide range of varieties of different species to the markets where it is present, which allow them to be competitive in many types, both in national and international markets. Today, Diamond Seeds is commercially active in over 30 countries in Europe, Africa and the Middle East, mainly with varieties of the Solanaceae family (tomatoes, peppers, eggplant) and Cucurbitaceous (zucchini, cucumber, melon and watermelon).

gracias a una fuerte labor de selección y desarrollo de variedades que se han empezado a trabajar para el mercado nacional y luego algunas se han podido adaptar a varios países del Mediterráneo.

Hay otras variedades/tipologías que son específicas de cada país y Diamond Seeds ha trabajado también en ese sentido para sacar a comercial algún material. Hoy en día, la empresa está comercialmente activa en más de 30 países entre Europa, África y Oriente Medio, principalmente con variedades de la familia de las solanáceas (Tomate, Pimiento, Berenjena) y cucurbitáceas (calabacín, pepino, melón, sandía).

La investigación y desarrollo (1+d) de Diamond Seeds realizada en las instalaciones y fincas experimentales de Barcelona, Murcia, Almería y Jordania, así como la colaboración de trabajo de mejora genética y breeding vegetal con centros de investigación y Universidades proporciona el desarrollo de las variedades comerciales para cada zona y mercado.

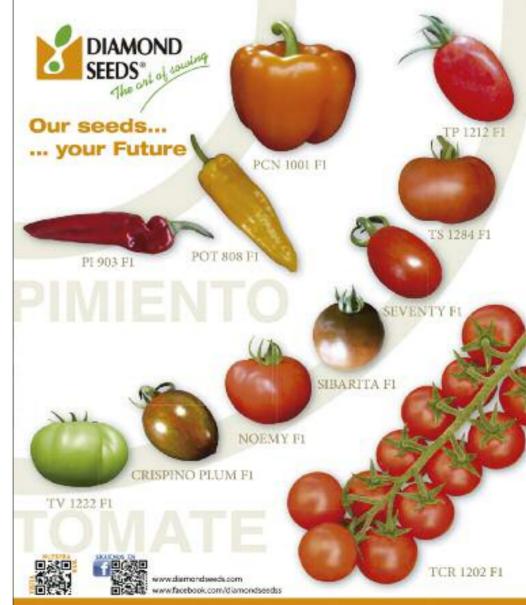
Actualmente Diamond Seeds está trabajando fuerte en la Península con los siguientes productos:

-Pimientos (California, Lamuyo, Italiano, Especialidades – Mini Cónicos, Picantes, etc.).

- -Pepino (Holandés y Francés)
- -Berenjena (Redonda, Semi-larga y Larga)
 - oiqA-
 - -Bróculi
 - -Calabacín (verde y blanco)
 - -Lechugas (Romana, Iceberg, Little Gem)
 - -Melón (Galia LSL y Amarillo)
- -Sandia (Triploides negras y rayadas, de varios calibres)

-Baby Leaf (acelgas, remolachas, mostazas, mizunas, rúculas, tatsois, batavia verde y roja, etc.).

-Áromáticas/Hierbas (cilantro, perejil, eneldo, cebollino, albahacas, mentas, romero, oregano, tomillo, etc.).



Vicasol amplía su oferta sin olvidar que "somos una empresa de producto fresco"





Vicasol está inmersa en los últimos tiempos en la diversificación de su cartera de productos y prueba de ello es, por un lado, la incorporación desde esta campaña de su línea de ecológico y, por otro, el lanzamiento de sus nuevos productos de II y V gama, además de su gazpacho y salmorejo. Según afirma su presidente, Juan Antonio González, ésta es, desde luego, la línea a seguir, aunque "sin olvidar que somos una empresa de producto en fresco".

La cooperativa vicaria, que ha experimentado un crecimiento de en torno al 15% en los últimos años, prevé comercializar más de 230 millones de kilos en esta campaña, parte de ellos elaborados en su centro de manipulado de El Ejido, que ha cumplido ya un año. "Está funcionando muy bien", comenta, por su parte, el gerente de Vicasol, José Manuel Fernández, quien explica que, para la cooperativa, la puesta en marcha de este centro no supuso sólo "seguir creciendo en tamaño, se trataba de una nueva estructura dotada de medios materiales y con un nuevo equipo de trabajo". Hoy por hoy, y haciendo balance, comenta que "ha su-



puesto un magnífico proceso de aprendizaie"

Vicasol aprovechó su presencia en Fruit Attraction, el pasado mes de octubre, para presentar sus nuevos productos de II y V gama, que ya entonces tuvieron "una gran acogida" y que, "por supuesto, volveremos a mostrar en Berlín". Con respecto a su nueva línea de ecológico, en marcha desde esta campaña, el presidente de la cooperativa afirma que "está funcionando muy bien". "Para nosotros, en este primer año, no es tan importante el volumen como la calidad del trabajo realizado y los resultados que estamos dando a nuestros agricultores", explica.

Vicasol ha seguido una línea ascendente en los últimos años, que sólo en la campaña 2015/2016 se ha traducido en un crecimiento de su superficie cultivada del 12,5% y en el aumento de sus agricultores socios, que ya son más de 800. "La empresa está preparada para seguir creciendo", comenta su presidente, y es precisamente esa capacidad de trabajo y de respuesta a sus clientes lo que Vicasol quiere mostrar en Fruit Logistica. "Berlín supone un punto de reunión perfecto para hablar de proyectos de futuro con nuestros clientes", un futuro que, en el caso de Vicasol, "es una cuestión muy interesante, debido a nuestro enorme crecimiento", concluye.

Vicasol expands its offering without forgetting that "We are a Company providing a fresh product"

Vicasol is engaged in diversifying its product portfolio and the proof is, on the one hand, the incorporation of this campaign in its environmentally friendly line and, secondly, the launch of its new product ranges II and V, in addition to its gazpacho and salmorejo. In any case, its president, Juan Antonio Gonzalez insists "not to forget that we are a company providing a fresh product". In this campaign, the cooperative expects to exceed 230 million kilos, thanks to a 12.5% increase in its number of hectares and the sum of more than 800 farmers already. For Gonzalez, "Berlin is a perfect meeting point to discuss future projects with our customers," a future that, in the case of Vicasol, "is a very interesting matter, because of our tremendous growth."

Vicasol erweitert sein Angebot ohne dabei zu vergessen, dass "wir ein Unternehmen für frische Erzeugnisse sind"

Vicasol ist geprägt von seiner vielfältigen Produktpalette, die sich einerseits in der Aufnahme des Bio-Sortimentes in diesem Geschäftsjahr und andererseits in der Einführung von neuen Produkten der II. und V. Verarbeitungsstufe - neben Gazpacho und Salmorejo - zeigt. Der

Vorsitzende, Juan Antonio González, besteht in jedem Fall darauf, das "wir nicht vergessen, ein Unternehmen für frische Erzeugnisse zu sein." In dieser Saison wird die Genossenschaft voraussichtlich über 230 Millionen Kilo erzeugen, nachdem sie ihre Hektarzahl um 12,5% vergrößern konnte und ihre Mitgliederzahl bei über 800 Landwirten liegt. Für González "ist Berlin der perfekte Treffpunkt, um mit unseren Kunden über zukünftige Projekte zu sprechen", einer Zukunft, die für Vicasol "von großem Interesse ist angesichts unseres enormen Wachstums."





Una empresa española está entre las diez que optan al premio Fruit Logistica Innovation Awards

Pruit Logistica 2016 acoge un expositor especial, entre los pabellones 20 y 21, con las diez innovaciones que optan al Fruit Logistica Innovation Awards (FLIA) este año. Una empresa española, World's Coconut Trading, está entre las seleccionadas gracias a su producto Genuine Coconut. Se trata de un coco orgánico que presenta una apertura especial patentada que permite al consumidor disfrutar de agua de coco directamente en la fruta. La entrega del premio al ganador se llevará a cabo el 5 de febrero, a las 14:30 horas.

Unter den zehn
Kandidaten für den
Fruit Logistica
Innovation Awards
befindet sich ein
spanisches
Unternehmen

Fruit Logistica 2016 beherbergt einen ganz besonderen Aussteller in den Hallen 20 und 21, nämlich einen von zehn Anwärtern auf den diesjährigen Fruit Logistica Innovation Awards (FLIA). Dabei handelt es sich um ein spanisches Unternehmen, World's Coconut Trading, das wegen seines Erzeugnisses Genuine Coconut zu den Auserwählten zählt. Es handelt sich um eine Bio-Kokoswasser mit einer besonderen, patentierten Öffnung, durch die der Verbraucher die Kokosmilch direkt aus der Frucht genießen kann. Die Preisvergabe an den Sieger wird am 5. Februar, um 14:30 Uhr stattfinden.

En cuanto al resto de propuestas innovadoras, la empresa belga Stoffels presenta Automato, máquina dispensadora para los puntos de venta, con tres caias que dispensan diferentes variedades de tomate cherry en bolsas de papel. La holandesa Terra Natura International muestra un pimiento único, a rayas amarillas y rojas, caracterizado por un sabor aromático, picante y algo crujiente. Otra holandesa, Hortiplan, presenta una nueva máquina para cosechar y envasar la lechuga, la danesa Northern Greens propone una mini planta ornamental de tomate cherry, mientras que la sudafricana Capespan presenta un video para los más pequeños de la casa. Otra holandesa, HZPC presenta unas nuevas patatas, la alemana Hort-Kintetix una APP de formularios estandarizados para crear y transmitir informes de inspección, la israelita 2BFresh sus hierbas frescas y la francesa Parmentine un recipiente de plástico con 250 gramos de patatas baby para cocinar directamente en el microondas.

A Spanish company is among the ten competing for the Fruit Logistica Innovation Awards prize

Fruit Logistica 2016 hosts a special exhibitor between pavilions 20 and 21, with ten innovations that compete for the Fruit Logistica Innovation Awards (FLIA) this year. A Spanish company, World's Coconut Trading, is among those selected thanks to its product, Genuine Coconut. It's an organic coconut with a patented special opening that allows consumers to enjoy coconut water directly from the fruit. The awarding of the winner will be held on February 5, at 14:30.





Sapec Agro, referencia en productos fitosanitarios de especialidad

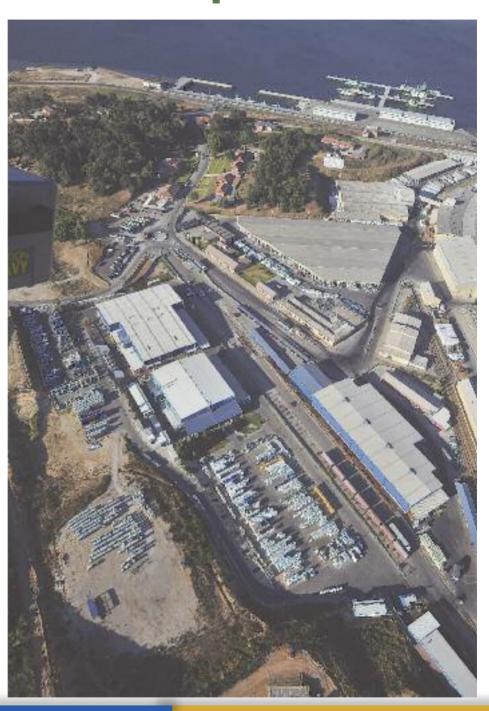
apec Agro S.A.U. ofrece las mejores soluciones al agricultor para la protección de sus cultivos. Con una apuesta firme en D+i (Desarrollo e innovación), la empresa es una referencia en productos fitosanitarios de especialidad.

La compañía tiene una clara vocación ibérica, cabe recordar que nació en 1926 en Portugal, con la explotación de minas de pirita, si bien está llevando a cabo una expansión por todo el Sur de Europa con su amplia gama de productos fitosanitarios y sus fitonutrientes.

La empresa ofrece sus productos al campo español desde el año 1999. Fue entonces cuando el grupo decidió comprar una empresa de fabricación de fitosanitarios en la localidad tarraconense de Reus. Fue el comienzo de una sucesión de éxitos para Sapec Agro en España, donde ofrece una amplia gama de productos de calidad y profesionalidad.

La base de Sapec Agro en España se encuentra en la localidad valenciana de Paterna, a esta central operativa hay que sumar un nuevo almacén regulador en Chinchilla (Albacete), situado en un parque industrial dotado de las últimas medidas en lo que a logística y seguridad se refiere. La fabricación de sus productos se realiza en Setúbal (Portugal) para los fitosanitarios y en Sanchidrián (Ávila) y Albacete para el área de fitonutrientes.

Sapec Agro S.A.U. forma parte del Grupo Sapec, que cotiza en la Bolsa de Bruselas desde su fundación, y que, en la actualidad, está constituido por un conjunto de compañías que desarrollan su actividad en seis líneas de negocio diferentes, como son la protección de los cultivos, nutrición vegetal, distribución de productos agroalimentarios, distribución de productos químicos, tratamiento de residuos industriales, logística y producción de energía renovable. Sapec Agro España sique trabajando en el desarrollo de nuevas formulaciones y soluciones que permitan mejorar el rendimiento de los cultivos.



Sapec Agro, ein Vorreiter für besondere Pflanzenschutzmittel

Sapec Agro S.A.U. bietet dem Landwirt die besten Lösungen für den Schutz seiner Pflanzen. Mit seinem Einsatz für Forschung und Entwicklung ist das Unternehmen ein **Vorreiter in Sachen**

spezieller Pflanzenschutzmittel und neuer Rezepturen. Die Gesellschaft ist geprägt von ihrer iberischen Herkunft, sie entstand 1926 in Portugal als Betreiber von Pyrit-Minen. In der

Zwischenzeit hat sie sich allerdings mit ihrem breiten Angebot **Pflanzenschutzmitteln** Pflanzennährstoffen in ganz Süd-Europa angesiedelt.

Sapec Agro, a leader in specialty plant protection products

Sapec Agro S.A.U. offers the best solutions for farmers to protect their crops. With a firm commitment in D+i (Development and Innovation), the company is a reference in specialty plant protection products and new formulations.

The company has a clear Iberian vocation, we should remember that it was born in 1926 in Portugal, with pyrite mining, but is carrying out an expansion throughout Southern Europe with its wide range of plant protection products and phytonutrients.

Semilleros Laimund, más de 30 años ofreciendo las mejores plantas e injertos al agricultor

a agricultura almeriense, especialmente la de la zona de El Ejido y el resto de la comarca del Poniente, no se entiende sin uno de sus actores principales, un semillero, como es el caso de Laimund, que lleva más de 30 años sirviendo la mejor planta e injertos a los agricultores. Con los años, además, ha crecido como empresa y ha aumentado sus instalaciones, añadiendo una gran delegación en Níjar, la otra zona productora por excelencia de la provincia de Almería

Con un sistema de cámaras único y su especialidad en injerto, Semilleros Laimund garantiza el mejor resultado, cuidando al máximo hasta el más mínimo detalle, como la inclinación, teniendo todas las plantas la misma, y el corte, que se realiza con matrices, y no a ojo con cuchillas, todo ello siempre por debajo del cotiledón, logrando el mejor rendimiento. Como novedad, este año ofrecen, por el mismo precio, un cepellón más grande en sandía, por lo que garantizan una raíz aún más fuerte.

De cara a la campaña de primavera, Paco Molina, técnico de la delegación de El Ejido, ha explicado que "estamos registrando más o menos los mismos pedidos de



sandía, mucho menos de melón, una bajada en la demanda de judía y, por el contrario, más pedidos de tomate y, sobre todo, calabacín". La escasa cotización del melón en las últimas campañas está provocando que sean cada vez menos los productores que se decanten por esta fruta para primavera, sustituyéndola, sobre todo, por calabacín, tomate o sandía.

En cuanto a la delegación de Laimund en Níjar, Guillermo Murcia, su responsable, ha destacado el "importante aumento de la demanda de calabacín para primavera en esta zona". Además, Murcia ha resaltado también un "incremento de los pedidos de tomate", sin olvidar los tradicionales encargos de sandía. Murcia achaca el incremento de demanda de ambos productos a las altas temperaturas. Y es que, como ha explicado, "se están agotando antes las plantaciones y agricultores que tenían previsto cultivar un ciclo medio o largo se están viendo obligados a arrancar y poner un ciclo corto para primavera". Cabe recordar que en Níjar, además, también cuentan con un apartado para la producción ecológica de, entre otros, tomate, calabacín, berenjena y pimiento.

Semilleros Laimund, over 30 years offering the best plants and grafts to farmers

The agriculture from Almeria, especially in the area of El Ejido and the rest of the region of the West, cannot be understood without one of its key players, a seedbed, as in the case of Laimund, who has over 30 years offering the best plants and grafts to farmers. Over the years, it has also grown as a company and has increased its facilities, adding a great delegation in Nijar, the other par excellence producing area of the province of Almeria.

Semilleros Laimund bietet der Landwirtschaft seit über 30 Jahren die besten Pflanzen und Pflanzenveredelungen

Die Landwirtschaft Almerías, insbesondere das Gebiet um El Ejido und der Landkreis El Poniente insgesamt, ist ohne einen seiner wichtigsten Akteure undenkbar: Semillero Laimund bietet den Landwirten seit über 30 Jahren die besten Pflanzen und Pflanzenveredelungen. Im Laufe der Jahre ist sowohl das Unternehmen als auch die Zahl der

Einrichtungen gewachsen, nachdem in Níjar ein großer Bereich mit einer ausgezeichneten Produktionsfläche in der Provinz Almería hinzugefügt werden konnte.



Almería bate su propio récord y supera los 2,1 millones de toneladas exportadas



Imería exportó durante la última campaña cerrada 2.175.133 toneladas de frutas y hortalizas, un ligero 1% más que en el ejercicio agrícola precedente, pero que fue más que suficiente para que la provincia batiese su propio récord en ventas al exterior, según recoge el último 'Análisis de la campaña hortofrutícola de Al-

mería', elaborado por Cajamar Caja Rural. En valor, estas exportaciones también marcaron un nuevo hito, situándose, por primera vez, por encima de los 2.000 millones de euros, un 3,5% más que un año antes. Estas cifras vienen a demostrar la escasa repercusión que el veto de Rusia a las exportaciones europeas tuvo sobre el sector comercializador local. A pesar de los temores iniciales, lo cierto es que las empresas de la provincia pudieron buscar, v encontraron, mercados alternativos a los que derivar las en torno a 15.000 toneladas que, anualmente, enviaban a esta país.

Por productos, el tomate se volvió a situar como la hortaliza más exportada, con más de 518.000 toneladas comercializadas en los mercados exteriores, a pesar del ligero descenso experimentado por sus ventas, que cayeron un 2,3%. Tras el tomate, una vez más, se situaron el pimiento (457.146 toneladas) y el pepino (389.560 toneladas).

Sin embargo, fueron la berenjena, la lechuga v. en menor medida, el pimiento los productos que hicieron posible ese aumento de las exportaciones mencionado con anterioridad. De este modo, las ventas de berenjena en los mercados foráneos crecieron un 8.5%, hasta las 105.410 toneladas, mientras que las de lechuga lo hicieron en un 9,7%, sumando 135.568 toneladas. Las exportaciones de pimiento, por su parte, crecieron un moderado 3,5%

Por destinos, y como cabría esperar, el podio siguió estando ocupado por Alemania, Francia, Holanda y Reino Unido. En el

Almería schlägt seinen eigenen Rekord und exportiert mehr als 2,1 Tonnen

Almería hat in der letzten Saison 2.175.133 Tonnen **Obst und Gemüse** exportiert, das bedeutet einen leichten Anstieg um 1% im Vergleich zum Vorjahr und ist ausreichend, um seinen eigenen Rekord bei den Verkäufen ins Ausland zu schlagen, wie aus der letzten "Analyse der Obst- und Gemüsesaison für der Spitze der exportierten

die Provinz Almería" hervorgeht, die von Cajamar Caja Rural erstellt wurde. Der Wert dieser Exporte markiert einen weiteren Meilenstein und liegt erstmals über 2 Milliarden Euro, 3,5% über dem Vorjahreswert. Die Tomate steht mit über 518.000 Tonnen erneut an

Erzeugnisse. Deutschland ist weiterhin der wichtigste Käufer von Gartenbauprodukten aus Almería, vor der Schließung der russischen Grenze waren allerdings die Exporte in Länder wie Lettland, Litauen und – mit geringerem Wachstum – **Estland deutlich** angestiegen.



caso concreto de Alemania, sus compras de frutas y hortalizas en la provincia se mantuvieron, prácticamente, estables, en torno a las 673.283 toneladas, apenas un 0,4% más que un año antes. Las compras de Francia crecieron un 5,2% (329.206 toneladas), las de Holanda un 2,1% (256.433 toneladas) y las del Reino Unido, la nada desdeñable cifra de un 10,6% (239. 769 toneladas).

Más allá de los mercados tradicionales, Almería logró ampliar su cuota de mercado en muchos de los antiguos países de la Unión Soviética, como pueden ser Lituania y Letonia, que han duplicado sus importaciones de frutas y hortalizas en apenas dos campañas, y en menor medida, Estonia. Así, Lituania adquirió 19.208 toneladas de frutas y hortalizas de la provincia, un 25,3% más, mientras que las importaciones de Letonia ascendieron a 12.227 toneladas (+15,3%) y las de Estonia a 2.635 toneladas (+15,2%).

Almeria broke its own record and exceeded 2.1 million tonnes exported

Almería exported 2,175,133 tons of fruit and vegetables during last year, a mere 1% more than in the preceding year, but that was more than enough for the province to break its own record in foreign sales, as recorded by the latest 'Analysis of fruit and vegetable campaign of Almeria', prepared by Cajamar Caja Rural, In value, these exports also marked a new milestone. reaching over 2,000 million euros for the first time; 3.5% higher than a year earlier. Regarding products, the tomato positioned itself again as the most exported vegetable, with more than 518,000 tons. With respect to markets, Germany remains the largest buyer of vegetables from Almeria, although, because of the closure of the Russian border, the province has increased its exports to countries like Lithuania, Latvia and to a lesser extent. Estonia.



Silvia de Juanes /Directora de Comunicación de Fruit Logistica para los países de habla hispana

"La participación española en Fruit Logistica aumenta y supera ya los 330 expositores"

regunta.- Las cifras registradas por Fruit Logistica en 2015 son de vértigo: casi 65.000 visitantes profesionales de más de 135 países, así como 2.785 expositores de 83 países, ¿cuáles son las previsiones de cara a la presente edición?

Respuesta.- Estamos muy contentos con la evolución de Fruit Logistica. Desde su nacimiento en 1993, el crecimiento año tras año evidencia la importancia de la feria para el sector hortofrutícola y cómo esta cita se ha convertido en ineludible para todos. En 2016 vamos a dar la bienvenida a unas 2.800 empresas de 85 países y, aunque todavía es pronto para saber cuántos visitantes tendremos podemos decir que a juzgar por la ocupación hotelera en la ciudad y el ritmo de visitantes registrados esperamos un número similar al del año pasado.

P.- España es, sin duda, uno de los países con mayor presencia en la feria, ¿qué previsión de participación existe este año de empresas de este país?

R.- Un año más contamos con un mayor número de empresas españolas que en la edición anterior. Hasta el momento se han registrado algo más de 330 empresas españolas entre expositores y co-expositores que estarán presentando en Berlín sus productos y servicios a los profesionales más importante del sector.

P.- El país asociado este año de Fruit Logistica es Egipto, uno de los competidores directos de Almería. ¿Cómo elige la organización de la feria al País Asociado?

R.- El País Asociado de Fruit Logistica aprovecha la plataforma de negocios que ofrece la feria de una forma mucho más amplia y duradera, ya que el País Asociado se encuentra en el epicentro del sector durante un largo periodo de tiempo. Para poder ser País Asociado de Fruit Logistica debe de haber un acuerdo entre el sector comercial de productores hortofrutícolas y el Gobierno para poder



hacer una presentación conjunta. Para nosotros sería una alegría poder contar con España como País Asociado en el futuro y así convertirse en el foco de todas las miradas del sector de una forma única.

P.- ¿Qué importancia tiene la participación de empresas almerienses en la feria berlinesa? Algunas han optado por decantarse por Fruit Attraction y acudir a Alemania sin stand propio, ¿este hecho, junto al auge de participa-

ción de empresas de países competidores, puede ser contraproducente?

R.- Debido a la crisis que ha sufrido España en la última década, muchas empresas optaron en su momento por ahorrar costes e ir a una feria más barata y cercana. Cada empresa tiene que definir su estrategia comercial, la repercusión de este tipo de decisiones no suele ser de un año para otro, pero a la larga sí que se nota. Nuestra observación es que empresas que decidieron en su momento dejar de asistir con stand propio a Fruit Logistica ahora están volviendo. Además, las ferias se celebran en momentos comerciales muy diferentes v son eventos compatibles. Fruit Logistica ha demostrado ser un evento al que no se puede faltar ya sea como expositor o como visitante, según los objetivos que se pretendan conseguir.

P.- Fruit Logistica tiene muy presente siempre a Almería. Prueba de ello es que cada año realizan una acción promocional de la feria en la provincia, este año junto a TECNOVA, ¿no es así?

R.- Desde la organización nos gusta acercarnos a nuestros profesionales durante todo el año y poder establecer una relación de ma-

"Die spanische Teilnahme an der Fruit Logistica steigt auf mehr als 330 Aussteller"

Die Teilnahme spanischer Unternehmen als eigenständige Aussteller auf der Fruit Logistica 2016 ist im Vergleich zum Vorjahr gestiegen. Laut Silvia de Juanes, Kommunikationschefin der

Fruit Logistica für spanischsprachige Unternehmen, werden "mehr als 330 Aussteller" teilnehmen. Insgesamt sind auf der Messe 2.800 Unternehmen aus 85 Ländern mit eigenem Stand vertreten. Für de Juanes "hat die Fruit Logistica sich als eine Veranstaltung erwiesen, die man weder als Aussteller noch als Besucher wegen der gebotenen Möglichkeiten verpassen sollte" nera personal. Al contar con expositores de 85 países es complicado realizarlo, pero este año tuvimos la oportunidad de organizar una jornada muy interesante junto a TECNOVA y no nos pudimos resistir, nuestra conexión con Almería es especial. La jornada centrada en la innovación como pieza clave en la internacionalización fue un éxito y si nuestro calendario nos permite, volveros a visitar Almería este 2016.

P.- Spotlight repite en Fruit Logistica como escaparate de las últimas innovaciones del sector, además, en Berlín se volverá a entregar el galardón Fruit Logistica Innovation Awards, ¿Qué importancia tienen este tipo de acciones?

R.- Hay un altísimo número de novedades e innovaciones que se presentan en Fruit Loaistica y Spotlight es la herramienta ideal para poder encontrarlas de un sólo vistazo y así programar mejor la visita. Ya tenemos unos 20 estrenos mundiales y otros tantos estrenos europeos. Para nosotros es un oraullo poder contar con tan alto número de estrenos y que las empresas planifiquen y elijan nuestra plataforma para presentarlos. El premio Fruit Logistica para la innovación, FLIA, se ha convertido en el premio más reconocido por el sector y recibe una amplia cobertura mediática a nivel mundial. Este año, además, contamos con un finalista español, la empresa Genuine Coconut presenta agua de coco ecológica que gracias a una novedosa apertura del coco se bebe directamente desde su recipiente natural. Animo a los lectores a ir a la exposición del FLIA entre el pasillo 20 y 21 y votar a su favorito.

P.- Por otro lado, este año organizan Logistics Hub, ¿en qué consiste exactamente?

R.- Nuestro afán es que Fruit Logistica sea el evento más completo posible para los profesionales del sector hortofrutícola a todos los niveles. En respuesta a la necesidad de tener la mayor información posible para que productores, importadores y distribuidores puedan tomar la mejor decisión en cuestiones de logística y transporte para sus productos nace el forum de presentaciones Logistic Hub. Se trata de 10 sesiones centradas en temáticas relacionadas con la cadena de logística y transporte que se presentará en el pabellón B/C04, donde además contarán con wifi gratuito durante toda la feria.

P.- ¿Qué otras actividades paralelas destacan en esta edición?

R.- Junto con el tradicional Fresh Produce Forum v Hall Forum, enfocados en presentar los nuevos desarrollos y tendencias en el sector hortofrutícola, contamos con unos programas muy interesantes tanto en Future Lab como en Tech Stage. Sin duda, el calendario de eventos paralelos es muy amplio e interesante por lo que siempre recomiendo entrar en nuestra página web y ver las distintas temáticas y programas. Un año más, todos nuestros esfuerzos se enfocan en conseguir que Fruit Logistica sea la plataforma más importante del sector que ofrece a los profesionales encontrar las mejores oportunidades de negocio además de presentar una amplia visión sobre la innovación y desarrollo de este negocio hoy y en un futuro; sin olvidar que encuentran representada a toda la cadena de valor y todo esto durante 3 días bajo un mismo techo. Se trata de la cita más completa del sector hortofrutícola a nuestro alcance y por ello es un evento ineludible.

"The Spanish participation in Fruit Logistica increased and now exceeds 330 exhibitors"

The participation of Spanish companies with their own exhibitor at Fruit Logistica 2016 is higher than in the previous edition. Specifically, Silvia Juanes, Director of Communications at Fruit Logistica for Spanish-speaking countries, explained, "It will exceed 330 exhibitors". In total, the fair hosts 2,800 companies with its own stand from 85 countries.

For Juanes, "Fruit Logistica has proved to be an event you can not miss either as an exhibitor or as a visitor, according to the objectives we intend to achieve".





VISÍTANOS EN FRUIT LOGISTICA 2016

3 - 5 Febrero 2016, Berlin, Alemania Stand A-06, Pabellón 5.2

Conferencia de Prensa 4 Febrero, 12.30-13.30h, Pabellón 6.3 (Centro de Prensa), Sala B



www.globalgap.org

23

ISI Sementi desarrolla con gran éxito su gama de variedades entre los productores de toda la Península Ibérica

SI Sementi se está integrando con gran éxito en España y Portugal gracias al constante y correcto trabajo que desarrolla. En este sentido, cabe destacar el proyecto Genesis 1.0, del Departamento de Genética de tomate, basado en obtener y desarrollar variedades de los distintos tipos de tomate con un alto nivel de sabor, color y forma, así como elevado nivel de azúcar, propios de los tipos cherry, corazón de buey o asurcados, pero que también son características que se están logrando con otras tipologías como los to-

mates ramo, beef o pera. Así, desde ISI Sementi indican que se están desarrollando líneas que, aparte de sus propiedades de producción, resistencias y color, les están dando el punto de sabor que hace que destaquen sobre las demás

Dentro de las variedades que se están cultivando en Almería, las que están teniendo una gran aceptación por los productores son Rosamunda F1, variedad corazón de buey tipo 'Albenga', única en el mercado por su color rosa, con un excelente sabor e indicada para ciclo largo. En variedades tipo cherry o cocktail, pera v mini plum cabe destacar Giorgo V F1, un cherry pera de planta

muy fuerte y vigorosa, que cuenta con una excelente producción. Asimismo, sobresale por su color rojo intenso y su excelente sabor. Dentro de la misma tipología, también hay que señalar la nueva variedad ISI 82179 F1, la cual ha causado una gran impresión a los productores por su gran sabor, elevada producción y excelente resistencia al Virus de la Cuchara (TYLCV) y al cracking. Por su parte, en mini plum, ISI Sementi asegura que la variedad Proxy F1 ha tenido una aceptación espectacular, especialmente por su gran sabor, in-

tenso color rojo, así como por su elevadísima producción y excelente resistencia al rajado, lo que hace que, con su perfecto ramo en forma de espina de pescado, sea ideal para la recolección en ramo. Hay que resaltar que Proxy F1 es una variedad idónea para cultivos de ciclo largo, con planta muy vigorosa y con gran tolerancia al frío y alta resistencia al virus de la Cuchara (TYLCV).

Por otro lado, desde la casa de semillas italiana han dado a conocer que hay una nueva línea de tomate ramo, en la que se encuentran variedades como ISI 62004 F1 e ISI 62107 F1 destacadas, especialmente, por su color, sabor, forma y resistencias.

ISI Sementi también está desarrollando un programa de lechugas en la zona de Murcia de variedades tipo Baby Leaf, Romana, Iceberg, Little Gem, 4º Gama, etc., basándose en su adaptabilidad a las zonas, su resistencia a la bremia Bl: 16-32 y a Nasonovia Nr:0, donde se puede mencionar las lechugas romanas Faro y Keope, la Iceberg Magic, Hoja de Roble Bolero, Lollo Pepita, y baby leaf como Nelson y Copacabana. Para más información se puede visitar la página web www.isisementi.com y en facebook.com/ISI Sementi Iberica



ISI Sementi baut seine Sortenvielfalt mit großem Erfolg auf der ganzen Iberischen Halbinsel aus

ISI Sementi nimmt mit großem Erfolg seinen Platz in Spanien und Portugal ein, dank seiner beständigen und korrekten Arbeitsweise. In Almería erfahren besonders die Sorten Rosamunda F1, eine Variante der Ochsenherzen "Albenga"; "Giorgo V F1, eine sehr kräftige Cherry-Tomate; ISI 82179 F1, eine Variante, die wegen ihres Geschmacks und Ertrages

enormen Eindruck auf die Erzeuger gemacht hat, großen Zuspruch unter den Landwirten; das Gleiche gilt für Proxy F1, eine Tomate, die sich durch ihren vollen Geschmack, die intensive rote Färbung, ihren hohen Ertrag und die ausgezeichnete Widerstandsfähigkeit gegenüber Spaltöffnungen auszeichnet. Zu den

Strauchtomaten der neuen Linie zählen Sorten wie ISI 62004 F1 e ISI 62107 F1, deren Stärken in Farbe, Geschmack, Form und Resistenzen liegen. ISI Sementi entwickelt zudem in der Gegend um Murcia ein Kopfsalat-Programm mit Sorten wie Baby Leaf, Iceberg, Little Gem, 4. Gama usw., je nach Anpassungsfähigkeit an die verschiedenen Umgebungen.

ISI Sementi successfully develops its range of varieties among farmers in the Iberian Peninsula

ISI Sementi is being successfully integrated in Spain and Portugal through the constant and proper work which it has developed. Specifically, in Almeria, the varieties that are having a great acceptance by producers are Rosamunda F1, an Albenga-type oxheart variety; Giorgio V F1, a pear cherry from a very strong and vigorous plant; ISI 82179 F1, a variety that has caused a great impression on producers for its great taste and high production; as well as Proxy F1, a tomato that stands out for its great taste, intense red colour and its high production and excellent resistance to cracking. Within the new line of vine tomatoes we find varieties such as ISI 62004 F1 and ISI 62107 F1, highlighted by their colour, taste, shape and resistance. Similarly, ISI Sementi is developing a lettuce program in the area of Murcia with varieties such as Baby Leaf, Romana, Iceberg, Little Gem, 4th Gama, etc., based on their adaptability to various areas.



Agrocolor está presente en Fruit Logistica 2016 con GLOBALG.A.P.

grocolor, en su afán de estrechar las relaciones con GLOBALG.A.P., principal protocolo de certificación en frutas y hortalizas, ha conseguido llegar a un acuerdo para compartir un stand común en Fruit Logistica 2016 como resultado del incremento y protagonismo de la compañía almeriense en dicha certificación. En concreto, estarán ubicadas en el pabellón 5.2, en el stand A-06.

La plataforma GLOBALG.A.P. está formada por 47 cadenas de distribución y supermercados europeos, es decir, casi la totalidad de la distribución de frutas y hortalizas europeas. Su protocolo de calidad certificado por Agrocolor es el más demandado y "obligatorio" para poder exportar frutas y hortalizas.

Agrocolor ya dispone de 290 clientes certificados a nivel nacional e internacional, posicionándose como la principal certificadora de GLOBALG.A.P. en España, por lo que el reconocimiento y el apoyo por parte de esta plataforma hacia Agrocolor está siendo muy destacado. La estrecha y buena relación entre Agrocolor y GLOBALG.A.P. hace que los operadores certificados tenaan las máximas garantías y confianza en el trabajo de Agrocolor para defender sus producciones, además de poder utilizar una vía directa de comunicación con cada una de las cadenas que conforman GLOBALG.A.P., que, aunque dueña e impulsora de la principal norma de calidad certificable, hoy por hoy, es la prin-



cipal asociación/plataforma donde está representada más del 90% de la distribución de fruta y verdura europea.

En este sentido, Agrocolor va a ofrecer en Fruit Logistica 2016 un espacio para todos sus clientes/operadores certificados, coincidente con el de sus clientes finales, siendo esta la mejor forma para estrechar relaciones y acuerdos comerciales en este marco de garantía, calidad y seguridad alimentaria.

Agrocolor is present at Fruit Logistica 2016 with GLOBALG.A.P.

Agrocolor and GLOBALG.A.P., the main certification protocol in fruits and vegetables, share display space at Fruit Logistica, specifically, both are in Pavilion 5.2, Stand A-06. Agrocolor has 290 registered clients both nationally and internationally, thus becoming the main GLOBALG.A.P. Certifier in Spain. All of these operators, thanks to the close cooperation between the two parties, can use a direct channel of communication with each of the supply chains and supermarkets that make up GLOBALG.A.P., 47 in total.

Agrocolor präsentiert sich auf der Fruit Logistica 2016 mit GLOBALG.A.P.

Agrocolor und GLOBALG.A.P., das wichtigste Zertifizierungsprotokoll für den Obst- und Gemüsebau, sind auf einem gemeinsamen Stand auf der Fruit Logistica in Halle 5.2, Stand A-06 vertreten.
Agrocolor verfügt über 290
zertifizierte Kunden auf
nationaler und
internationaler Ebene,
GLOBALG.A.P. ist zum
wichtigsten Zertifizierer in
Spanien geworden. Beide

Akteure können dank der engen Zusammenarbeit untereinander einen direkten Kommunikationsweg mit jeder der 47 an GLOBALGA.P. beteiligten Vermarktungsketten und Supermärkte nutzen.



certificamos lo mejor de ti



www.agrocolor.es

Dow AgroSciences conquista a los productores citrícolas con Reldan® E. Insecticida polivalente

ow AgroSciences presenta una herramienta que encaja perfectamente para su uso en programas de producción integrada de cítricos por su: compatibilidad con insectos beneficiosos útiles y máxima eficacia-polivalencia contra diversas plagas en cítricos. Se trata de Reldan® E, un perfecto aliado para los productores citríco-

Las plagas más preocupantes actualmente en los cítricos de España son piojo rojo, cotonet y ácaros, mosca en recolección y pulgones, trips y prays en floración-cuajado.

Los programas de producción integrada de plagas han permitido alcanzar un buen equilibrio en los ecosistemas citrícolas con organismos beneficiosos que ayudan al control de diversas plagas (Cales, Rodolia, Crytolaemus, ...).

Este logro ha desplazado la preocupación del agricultor de otras plagas relevantes en cítricos como serpetas, capa-



rretas, piojos gris y blanco, cochinilla acanalada y moscas blancas hacia las plagas mencionadas antes.

RELDAN® E Y FAUNA AUXILIAR EN CÍTRICOS.

Reldan® E tiene un efecto ligero a moderado sobre la mayor parte de los insectos beneficiosos de los cítricos. Así pues, los tratamientos con Reldan® E no favorecen la proliferación de ácaros.

EFICACIA-POLIVALENCIA MÁXIMA CONTRA PLAGAS EN CÍTRICOS. Reldan®

E presenta elevada eficacia y está registrado para su uso en cítricos contra cochinillas (piojos, cotonet, caparretas, serpetas), pulgones, trips, prays y Ceratitis. Este amplio espectro de acción permite controlar varias plagas con un mismo tratamiento. Además, su excelente efecto vapor confiere al producto gran efecto de choque y excelente eficacia contra plagas de difícil acceso.

La polivalencia de Reldan® E puede

mostrar sus mayores beneficios en situaciones donde coincidan los momentos óptimos de tratamiento de varias plagas, por ejemplo cuajado de fruto (pudiendo controlar pulgones, trips, prays; además de 'cotonet de Les Valls'). Tratamientos con Reldan® E controlan piojo rojo y cotonet a la vez. Reldan® E presenta excelente eficacia en el control de cotonet.

Insecto auxiliar	Acción	OILB	Fuente
Typhlodromus pyri	Depredador de Panonychus ulmi	1	Bevione/Morando
Scymnus spp.	Depredador generalista	1	Ecotox 92
Stethorus punctillum	Depredador de Tetranychus urticae	1 – 2	Ecotox 92
Coccinella septempunctata	Depredador de Pulgones	1	Ecotox 92
Cales noacki	Parasitoide de mosca blanca	1-2	Grupo Trabajo Cítricos
Crytolaemus montrouzieri	Depredador de Panonychus citri	1	Grupo Trabajo Cítricos
Euseius stipulatus	Depredador de Panonychus citri	3	Grupo Trabajo Cítricos
Rodolia cardinalis	Depredador de Icerya purchasi	1	Grupo Trabajo Cítricos

OILB: Organización Internacional de Lucha Biológica

Clasificación OILB: 1, reducción de población del auxiliar menor al 25%; reducción 25-50%; 3, reducción 50-75%; 4 reducción > 75%

Dow AgroSciences erobert Hersteller von Zitrusfrüchten mit seinem polyvalenten Insektizid Reldan® E

Dow AgroSciences stellt ein Werkzeug vor, dass perfekt in sein ganzheitliches Produktionsprogramm für Zitrusfrüchte passt: die Vereinbarkeit von nützlichen Insekten mit maximaler polyvalenter

Wirksamkeit im Kampf gegen Schädlinge in der Zitrusindustrie. Es handelt sich um Reldan® E, ein perfekter verbündeter für die Hersteller von Zitrusfrüchten. Die vielfachen

Einsatzmöglichkeiten von Reldan® E unterstützen die großen Vorteile im Einsatz gegen Schädlingen in den geeigneten Situationen, z.B. im Obstanbau (zur Bekämpfung von Läusen, Delottococcus aberiae u.a.)

Dow AgroSciences wins over farmers with its versatile insecticide Reldan® E

Dow AgroSciences introduces a tool that fits perfectly for its use in programs for integrated citrus production for its: compatibility with useful beneficial insects and high-versatility effectiveness against various citrus pests. It's Reldan® E, a perfect partner for citrus producers.

The versatility of Reldan® E can show its greatest benefits in situations where optimal moments of treating various pests match, for example, fruit setting (being able to control aphids, thrips and prays, in addition to 'cotonet Les Valls').

Máximo control de trips y orugas escurior Armir Ahora en invernadero Totalmente selectivo · Corto plazo de seguridad · Baja toxicidad para aplicadores, fauna auxiliar y el medio ambiente

Spintor 480 SC



 Modo de acción único sin resistencias cruzadas con otras materias activas

Soluciones para un Mundo en Crecimiento

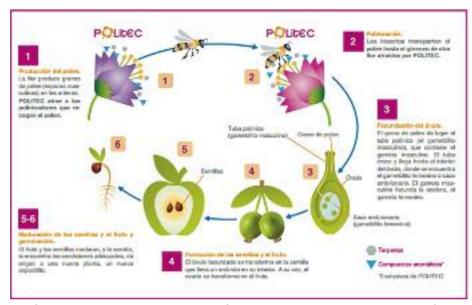
Grupo Agrotecnología presenta el atrayente de polinizadores más eficaz del mercado

I conjunto de características (p. ej. forma, color, tamaño, néctar y olor) que usa cada flor para atraer a un polinizador y transportar el polen de una flor a otra, ayudando a la reproducción y la creación de la fruta, es conocido por los científicos como síndrome floral. Las plantas sinunas sustancias especiales conocidas como aceites esenciales. Estas sustancias son mezclas de varios compuestos químicos que dan el aroma característico a las flores, frutos, corteza, hojas y semillas. Los aromas florales constituyen una antigua e importante forma de comunicación de las angiospermas con sus polinizadores, enemigos naturales y herbívoros. En muchos casos, las plantas concentran estas sustancias tanto en las flores como en los frutos v actúan como mensaieros auímicos para atraer a los polinizadores. Generalmente, los gromas florales volátiles están compuestos por mezclas de terpenos, derivados de ácidos grasos, compuestos aromáticos y otras sustancias emitidas por las

CARACTERÍSTICAS. Politec es una mezcla óptima y exclusiva de extractos aromáticos. Funciona como atrayente de polinizadores naturales. Concentra y aumenta la actividad de los insectos polinizadores en los diferentes momentos de la floración. Entre sus compuestos se encuentran terpenos y compuestos aromáticos, apreciados por su poder atrayente de polinizadores.

EFECTOS. Politec mejora la polinización, el porcentaje de cuaje y el rendimiento de los cultivos tratados. Complementa las acciones del viento y de la autopolinización espontánea de la flor. Favorece el rendimiento y la producción de biomasa en diferentes cultivos. Promueve la instalación de la fauna benéfica. Politec produce un efecto de atracción que delimita el área de trabajo de los polinizadores, aumentando el número de visitas efectivas en las flores y disminuyendo la fuga hacia otro tipo de flores no pertenecientes al cultivo de interés. La aplicación oportuna de Politec permite op-

"Como mínimo, una tercera parte de los cultivos agrícolas del mundo depende de la polinización por parte de insectos y otros animales", F.A.O.



> Gráfico 1: efecto de los compuestos aromáticos exclusivos de Politec en la polinización.

	kg cásca- ra/árbol	kg cásca- ra/ha	Rendimien- to %	kg popi- ta/árbol	kg pepita/ ha	€/kg pepita	Total 6/ árbol	Total &/ ha
T1 Politec	7,16	2040	29	2,08	591,60	В	16,61	4732,80
T2 Testigo	6,46	1841	29	1,87	533,89	8	14,99	4271,12
> Tabla 1. Estudio de la rentabilidad económica de la aplica-					Diferencia	1,62	461,68	

> Tabla 1. Estudio de la rentabilidad econômica de la aplica ción de Politec en un cultivo de almendro por hectárea.

timizar los recursos invertidos en polinización y, consecuentemente, mejorar la rentabilidad de los productores agrícolas (semillas y frutos).

ENSAYOS REALIZADOS EN HORTÍCOLAS Y FRUTALES. Diversos ensayos realizados tanto

en hortícolas como en frutales arrojan resultados positivos en el aumento de la producción total de los cultivos. Los resultados obtenidos en un ensayo realizado en el año 2015 en almendro (Murcia) pusieron de manifiesto que, donde se aplicó Politec®, la producción se vio incrementada en un 9%,

Grupo Agrotecnología stellt das wirksamste auf dem Markt erhältliche Lockmittel für Bestäuber vor

Politec ist die optimale und exklusive Mischung aus aromatischen Extrakten, die als natürliches Lockmittel für Bestäuber wirkt. Auf diese Weise fördert Politec der Grupo Agrotecnología die Bestäubung, die Anhaftung und die Erträge der behandelten Pflanzen, wie bereits in Versuchen an Mandeln in Murcia und Honigmelonen in Albacete nachgewiesen werden konnte. Dank der Verwendung von Politec konnte die Produktion bei Mandeln um 9% gesteigert werden, die Melonenerzeugung wuchs um 11%. Die Verwendung von Politec optimiert zudem die in Bestäubung investierten Mittel und somit die Erträge der

Erzeuger. Politec ist für alle Obstund Gemüsesorten geeignet, deren Erträge durch natürliche Bestäubung erhöht werden sollen (Kirsche, Kiwi, Zucchini, Wassermelone, Honigmelone, Mandel, Pflaume, Birne usw.)

Resultados:

POLITEC Testige

2,98 melones/m²

2,65 melones/m²

V

🤝 Se obtiene un 11% más de producción en la tesis POLITEC que en la testigo:

> Tabla 2. Media de melones/m2 obtenidos en cada tesis.

Politec es un producto natural y ecológico que aumenta el porcentaje de cuaje, la calidad y el rendimiento de los cultivos, aumentando así su rentabilidad.

lo que se traduce a su vez en un aumento en las ganancias de 460 euros más de pepita de almendra por hectárea. (**Tabla 1**)

En cuanto a los resultados obtenidos en un ensayo realizado en cultivo de melón amarillo en Albacete, arrojaron un aumento del 11% más de producción en la tesis tratada con Politec que en la del testigo.



Obteniéndose, por otra parte, frutos más homogéneos y de mayor calidad.

Agrotechnology Group presents the most effective attractant of pollinators on the market

Politec is an optimal and unique blend of aromatic extracts that works as an attractant of natural pollinators. Thus, Politec, by the Agro-technology Group, improves pollination, the percentage of fruit set and the yield of treated crops, as demonstrated by tests performed on almond trees in Murcia, and yellow melon in Albacete. In the first case, through the application of Politec, production increased 9%, while in the case of melon, 11%. Also, the application of Politec optimizes the resources invested in pollination and thus it improves the profitability of producers. Politec is suitable for all types of vegetable and fruit crops in which you want to increase the efficiency of natural pollination (cherry, kiwi, zucchini, watermelon, melon, almond, plum, pear,



Rijk Zwaan aprovecha su presencia en Fruit Logistica para presentar KNOX a nivel mundial





a multinacional de semillas Rijk Zwaan sigue innovando en el sector hortofrutícola v, en esta ocasión, ha sido en el ámbito de las hortalizas de hoja, en concreto, en la lechuga. Y es que, la firma holandesa, con sede en Almería, va a aprovechar su presencia en Fruit Logistica para presentar, a nivel mundial, una de sus últimas novedades. Se trata de KNOX, una nueva característica que ha introducido Rijk Zwaan en sus variedades de lechuga, que asegura que las hojas, después de cortadas, se decoloren más lentamente por efecto de la oxidación, es decir, aumenta la conservación en, aproximadamente, dos días. Se trata de un gran avance tanto para los agricultores como para las comercializadoras, ya que, "con KNOX, ya no es necesario envasar siempre la lechuga cortada en una atmósfera pobre en oxígeno, lo que permite reducir costes y una mayor variedad de mezclas", afirman desde la entidad. Y es que, qué mejor marco que el de

Fruit Logistica para abrir el mercado de KNOX, un concepto que ya está introducido en España, pero que ha nacido para ser reconocido a nivel internacional.

Asimismo, Rijk Zwaan, que contará con un amplio stand ubicado en el Pabellón 1.2 B-23, dará protagonismo en Messe Berlín a su gran diversidad de frutas y hortalizas. De hecho, en esta ocasión, va a continuar con la promoción de myCubies®, el pepino snack de tamaño baby que no deja a nadie indiferente. Con un tamaño aproximado de entre 8 y 11 centímetros, este pepino es ideal para comer entre horas. Este producto encaja perfectamente con la tendencia de snack saludable: a veces el mayor sabor se encuentra en las cosas más pequeñas. Igualmente, la multinacional de semillas seguirá promocionando la marca Sweet Palermo®, la nueva gama de pimientos de sabor para su consumo en crudo y también cocinado, que estará presente en Berlín de la mano de las numerosas comercializadoras que lo trabajan tanto a nivel nacional como internacional. También habrá una presentación especial de la amplia gama de tomates de Rijk Zwaan, de cara al 'retail', además de que tendrán especial presencia las diferentes líneas de producto, entre las que destacan Sensational Tradition, Convenience y Sensational Snack.

Rijk Zwaan takes advantage of its presence at Fruit Logistica to present KNOX worldwide

This year Rijk Zwaan will present at Fruit Logistica, and worldwide, KNOX, a new feature that the multinational seed company has introduced in its varieties of lettuce, which ensures that the leaves, after cutting, fade more slowly due to oxidation, i.e., conservation increases by approximately two days. Moreover, during the fair, Rijk Zwaan will continue promoting myCubies® and the Sweet Palermo® brand, and there will be a special presentation of the wide range of the multinational seed company's tomatoes facing 'retail'. The different product lines among which we can mention Tradition Sensational, Sensational Convenience and Snack, will also have a special presence.

Rijk Zwaan nutzt seine Anwesenheit auf der Fruit Logistica, um KNOX weltweit vorzustellen

Rijk Zwaan stellt auf der diesjährigen Fruit Logistica weltweit KNOX vor, das das multinationale Saaten-Unternehmen im Bereich Kopfsalat neu eingeführt hat; es sorgt dafür, dass die Blätter ihre Farben nach dem Schneiden durch Oxydation langsamer verlieren, was sie ca. zwei Tage länger haltbar macht. Während der Messe wird Rijk Zwaan weiterhin myCubies® und die Marke Sweet Palermo® anbieten und das breite Angebot an Tomaten des

multinationalen Saaten-Unternehmens in einer Sonderpräsentation vorstellen. Daneben werden auch verschiedene Produktlinien zu sehen sein, darunter Sensational Tradition, Convenience und Sensational Snack.

Grupo Cristalplant, primer semillero almeriense GlobalGap



l pasado mes de octubre, Grupo Cristalplant recibió de manos del responsable internacional de GlobalGap el documento que lo acredita como semillero certificado en propagación de planta.

"Como empresa, a día de hoy, existe para nosotros un desafío constante en seguir creciendo de manera responsable. Por ello, de cara al futuro, hemos elegido realizar las auditorías pertinentes para la obtención de este certificado", comenta José Blanco, director general de Grupo Cristalplant. Así pues, el sello de Global-Gap supone para Grupo Cristalplant –primer semillero en obtener la certificación en la provincia de Almería– garantizar a sus agricultores que los productos que manipulan son de calidad 100%, ya que cumplen con toda la legislación fitosanitaria estipulada.

La empresa almeriense, que ha cerrado 2015 con excelentes resultados, prevé que 2016 sea un año aún más exitoso gracias a todos los que forman parte de ella. Desde sus proveedores a sus clientes, pasando por todos los trabajadores que forman Grupo Cristalplant.

Grupo Cristalplant, first GlobalGap seedbed from Almeria

Since last October, Grupo Cristalplant has the GlobalGap seal which credits it as a certified seedbed in plant propagation. Thus, the GlobalGap seal ensures Grupo Cristalplant – the first seedbed to be certified in the province of Almeria - farmers that the products they handle are of 100% quality, as they meet all stipulated health legislation. The company from Almeria, which closed 2015 with excellent results, expects 2016 to be an even more successful year thanks to all those who are part of it.

Grupo Cristalplant, führender Pflanzenanbieter in Almería GlobalGap

Seit Oktober letzten Jahres verfügt Grupo Cristalplant über das GlobalGap-Siegel als Nachweis seiner Zertifizierung als Pflanzenvermarkter. Dieses GlobalGap-Siegel bedeutet für Grupo Cristalplant –dem ersten Pflanzenvermarkter

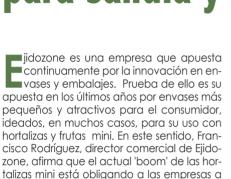
aus der Provinz Almería, der dieses Zertifikat erhielt– dass die Qualität der von ihnen an die Landwirte vertriebenen Erzeugnisse garantiert zu 100% den gesetzlichen Vorgaben zur Pflanzengesundheit entsprechen. Das

Unternehmen aus Almería, das das Jahr 2015 mit exzellenten Ergebnissen abgeschlossen hat, geht dasvon aus, dass 2016 dank aller am Unternehmen Beteiligten ein noch erfolgreicheres Jahr wird.

Experiencia, Calidad, Calidad, Somos fu primer gran poso.

31

para sandía y melón



bajo en este seamento. Junto a las tradicionales barquetas (de cartón, plástico, etc.) o al vaso tipo Starbucks, por el que la empresa apostó hace ya varios años y que se ha convertido en uno de los envases más reconocibles del mercado, Eiidozone trabaja en la actualidad en la introducción en el mercado de las denominadas 'pouch bags', bolsas de plástico en las que se envasa el producto y que el consumidor puede llevar directamente desde el supermercado a su casa.

trabajar en envases algo más pequeños y de ahí que Ejidozone esté intensificando su tra-

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

Junto a todo ello, en Eiidozone va "estamos preparando el nuevo packaging para melón y sandía, una bolsa con asa para calibres pequeños, permitiendo la impresión de la marca del cliente y textos con recetas o la descripción de las propiedades de la fruta", comenta Rodríguez, quien apunta que "este





formato ya se comercializó la campaña pasada con muy buena aceptación en los mercados europeos".

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



Ejidozone expands its packaging range with the introduction of watermelon and melon bags

Ejidozone continually works on innovation in packaging and, indeed, in recent years, the company works with smaller and more attractive packaging for its consumers, intended for use with mini fruits and vegetables. Along with this, Ejidozone is still committed to traditional trays, the Starbucks type cup and, more recently, the so-called 'pouch bags', plastic bags in which the product is packaged and that the consumers can take directly from the supermarket to their homes. The latest addition to its packaging range is a new bag for small sizes with a handle for melon and watermelon. The company already sold this format last season and achieved a very good acceptance within the markets.

Ejidozone erweitert sein Angebot an Verpackungen mit Tüten für Honigund Wassermelone

Ejidozone setzt weiterhin auf Neuerungen im Bereich Verpackungen und hat in den letzten Jahren tatsächlich kleinere und für den Verbraucher attraktivere Verpackungen für Mini-Obst und -Gemüse herausgebracht. Ejidozone bietet daneben

weiterhin traditionelle Schalen, Becher vom Typ Starbucks und seit kurzem so genannte 'pouch bags' an; dabei handelt es sich um Plastiktüten, in denen das Erzeugnis verpackt ist und in denen es vom Verbraucher direkt vom Supermarkt nach Hause getragen wird. Das

neueste Produkt ihrer Palette sind Tüten mit Griff für kleine Honigmelonen und Wassermelonen. Das Unternehmen hat dieses Format bereits in der vergangenen Saison angeboten und eine sehr große Marktakzeptanz

Agrobío destaca la importancia del uso de fauna auxiliar para esta primavera

In la agricultura intensiva, cada año se plantean nuevos retos. Agrobío es consciente de que, para avanzar, hay que desarrollar nuevas estrategias para afrontar los problemas que surgen en la agricultura día a día. Por ello, la empresa apuesta de forma decidida por llegar al agricultor con una solución rápida y eficaz.

En esta línea, Agrobío mejora la calidad de su fauna auxiliar y sus sistemas de introducción. La empresa insiste en el empleo de auxiliares de calidad que garanticen una instalación temprana en el cultivo. Ésta es, a su juicio, la mejor manera de mantener la sanidad vegetal de las explotaciones, disminuir la aplicación de tratamientos fitosanitarios y conseguir productos de calidad libres de residuos. Es por ello que Agrobío trabaja desarrollando las soluciones más efectivas para que todos los cultivos consigan tener una correcta instalación de insectos auxiliares con el fin de controlar las plagas.

Asimismo, abogan por la continuidad del control biológico para el control eficaz de las plagas en cultivos de otoño. En este sentido, las líneas de trabajo de Agrobío pasan por destacar la utilización en primavera de fauna auxiliar con objeto de que, cuando



llegue el verano, se consigan tener controlados al máximo tanto el trip como la mosca blanca. La puesta en marcha de esta práctica es una garantía para empezar lo más limpios posible los cultivos de otoño.

De esta forma, es importante incidir en el uso continuado de métodos de control biológico y la prevención como herramienta para evitar la presencia excesiva de mosca blanca, así como el avance cada vez mayor de araña roja. Además, Agrobío recuerda que, para obtener resultados efectivos, es necesario hacer un buen manejo del insecto beneficioso y respetar los protocolos y las dosis recomendadas de suelta.

En esta etapa, Agrobío apuesta por potenciar el área de Desarrollo, especialmente proyectada para promover dentro de la empresa la comunicación y coordinación entre áreas. Es un departamento que trabaja para unir las líneas de investigación con las necesidades reales de los agricultores y cooperativas. Es transmisor de información y se encarga de identificar las necesidades e impulsar las acciones para solucionar los problemas. Un trabajo que realiza en conjunto con el Departamento de I+D.

Agrobio highlights the importance of using auxiliary fauna this spring

In Agrobio they are aware that, in order to advance in biological control, they must develop new strategies to address the problems that arise daily within agriculture. Therefore, the company is firmly committed to approaching the farmer with a quick and effective solution. But they also insist on using quality auxiliaries to guarantee a systematic cultivation and, above all, they promote the use of auxiliary fauna in the spring, so that when summer comes, they can control the most important pests. Finally, Agrobio wants to boost its Development area, especially designed to promote inhouse communication and coordination between areas.

Agrobio betont die Bedeutung der Nützlinge in diesem Frühjahr

Agrobio ist sich darüber im Klaren, dass für für die biologische Schädlingsbekämpfung neue Strategien entwickelt werden müssen, um den täglichen Problemen in der Landwirtschaft effektiv begegnen zu können. Daher setzt das Unternehmen entschieden

auf eine schnelle und wirkungsvolle Lösung für den Landwirt. Aber dabei bleibt es nicht. Wichtig bleibt weiterhin der Einsatz von qualitativ hochwertigen Nützlingen im Anbau und die Verwendung dieser Nützlinge im Frühjahr, damit alle wichtigen

Schädlinge unter Kontrolle sind, wenn der Sommer kommt. Schlussendlich setzt Agrobío auf eine verstärkte Entwicklung, insbesondere im Hinblick auf die Förderung von Kommunikation und Koordination zwischen den verschiedenen Unternehmensbereichen.



33

SAT Agroiris incorpora melones de sabor a su gama para recuperar el mercado



AT Agroiris se encuentra ya inmersa en la preparación de su campaña de primavera. Un ejercicio en el que la comercializadora que dirige Juan Antonio Díaz Planelles aboga por la recuperación del sabor del melón, uno de sus productos estrella en estas fechas junto con la sandía, para, así, recuperar a su vez los mercados. En este sentido, Díaz Planelles lamenta que, en los últimos años, "el sabor del melón ha sido un hándicap" y, de hecho, "Almería ha perdido mucha cuota de mercado".

Para volver a lograr un buen posicionamiento en este producto, el director general de SAT Agroiris avanza que, en su caso, "estamos trabajando con variedades de melones especiales", de los que llevarán algunas muestras a Berlín. Estos "melones especiales", detalla Díaz Planelles, se diferencian del resto "por el color de su pulpa" y en SAT Agroiris los trabajan en los tipos piel de sapo, amarillo y galia. "Los productos que se están haciendo con sabor están

teniendo un mercado totalmente distinto al habitual", explica el director general de la comercializadora ejidense; de ahí que SAT Agroiris quiera abrirse un hueco en estos destinos.



SAT Agroiris nimmt schmackhafte Honigmelonen ins Sortiment, um wieder höhere Marktanteile zu gewinnen

SAT Agroiris ist gerade mitten in Honigmelonen-Sorten den Vorbereitungen für die Frühjahressaison. Dabei konzentriert sich das von Juan Antonio Díaz Planelles geleitete Unternehmen auf den guten Geschmack der Honigmelone, mit der er Marktanteile für dieses Erzeugnis in Europa zurück erlangen will. Dazu wird SAT Agroiris in Berlin neue

präsentieren, an denen sie arbeiten und die sich von den anderen durch "die Farbe des Fruchtfleisches" unterscheiden. Daneben zählt die Wassermelone zu den großen Anbauerzeugnissen dieser Vertriebsgesellschaft für die Frühjahressaison. Dafür und nach den guten Ergebnissen,

die im letzten Jahr erzielt wurden, hat sie sich entschieden, die Anbauflächen zu vergrößern und "für den Kunden zu planen." SAT Agroiris hat die Saison 2014/2015 mit "historischen" Zahlen geschlossen: mit einem Verkauf von 183 Millionen Kilo und 190 Millionen Euro Umsatz.



Por otro lado, y con respecto a la sandía, en SAT Agroiris han decidido aumentar su superficie cultivada de cara a la próxima campaña y, de hecho, "ya tenemos, incluso, una programación por cliente". En el caso de este producto, desde la comercializadora siguen apostando por el envase totalmente reciclable que lanzaron hace dos campañas y que, al ser una caja-cesta, permite un mejor y más fácil transporte del producto del mercado a casa. En este sentido, Díaz Planelles comenta que "sequimos trabajando con este formato y, además, va creciendo, poco a poco, todas las

Todo esto es lo que SAT Agroiris pretende mostrar en Alemania, además de la solvencia de la propia empresa. Y es que la SAT que dirige Juan Antonio Díaz Planelles cerró la última campaña, la 2014/2015 con unas cifras "históricas": 183 millones de kilos comercializados v una facturación de 190 millones de euros. Pero no sólo eso. "El precio medio pagado al agricultor creció algo más del 20%" y, de hecho, según Planelles, hubo agricultores socios, "auténticos especialistas, que salieron a una media por kilo de 1,45 euros".

SAT Agroiris adds flavourful melons to its range to regain the market

SAT Agroiris is immersed in preparing its spring campaign. The trading company directed by Juan Antonio Diaz Planelles aims to recover the taste of melon in order to regain the market for this product in Europe. To do this, SAT Agroiris will demonstrate some tests in Berlin with new varieties of melon with which it is working and which differ from the rest by their "flesh colour". Along with this, the watermelon is the other major crop of the trading company heading the spring campaign. In this case, and given the success of last season, this year they have decided to increase the surface area "with a client programming". SAT Agroiris closed the 2014/2015 campaigns with "historical" figures: 183 million kilos sold and a turnover of 190 million euros.



Crecemos con la agricultura





Francisco Góngora /Alcalde de El Ejido

"La calidad de las frutas y hortalizas de El Ejido es gourmet"

regunta.- Los agricultores han sabido adaptarse a las exigencias de los mercados. ¿Resulta sencillo, desde el Ayuntamiento, seguirles el ritmo?

Respuesta.- El papel del Ayuntamiento es importante. No es fácil porque contamos, por suerte, con un sector muy dinámico. Es un sector muy profesional, que sabe adaptarse a los nuevos retos, está en continua evolución, es innovador y muy competitivo. Evidentemente, hace falta el trabajo conjunto de las administraciones, en muchos casos vamos por detrás del sector. A nosotros nos gusta tratar de estar a la par e incluso por encima, como en el caso de la higiene rural y los recursos hídricos. Hay dos aspectos que son clave: el tratamiento de los restos vegetales, en el que el Ayuntamiento va empujando, pese a no ser de nuestra competencia, y el de los recursos hídricos. La política de trasvases tiene que cobrar un protagonismo especial, los próximos años han de ser clave para empezar a recuperar nuestros acuíferos y contar con otras fuentes, como la desalación. En Granada están el pantano de Béznar y la presa de Rules con aqua sobrante también.

P.- El Consistorio pone a disposición del sector el CUAM, ¿qué importancia tiene?

R.- Ahí el Ayuntamiento hace un estuerzo. El Centro Universitario Analítico Municipal realiza más de 8.000 análisis anuales. Continuamente mejoramos la maquinaria y el instrumental, haciendo nuevos análisis y adaptándonos a las necesidades del sector. P.- Han puesto en marcha la campaña 'El Ejido, Gourmet Quality', ¿qué acciones están llevando a cabo con este sello de calidad?

R.- Estamos asociando los hábitos de vida saludables con el consumo de frutas y hortalizas, acuñando un distintivo de calidad. Se utilizan cada vez menos los productos químicos, hemos logrado implantar casi al cien por cien la lucha integrada, avance muy importante que sitúa la calidad de nuestras



frutas y hortalizas en una calidad gourmet, a la altura de los comensales y los paladares más exigentes. Tratamos de que se visualice la enorme calidad y esfuerzo que hace un sector que, en el municipio de El Ejido, da trabajo a más del 55 por ciento de la población ocupada.

P.- Acude a Berlín para apoyar a los empresarios agrícolas ejidenses en Fruit Logistica, ¿qué acciones llevan a cabo en la feria?

R.- Vamos a estar dos días, son dos jornadas de intenso contacto con todo el sector y con las instituciones, que están todas. También nos vale para analizar las necesidades que tiene el sector y para impulsar las iniciativas que tenemos en marcha.

P.- El Ejido acoge cada vez más empresas internacionales del sector agrícola, Rijk Zwaan, por ejemplo, va a instalar un nuevo centro de I+D+i en el municipio.

R.- Está habiendo un esfuerzo significativo de empresas relacionadas con la industria auxiliar de la agricultura. Eso está haciendo que El Ejido, que produce la mitad del volumen total provincial y que el 70 por ciento lo

comercializan empresas con sede social en el municipio, sea el lugar elegido para este tipo de inversiones. El Ayuntamiento da las mayores facilidades técnicas, urbanísticas, territoriales... para que, dentro de un orden, cuenten rápidamente con toda la tramitación para poder implantarse. Hay un diálogo permanente, es un Ayuntamiento muy accesible, que cumple con los plazos, que ofrece garantías jurídicas y legales, todo ello es muy importante.

Francisco Góngora, mayor of El Ejido: "The fruits and vegetables from El Ejido are gourmet quality"

The Council of El Ejido has launched the campaign called 'El Ejido, Gourmet Quality', with which, according to the mayor, Francisco Góngora, "we are associating healthy lifestyles with the consumption of fruits and vegetables, coining a distinctive quality". The councillor from El Ejido explained: "We increasingly use fewer chemicals" and he also stated: "We have succeeded in establishing almost one hundred per cent integrated control", which "puts the quality of our fruits and vegetables in a gourmet quality, at the level of the most demanding diners and palates". Therefore, with this campaign, "We try to show the huge quality and effort made by a sector that, in El Eiido. employs more than 55% of the working population".

Francisco Góngora, Bürgermeister von El Ejido: "Das Obst und Gemüse aus El Ejido hat Gourmet-Qualität"

Die Stadtverwaltung von El Ejido hat die Kampagne 'El Ejido, Gourmet Quality' in Gang gesetzt, mit der laut Bürgermeister Francisco Góngora, "gesunde Lebensgewohnheiten mit dem Konsum von Obst und Gemüse verbunden werden sollen, um so ein Qualitätskennzeichen zu schaffen". Das Stadtoberhaupt El Ejidos erläutert, dass "immer weniger chemische Produkte eingesetzt werden" und "es uns gelungen ist, den integrierten Pflanzenschutz fast zu Hundert Prozent einzusetzen", was dazu führt, dass "unser Obst und

Gemüse Gourmet-Qualität hat und höchsten Ansprüchen genügt. Daher "ist es uns ein Anliegen, in dieser Saison die hohe Qualität und die enorme Anstrengung darzustellen, die die Branche in El Ejido leistet, wo sie über 55% der Arbeitsplätze stellt."





Laimund y Joepasur ponen a disposición del mercado europeo más de un millón de dipladenias y toda planta ornamental que necesiten

as empresas Semilleros Laimund y Joepasur, ambas con sede en El Ejido (Almería), suman 12 hectáreas de producción de plantas ornamentales de cara a la primavera, especialmente de dipladenias, si bien se adaptan a los requerimientos de los mercados europeos y están abiertas a producir lo que necesite el cliente.

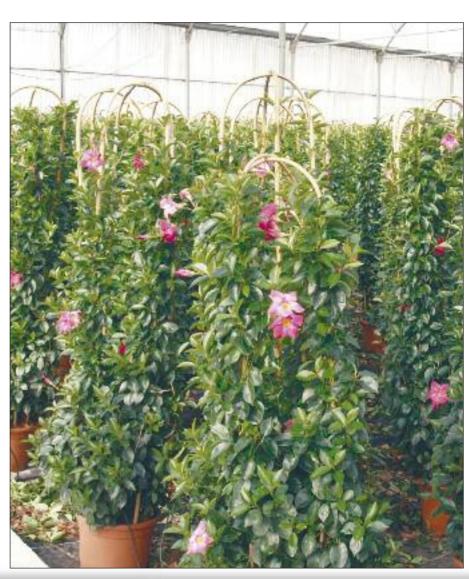
De dipladenia, por ejemplo, suman más de un millón de unidades de multitud de formatos, desde un macetero de 10,5 a uno de 32 y con una altura de 1,80 metros de planta, de formas tan diferentes como la arbustiva, en forma de pirámide, con espaldera, con doble arco y un largo etcétera.

Para Francisco Luque, responsable de ambas empresas, es "fundamental ofrecer la máxima calidad". Para ello, por ejemplo, Laimund es una de las pocas empresas certificadas en España MPS-GAP, lo que le abre las puertas a los mercados más exigentes.

La innovación y la apuesta por un mundo más saludable también van de la mano de Laimund y Joepasur. Así, ambas empresas van a empezar a enviar parte de sus partidas con 'residuo cero', algo que van a extender progresivamente a la totalidad de la producción. Con ello, una vez más, logran ir por delante de las exigencias de los mercados

Además de las dipladenias, tanto Laimund como Joepasur están introduciendo nuevas plantas a su oferta, como las calas, tanto blancas como de colores, hortensias en diferentes formatos o gardenias, entre muchas otras.

Para poder hacer frente a la creciente demanda de sus plantas ornamentales, Joepasur ha aumentado su superficie con la compra de una nueva finca, de 30.000 metros, 3 hectáreas que, sin duda, van a aumentar el potencial de la empresa.



Laimund und Joepasur bringen mehr als eine Million Diplademia und Schmuckpflanzen auf den europäischen Markt

Die Unternehmen Semilleros Laimund und Joepasur, beide mit Sitz in El Ejido (Almería) halten für dieses Frühjahr 12 Hektar Produktionsfläche für Schmuckpflanzen bereit, insbesondere für Dipladenia, halten sich aber auch für die Nachfrage des europäischen Marktes bereit und sind für alle Wünsche der Kunden offen. Außerdem sind Laimund und

Joepasur auch im Bereich Innovationen und Einsatz für eine gesündere Welt aktiv. Daher werden beide Unternehmen einen Teil ihrer Lieferungen mit "null Abfällen" liefern, ein Modell das nach und nach auf die gesamte Produktion übertragen werden soll. Damit sind sie erneut den Anforderungen des Marktes einen Schritt voraus.

Laimund and Joepasur made available over a million dipladenias and all the ornamental plants needed to the **European market**

The seed companies Semilleros Laimund and Joepasur, both based in El Ejido (Almeria), have a total of 12 hectares of ornamental plant production facing spring, especially dipladenias, although they are adapted to the requirements of European markets and are open to produce whatever the customer needs.

The innovation and the commitment to a healthier world are also Laimund and Joepasur proposals. Thus, both companies will start sending part of their batches with 'zero waste', which will progressively extend to its entire production. With this, again, they manage to stay ahead of market requirements.

20

El cherry de la cooperativa Coprohníjar, referente por su calidad y sabor

ablar de tomate cherry en Almería es hablar de Coprohníjar. La cooperativa que preside Juan Segura Morales está especializada en este producto y sus agricultores socios son, por así decirlo, auténticos artesanos. En esta campaña, Coprohníjar prevé comercializar en torno a 28 millones de kilos de tomate cherry, "si todo continúa como hasta ahora", explica su presidente. Hasta la fecha, "desde el punto de vista de la rentabilidad, la campaña está siendo floja", lamenta Segura Morales, quien añade que, en cualquier caso, las altas temperaturas han favorecido "que tengamos bastante más volumen que el año pasado, en torno a un 10% más"

El presidente de la cooperativa reconoce que, hoy por hoy, y tras casi 30 años de duro trabajo, "lo cierto es que tenemos una gran trayectoria como comercializadores de tomate cherry, estamos muy introducidos en los mercados" y, por qué no decirlo, "nuestro cherry es ya un referente por su calidad y su sabor", cualidades, ambas, que mucho tienen que ver con la zona en la que se produce, el Campo de Níjar.

Coprohníjar exporta su producto a, prácticamente, todos los grandes mercados europeos. Unos mercados que, desde hace más de un año, están algo "saturados", debido al cierre de las fronteras comerciales con Rusia en el verano de 2014. A este inconveniente, Segura Morales añade "el veto de Rusia ahora también a Turquía", con lo cual, este país "está desviando género a los estados de la Unión Europea". De ahí que comente que, en principio, "los próximos meses se prevén complicados".

En Coprohníjar trabajan ya en la preparación de la campaña de primavera, en la que la sandía es su otro producto estrella. "Esperamos comercializar entre 14 y 15 millones de kilos de sandía, sobre todo de sandía mini y rayada sin semillas", concluye Segura Morales.



The cherry from Coprohnijar, known by its quality and flavour

To speak of cherry tomatoes in Almeria is to speak of Coprohnijar. The cooperative led by Juan Segura Morales specializes in this product and, in this campaign, he plans to market about 28 million kilos of this tomato. After nearly 30 years of hard work, "the fact is that our cherry is deeply penetrated within the markets" and, why not admit that "it's already a benchmark for quality and taste". In Coprohnijar, we're working these days in the preparation for the spring campaign, in which watermelon is the other flagship product. "We expect to sell between 14 and 15 million kilos of watermelon, especially mini watermelon and seedless striped watermelon" he

Die Cherry-Tomate von Coprohnijar, das Vorbild wegen ihrer Qualität und ihres Geschmacks

Spricht man von Cherry-Tomaten in Almería, spricht man von Coprohnijar. Die von Juan Segura Morales geleitete Genossenschaft ist auf dieses Erzeugnis spezialisiert und wird in dieser Saison voraussichtlich 28 Millionen Kilo dieser Tomate

vertreiben. Nach fast 30
Jahren harter Arbeit "hat
unsere Cherry-Tomate
einen sicheren Platz auf
den Märkten" und, warum
sollte man es verschweigen
- "sie ist Vorbild wegen ihrer
Qualität und ihres
Geschmacks." Coprohnijar
bereitet sich derzeit auf die

Frühjahressaison vor, in der die Wassermelone ein weiteres Vorzeigeprodukt ist. "Wir erwarten, 14 bis 15 Millionen Kilo Wassermelonen zu verkaufen, insbesondere Mini-Wassermelonen und kernlose gestreifte Wassermelonen."



Lo natural es lo nuestro



Cosechar y comercializar frutas y hortalizas de alta calidad significa ser cuidadosos en todo lo que hacemos. Un proceso que ve dosde la selección de una semilla, su producción integrada, su recolección y comercialización hasta su consumo final. Todo ello exige un respeto y cuidado que recuiere un gran estuerzo do todos posotros.

En Coprolintar, esforzantes por la calibrad es algo muy natural, por eso LO NATURAL ES LO NUESTRO.

Anecoop anuncia novedades en Fruit Logistica 2016 tras la celebración de su 40 aniversario



necoop desembarca en Fruit Logistica 2016 con sabrosas novedades que pondrán en valor su oferta de fruta de hueso. De hecho, durante la feria, la empresa dará a conocer diversos avances realizados en este sentido con la presentación de un proyecto novedoso. Su presencia en este certamen fundamental en el sector hortofrutícola en fresco de todo el mundo se produce en un momento en el que la cooperativa de segundo grado y líder española en la comercialización de frutas y hortalizas ha escrito con éxito su historia de 40 años de trayectoria en el mercado internacional.

Durante los días 3 a 5 de febrero de 2016, la firma exportadora ofrece en Berlín una visión completa de todas sus novedades, productos y servicios. En su stand de 140 metros cuadrados estarán presentes todas las empresas filiales que integran la red comercial del Grupo Anecoop, así como sus oficinas comerciales en Valencia, Murcia, Almería, Sevilla y Valle del Ebro.

Coincidiendo con Fruit Logistica y con motivo de su 40 aniversario, Anecoop estrena además nueva web corporativa, www.anecoop.com, nueva web de Responsabilidad Social, www.bouquet.es, y web de vinos, www.anecoopbodegas.com, con más información, una imagen actualizada y un diseño web 'responsive' para que se puedan visualizar correctamente en distintos dispositivos. Desde su fundación en 1975, Anecoop se ha constituido como una de las mayores empresas internacionales de distribución de cítricos, hortalizas, frutas no cítricas y vinos. Es la primera empresa hortofrutícola del Mediterráneo y primer exportador y segundo comercializador de cítricos del mundo. La empresa agrupa actualmente a cooperativas hortofrutícolas y vitivinícolas y exporta sus productos a 68 países.

Francia es uno de los principales destinos de sus exportaciones y, precisamente, al final de 2015, Anecoop ha sido reconocida como Empresa del Año en Francia, premio otorgado por la Cámara Oficial de Comercio de España en Francia. Se trata de un galardón entregado a empresas de gran notoriedad internacional y que invierten de manera significativa en Francia.

Anecoop announces some developments in Fruit Logistica 2016 after the celebration of its 40th anniversary

Anecoop landed at Fruit Logistica 2016 with tasty novelties that will add value to its offer of stone fruit. In fact, during the fair, the company will release several advances made in this direction with the introduction of a new project. Anecoop also launches its new corporate website,

www.anecoop.com, a new Social Responsibility website,

www.bouquet.es, and a wine website www.anecoopbodegas.com, with more information, an updated image and a 'responsive' web design in order to be correctly displayed on different devices.

Anecoop kündigt nach ihrem 40jährigen Bestehen Neuheiten für die Fruit Logistica 2016 an

Anecoop kommt mit leckeren Neuheiten zur Fruit Logistica 2016 mit einem Schwerpunkt auf Steinobst. Während der Messe wird das Unternehmen die darin erzielten Fortschritte präsentieren und ein neuartiges Projekt vorstellen. Anecoop zeigt zudem die neue Website der Genossenschaft www.anecoopbodegas.com, die ebenfalls neue der Gesellschaft mit beschränkter Haftung, www.bouquet.es, des Weinvertriebswww.anecoopbode gas.com mit mehr Informationen, einem aktualisierten Erscheinungsbild und "Responsive" Design für die korrekte Darstellung auf verschiedenen Geräten.



Desde hace 40 años, **Anecoop** forma parte de turmundo. Clientes, cooperativas, agricultores, empleados, proveedores y consumidores, juntos en más de 70 países, hacemos crecer cada día una empresa que por encima de todo cuida de las personas.

YouAgecoop.

Como productores, nuestras honalizas y frutas son la culminación de un trabajo que se sustenta sobre cuatro pilares: almentación saludable, seguridad alimentaria, medio ambiente y economía social.

Cultivar estos valores nos permite alcanzar éxitos como el de poder ofrecer al mercado una completa gama de hortalizas de origen español, con volumen, continuidad y amplio calendario, que incluye innovadoras ineas de producto adaptadas a las nuevas necesidades de los consumidores.



Le esperamos en



Hall 18 Stand B-01



Francisco Góngora /Presidente de la Interprofesional de Frutas y Hortalizas de Andalucía (HORTYFRUTA)

"HORTIESPAÑA quiere equilibrar la producción, la comercialización y la distribución para hacer más eficaz y transparente la cadena de valor"

regunta.- Almería y el resto de Andalucía participan, un año más, en Fruit Logistica. ¿Cuál debe ser el objetivo con el que acudan a la cita las empresas expositoras?

Respuesta.- El objetivo debe ser como el de otras ferias en las que nuestra agricultura también está presente: mostrar nuestra producción, dar a conocer la excelente calidad de nuestras frutas y hortalizas, haciendo especial hincapié en las técnicas de producción que se llevan a cabo para conseguir productos sanos y seguros durante todo el año. Además, se aprovecha esta feria para afianzar las relaciones de negocio con los clientes, buscar nuevas alianzas comerciales y también para ver novedades y por qué no, observar lo que están haciendo nuestros competidores.

P.- HORTYFRUTA se ha volcado mucho en los últimos años en la promoción de las frutas y hortalizas andaluzas en los mercados europeos. ¿Hasta qué punto considera que estas campañas han contribuido a consolidar la imagen de estos productos?

R.- Estoy convencido que este tipo de campañas, concretamente la que se ha llevado a cabo durante tres años en Alemania, Reino Unido y Austria, We Care, You Enjoy, Hortalizas de Europa, son fundamentales para nuestro sector. Con esta campaña, nos hemos ganado la confianza del consumidor. En términos de impactos, todas las acciones de la campaña han generado más de 850 millones de impactos en los consumidores, influyendo, por tanto, notablemente en sus decisiones de alimentación y de compra. Gracias a esta acción, hemos hablado con el consumidor y le hemos escuchado, ya que el objetivo final, no sólo de la campaña, sino del sector hortofrutícola, es informar y formar al consumidor de lo que producimos y cómo lo producimos, para que, cuando ponga en su cesta de la



compra, en su mesa, este producto, sepa que es seguro, de calidad.

P.- En octubre, en Fruit Attraction, tuvo lugar la presentación oficial de HORTIESPAÑA, el primer paso, por así decirlo, para lograr una interprofesional hortofrutícola a nivel europeo. ¿Qué supondrá para el sector esta interprofesional, primero nacional y, en un futuro, europea?

R.- La Organización Interprofesional Española de Frutas y Hortalizas, HORTIESPAÑA,

nace para lograr una mayor unión y representación de la horticultura española bajo invernadero. España es el primer exportador mundial de frutas y hortalizas frescas, siendo el mercado europeo el destino principal de nuestros productos. Con HORTIESPAÑA, la horticultura española tendrá las herramientas para abordar campañas de promoción para mejorar su imagen y poner el foco en la excelencia de los productos: calidad, seguridad alimentaria, trazabilidad, control

Francisco Góngora, Präsident von HORTYFRUTA:

"HORTIESPAÑA möchte die Erzeugung, den Vertrieb und die Vermarktung anpassen, damit die Wertkette wirkungsvoller und transparenter wird"

Der Branchenverband für Obstund Gemüsebau (HORTYFRUTA) Andalusien wird wieder aktiv auf der Fruit Logistica vertreten sein, um seine Kontakte sowohl mit den angeschlossenen Unternehmen als auch mit den großen Handelsketten und anderen europäischen Branchenverbänden zu pflegen. Der Vorsitzende, Francisco Góngora, bewertet hierzu die kürzliche Schaffung von HORTIESPAÑA, dem Spanischen Branchenverband für den Obstund Gemüsebau als Möglichkeit, "die Erzeugung, Vermarktung und den Vertrieb in Europa und gegebenenfalls auch den Verbraucher paritätisch vertreten zu können, um der Wertkette des europäischen Marktes eine Stimme zu geben und sie effektiver, transparenter und wertvoller zu machen."

biológico, sostenibilidad medioambiental, inclusión social y beneficios para la salud de los consumidores. Además, el provecto pretende ir más allá, como bien apunta. HORTIESPAÑA busca definir el marco de una futura Organización Interprofesional Europea, con la misma dimensión del mercado al que van destinados los productos de cobertura, y promoverla en las instituciones comunitarias. El fin último es equilibrar, en un órgano paritario, a la producción, la comercialización, la distribución europea y, en su caso, los consumidores u otras organizaciones representativas, para articular la cadena de valor del mercado europeo y hacerla más eficaz, transparente y valiosa para todos los actores que intervienen en ella.

P.- Hoy día ya nadie cuestiona la calidad de los productos andaluces, sin embargo sí pueden ser cuestionables los precios que, en ocasiones, recibe el productor. Desde HORTYFRUTA, ¿qué trabajo considera que pueden hacer para contribuir a equilibrar esta balanza?

R.- La cuestión de los precios es algo que nos preocupa a todos. Sabemos que los agricultores, que son el eslabón más importante e imprescindible de este sector, están pasando unos momentos muy difíciles por las bajas cotizaciones que se están registrando esta campaña. La ley de la oferta y la demanda es la que rige el sistema econó-

mico europeo. En nuestro sector, además, todo depende de la climatología. En la actualidad, una de las claves del hundimiento de los precios reside en la climatología, que ha disparado el volumen de producto. HORTYFRUTA lleva años trabajando en la planificación y organización del sector. La falta de poder de negociación frente a las cadenas debido a la atomización que tenemos es otro de los hándicap que hacen que la situación tampoco mejore.

P.- Por último, ¿tendrá HORTYFRUTA una participación activa en Fruit Logistica? R.- HORTYFRUTA tendrá en Berlín una importante actividad en cuanto a presencia y contactos con, primero, nuesempresas asociadas, otras empresas y asociaciones no integradas susceptibles de serlo; en segundo lugar, con agentes de la distribución y todos los actores pertenecientes al sector de frutas y hortalizas, con los que conviene mantener una estrecha relación en la búsqueda de acometer objetivos y problemáticas comunes que contribuyan a la mejora del sector. Y, en tercer lugar, además, y como hacemos en todas las ferias, aprovecharemos para tener contactos con las Interprofesionales Europeas (Francia, Italia, Rumanía y Hungría) con las que compartimos un objetivo común, el mercado europeo en todas sus vertientes: producción, comercialización, logística, distribución, promoción, etc.

Francisco Góngora President of HORTYFRUTA:

"HORTIESPAÑA wants to balance the production, marketing and distribution for a more effective and transparent value chain"

The Fruit and Vegetable Inter-branch of Andalusia (HORTYFRUTA) will have an active presence at Fruit Logistica, an event in which it foresees to maintain contacts both with its affiliated companies as well as with the large retailers and other European inter-branches. In this context, its president, Francisco Góngora, valued the recent creation of HORTIESPAÑA's, the Spanish Fruit and Vegetable Inter-branch, which is called to "balance, in a joint body, the production, marketing, European distribution and where appropriate, consumers, to articulate the value chain of the European market and make it more effective, transparent and valuable".

©Ejidozone s.l.

globalpackagingtechnologies envasesembalajesmaguinaria

www.ejidozone.com

Golpe a las exportaciones almerienses de pimiento a EE.UU.

■ I Servicio de Inspección de Sanidad de Plantas y Animales estadounidense (APHIS, por sus siglas en inglés) decidió, a finales de 2015, cerrar las fronteras de Estados Unidos a la exportación de pimiento español, tras haberse confirmado la presencia de mosca del Mediterráneo en envíos procedentes de España.

Desde que saltara la noticia, tanto desde el sector productor como desde la propia Consejería andaluza de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural no han hecho más que mostrar su disconformidad, sobre todo en un momento en el que las exportaciones andaluzas, y sobre todo almerienses, de pimiento a este país estaban creciendo. De hecho, sólo enero y octubre de 2015, y según se desprende del análisis de los datos del Datacomex, un total de 26 empresas de Almería exportaron a Estados Unidos 1.876.722 kilos de pimiento, un 227,24% más que en el mismo período del año anterior, por los que se facturaron 3.422.260 euros (+228.54%).

Teniendo en cuenta estas cifras, no es de extrañar que la propia consejera andaluza de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural, Mª Carmen Ortiz, haya tratado de mediar en el asunto y, además, de dirigirse a la ministra del ramo, Isabel García Tejerina, lo haya hecho también a la responsable de Asuntos Agrarios de la Embajada de Estados Unidos en España para, en este caso, invitarla a visitar algunas producciones agroalimentarias andaluzas.

Ortiz quiso mostrar su "preocupación" por la situación del sector del pimiento tras la prohibición de exportar a Estados Unidos e insistió en que este producto se cultiva "bajo técnicas sostenibles como el control biológico de plagas, que actualmente alcanza al 100% de la superficie en este producto". Asimismo, insistió en que "los servicios oficiales de sanidad vegetal de la Consejería han iniciado acciones de investigación y supervisión encaminadas a identificar aquellos eslabones de la cadena que hayan podido fallar o que sea preciso meiorar"





Por su parte, desde las organizaciones agrarias ASAJA y COAG en la provincia consideraron "injustificada" la medida, ya que todas las empresas interesadas en exportar a este mercado "están sometidas a un protocolo de detección y erradicación de la mosca Mediterránea que está funcionando", según apuntaron desde COAG.

Desde ASAJA Almería, por su parte, se refirieron al varapalo que supone para las comercializadoras interesadas en este mercado su cierre, sobre todo después de haber realizado "grandes inversiones para adaptarse a sus exigencias".

A blow to Almeria's pepper exports to the **United States**

The US border closure as of late 2015 for exports of Spanish pepper, after confirming the presence of Mediterranean fruit fly in shipments from Spain, has fallen like a bucket of cold water on the commercialisation sector of Almeria, especially if we take into account the importance this market was acquiring. From January to October 2015, 26 companies from Almeria exported1,876,722 kilos of pepper to the United States, a 227.24% increase over the same period last year, with a turnover of 3,422,260 euros (+228, 54%). From the producer sector, this measure is considered as "unjustified" and insists that companies interested in exporting to the US "are subject to a protocol of detection and eradication of the Mediterranean fly that is working".

Ein Schlag für die Paprika-Exporte Almerías in die Vereinigten Staaten

Das Schließen der USamerikanischen Grenzen Ende 2015 für Paprika-Exporte aus Spanien, nachdem die Mittelmeer-Fliege in Sendungen aus Spanien nachgewiesen werden konnte, hat sich wie eine Kaltwasserdusche auf den Vertrieb in Almería ausgewirkt, vor allem, wenn man die

Bedeutung berücksichtigt, die dieser Markt gerade erlangte. Allein zwischen Januar und Oktober 2015 exportierten 26 Unternehmen aus Almería 1.876.722 Kilo Paprika in die Vereinigten Staaten 227,24% mehr als im Vorjahreszeitraum, der Umsatz lag bei 3.422.260 Euro (+228,54%). Von

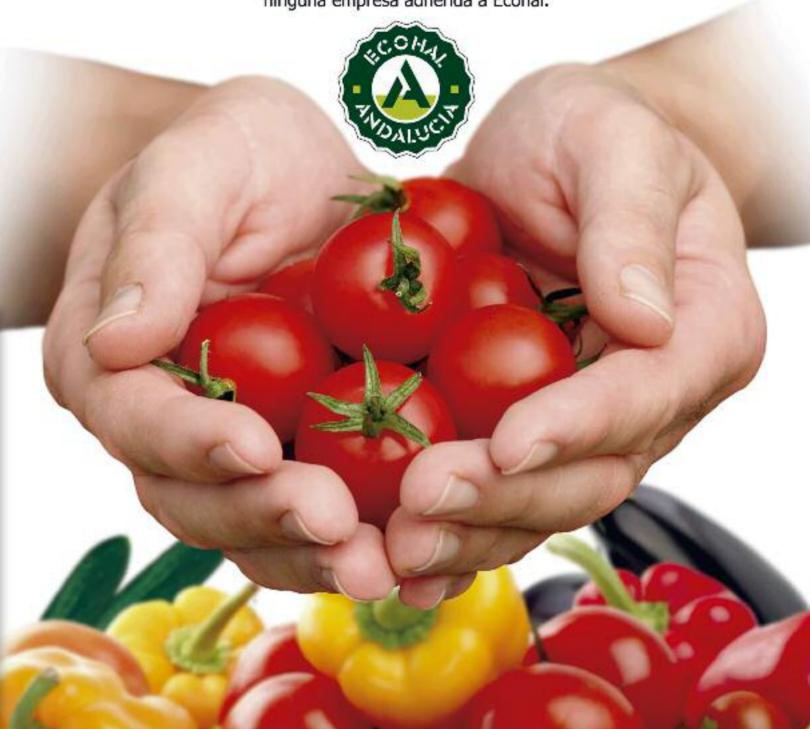
Erzeugerseite wird die Maßnahme als "ungerechtfertigt" betrachtet, sie fordert, dass die Unternehmen, die in die USA exportieren möchten, "einem funktionierenden Nachweisund Vernichtungs-Protokoll für die Mittelmeerfliege unterzogen werden."

El futuro está en nuestras manos

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

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

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



Los precios de las subastas en tu iPhone o Android totalmente gratuitos



Envía la palabra CODIGO



fhalmeria@fhalmeria.com
o un WhatsApp al 656 337 500
y te devolvemos el mensaje con un código de
activación de esta aplicación para que tengas
los precios de las principales subastas

TOTALMENTE GRATIS

GET AUCTION PRICES WITHOUT GOING OUT FAST AND FREE AUCTION PRICES ON YOUR PHONE FOR

FREE!



Send a Whatsapp message with the text "CODIGO" to the number:

656 337 500

- *Available at the App Store
- *Get it on Google Play

AUKTIONSPREISE OHNE HINZUFAHREN SCHNELL UND

GRATIS

ERHALTE DIE AUKTIONSPREISE AUF DEIN HANDYI GRATISI

Sende eine WhatsApp mit dem Text "CODIGO" an:

656 337 500













Semillas Fitó mostrará su liderazgo internacional en berenjena semilarga y melón amarillo en Fruit Logistica 2016

emillas Fitó estará presente en Fruit Logistica por décimo año consecutivo mostrando, desde el stand número C-12 (Hall 1.2), su liderazgo internacional en segmentos de mercados tan importantes como la berenjena semilarga y el melón amarillo, gracias a su fuerte apuesta en I+D y su reconocida vocación de servicio.

Al igual que en los últimos años, el stand de Semillas Fitó se compondrá de productos para fresco, con el melón y la berenjena como especies estrella, de especialidades, ubicadas en el tradicional 'Delicious Corner', y del maíz dulce destinado a la agroindustria.

Así, en berenjena, la compañía se sitúa como líder del mercado en tipología semilarga con la variedad Amalia y cuenta con una gama muy amplia de variedades de mucho potencial cubriendo todas las tipologías: Larga, con la variedad Eliana; Redonda, con Giada; Rayada, con Esmeralda; y Violeta, con Jessy. Lo mismo ocurre en melón, donde Semillas Fitó es líder



en tipo amarillo con la variedad Goldex, disponiendo además de una gama muy extensa para todas las tipologías: Galia, con Bazan; Piel de Sapo, con Paredes; Branco, con Ferreira; y Kirkagaç, con Westeros. En cuanto a las especialidades, en el 'Delicious Corner' destacarán las variedades como Monterosa, un tomate como los de antes de mucho sabor y tipo Rosa Marmande, que ya se puede comprar vía online en su página web propia: www.tomatomonterosa.com, o los pimientos tipo Dulce Italiano Lisos tanto rojos como amarillos de forma bonita, sabor dulce y muy buena postcosecha.

Semillas Fito will show its international leadership in semilarge eggplant and yellow melon at Fruit Logistica 2016

Semillas Fito (stand C-12, Pavilion 1.2) will be present at Fruit Logistica for the tenth time showing international leadership in market segments such as semi-large eggplant and yellow melon, thanks to its strong commitment to R&D. In eggplant, the company is positioned as a market leader in the semi-large typology with the variety Amalia, while in melon; its yellow type is the leader with Goldex, though, for both products, it offers a wide range of other types. Finally, the company will again have its stand with the 'Delicious Corner', a place intended for specialties, among which it will highlight its Rosa Marmande Monterosatype tomato and its Italian Smooth Sweet peppers -both red and yellow.

Semillas Fitó stellt seine Führungsrolle in mittelgroßen Auberginen und Honigmelonen auf der Fruit Logistica 2016 unter Beweis

Semillas Fitó (Stand C-12, Halle 1.2) wird zum zehnten Mal an der Fruit Logistica teilnehmen und dank seiner Investitionen in Forschung und Entwicklung seine internationale Führungsrolle in den Marktsegmenten mittelgroße Aubergine unter Beweis stellen. Bei den Auberginen ist das Unternehmen mit Amalia Marktführer bei den mittelgroßen Sorten, bei den Honigmelonen ist es mit Goldex Marktführer in den gelben Sorten, hält allerdings für beide Erzeugnisse ein breites Spektrum anderer

Typologien bereit. Zuletzt wird das Unternehmen an seinem Stand wieder seine "Delicious Corner" bereit halten mit den bekannten Spezialitäten wie der Tomate Rosa Marmande Monterosa oder den süßen gelben oder roten Paprika Dulce Italiano Lisos



FRUIT 2016 LOGISTICA

BERLIN 3|4|5 FEBRUARY Visit us at our stand: Hall 1.2 / C-12



Acusan a las comercializadoras de doblegarse a la Gran Distribución

OAG Almería ha vuelto a arremeter contra las Organizaciones de Productores de Frutas y Hortalizas (OPFH) de la provincia, la mayoría agrupadas en COEX-PHAL, a las que ha vuelto a acusar de ser las grandes "responsables" de la actual situación de crisis de precios que vive el sector, a pesar de contar con los mecanismos necesarios para la gestión de este tipo de situaciones. El secretario provincial de COAG Almería, Andrés Gónaora, ha criticado que las OPFHs "están boquiabiertas y, simplemente, son siervos de la Gran Distribución" mientras los agricultores, sin embargo, "se están desangrando". De hecho, Góngora ha lamentado que, sólo desde agosto de 2015 hasta hoy, "de pimiento, pepino y tomate, los productos que más han estado en crisis y siguen estando en Almería se han retirado dos millones de kilos, una cantidad irrisoria" y que, a su juicio, "no está sirviendo para mandar un mensaje al mercado y recuperar los precios". Asimismo, el secretario provincial de COAG se ha referido a la "actitud" de la Interprofesional de Frutas y Hortalizas de Andalucía (HORTYFRUTA), que "quieren ser interlocutores únicos, pero para no hacer nada".

Estas declaraciones pronto abrieron el debate, ya que, días después, la Asociación de Oraanizaciones de Productores de Frutas y Hortalizas de Andalucía, APROA, aseguró, a través de un comunicado, que, durante 2015 y las dos primeras semanas de 2016, las OPFHs de APROA habían retirado más de 11 millones de kilos de frutas y hortalizas. Sin embargo, para el secretario provincial de COAG, "estos datos no cuadran, ya que, según el FEGA, desde agosto de 2015 hasta mitad de enero de 2016, solamente se han retirado algo más de 2 millones de kilos, por lo que, una de dos, o están engañando con sus datos o están retirando sin solicitar las ayudas de retirada por el veto ruso". En cualquier caso, las comercializadoras alegan que no pueden dejar de seguir de servir a sus clientes si quieren mantener sus mercados. Asimismo, se refieren a las altas temperaturas de este año, que han aumentado las producciones y, evidentemente, han repercutido de



forma negativa en los precios. Así las cosas, desde COAG se quiere seguir "apretando", con el fin de que "las empresas se den cuenta de que tienen que mirar más por el socio. En estos días, estamos hablando con el resto de organizaciones agrarias y en breve informaremos de cuál va a ser nuestro próximo paso".

Den Vertriebsgesellschaften wird vorgeworfen, vor den großen Handelsketten einzuknicken

COAG Almería geht erneut gegen die

Erzeugerorganisationen für Obst und Gemüse (OPFH) der Provinz vor, die mehrheitlich in der COEXPHAI

zusammengeschlossen sind, und die sie erneut beschuldigt, die "Hauptverantwortlichen" für die

aktuelle Preiskrise für die Branche zu sein, obwohl sie über die notwendigen Mechanismen für den Umgang mit solchen Situationen verfüge. Tatsächlich beklagte sich Andrés Góngora, dass allein seit August 2015 bis heute "zwei Millionen Kilo, eine lächerliche Menge,

zurückgenommen worden ist." Auf der anderen Seite versicherte APROA in einer Mitteilung, dass seine OPFHs über 11 Millionen Kilo Obst und Gemüse zurückgezogen hätten; diese Angaben stimmen nach Góngora "nicht mit den offiziellen Zahlen der FEGA überein."

Marketers are accused of bowing to great distribution

COAG Almeria has lashed out against the Organizations of Fruit and Vegetables (OPFH) in the province, most grouped in COEXPHAL, which has once again been accused of being the great "ones responsible" for the current price crisis within the sector, despite having the necessary mechanisms to manage such situations. In fact, Andres Góngora regretted that, just from August 2015 until today, "they have withdrawn two million kilos, a derisory amount". However, on the other hand, APROA assured, through a statement, that its OPFHs had recalled more than 11 million kilos of fruits and vegetables, data that for Góngora - "doesn't jive according to official FEGA figures".



ASAJA propone situar al agricultor en el centro en las relaciones comerciales

a organización agraria ASAJA-Almería ha movido ficha tras los bajos precios a los que están cotizando en origen algunos productos hortofrutícolas de la provincia. En concreto, para evitar sucesivas crisis, proponen la puesta en marcha de contratos individualizados, agricultor por agricultor, en los que quede reflejado el precio más bajo que están dispuestos a percibir por cada entrega y según la calidad del producto. Por debajo del precio acordado, el producto se destinaría a retirada del mercado, sufragando este coste a través de los mecanismos de gestión de crisis

El presidente de ASAJA-Almería, Francisco Vargas, ha querido dejar claro que "la situación de bajos precios se está haciendo insostenible para los agricultores, y lo peor es que no entendemos por qué no se han realizado retiradas por parte de las OPFH, ni se ha facilitado su realización, tampoco desde la Interprofesional se han puesto en marcha los mecanismos que tiene en su mano para gestionar esta crisis de precios". Varaas ha subravado que "los productores somos una necesidad, pero no una prioridad para el resto de la cadena alimentaria. Y el modelo que estamos siguiendo está obsoleto, tiene demasiados aquieros v deficiencias para nuestros agricultores; por este motivo, hay que cambiar



la fórmula y buscar un nuevo modelo de relaciones comerciales en nuestra provincia". ASAJA apuesta por que el productor empiece a ser dueño de lo que vende y dar equilibrio y seguridad al mantenimiento de la cadena agroalimentaria.

ASAJA ha elaborado un modelo de contrato que se ajusta a la legislación vigente. Cada agricultor debería firmarlo con su empresa, y cada empresa con sus distribuidores, con la referencia de precios, fechas de entrega, kilos de productos etc. El precio de cada empresa y de cada agricultor

puede ser diferente en función de los costes de producción y de los resultados históricos individuales de los últimos 5 años.

ASAJA aims to place the farmer at the centre in trade relations

The agricultural organisation ASAJA-Almeria has reacted after the low prices at which some fruits and vegetables are being traded at source in the province. In particular, to avoid successive crisis, they are proposing the implementation of individualised contracts, i.e. farmer by farmer, in which, the lower price they are willing to receive for each delivery and according to the product quality, is reflected. Below the agreed price, the product would be intended for withdrawal from the market, defraying the cost through crisis management mechanisms.

ASAJA möchte den Landwirt ins Zentrum der Handelsbeziehungen stellen

Die Landwirtschaftsorganisation ASAJA-Almería geht einen Schritt weiter, angesichts der niedrigen Preise, die den Erzeugern einiger Gartenbauprodukte in der Provinz gezahlt werden. Um weitere Krisen zu vermeiden, schlagen sie vor, Einzelverträge für jeden Landwirt abzuschließen, in denen der niedrigste von ihnen akzeptierte Preis pro Lieferung und nach Qualität des Produktes angegeben ist. Sollte der Preis die vereinbarte Grenze unterschreiten, wird das Erzeugnis vom Markt genommen, die Kosten werden durch die Mechanismen zur Bewältigung der Krise getragen.

CALIDAD Y SERVICIO

siempre al lado del agricultor







Cajamar acompañará en Fruit Logistica a las cooperativas y empresas agroalimentarias

n equipo de directivos y técnicos de Cajamar acompañará a las cooperativas y empresas del sector agroalimentario en Fruit Logistica, la primera feria internacional de frutas y hortalizas, que se celebra entre el 3 y el 5 de febrero en Berlín.

El director general de Cajamar, José Luis Heredia, y el director de Negocio, Barto-Iomé Viudez, junto al director territorial de Almería, Jesús Vargas, y los responsables de Negocio Agroalimentario y Cooperativo, Roberto García Torrente, y de Empresas de Economía Social, Miguel Rodríguez de la Rubia, formarán parte de las expediciones y delegaciones que se han organizado con la finalidad de asesorar y colaborar con los presidentes y gerentes de cooperativas y empresas agroalimentarias almerienses durante las gestiones comerciales que se llevarán a cabo, así como de participar en las actividades y eventos que se desarrollen en el transcurso de esta feria.

Esta feria internacional, con 2.700 empresas expositoras y más de 65.000 visitantes, es referente para la agricultura almeriense por los contactos comerciales que se establecen. Los directivos de Cajamar pondrán a disposición de las cooperativas

y empresas agroalimentarias la experiencia que posee la entidad en negocio internacional, con la intención de reforzar canales de comercialización y contribuir a la apertura de nuevos mercados para nuestros productos hortofrutícolas.

Cajamar begleitet ihre Genossenschaften und Unternehmen aus dem Landbau auf die Fruit Logistica

Ein Team von Führungs- und Fachkräften von Cajamar begleitet die Genossenschaften und Unternehmen aus der Landwirtschaftsbranche auf die Fruit Logistica, der wichtigsten internationalen Obst- und

Gemüsemesse, die vom 3. bis 5. Februar 2016 in Berlin stattfinden wird.

Die Führungskräfte von Cajamar stellen den landwirtschaftlichen Genossenschaften und Unternehmen ihre Erfahrung in internationalen Verhandlungen zur Verfügung, um so Vertriebskanäle stärken und zur Öffnung neuer Märkte für unsere neuen Obst- und Gemüse-Erzeugnisse beitragen zu können.

Cajamar will accompany cooperatives and food companies at Fruit Logistica

A team of managers and technicians from Cajamar will accompany the cooperatives and food businesses at Fruit Logistica, the first international trade fair for fruit and vegetables, being held from February 3 to 5 in Berlin.

Cajamar executives will make available their experience in international business to cooperatives and food companies, with the intention of strengthening marketing channels and help open new markets for our fruit and vegetable products.



La Junta suma 70 millones de euros extra para facilitar la incorporación de jóvenes al sector agrario

The Government adds an extra 70 million euros to facilitate the incorporation of young people in the agricultural sector

The Andalusia Government has added 70 million euros to the 20 originally planned, to facilitate, through the 2015 Order of Aid, the incorporation of young people in the agricultural sector. With this action, the Minister of Agriculture, Fisheries and Rural Development, Mari Carmen Ortiz, is committed not to leave out any applicant who meets the requirements. Almeria is the second Andalusian province with the largest number of successful applications in the first phase, namely, 252.

51

a Junta de Andalucía suma 70 millones de euros más, a los 20 inicialmente previstos, para facilitar, a través de la Orden de Ayudas de 2015, la incorporación de jóvenes al sector agrario.

Con esta actuación, la consejera de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural, Mari Carmen Ortiz, apuesta por no dejar fuera a ningún solicitante que cumpla con los requisitos establecidos.

Almería es la segunda provincia andaluza con un mayor número de solicitudes admitidas en la primera fase, en concreto 252, solo superada por la de Jaén, donde se han registrado 297. Las ayudas, cofinanciadas al 90% por el Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural, se dirigen a agricultores de entre 18 y 41 años de edad en el momento de la solicitud.

Die Regionalregierung investiert 70 Millionen **Euro** mehr in die **Eingliederung junger** Arbeitnehmer in die Landwirtschaft

Durch die Anordnung über Beihilfen 2015 setzt die Regionalregierung Andalusiens weitere 70 Millionen Euro zusätzlich zu den ursprünglich vorgesehenen 20 Millionen für die Eingliederung junger Arbeitnehmer in die Landwirtschaft ein. Damit bezweckt die Ministerin für Landwirtschaft, Fischerei und landwirtschaftliche Entwicklung, Mari Carmen Ortiz, dass kein Anwärter, der den Anforderungen genügt, außen vor bleibt. Almería steht mit 252 in der ersten Phase zugelassenen Anträge an zweiter Stelle der andalusischen Provinzen.



Hotel	Habitación individual	Habitación doble
Hotel Tryp Berlin Mitte ****	850	725
Hotel Inside Berlín ****	850	725
Hotel NH Berlin Mitte	905	775
Hotel NH Friedristrasse ****	905	775
Hotel Hilton Berlín *****	1.185	915
Solo vuelo	510	

Salidas: Almeria - Berlin (8:15 - 11:35 horas). Berlin - Almeria (17:00 - 20:25 horas).

Información y reservas

Sergio Sánchez (División de Empreus de Almeria) Avenida Monserral - Edificio Brisas, 7 - Josai 1 Teli: 960 620 780 • Fas: 960 259 278. agricultura@viojosec.es

VIAJES EL Corle males

52

El modelo almeriense de reutilización de aguas depuradas podría ser una realidad en China



■ I modelo almeriense de reutilización de aguas depuradas podría implantarse en la región de Pekín, en China, por lo que más de 35.000 hectáreas de invernadero serían las que se llegarían a beneficiar de la experiencia pionera que está siendo desarrollada por la comunidad de regantes Las Cuatro Vegas. Y es que, durante varios días, un grupo de expertos del Beijing Municipal Bureau of Agriculture (instituto de investigación agraria perteneciente al gobierno de la región de Pekín) ha visitado la provincia almeriense con el fin de estudiar dicha implantación en su zona productiva. En este sentido, el presidente de Las Cuatro Vegas, José Antonio Pérez, explicó a los investigadores chinos los detalles

técnicos que han permitido la creación de una completa red de riego gracias al aprovechamiento de las aguas residuales de la capital almeriense, previamente depuradas en la estación de El Bobar.

Lo más llamativo para este grupo de expertos fueron los diversos tratamientos de filtración y desinfección, puesto que mostraron su satisfacción por la eficacia del sistema y por las ventajas medioambientales que aporta. Según comentó José Antonio Pérez, "lo que sobre todo han valorado ha sido la conciencia de ahorro de agua que tenemos en Almería y el hecho de que la reutilización permite cerrar el ciclo integral del agua en una clara apuesta por la sostenibilidad".

Con todo ello, esta experiencia podría suponer la extrapolación de la experiencia almeriense a una de las principales zonas agrícolas de China, cuya producción abastece a más de 20 millones de habitantes.

The Almerian model to reuse treated water could be a reality in China

A group of Chinese researchers have visited the province of Almeria in order to get to know, up-close, Almeria's model to reuse treated water, an action launched by the community of irrigators 'Las Vegas Four', whose president, Jose Antonio Perez, explained the technical details that have allowed the creation of a complete irrigation network by leveraging wastewater from the capital of Almeria, previously treated at the El Bobar station. In fact, in the event that this model is implemented in the region of Beijing, more than 35,000 hectares of greenhouses could benefit from this pioneering experience.

Das in Almería entstandene Modell zur Wiederverwertung gereinigten Wassers könnte in China Realität werden

Eine chinesische Investorengruppe hat die Provinz Almería besucht, um das hier entwickelte Modell zur Wiederverwendung von gereinigtem Wasser aus erster Hand kennenzulernen, das von der Bewässerungsgemeinschaft Las Cuatro Vegas entwickelt worden war, deren Vorsitzender, José Antonio Pérez, die technischen Details für das Anlegen eines kompletten Bewässerungsnetzes unter Verwendung der Abwässer aus der Hauptstadt Almería

erläuterte, die vorab im Klärwerk El Bobar gereinigt worden waren. Sollte dieses Modell in der Region Beijing umgesetzt werden, könnten über 35.000 Hektar Treibhäuser von dieser Pionierleistung profitieren.



La vida es dulce

Sorprendentemente dulce, un pimiento único por su dulzor y aroma.

Sorprendentemente versátil, Sweet Palermo® es el ingrediente ideal, tanto fresco en ensaladas, como frito o asado.

Sorprendentemente fácil, se prepara de forma rápida y sencilla, ya que la semilla se aloja muy cerca del pedúnculo y la piel se desprende con facilidad.



54

a casa de semillas HM Clause llega a la nueva edición de Fruit Logistica con el fin de mostrar sus nuevas variedades de tomate Flavoriti F1, Dolcetini F1 y CLX 37841 F1*, que destacan, sobre todo, por su excelente sabor y alta productividad. En este sentido, la firma mostrará los nuevos productos en un formato especial, una caja rectangular de madera dividida en tres compartimentos y, en cada uno, habrá una muestra de cada variedad. En cuanto a las características especiales de Flavoriti F1, este tomate destaca por ser una variedad indicada para ciclos largos, con elevado rendimiento y excelente conservación. Sus frutos gozan de un alto contenido en azúcar y de muy buen sabor, además de que la planta cuenta con resistencia a TYLCV. En el caso de Dolcetini F1, esta variedad destaca por su planta equilibrada, adaptada a ciclos largos, además de que tiene resistencia intermedia a

TYLCV. Sus frutos destacan por su co-

HM Clause presenta sus nuevas variedades Flavoriti F1, Dolcetini F1 y CLX 37841 F1*, tomates de excelente sabor y alta productividad



lor rojo intenso, alto nivel de azúcar y excelente 'bouquet', así como por su excelente conservación y alta productividad, que hacen que este tomate sea uno de los más destacados. Finalmente, el CLX 37841 F1* es un tomate que se caracteriza por su gran consistencia y conservación, así como por su alto contenido en grados Brix. El color rojo intenso de dicha variedad es muy destacable, junto con su alto rendimiento. Se trata de un material indicado para ciclos largos, con resistencia a TYLCV.

HM Clause stellt mit seinen neuen Sorten Flavoriti F1, Dolcetini F1 y CLX 37841 F1*, Tomaten mit ausgezeichnetem Geschmack und hohem Ertrag vor

HM Clause kommt auf die diesjährige Fruit Logistica, um seine neuen Tomaten vorzustellen, die sich durch exzellenten Geschmack und hohen Ertrag auszeichnen. Flavoriti F1 zeichnet sich durch Früchte mit hohem Zuckergehalt und sehr gutem Geschmack aus, Dolcetini F1 ist eine ausgewogene Pflanze, die an lange Zyklen und hohe Produktivität angepasst ist. CLX 37841 F1* ist eine tomate mit sehr guter Konsistenz und Konservierfähigkeit, sie enthält sehr hohe Brix-Grade. Flavoriti F1 und CLX 37841 F1* sind TYLCV-resistent, Dolcetini F1 ist von mittlerer REsistenz.

HM Clause presents its new varieties Flavoriti F1, Dolcetini F1 and CLX 37841 F1*, tomatoes with excellent flavour and high productivity

HM Clause arrives at the new edition of Fruit Logistica in order to show its new tomato varieties with high productivity and excellent flavour. Flavoriti F1 stands out for its high sugar content and very good taste, while Dolcetini F1 is a balanced plant variety, adapted to long cycles and high productivity. Finally, the CLX 37841 F1* is a tomato that is characterised by its great consistency and conservation as well as for its high content in Brix degrees. Flavoriti F1 and CLX 37841 F1 * have resistance to TYLCV. while Dolcetini F1 has an intermediate resistance.

Empresarios hortofrutícolas alemanes conocen, in situ, las bondades de la agricultura ejidense

na delegación de empresarios hortofutícolas alemanes ha visitado el municipio ejidense con el fin de conocer, de primera mano, no sólo el alto nivel de tecnificación de su sistema productivo y la excelente la calidad con la que se producen las frutas y hortalizas, sino también como destino turístico. Así, los germanos han visitado la Estación Experimental de Las Palmerillas, la comercializadora Agroiris, varias fincas que se encuentran en plena producción agrícola, la subasta de Agroponiente o las instalaciones de Clisol Agro, entre otros lugares.



Deutsche Obst- und Gemüseerzeuger haben die Vorzüge der Landwirtschaft in El Ejido vor Ort kenengelernt

Eine Gruppe deutscher Unternehmer aus dem Obst- und Gemüsesektor haben El Ejido besucht und das hohe technische Niveau des Produktionssystems in der Gemeinde El Ejido und die ausgezeichnete Qualität der hier erzeugten Früchte und Gemüsesorten kennengelernt.

German fruit and vegetable entrepreneurs recognise, in situ, the benefits of the agriculture from El Ejido

A group of German entrepreneurs of the fruit and vegetable sector has visited El Ejido, where they have seen the highest level of modernisation of the productive system in the municipality of El Ejido as well as the excellent quality with which fruits and vegetables are produced.



ADN Agro: Es tener décadas de experiencia en el sector Agro. Es investigar, generar y compartir el conocimiento del sector agroalimentario contigo. Es fomentar el Cooperativismo. Estar a pie de campo. A tu lado. En tu explotación. Es contar con profesionales especializados en nuestro sector. Ofreciendo siempre Crédito Agro, medios de pago adecuados a tu explotación, seguros específicos Agro y tecnología de gestión agroalimentaria. Es promover cursos y jornadas Agro para ti, cátedras y publicaciones de tu interés. Es gestionar Ayudas Agro para tu negocio. Es ayudarte en la internacionalización y en la promoción internacional de tu negocio... y hacerlo también, como cada año, del 3 al 5 de febrero en Fruit Logística en Berlín.



