

# fh almería



FRUIT  
LOGÍSTICA

2018

71819 FEBRERO BERLIN

REVISTA AGRARIA MENSUAL DE LA PROVINCIA DE ALMERÍA

Edición especial • Febrero 2018 • Núm. 115

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



*Almería.*  
más natural que nunca

**Almería**, more natural than ever • **Almería**, natürlicher als je zuvor

 **Adora**<sup>®</sup>  
PASIÓN POR EL SABOR



**Descubre un  
tomate único  
y vive una  
experiencia  
para los  
sentidos**



Follow us:    

[www.tomato-adora.com](http://www.tomato-adora.com)

Nominated for  
FRUIT LOGISTICA  
**Innovation Award**  
2018



2018

7/8/9 FEBRERO BERLIN

FRUIT  
LOGISTICA

fhalmería

# Almería incrementa su presencia en Berlín un año más y ronda la treintena de empresas

□ Elena Sánchez

El inicio de año en el sector hortofrutícola tiene una cita más que importante para las decenas de empresas almerienses que siguen apostando por la promoción de las frutas y hortalizas de la provincia en eventos internacionales. Se trata de Fruit Logistica, que en esta ocasión tiene lugar del 7 al 9 de febrero, en Berlín, y que contará con la asistencia de cerca de una treintena de firmas con acento almeriense. Como no podía ser de otra manera, estar presente en Messe Berlín durante tres días permite a los profesionales del sector no solamente mantener reuniones con los diferentes clientes que las empresas de Almería tienen a nivel internacional, sino que también supone una gran oportunidad para conocer todas las novedades y las diferentes líneas por las que está yendo el sector agroalimentario en los últimos años.

Bajo el paraguas de la Agencia Andaluza de Promoción Exterior (EXTENDA) de la Junta

de Andalucía son once las empresas de la provincia que asisten a Fruit Logistica como son Vicasol, Caparrós Nature, Agroponiente, Kopalmería, Biosabor, Balcón de Níjar, Frutas Hortisol, Grupo AGF, Zoi Agrícola, SAT Las Haciendas y Unica Fresh. Asimismo, otras empresas que estarán en Messe Berlín enseñando su variada oferta y las principales novedades con las que están trabajando en la actual campaña son CASI, Bio Campojoyma, Smurfit Kappa Almería, Puerto de Almería, Primaflor, Cuadraspania, Agro Red & Gree, Frutas Luna, Gavà Grup, Herbex Hiberia, Hispatec International Paper o Novedades Agrícolas, entre otras.

Como cada año, cabe destacar otras firmas que, aunque no son originarias en Almería, sí que cuentan con sede o especial presencia en la provincia como las casas de semillas Rijk Zwaan, Syngenta o Enza Zaden, así como entidades de la industria auxiliar como Koppert o de la comercialización como Anecoop, entre otras.



## Almería stärkt seine Anwesenheit in Berlin noch ein Jahr und erreicht fast dreißig Unternehmen

Der Beginn des Jahres hat es im Obst- Gemüse-sektor eine sehr wichtige Verabredung für die zehn Unternehmen aus Almería gegeben, die immer noch auf die Beförderung des Obstes und des Gemüses der Provinz zu internationalen Events setzen. Es geht um Fruit Logistica, die vom 7. Februar bis zum 9. Februar in Berlin stattfindet und mit der Anwesenheit von über dreißig Firmen aus Almería rechnet. Es ist selbstverständlich während dieser drei Tage in der Messe Berlin anwesend zu sein; das ermöglicht unterschiedliche Termine mit den internationalen Kunden zu vereinbaren. Zudem ist dieses Event eine große Gelegenheit alle Neuheiten des Ernährungssektors mitzubekommen.



## Almeria increases its presence in Berlin with about thirty companies

The beginning of the year in the fruit and vegetable sector has a more than important date for the dozens of companies in Almería that continue betting on the promotion of the province's products in international events. This time is Fruit Logistica, which takes place from 7 to 9 February in Berlin, and which will be attended by about thirty companies from our province. As would be expected, being at Messe Berlin for three days allows the companies to hold various meetings with international customers. In addition, it is a great opportunity to know about the news of the agri-food sector.

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



# “Growing healthy life”



## Opinión



## Almería, Europas Lieferant im wahrsten Sinne des Wortes

Almería hat sich in den Lieferant von Europa verwandelt. Die Landwirte aus Almería die Gemüse für die europäischen Supermärkte anbauen, hat eine Qualitätsgarantie und Nahrungssicherheit, die schwer andere Länder anbieten können. Unsere Landwirtschaft hat viele Irrtümer korrigiert, hat viele Mängel beseitigt und die großen Vertriebsketten sehen in dem agrarischen Sektor aus Almería einen Verbündeten mit dem man Wohltat risikolos erlangen kann. Dieses Ergebnis müssen wir auch diese Jahr auf der Berliner Messe bekannt geben. Indem wir stolz sind Millionen von Europäern mit allen Garantien, dass der Markt und die gesundheitlichen Behörden die Erzeuger von Obst und Gemüse verlangen, ernähren zu können. Deswegen, hoffe ich, dass die nach Berlin begebenen Unternehmer eine sehr positive Messe genießen können.



## Almería, provider of Europe par excellence

Almería has become the supplier of Europe par excellence. Buying vegetables of Almerian farmers for European supermarkets is a guarantee of quality and food safety that other countries can hardly offer. Our agriculture has corrected many errors, it has solved many shortcomings and the large distribution chains see the agricultural sector of Almería as an ally with which to obtain profit without risk. With this message we must go one more year to Berlin, proud to be able to feed millions of Europeans with all the guarantees that the market and health authorities demand from fruit and vegetable producers. For this reason, I hope that the businessmen transferred to Berlin have a very good fair.



José Antonio Gutiérrez  
PERIODISTA

# “ Almería, proveedor de Europa por excelencia ”

**A**lmería se ha convertido en proveedor de Europa por excelencia. Comprar las hortalizas para los supermercados europeos a los agricultores almerienses es una garantía de calidad y salubridad alimentaria que difícilmente pueden ofrecer otros países. Nuestra agricultura ha corregido muchos errores, ha solucionado muchas carencias y las grandes cadenas de distribución ven el sector agrario almeriense un aliado con el que obtener beneficio sin apenas riesgo. Los países competidores de la cuenca mediterránea no han podido seguir el ritmo impuesto por Europa y el resultado es que lo que aporta España siempre es mejor. Con este mensaje debemos ir un año más a Berlín, orgullosos de poder alimentar a millones de europeos con todas las garantías que el mercado y las autoridades sanitarias demandan a los productores de frutas y hortalizas.

El camino para llegar a los mercados de Europa con señas de identidad inequívocas que abren las puertas a la producción almeriense ha sido largo y complejo, incluso ha sido necesario un cambio generacional para que los nuevos profesionales del sector acuñen un nuevo concepto de la salubridad alimentaria, de lo natural y de la calidad de las hortalizas frescas. Hoy es así y por ello estamos seguros de que la presencia de Almería en los stands de Messe Berlín aporta valor a la propia feria, refuerza los lazos comerciales con los clientes europeos, certifica una agricultura única y una capacidad total para dar a los consumidores lo que quieren en la medida y en la forma que quieren.

Además, la vuelta a otras épocas en la que todo esto no existía ya no es posible. Nadie desea volver a sistemas arcaicos poco rentables, nadie quiere trabajar más para conseguir menos, nadie quiere poner en peligro el prestigio alcanzado a base de investigación y trabajo.

Por último, me gustaría resaltar no solo los avances en la producción de hortalizas, también me gustaría hacerlo en una parcela fundamental y es aquella que se encarga de la logística. Da igual la cantidad, da igual el lugar o la dificultad para hacer llegar las hortalizas de Almería donde quieran los clientes. Hoy es posible y eso es una garantía más. Espero que tengan muy buena feria los empresarios trasladados a Berlín y que aprovechen las ocasiones para vender más toneladas de hortalizas. Feliz Feria.



# HORTIESPAÑA prepara una campaña de promoción en el ámbito europeo de la calidad de las frutas y hortalizas procedentes de los invernaderos españoles

□ Rafa Villegas

La calidad de las frutas y hortalizas que se producen en los invernaderos de Almería y la Costa Tropical granadina es indiscutible. A ello se suma la apuesta de los agricultores por la sostenibilidad medioambiental y una cuidada certificación de la seguridad alimentaria de los productos hortofrutícolas.

En la línea de poner en valor las buenas prácticas que se llevan a cabo en la producción de las frutas y verduras bajo invernadero, la Interprofesional de Frutas y Hortalizas

de España (HORTIESPAÑA) prepara ya un Programa Europeo para su promoción.

Para ello, la Interprofesional se ha acogido a ayudas de la Unión Europea para Acciones de Información y Promoción de Productos Agrícolas en el Mercado Interior y Terceros Países. Además, se ha puesto en contacto con agencias con experiencia en la promoción de productos agroalimentarios y en la ejecución de proyectos europeos.



## HORTIESPAÑA prepares a campaign to promote the quality of the fruit and vegetables coming from the Spanish greenhouses in the European area

The quality of the fruits and vegetables produced in the greenhouses of Almería and the Costa Tropical of Granada is undeniable. The farmers' commitment to environmental sustainability and the careful certification of the food safety of horticultural products is also important. To highlight the good practices that are carried out in the production of fruits and vegetables under greenhouse, the Interprofessional Company of Fruit and Vegetables of Spain (HORTIESPAÑA) is already preparing a European Program for its promotion.



## HORTIESPAÑA bereitet eine Kampagne vor, die Qualität der Frucht und Gemüsepflanzen in Europa zu fördern, die aus den spanischen Gewächshäusern kommen

Die Qualität der Früchte und Gemüsepflanzen, die in den Gewächshäusern von Almería und von der Tropischen Costa Granadas erzeugt sind, ist unleugbar. Das Engagement der Bauern zur Umwelt Nachhaltigkeit und dem sorgfältigen Zertifikat der Lebensmittelsicherheit von Gartenbauprodukten ist auch wichtig. Um die guten Methoden hervorzuheben, die in der Produktion von Früchten und Gemüsepflanzen unter dem Gewächshaus ausgeführt werden, bereitet das interprofessionelle Unternehmen der Obst und Gemüsepflanzen Spaniens (HORTIESPAÑA) bereits ein europäisches Programm auf seine Förderung vor.

NUEVO RANGE ROVER VELAR

NO NECESITA PRESENTACIÓN



ABOVE & BEYOND



DESDE 54.200 €\*

Nieto Motor

Calle Sol, 48 – 04230 Huércal de Almería (Almería)

950 144 500

nieto-motor.landrover.es



Gama Nuevo Range Rover Velar: consumo combinado 5,4-9,4 l/100 km, emisiones de CO<sub>2</sub> 142-214 g/km.

\*P.V.P. Range Rover Velar 20 D 240 CV 4WD AUTO desde 54.200 € que incluye IVA o IGIC, transporte, descuento promocional e impuesto de matriculación (IEDMT). IEDMT calculado al tipo general. No obstante, el tipo aplicable puede variar en función de la comunidad autónoma de residencia. Precio promocional exclusivo para 100 unidades financiadas con FCA Capital España EFC, SAU según condiciones contractuales, con un importe mínimo a financiar de 20.000 €, a un plazo mínimo de 37 meses y una permanencia mínima de 24 meses. Oferta válida hasta el 31/03/2018 o hasta finalización de unidades (100) en Península y territorio insular. 3 años de garantía sin límite de kilometraje. El modelo mostrado puede no coincidir con el ofertado. Más información en la línea Land Rover 902 440 550.



## Der Himmel über Almería wird immer weißer und schon mehr als 31 000 Hektar sind Gewächshäuser

Die landwirtschaftlichen Oberflächen in Gewächshäusern in Almería sind in ständigem Wachstum. Es sind schon mehr als 31 000 Hektar in Gewächshäusern, die aktuell laut der Kartographie der Treibhäuser in Almería, Granada und Málaga vom Jahr 2017 registriert sind, veröffentlicht vom Ministerium für Landwirtschaft, Fischerei und ländliche Entwicklung. Die Studie berichtet genau, dass die Fläche der Gewächshäuser im Jahr 2017 in Almería 31 034 Hektar betrug, wobei die Felder von Dalías, Níjar und Bajo Andarax die Landstriche sind, die mit 96 Prozent den größten Teil der Oberfläche stellten.



## The Almería sky is painted white and there are more than 31,000 hectares of plastic greenhouses

The agricultural area under plastic continues to grow in the province of Almería, since there are more than 31,000 hectares of greenhouse that are registered today, according to 'Cartography of greenhouses in Almería, Granada and Málaga' of 2017, published by the Ministry of Agriculture, Fisheries and Rural Development of Spain. Specifically, the study reports that the greenhouse area in 2017 in Almería is 31,034 hectares. Campo de Dalías, Campo de Níjar and Bajo Andarax are the biggest areas with a 96% of the total surface.

# El cielo almeriense sigue pintándose de blanco y ya son más de 31.000 las hectáreas de invernadero bajo plástico

□ Elena Sánchez

Suma y sigue y no deja de crecer año tras año. Se trata de la superficie agrícola bajo plástico que hay registrada en la provincia de Almería y que continúa pintando de blanco el cielo almeriense, tan característico desde aplicaciones como Google Maps o, incluso, la NASA quien, en más de una ocasión, ha mostrado su admiración por la visión que se tiene desde el espacio de este 'trocito' del sur de España. Según la 'Cartografía de invernaderos en Almería, Granada y Málaga' del año 2017, publicada por la Consejería de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural, la superficie invernada detectada para el 2017, en Almería, es de 31.034 hectáreas (contando las comarcas del Alto Andarax, Campo de Tabernas y Río Nacimiento, introducidas este año y con las que no se contó años anteriores).

Sin duda, el incremento del número de hectáreas en Almería está permitiendo que la



agricultura siga siendo uno de los pilares fundamentales de la economía de la provincia, a lo que hay que sumar la ventaja que conlleva y que está relacionada con un mayor número de kilos que poder ofrecer al mercado a lo largo de los 365 días del año. El Campo de Dalías, Campo de Níjar y Bajo Andarax son las comarcas que concentran la mayor parte de la superficie detectada y publicada en dicha Cartografía, un 96 por ciento.

# Empresas apoyan a los agricultores del Poniente almeriense afectados por los tornados

□ **Rafa Villegas**

**E**l Día de Reyes, una serie de tornados recorrieron la comarca del Poniente almeriense, muy especialmente el término municipal de El Ejido. El balance de daños supera los 40 millones de euros y son muchas las empresas con relación con el sector hortofrutícola que no han dudado en dar un paso adelante para ayudar a los afectados

y ofrecerles sus servicios con condiciones más ventajosas.

Es el caso, por ejemplo, de Seminis, Grupo Cristalplant, HM Clause, Voloagri y La Unión, cinco empresas que se han unido para lanzar una línea de ayuda para los agricultores afectados. Gracias a su colaboración, los productores van a poder acceder a condiciones preferentes en la compra de semillas y la crianza de las plantas en el semillero.



El director general de La Unión, Jesús Barranco, aseguró que "es nuestra responsabilidad ayudar a los agricultores y darles los medios necesarios para salir de esta complicada situación".

Cajamar, por su parte, comenzó a pagar las indemnizaciones por los tornados a los agricultores asegurados tras menos de dos semanas del siniestro, sin duda una ayuda importante para los afectados.



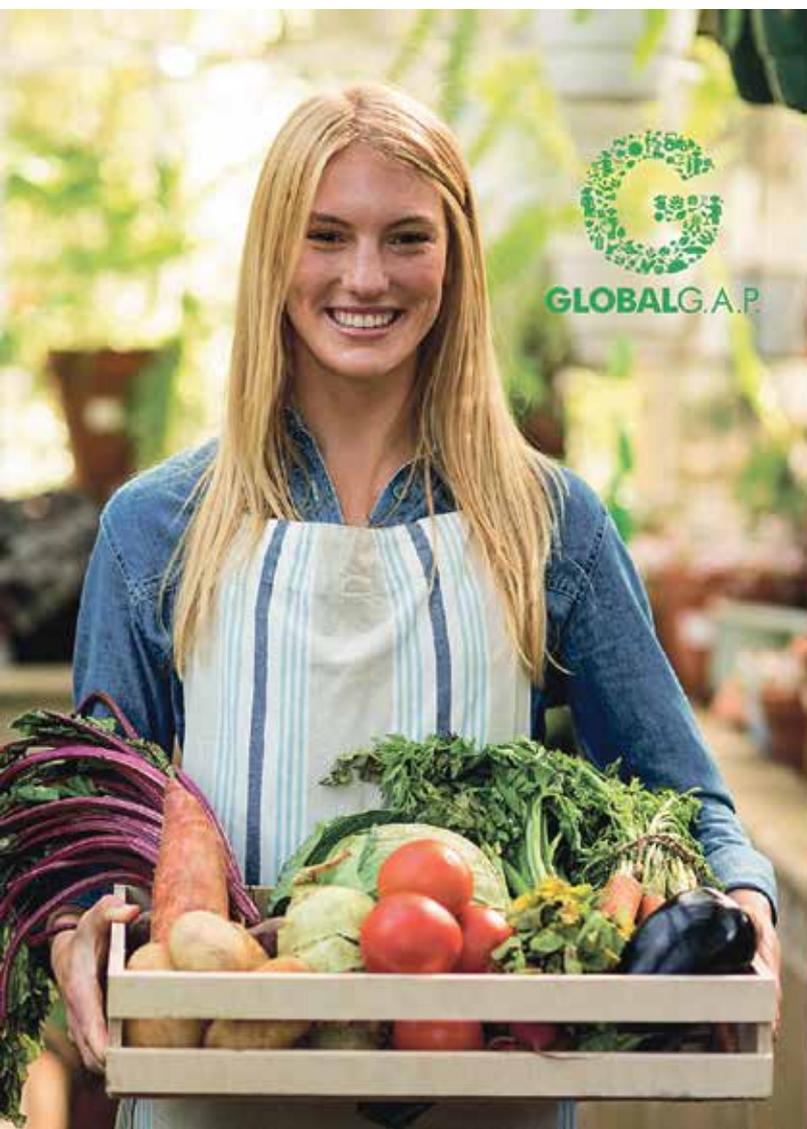
## Companies support the farmers affected by tornadoes

The 5th of January, a series of tornadoes toured the west region of Almeria, especially the municipality of El Ejido. The balance of damages exceeds 40 million euros and there are many companies in relation to the fruit and vegetable sector that have not hesitated to take a step forward to help those affected or offer their services with more advantageous conditions. This is the case, for example, of Seminis, Grupo Cristalplant, HM Clause, Voloagri and La Unión, five companies that have come together to launch a helpline for affected farmers. Thanks to their collaboration, the producers will be able to access preferential conditions in the purchase of seeds and the raising of the plants in the seedbed.



## Unternehmen unterstützen die betroffenen Landwirte aus West Almeria bei den Unkosten der Wirbelstürme

Am 6. Januar 2018 eine Reihe von Wirbelstürmen sind durch den Landstrich von West Almeria, besonders das Gemeindegebiet von El Ejido durchgelaufen. Die Bilanz der Katastrophe übertrifft 40 Millionen Euro, es sind viele Unternehmen des Obst-Gemüse Sektors, die nicht gezögert haben, um den betroffenen zu helfen oder ihnen ihre Dienste mit vorteilhafteren Bedingungen anzubieten. Das ist der Fall, von Seminis, Grupo Cristalplant, HM Clause, Voloagri und La Unión, fünf Unternehmen, die sich zusammengeschlossen haben, um eine Linie von Hilfsmitteln für die betroffenen Landwirte auszuarbeiten. Dank seiner Mitarbeit werden die Erzeuger zu bevorrechtigten Bedingungen im Kauf von Samen und dem Stillen der Pflanzen in der Saatbeet Zugang haben können.



## VISÍTANOS EN FRUIT LOGÍSTICA 2018

**7-9 Febrero 2018**  
**Berlín, Alemania**  
**Stand D-08, Pabellón 5.2**

Conferencia de Prensa de GLOBALG.A.P.  
8 de Febrero de 2018  
Berlín, Alemania  
Recinto Ferial de Berlín, Centro de Prensa  
Pabellón 6.3, Sala B  
Hora 12.30h-13.30h

[www.globalgap.org](http://www.globalgap.org)



# Los tomates de ISI Sementi destacan en Almería



ISI Sementi va ampliando su gama de variedades de tomate desarrolladas para el cultivo en Almería y otras zonas de la Península Ibérica. Junto con todo el grupo de variedades Pomo Rosa® que están teniendo un gran éxito en el mercado español y europeo con las variedades Rosamunda F1, corazón de buey de color rosa de excelente sabor, forma y color, y el asurcado Rosalinda F1 (ISI 62250 F1), de tipología sorrentino, rosa de Barbastro, de excelente producción, de color rosa uniforme y brillante, destacando a su vez por su extraordinario sabor dulce y su alta conservación postcosecha, este año han destacado otras variedades. Una de ellas pertenece a la tipología de tomate rama, y la otra a la tipología de tomate pera. En rama, la variedad ISI 62133 F1 es un tomate de sabor para recolectar en rama, siendo una variedad de planta fuerte y compacta a la vez con entrenudos cortos formando ramos en forma de 'espinas de pescado', con frutos de color rojo brillante, sin problemas de rajado ni manchado, con mucha firmeza y conservación destacando, como ya se ha comentado antes, por su excelente sabor. Por su alto nivel de resistencias está perfectamente adaptado al cultivo ecológico. Recomendado tanto para cultivo de otoño como de primavera y para ciclo corto y largo. Resistencias HR: ToMV/Va/ Vd/ Fol 0-2/Pf (Ff A-E)/TSWV/. IR: TYCLV, Ma Mi Mj.



Variedad de tomate pera ISI 52055 F1.



Variedad de tomate rama ISI 62133 F1.

En la tipología de pera ha impresionado enormemente a los productores la variedad ISI 52055 F1, por su precocidad y producción. Es ideal para ciclo corto de otoño con trasplantes tempranos, con muy buen cuaje con calor y gran precocidad de cultivo produciendo frutos de buen tamaño de color rojo brillante, con muy buena firmeza y conservación, manteniendo el tamaño y producción durante todo el cultivo, con gran tolerancia al rajado y manchado, muy bien adaptado para cultivos de otoño y primavera. Esta variedad, también por su alto nivel de resistencias, está indicada

para cultivo ecológico. Resistencias HR: ToMV/Va/ Vd/ Fol 0-2/Pf (Ff A-E)/TSWV/. IR: TYCLV, Ma Mi Mj.

A toda esta gama también se han unido los cherrys redondos ISI 82204 F1 y ISI 82205 F1 ambos para recolección en rama y suelto destacando por su sabor y producción y los cherrys de tipo pera.

En otra tipología de cultivos, este año ISI Sementi ha estado desarrollando toda una gama de calabacines para su cultivo en Almería adaptadas a los distintos ciclos de cultivo.

[WWW.ISISEMENTI.COM](http://WWW.ISISEMENTI.COM)



## ISI Sementi tomatoes stand out in Almeria

ISI Sementi is expanding its range of tomato varieties developed for cultivation in Almeria and other areas of the Iberian Peninsula. Along with the whole group of Pomo Rosa® varieties which have great success in the Spanish and European market with Rosamunda F1 and Rosalinda F1 (ISI 62250 F1) varieties, this year they have highlighted other varieties. Such as the branch ISI 62133 F1, vine tomato with a lot of flavor, and pear tomato ISI 52055 F1, which stands out for its precocity and production. The round ISI 82204 F1 and ISI 82205 F1 cherry tomatoes have also been added to this range, both with vine or loose harvesting, and a whole range of courgettes for their cultivation in Almeria.



## ISI Sementi Tomaten treten in Almería hervor

ISI Sementi breitet seine Produktpalette von Tomatensorten aus, die für die Kultivierung in Almeria und anderen Gebieten der iberischen Halbinsel entwickelt sind. Zusammen mit der ganzen Gruppe von Pomo Rosa® Sorten, die großen Erfolg auf dem spanischen und europäischen Markt mit den Sorten Rosamunda F1 und Rosalinda F1 (ISI 62250 F1) zeigen, haben sie in diesem Jahr andere Varianten hervorgehoben. Solche wie die Rispen-Tomate ISI 62133 F1, Geschmackvolle Tomate um mit der Rispe zu ernten und die ISI 52055 F1 Birnen-Tomate, die für seine Frühzeitigkeit und Produktion hervortritt. Der runde cocktail ISI 82204 F1 und ISI 82205 F1 sind auch zu dieser Reihe, sowohl mit der Rispen-Tomate oder dem losen Ernten als auch mit einer ganzen Palette von Zucchini für ihre Kultivierung in Almeria hinzugefügt worden.

# Las ventas de pimiento de Almería a Alemania sumaron más de 187 millones de euros entre enero y octubre de 2017



□ Elena Sánchez

Las ventas de las frutas y hortalizas de Almería al exterior suelen ser numerosas al cabo de una campaña agrícola y el ingreso por estas acciones cada vez se incrementa más gracias al trabajo de empresas y agricultores que ofrecen un producto de excelente calidad. Desde hace varios años, Alemania

se ha consolidado como el principal país de destino de los productos hortofrutícolas almerienses y, en concreto, el pimiento de la provincia es el producto que más se demanda en el país germano. Según los últimos datos facilitados por la Agencia Andaluza de Promoción Exterior, EXTENDA, entre enero y octubre de 2017, las ventas a Alemania de pimiento sumaron algo más de 187 millones de euros, es decir, 11.760 euros más que en el mismo periodo del año anterior, cuando los datos se cerraron en 175 millones de euros. Con estos datos, se prevé que, al final, el 2017 supere al 2016,

cuando el total acumulado por la venta de pimiento en el mercado germano fue de cerca de 239 millones de euros. Por detrás del pimiento se encuentra el tomate, que entre enero y octubre de 2017 sus ventas ingresaron en Almería cerca de 145 millones de euros, es decir, 9.598 euros más que en el mismo periodo de 2016. En tercer lugar se encuentran los pepinos, con 109 millones de euros, seguidos de melones y sandías, con 83 millones; calabacines, con 55 millones y berenjenas, con casi 21 millones de euros ingresados por sus ventas a Alemania.



## Die Verkäufe der Paprikaschote von Almería nach Deutschland beträgt über 187 Millionen Euro zwischen Januar und Oktober 2017

Seit einigen Jahren ist Deutschland das haupt Importland für die Obst-Gemüse Produkte aus Almería, konkret, ist die Paprikaschote der Provinz das Produkt, das im deutschen Land mehr nachgefragt wird. Laut den aktuellen Daten von der Andalusischen Agentur für Äußerlicher Beförderung, EXTENDA, betragen die Verkäufe von Paprikaschote nach Deutschland zwischen Januar und Oktober 2017, über 187 Millionen Euro, das heißt 11 760 Euros mehr zusammengezählt als in derselben Periode des vorigen Jahres. Hinter der Paprikaschote befinden sich Tomate, Gurke, Melone und Wassermelone, Zucchini und Aubergine.



## More than 187 million euros in pepper sales from Almería to Germany from January to October 2017

For several years, Germany has established itself as the main destination country for Almería's fruit and vegetable products, specially pepper from the province, which is the most demanded product in the German country. According to the latest data provided by the Andalusian Agency for Foreign Promotion EXTENDA, between January and October 2017, pepper sales to Germany were over 187 million euros, 11,760 euros more than during the same period of the previous year. Tomato, cucumber, melon, watermelon, zucchini and eggplant are after pepper in the ranking.

**Gama de tomate ISI Sementi para el mercado español**

**Rosalinda F1** (ISI 62250)

Si buscas el sabor, encuentra el corazón

**ISI 62133 F1** El tomate de sabor en ramo

**Rosamunda F1**

**ISI 52055 F1** precocidad y producción para el ciclo corto

**ISI 82204 F1** Larga vida y dulce

7|8|9 FEBRUARY 2018 | BERLIN  
HALL 1.2 STAND A-18

Research & Italian Passion

Frazione Ponte Ghiera 8/a  
43036 Fidenza Italy

+39 0524528439

info@isimentit.com

www.isimentit.com

# España cuenta con 24 hortalizas que presumen de calidad diferenciada

□ **Almudena Fernández**

Los alimentos de calidad diferenciada son productos que están protegidos por una normativa de la Unión Europea (UE) que garantiza el cumplimiento de unos requisitos superiores a los exigidos para el resto de productos. Estos alimentos se reconocen en España a través de las siglas DOP (Denominación de Origen Protegida) e IGP (Indicación Geográfica Protegida).

Según los datos del Ministerio de Agricultura, Pesca y Medio Ambiente, en España hay 19 productos hortícolas con indicación geográfica protegida y cinco más que están reconocidos con denominación de origen protegida. Los pimientos son la hortaliza que, en sus distintas variedades, cuentan con mayores reconocimientos, aunque también tienen este distintivo determinados tipos de coliflor, patatas, espárragos o tomate.

Los reconocimientos DOP e IGP son dos figuras de protección distintas cuya diferencia radica, fundamentalmente, en que en un producto con DOP la producción, la transformación y la elaboración se realiza en la misma zona geográfica; sin embargo, en un producto con IGP no es obligatorio que todas las fases se realicen en una misma zona geográfica.

La principal ventaja de inscribir una hortaliza en el registro comunitario es la de establecer su protección frente a su utilización comercial o imitaciones y evitar así cualquier otra práctica que pueda inducir a error al consumidor sobre el auténtico origen del producto.

En la provincia de Almería, únicamente el Tomate La Cañada tiene recogida su IGP



En la provincia de Almería, únicamente el Tomate La Cañada tiene recogida su IGP que, en este 2018, cumple ya una década

que, en este 2018, cumple ya una década. El proyecto de solicitud de la IGP Tomate La Cañada fue fruto de las peticiones realizadas en numerosas ocasiones por los empresarios de la zona de La Cañada y del Campo de Níjar con el objetivo de proteger, diferenciar y mejorar la imagen del tomate producido en esta comarca.

Los tomates que pertenecen a la indicación geográfica protegida Tomate La Cañada proceden de los tipos comerciales redondo liso, asurcado, oblongo y tomate cereza, entre los que se incluyen los tomates cóctel, estando certificados conforme a la UNE 155:102 de aplicación en tomate con alcance GlobalG.A.P. y al reglamento espe-

cífico de producción integrada en cultivos hortícolas protegidos y al reglamento (CEE) 834/2007 sobre la producción y etiquetado de productos ecológicos. Además, estos productos son de categoría extra o primera y cumplen con los requisitos establecidos en el pliego de condiciones de la IGP y la legislación vigente. Se trata de unos tomates para consumo en fresco y que están disponibles durante todo el año, destacando por su intenso sabor y olor y por su alto contenido en licopeno y vitamina C, virtudes que surgen de forma natural en esta zona de producción y que se fundamenta en un máximo respeto por el medio ambiente y por la protección de los cultivos.



## Spain has 24 vegetables with differentiated quality

Products with certified quality are those that are protected by a European Union (EU) regulation that guarantees the fulfillment of requirements higher than those required for the rest of the products. These certifications are known as PDO (Protected Designation of Origin) and PGI (Protected Geographical Indications). In the pro-

vince of Almería, only tomato from La Cañada has its PGI certification, which will be a decade old in 2018. Good farming practices, knowledge of the factors of production and the environment — in terms of water, soil, solar radiation or ventilation — are the factors that give added value to Tomato La Cañada.



Las buenas prácticas de cultivo, el conocimiento de los factores de producción y del medio ambiente, en lo que se refiere al agua, suelo, radiación solar o ventilación, son el origen que aporta un valor añadido al Tomate La Cañada, presentando unas singulares propiedades organolépticas que le hacen diferente a cualquier otro.

Otros productos con calidad indicación geográfica protegida (IGP) son los siguientes: el espárrago de Huétor-Tájar, los pimientos de Mougán, el pimiento de Arnoia, el pimiento de Couto, el pimiento de Oímbra, la patata de Galicia, los grelos de Galicia, el pimiento asado del Bierzo, el pimiento de Fresno-Benavente, el pimiento de Gernika, entre otros.

Los productos hortícolas con denominación de origen protegida (DOP) en España son los pimientos de Herbón, pimientos del piquillo de Lodosa, la cebolla Fuentes de Ebro, la alcachofa de Benicarló y las papas antiguas de Canarias.



## Spanien hat 24 Gemüsesorten mit Qualitätsprodukt bezeichnung

Produkte mit der differenzierter Qualität sind diejenigen, die durch eine Regulierung von Europäischen Union (EU) geschützt sind, die die Erfüllungsgarantie durch der Voraussetzungen die höher als für den Rest der Produkte erzielt haben. Diese Zertifikate sind als g.U (Geschützte Ursprungsbezeichnung) und g.g.A (Geschützte geografische Angabe) bekannt. In der Provinz von Almería hat nur Tomato La Cañada sein g.g.A Zertifikat, dass in 2018 schon ein Jahrzehnt alt sein wird. Die gute Landwirtschaftsmethoden, Kenntnisse der Faktoren der Produktion und der Umgebung in Bezug auf Wasser, Boden, Sonnenstrahlung oder Lüftung sind die Faktoren, die Mehrwert Tomato La Cañada geben.

# Ejidozone s.l.

**globalpackagingtechnologies**  
**envasesembalajesmaquinaria**

[www.ejidozone.com](http://www.ejidozone.com)

# Import-Export Fruva: “Lo estamos haciendo bien”



Antonio Jesús Lopez Ruiz, gerente de Import-Export Fruva, junto a Juan Colomina, consejero delegado de COEXPHAL.



El pasado enero Import-Export Fruva participó en la campaña de promoción e información en defensa de los cultivos de invernadero promovida por COEXPHAL y HORTIESPAÑA, Organización Interprofesional Española de Frutas y Hortalizas.

Fruva está situada en Dalías, Almería, zona de producción y cultivo de hortalizas y verduras en España. De hecho, la producción de Almería cubre las necesidades alimentarias de 500 millones de europeos durante todo el año. Import-Export Fruva cuenta con agricultores que proveen durante todo



Fruva sigue un modelo agrícola sostenible, competitivo, y con un alto grado de garantía sanitaria y calidad

el año pimiento California, producto saludable, con alto contenido en fibra, vitaminas y antioxidantes. Fruva se dedica a la producción, manipulación, confección y venta de pimiento y otras verduras, como tomate, berenjena, calabacín y pepino, siguiendo

un modelo agrícola sostenible, competitivo, y con un alto grado de garantía sanitaria y calidad.

Import-Export Fruva presentó esta acción promocional teniendo como objetivo la sensibilización de los valores de la agricultura de Almería. Su principal finalidad es explicar al consumidor y al propio sector las ventajas de un modelo de producción basado en la calidad, el respeto al medio ambiente y a las personas, sin perder de vista el sabor de los productos y sus propiedades como fuente de salud. Entonces, “sí, lo estamos haciendo bien”.



## Import-Export Fruva: “We are doing well”

Last January Import-Export Fruva participated in the campaign to promote and inform about how to protect greenhouse crops: Promoted by COEXPHAL and HORTIESPAÑA in order to explain to consumers and the sector itself the advantages of a production model based on quality, respect for the environment and respect for people, without losing sight of the taste of the products and their properties as a source of health. Fruva is dedicated to the production, handling, confection and sale of vegetables, such as pepper, tomato, eggplant, zucchini and cucumber, following a sustainable and competitive agricultural model.



## Import-Export Fruva: “Wir machen es gut”

In Januar hat “Import-Export Fruva” an die Informationskampagne für die Verteidigung der Anbauten des Treibhauses teilgenommen, die von COEXPHAL und HORTIESPAÑA gefördert war. Das Ziel besteht darin, den Verbraucher und den Sektor die Vorteile des auf der Qualität, dem Weltfreundlich gegründeten Herstellungsmodells zu erklären, wobei den Geschmack der Produkte und seine Eigenschaften als Gesundheitsquelle nicht vergessen werden dürfen. Fruva ist in der Herstellung, Behandlung, Anfertigung und Verkauf der Paprikaschote und anderem Gemüse, wie Tomate, Aubergine, Zucchini und Gurke tätig, mit der Verfolgung eines umweltfreundlichen und wettbewerbsfähigem Landwirtschaftssystem.



## Die 'Verordnung für Gewächshäuser und ihre Umgebungen' von El Ejido wird den Agrarsektor noch mehr konkurrenzfähig machen

Das lokale Auditorium hat ein Gespräch am Ende des Januars veranstaltet, in dem der Inhalt der neuen 'Verordnung für Gewächshäuser und seine Umgebungen' verbreitet und bekannt gemacht wurde. Ein Pionier Dokument, dass das Image der Landschaft verbessert und den Agrarsektor noch mehr konkurrenzfähig machen wird. Während der Veranstaltung wurden die wichtigen Aspekte, die das Dokument sammelt, erklärt: Diese Verordnung versichert die Nachhaltigkeit des Feldes, wie das Management der Gemüse Abfallentsorgung oder die Disziplin um den Typ von Boden.



## The 'Ordinance for greenhouses and their surroundings' of El Ejido will make the agricultural sector even more competitive

The local Auditorium hosted a talk at the end of January in which the contents of the new 'Ordinance for greenhouses and its surroundings' were disseminated and made known, a pioneering document that will improve the image of the countryside and make the agricultural sector even more competitive. During the event, the important aspects that the text gathers were explained: this ordinance guarantees the sustainability of the field, such as the management of vegetable wastes or the discipline around the type of soil.



## La 'Ordenanza de invernaderos y su entorno' de El Ejido hará al sector agrícola aún más competitivo

□ Elena Sánchez

El pasado 29 de enero, el Auditorio de El Ejido acogió una charla en la que se difundió y dio a conocer el contenido de la nueva 'Ordenanza de invernaderos y su entorno', un documento pionero que vendrá a mejorar la imagen del campo y hacer el sector agrícola aún más competitivo. Durante la charla, ofrecida por el concejal de Agricultura y Medio Ambiente del Ayuntamiento ejidense, Manuel Gómez Galera, se dieron a conocer los aspectos más importantes de este documento municipal cuya elaboración ha contado con el consenso del sector y adaptado a la normativa vigente. Es más, durante el acto se dio cuenta de los importantes aspectos que recoge el texto para garantizar la sostenibilidad del campo como es la gestión de los restos vegetales, la disciplina en torno a este tipo de suelo, las medidas cautelares de paralización de construcción de invernaderos o los sistemas de recogida de pluviales.



Pepper

Tomato

Aubergine

Squash

Cucumber

Asparagus

Melon

Watermelon

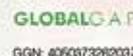
Peas

Snow Peas

# Committed all year long!

Import Export  
**Fruva**

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





## HM. Clause conquista ya con Adora los mercados internacionales

□ **Almudena Fernández**

**E**l tomate Adora, de HM. Clause, es uno de los diez nominados al Premio a la Innovación de Fruit Logística 2018. Este hecho supone un reconocimiento al esfuerzo de la casa de semillas que, tras más de un año trabajando con el desarrollo del proyecto, realizó su presentación oficial en octubre del pasado año, en la feria Fruit Attraction.

Esta puesta de largo no fue más que un punto y seguido ya que la marca estaba para entonces preparada para entrar en los mercados más exigentes de Alemania, Francia, Inglaterra, Suiza y Holanda. Durante la campaña pasada, HM. Clause ya había logrado posicionar y crear demanda de Adora en los mercados nacionales e internacionales “por lo que en la campaña actual se está trabajando en afianzar y expandir en nuevos mercados”, ha matizado Manuel Ferrer, responsable del proyecto Adora.

Además, Adora es un tomate que rompe con los problemas de exportación que presentan otros marmandes ya que, en este caso, la maduración del fruto es lenta y permite llegar a los mercados internaciona-

les “con un sabor excepcional”. Su forma asurcada es, igualmente, muy llamativa en los lineales del norte de Europa mucho menos acostumbrados a este tipo de fruto que en España, Italia o Francia.

A esta buena conservación de los frutos de Adora, se une otra de las características fundamentales de este tomate, su alto contenido en grados Brix. No en vano, “Adora cuenta con una concentración de sólidos disueltos más alta que un marmande tradicional destacando, sobre todo, su balance entre azúcares y ácidos”, indicó Ferrer.

La nominación con la que Adora llega esta edición de Fruit Logística es, de alguna forma, un reconocimiento a ese trabajo en innovación de la multinacional de semillas. En esta línea, Manuel Ferrer, afirmó que “estábamos seguros de que la nominación sería una realidad porque la respuesta que tenemos de todas las personas a las que se le ha presentado el tomate siempre ha sido positiva en cuanto a sabor”.

Buena clave de este éxito está en el protocolo implantado por la marca y el sistema de auditorías que han permitido que Adora sea una realidad sustentada precisamente en la calidad, traza-

bilidad y diferenciación. “Hay personal encargado de comprobar que solo el tomate que cumpla con nuestros requisitos de calidad se marque como Adora”, especificó el responsable del proyecto. Además, cada una de estas etiquetas lleva la trazabilidad de cada parcela, en definitiva, “una trazabilidad total” encaminada a un estricto control de calidad que no defrauda al cliente.

Se trata de un proceso arduo pero desde HM. Clause tienen claro que el futuro está en continuar avanzando en este control para cumplir con las expectativas que este ‘tomate único’ ha despertado dentro de esta marca diferenciada que ofrece buen aspecto, color y, especialmente, exquisito sabor.



### HM. Clause conquers with Adora the international markets

The Adora tomato, from HM. Clause, is one of the ten nominees for the Fruit Logística Innovation Prize 2018. Adora is a tomato that avoids the export problems that other marmande tomatoes have because, in this case, the ripening of the fruit is slow and allows to reach the international markets “with an exceptional flavor”. The success of this product lies in the protocol implemented by the brand and the system of audits that have allowed Adora to be a product based precisely on quality, traceability and differentiation.



### HM. Clause überwindet mit Adora die internationalen Märkte

Die Adora Tomate, von HM. Clause, ist einer der zehn Vorgeschlagenen für die Fruit Logística Neuerung Preis 2018. Adora ist eine Tomate, die die Exportprobleme vermeidet, die andere marmande Tomaten aufwerfen, weil, in diesem Fall, das Reifen der Frucht langsam ist und erlaubt die internationalen Märkte “mit einem außergewöhnlichen Geschmack” zu erreichen. Der Erfolg dieses Produktes liegt im Protokoll, dass von der Marke und dem System von Rechnungskontrollen durchgeführt ist, die erlaubt haben das Adora ein Produkt der genau auf die Qualität, Rückverfolgbarkeit und Unterscheidung basiert ist.

# Semilleros Laimund, un referente de calidad y servicio al agricultor

□ **Rafa Villegas**

**S**emilleros Laimund es un referente en el campo almeriense. No es para menos, sobre todo si se tiene en cuenta que lleva décadas ofreciendo un servicio personalizado al agricultor, siempre con la máxima calidad y respetando los plazos de entrega.

La empresa, que cuenta con instalaciones en diferentes puntos de la provincia de Almería, como El Ejido o Níjar, trabaja en estas fechas a pleno rendimiento para satisfacer los pedidos de productos hortofrutícolas, muy especialmente de tomate y sandía, pero también melón, berenjena o calabacín.

El injerto es, sin duda, una de las especialidades de Semilleros Laimund, consiguen unos resultados excelentes con su técnica de microinjerto, para la que utilizan una pinza de 1,6, la más pequeña.

Cabe recordar que Semilleros Laimund también trabaja plantas ornamentales, con una dedicación especial a las dipladenias,



Paco Luque, gerente de Semilleros Laimund

de las que produce más de un millón de unidades. En este caso, como explicó Paco Molina, técnico de la empresa, "las primeras empiezan a salir de las instalaciones en el mes de marzo, concentrándose el mayor número de pedidos en el mes de abril y concluyendo en mayo".



## Saatbeet Laimund, ein bezüglicher Landwirt der Qualität und Dienstleistung hervorruft

Saatbeet Laimund ist ein bezüglicher im Feld aus Almería. Besonders, wenn man betrachtet, das der Landwirt seit Dekaden eine persönliche Dienstleistung, immer mit der größten Qualität anbietet und die Lieferfristen beachtet. Das Unternehmen, was Anlagen in verschiedenen Punkten der Provinz von Almería hat, wie in El Ejido oder Níjar, arbeitet in diesen Daten in vollem Ertrag, um die Aufträge der Gartenbauprodukte, sehr besonders von Tomate und Wassermelone, aber auch Melone, Aubergine oder Zucchini zu decken.



## Semilleros Laimund, a reference in quality and service to the farmer

Semilleros Laimund is an important reference in seeds in the Almería countryside. With a good reason, especially if you take into account that it has been offering a personalized service to the farmer for decades, always with the highest quality and respecting delivery times. The company, which has facilities in different parts of the province of Almería, such as El Ejido or Níjar, is working at this time at full capacity to satisfy requests for fruit and vegetable products, especially tomato and watermelon, but also melon, eggplant or zucchini.

Especialistas en Injerto de:  
**Tomate, sandía, melón, pepino y berenjena**

Consúltenos  
y le  
asesoraremos

**Semilleros  
LAIMUND, s.l.**

# Sapec Agro lanza al mercado MISSYLK, su bioestimulante de última generación



## Sapec Agro wirft MISSYLK auf den Markt, sein Pflanzenhilfsmittel der nächsten Generation

Sapec Agro hat neulich MISSYLK, ein neues Pflanzenhilfsmittel mit einer ausschließlichen Formulierung, auf dem Markt geworfen. Dieses Mittel erlaubt die Erträge der Anbauten über seine vielfältige Aktie zu verbessern. Dieses erneuernde Produkt aktiviert physiologische Widerstandsprozesse gegen widrigen Bedingungen, indem es einen starken Biostimulationseffekt erzeugt. Außerdem verbessert es das photosynthetische Fassungsvermögen und den Ernährungszustand der Pflanze, bei der Stimulation der Wurzelgestaltung. Es geht um "eine unfehlbare Waffe", um größere Lebensfähigkeit, größere Produktivität und größeren Widerstand bei dem Erreichen einer großen Vielfalt an Anbauten.

□ Rafa Villegas

**S**apec Agro lanzó recientemente al mercado MISSYLK, un nuevo bioestimulante con una formulación exclusiva que permitirá mejorar los rendimientos de los cultivos a través de su múltiple acción.

Este innovador producto activa procesos fisiológicos de resistencia a condiciones adversas, produciendo un potente efecto bioestimulante. Además, también mejora la capacidad fotosintética y el estado nutricional de la planta, estimulando la formación de raíces.

Asimismo, el empleo de MISSYLK permite mejorar y transformar el medio en el que se desarrollan los cultivos al incrementar la disponibilidad y asimilación de los nutrientes por parte de los cultivos y mejorar las características físicas, químicas y biológicas del suelo.

MISSYLK, cuyo desarrollo está basado en la tecnología HBE, es un producto completo y, como explican desde Sapec Agro, "un arma infalible" para conseguir mayor vitalidad, mayor productividad y mayor resistencia en una amplia variedad de cultivos.



### Composición

MISSYLK está compuesto por aminoácidos, macronutrientes, micronutrientes y ácidos húmicos. Los primeros son necesarios para la síntesis de proteínas y de ADN, mientras que los ácidos húmicos mejoran la relación suelo-planta. En cuanto a los macronutrientes, estos proporcionan la energía y los materiales de construcción para las sustancias que son esenciales para el crecimiento y la supervivencia de la planta. Finalmente, los micronutrientes intervienen en los diferentes procesos metabólicos y son esenciales para el adecuado crecimiento y desarrollo de la planta.

MISSYLK es el resultado de un intenso trabajo en la búsqueda de soluciones innovadoras y diferenciadoras que permitan a los agricultores obtener los mejores resultados de sus cultivos. Con este producto Sapec Agro amplía su catálogo y mantiene su apuesta por el sector agrícola.



## Sapec Agro launches MISSYLK, their latest biostimulant

Sapec Agro recently launched MISSYLK, a new biostimulant with an exclusive formulation that will improve crop yields through its multiple actions. This innovative product activates physiological processes of resistance against adverse conditions, producing a powerful stimulating effect. In addition, it also improves the photosynthetic capacity and the nutritional status of the plant, stimulating the formation of roots. It is "an infallible weapon" to achieve greater vitality, greater productivity and greater resistance in a wide variety of crops.



Frondosidad y fuerza sin síntomas de botrytis, ceniza u otras enfermedades.

# Hortofrutícola La Ñeca, cien por cien comprometida con el sello GlobalG.A.P. para ofrecer un producto acorde con las normas de calidad

□ Elena Sánchez

La empresa ejidense Hortofrutícola La Ñeca no deja de evolucionar año tras año y de trabajar constantemente para lograr los mejores resultados, no solo a favor de la propia entidad, sino también del cliente final. En este sentido, La Ñeca está comprometida al cien por cien con el sello de calidad GlobalG.A.P., en el que “todos los años estamos creciendo para poder ofrecer un producto que los clientes exigen conforme a las normas de calidad”, asegura Juan Escobar, gerente y comercial de la empresa. Asimismo, son otras las líneas de trabajo con las que Hortofrutícola La Ñeca está consolidando su imagen de marca. “La empresa está



apostando siempre por reforzar la imagen de marca y seguir, primero, consolidando a los clientes de nuestra cartera y, luego, continuar trabajando para ampliar esos clientes de otros países o de otros productos o servicios que esta entidad les pueda proporcionar”, explica Escobar. Hortofrutícola La Ñeca no estará presente en Fruit

Logística “por motivos laborales”, pero, para la empresa, este “no deja de ser uno de los eventos mundiales más importantes para el sector hortofrutícola internacional, ya que es un espacio reducido, en el que hay una gran concentración de firmas del sector que están totalmente interesadas en nuestros productos”. Además, continúa Escobar, “hay que seguir apostando por este tipo de eventos para poder dar mejores soluciones y servicios extras tanto a los expositores como a los visitantes, para que estos se sientan a gusto y tengan una buena sensación del mismo”. El gerente y comercial de La Ñeca no descarta que en “un futuro próximo podamos exponer en Fruit Logística y dar a conocer a todos los potenciales clientes”.



## Hortofrutícola La Ñeca, one hundred percent committed to the GlobalG.A.P. seal to offer a product with quality standards

La Ñeca is committed one hundred percent to the quality seal GlobalG.A.P., in which “we are growing to be able to offer a product that customers demand according to quality standards year after year”, says Juan Escobar, manager and sales representative of the company, who also explains that the company is “always betting to reinforce the brand image and continue consolidating the clients of our portfolio in the first place and, then, continue working to meet new customers from other countries or for other products or services that this entity can provide them.”



## Hortofrutícola La Ñeca, hundert prozent mit dem Zertifizierung GlobalG.A.P. kompromittiert, um ein Produkt nach den Qualitätsstandards anzubieten

Die Ñeca ist hundertprozentig mit dem Qualitätszertifizierung GlobalG.A.P. kompromittiert, in dem “Jedes Jahr wachsen wir, um ein Produkt anbieten zu können, das die Kunden gemäß den Qualitätsstandards fordern”, sichert Juan Escobar, Geschäftsführer und Handelsvertreter des Unternehmens. Dazu erklärt er dass das Unternehmen “setzt am Wetten weiter um das Markenimage zu verstärken und fortzusetzen, die Stammkunden an erster Priorität zu konsolidieren und dann fort zu arbeiten, um neue Kunden aus anderen Ländern oder für andere Produkte oder Dienstleistungen zu treffen, die diese Entität ihnen zur Verfügung stellen kann. “

**LA ÑECA**  
**HORTOFRUTICOLA**

SOMOS ESPECIALISTAS DE LA BERENJENA  
Y TODO NUESTRO TRABAJO ES ARTESANAL

AVD. CTRA. PAMPANICO, 257  
EL EJIDO (ALMERIA) SPAIN  
+ 34 950 482 231 / INFO@LANECA.COM  
WWW.LANECA.COM





## Entrevista a Rodrigo Sánchez de Haro

• Consejero de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural de la Junta de Andalucía

# “Andalucía es la primera región europea en producción y exportación hortofrutícola y tiene que tener representación como tal en Fruit Logística”

□ **Rafa Villegas**

**P**regunta.- **EXTENDA acompaña siempre a las empresas andaluzas que lo desean a Fruit Logística. ¿Cuántas empresas de la Comunidad Autónoma participan este año bajo su paraguas en Messe Berlín?**

Respuesta.- En esta ocasión, un total de 79 entidades andaluzas acuden a Fruit Logística. De ellas, 44 lo hacen de la mano de la Junta de Andalucía, concretamente junto a la Agencia Andaluza de Promoción Exterior - EXTENDA, entidad dependiente de la Consejería de Economía y Conocimiento. EXTENDA apoya desde 2001 la presencia andaluza en la feria, siendo este su decimoséptimo año consecutivo como expositor. El Pabellón de Andalucía se ubica en el Hall 18 del recinto ferial y en él exponen su oferta 32 empresas andaluzas. A estas se suman seis firmas con stand propio y los profesionales de otras seis entidades que participan en Berlín en una misión comercial organizada por la Agencia Andaluza de Promoción Exterior. Además, 35 compañías más de Andalucía participan de forma independiente en esta muestra internacional que reúne a otras firmas y representantes de diversas entidades que, a pesar de no contar con una zona expositiva propia, aprovechan las oportunidades de negocio que ofrece Fruit Logística al visitarla.

**P.- De ellas, ¿cuántas empresas proceden de la provincia de Almería?, ¿cuáles son?**

R.- De las 38 empresas que acuden de la mano de la Junta, once provienen de Almería, es decir, el 29% del total. Esta cantidad supone la mayor representación provincial seguida del territorio granadino. En concreto, exponerán con la Junta: Vicasol, Caparros Nature, Agroponiente Natural Produce, Kopalmería, Biosabor Nature, Balcón de Níjar, Frutas Hortisol, Grupo AGF, ZOI Agrícola, SAT Las Haciendas y Unica Fresh. A ellas se suman otras 15 entidades que asisten a Fruit Logística 2018 de forma independiente, concretamente, Agro Red and Green, CASI, Cuadraspania, HerbeX Iberia, Onduspan, Primaflor, Adora, Novedades Agrícolas, Biocampojoyma, Frutas Luna, Hispatec, International Paper, New Growing System, Smurfit Kappa y Puerto de Almería. Por tanto, esta edición de la muestra cuenta con 26 firmas que representarán a la provincia almeriense.

**P.- Qué importancia tiene para la Junta de Andalucía estar presente en Fruit Logística?**

R.- Se trata de la muestra de mayor afluencia y flujo comercial del mundo en el ámbito hortofrutícola, un escenario donde se reúnen los responsables de compras de la distribución. Por tanto, hablamos de un certamen donde Andalucía debe contar con una representación que esté en consonancia con su papel de primera región española y europea en la producción y comercialización de frutas y hortalizas. El agroalimentario es un sector prioritario para el Gobierno andaluz. Su crecimiento en los mercados interna-

cionales responde a la apuesta de sus profesionales y empresas por la calidad y la innovación. Innovación tanto en los productos y gamas como en los procesos de producción, comercialización y mercados. Por esta razón, la Junta, a través de Extenda, desarrolla una completa programación de acciones de internacionalización dirigidas a los profesionales de este sector y que tienen una gran utilidad para las empresas andaluzas. Además, desde la Consejería de Agricultura respaldamos campañas de promoción y la presencia de las empresas de la región en ferias nacionales, complementando así la estrategia de difusión de las entidades autonómicas en los diferentes mercados.

**P.- Almería se encuentra ya en el ecuador del ejercicio agrícola 2017/2018, ¿qué balance hace del mismo hasta el momento?**

R.- Aún es pronto para hacer una valoración de la campaña actual, porque llevamos realizado solo un 40%. Lo que sí podemos decir es que los precios y las producciones se mantienen más o menos estables con respecto a la anterior, por ello creemos que los resultados podrían ser similares. En datos generales, los valores de exportación en los dos primeros meses de la campaña 2017-2018 son positivos, ya que entre septiembre y octubre se han vendido al extranjero más de un 10% respecto a las mismas fechas de la campaña anterior, alcanzando ya un valor de comercialización de casi 219 millones de euros, que suponen un incremento de 20 millones. Cultivos como la lechuga, por ejemplo, han superado los 10 millones de euros, un 206% más que en la campaña anterior; el melón ha crecido en valor un 75%, rozando los 63 millones y el calabacín, con casi 41 millones de euros, ha subido un 55%. En cuanto a la cantidad, se ha exportado un 3,17% menos. Así, cultivos como la sandía, el pimiento y el calabacín han visto reducida su exportación en un 22%, 13% y 9% respectivamente, frente a la subida de otros como el melón, con más de 2.392 toneladas (un 145% más que el año pasado); la lechuga, con más de 13.000 toneladas (+11%); o la berenjena y el tomate, que han aumentado su volumen de exportación un 8,6% y 7,6% respectivamente.

**P.- ¿Qué medidas está aprobando la Consejería de Agricultura para potenciar el crecimiento del sector agrícola almeriense?**

R.- Ya se ha puesto a disposición del sector una batería de ayudas para potenciar el crecimiento de la agricultura, como son, por ejemplo, las líneas que van a contribuir a mejorar o potenciar el sistema productivo andaluz, concretamente para respaldar la modernización de regadíos, con un montante de 66 millones de euros; de explotaciones agrarias (109 millones); y para la incorporación de jóvenes a la agricultura (155 millones), entre otras. Asimismo, destinamos también incentivos para favorecer la innovación y mejora en la comercialización de nuestros productos, ayudas para la transformación y comercialización para pequeñas y medianas empresas agroindustriales (108 millones); en torno a 90 millones para fondos operativos; 7,4 millones para los Grupos Operativos de Innovación, etc.



**“Andalusia is the first European region in terms of fruit and vegetable production and export and has to have representation in Fruit Logística”**

The Minister of Agriculture, Fisheries and Rural Development of the Junta de Andalucía, Rodrigo Sánchez Haro, highlights in an interview for FHALMERÍA that Andalusia is “the first European region in production and export of fruits and vegetables.” Therefore, he considers it convenient to have a representation in Fruit Logística. Under EXTENDA, an organization dependent on the Ministry of Economy and Innovation, this year a total of 44 companies from the Region will assist to the fair, 11 of them from Almería, such as Vicasol, Caparros Nature, Agroponiente Natural Produce, Kopalmería, Biosabor Nature, Balcón de Níjar, Frutas Hortisol, Grupo AGF, ZOI Agrícola, SAT Las Haciendas and Unica Fresh.



**“Andalusien ist die erste europäische Region in Bezug auf die Produktion und Exportation von Obst und muss in der Frucht Logística Vertretung haben”**

Der Minister für Landwirtschaft, Fischerei und Ländliche Entwicklung der Junta de Andalucía, Rodrigo Sánchez Haros, hebt in einem Interview für FHALMERÍA hervor, das Andalusien “die erste europäische Region in der Produktion und dem Export von Obst und Gemüsepflanzen” ist. Deshalb betrachtet er es als günstig, eine Darstellung in der Fruit Logística zu haben. Mit EXTENDA, die Behörde des Ministerium für Wirtschaft und Innovation, beschließt, in diesem Jahr werden insgesamt 44 Gesellschaften der Region zur Messe kommen, 11 von ihnen von Almería, wie Vicasol, Caparros Natur, Natürliche Agroponiente, Natural Produce, Kopalmería, Biosabor Nature, Balcón de Níjar, Frutas Hortisol, Grupo AGF, ZOI Agrícola, SAT Las Haciendas und Unica Frisch.

# El uso eficiente del agua centrará el FRUTIC Symposium en Messe Berlín

□ **Rafa Villegas**

**E**l CityCube de Messe Berlín acoge el 6 de febrero, un día antes del comienzo de Fruit Logistica, el tradicional FRUTIC Symposium. En esta ocasión, la temática es de gran actualidad, ya que abordarán el “uso eficiente del agua” en la agricultura.

En concreto, en esta cita se abordará desde el uso específico del riego hecho con precisión para aumentar la calidad del fruto hasta la nueva tecnología de sensores para registrar la cantidad del agua en los frutos y su uso en el almacenamiento y la comercialización.

La organización del evento corre a cargo del Leibniz-Institut für Agrartechnik und Bioökonomie e. V. de Alemania, en colaboración de la Universtà degli Studi de Foggia, de Italia. En esta ocasión, además, contarán con expertos de primer nivel, como el profesor



de CEBASC-CSIC, Juan José Alarcón, o el profesor de la Aarhus University de Dinamarca, Merete Edelenbos.

El agua, como cabe recordar, desempeña un papel crucial, no solo durante la producción, también en la etapa posterior a la

cosecha, con actuaciones tan importantes como el lavado, la limpieza, la desinfección y la refrigeración. Además, en la cita se presentarán conceptos innovadores sobre cómo se puede reducir la formación de agua en los envases.



## The efficient use of water will be the center of the FRUTIC Symposium in Messe Berlin

The CityCube of Messe Berlin welcomes on February 6, a day before the start of Fruit Logistica, the traditional FRUTIC Symposium. On this occasion, the theme is very topical, as they will address the “efficient use of water” in agriculture.

Specifically in this meeting, they will address topics from the specific use of irrigation to increase the quality of the fruit, to the new sensor technology to record the amount of water in the fruits, as well as their use in storage and marketing.



## Der effiziente Verbrauch von Wasser steht im Mittelpunkt in das FRUTIC Symposium auf der Messe Berlin

CityCube der Messe Berlins empfängt am 6. Februar, einen Tag vor dem Anfang der Fruit Logistica, das traditionelle FRUTIC Symposium. Bei dieser Gelegenheit ist das Thema sehr aktuell, weil sie den “effizienten Verbrauch von Wasser” in der Landwirtschaft richten werden. Spezifisch in dieser Sitzung werden sie über Themen wie den spezifischen Verbrauch der Bewässerung um die Qualität der Frucht zu verbessern oder neuen Sensortechnologie, um den Betrag von Wasser in den Früchten, sowie das Verbrauch in der Lagerung und dem Marketing zu registrieren.

Grupo  
**CRISTALPLANT**

25  
AÑOS

cristalplant.es

# MELÓN

Planta de primera calidad  
Ecológico y tradicional

¡Haz ya tu pedido para la próxima campaña!



T. 950 565 032



info@cristalplant.es

# Vicasol prevé acabar la campaña agrícola superando los 230 millones de kilos

□ **Almudena Fernández**

Vicasol acude a esta edición de Fruit Logística con stand propio, que puede visitarse en el HALL 18, Stand B-03. Un año más, Vicasol acude a esta feria con ganas de entrevistarse con sus clientes y participar en el gran evento que es esta feria.

Esta cita se convierte en una excelente oportunidad para trasladar al mercado, según explica su gerente, José Manuel Fernández, lo que más identifica la marca: el trabajo excelente en todos los ámbitos de actuación de la cooperativa, campo, almacén y ventas.

Según el presidente de Vicasol, Juan Antonio González, y en lo que respecta a la producción ecológica, se ha ido aumentando la producción paulatinamente de tal forma que “esta campaña de primavera contaremos con unas 130 hectáreas de cultivo ecológico lo que representa alrededor del 7% del total de las hectáreas cultivadas en la cooperativa”.

En esta línea, la marca BioVicasol continúa creciendo, en su tercer año en el mercado. “Nuestros clientes han acogido nuestro producto de forma muy positiva y debido a ello hemos podido poner en el mercado nuestros incrementos de producción”, ha añadido Juan Antonio González.

En cualquier caso, el avance de esta empresa no está solo en sus cultivos, sino también en el aspecto logístico. Vicasol



ya ha culminado la fase de construcción de una nueva nave en el municipio de El Ejido. El objetivo, según detalló José Manuel Fernández es que estas instalaciones puedan ponerse en marcha en la próxima primavera. Este crecimiento en instalaciones se corresponde con el continuo desarrollo experimentado en estos últimos años por la empresa presidida por Juan Antonio González. En este sentido, el presidente de Vicasol detalló que “en esta campaña en la nave del paraje El Treinta llegaremos a confeccionar 40 millones de kilos de hortalizas y con las nuevas instalaciones que pondremos en marcha calculamos que podrán acoger entre 80 y 100 millones de kilos”.

Más aún, Vicasol continúa dando importantes pasos en materia de innovación y la empresa también ha apostado por aumen-

tar el porfolio de productos de V gama. “Lo más destacable es la introducción de tres tipos de mermelada, de tomate, de pimienta roja y de pimienta verde. Con esto son ya 20 referencias distintas en el mercado”, destacó el presidente. Con todo ello, están estudiando el aumento de la producción mediante una instalación productiva en las nuevas instalaciones que ya construyen en El Ejido.

En la actualidad, Vicasol cuenta con 930 agricultores socios, todos ellos activos que cultivan 1.750 hectáreas de invernadero con una producción esperada para la campaña 2017/2018 que superará los 230 millones de kilos. En la campaña pasada la facturación de Vicasol ascendió a 240 millones de euros, cifra que esperan superar esta campaña 2017/18.



## Vicasol plans to finish the agricultural campaign exceeding 230 million kilos

Vicasol attends this edition of Fruit Logística with its own stand, which can be visited at HALL 18, Stand B-03. One more year Vicasol attends this fair with the desire to meet with its customers and participate in the great event that is this fair. This appointment becomes an excellent opportunity to transfer to the market what most identifies the brand, explains its manager, José Manuel Fernández: excellent work in all areas of action from field to sales.

Currently, Vicasol has 930 farmers, all of them active, who cultivate 1,750 hectares of greenhouses with an expected production for the 2017/2018 season that will exceed 230 million kilos. Last campaign, VICASOL's turnover amounted to 240 million euros and they expect to exceed this number during the 2017/18 campaign.



## Vicasol plant, die landwirtschaftliche Kampagne mit außerordentliche 230 Millionen Kilo zu beenden

Vicasol wird in dieser Edition mit der Fruit Logística seinem eigenen Standplatz haben, der am SAAL 18, Standplatz B-03 besucht werden kann. Auch in diesem Jahr ist der Wunsch von Vicasol, sich auf der Messe mit seinen Kunden zutreffen, und an dem großen Ereignis, was diese Messe bedeutet, teilzunehmen. Dieses Treffen wird eine ausgezeichnete Gelegenheit dem Markt zu übertragen, erklärt sein Betriebsleiter, José Manuel Fernández, was am meisten die Marke identifiziert: ausgezeichnete Arbeit in allen Bereichen der Genossenschaft, Feld und Verkäufe. Aktuell hat Vicasol 930 Bauern, alle aktiv, die 1,750 Hektar von Gewächshäusern kultivieren, mit einer erwarteten Produktion für die 2017/2018 Kampagne, die 230 Millionen Kilo überschreiten wird. Bei der vorherigen Kampagne, hatte sich der Umsatz von VICASOL auf 240 Millionen Euro belaufen, und sie nehmen an, diese Zahl während der 2017/18 Kampagne zu überschreiten.



VICASOL



Volvemos  
a nacer  
cada  
día



## Entrevista a Silvia de Juanes

• Directora de Comunicación para España y América Latina de FRUIT LOGISTICA

# “Almería tiene un papel fundamental en el sector hortofrutícola y en Fruit Logistica”

□ **Rafa Villegas**

### **F**ruit Logistica crece año tras año en número de expositores y visitantes, ¿se incrementarán las empresas con stand propio también en esta edición?

Un año más volvemos a incrementar el número de empresas presentes en Fruit Logistica, cita ineludible para el sector hortofrutícola, no sólo como punto de encuentro y de negocio internacional por excelencia sino también como plataforma para la innovación y el conocimiento. Debido al continuo aumento de la demanda hemos ampliado el espacio expositivo añadiendo el pabellón 26, situado junto al pabellón 25 y 23, donde se presentan empresas de logística, postcosecha y representaciones latinoamericanas; al igual que el pabellón 10.1, donde se da cabida a empresas con soluciones técnicas y tecnológicas para el sector hortofrutícola.

### ¿Cuántas empresas participan desde Almería este año?

Del 7 al 9 de febrero daremos la bienvenida como expositoras en Berlín a unas 34 empresas productoras y comercializadoras de productos almerienses, además de un altísimo número de visitantes de la región.

### En esta ocasión realizaron el acto promocional de la feria en la provincia almeriense en el marco de Infoagro, ¿qué importancia tiene el sector hortofrutícola almeriense para la organización de Fruit Logistica?

Almería tiene un papel fundamental dentro del sector hortofrutícola a nivel internacional y por lo tanto también en Fruit Logistica. Desde la organización nos gusta acercarnos cada año a Almería para contactar de manera directa con el sector. Este año escogimos Infoagro como plataforma para promover Fruit Logistica en el campo almeriense y explicar qué herramientas ofrece para sacarle el mayor partido posible a su participación.

### ¿Qué novedades ofrecen en esta 26 edición?

En esta edición se abordarán por primera vez temas tan importantes como el uso del agua o el cambio en la logística. En el FRUTIC Symposium se hablará de la optimización, tan necesaria, del uso del agua en toda la cadena de suministro hortofrutícola desde la producción, cosecha, postcosecha hasta la distribución. Además publicaremos el informe de tendencias, centrado en los cambios en la cadena de logística y distribución a nivel mundial. Presentaremos además en el ‘Statistic Handbook’ donde se reúnen los perfiles de producción, exportación e importación correspondientes a los principales mercados líderes en Europa. Por supuesto España, siendo uno de los productores principales, tendrá cabida dentro de este manual que además servirá de guía para los profesionales del sector.

### Este año, los premios a la innovación, los FLIA, vuelven a tener representación española, en concreto con el tomate Adora de HM Clause, ¿qué importancia tiene recibir un galardón internacional de estas características?

Dentro de los 10 nominados al FLIA contamos este año con 2 empresas españolas, esto demuestra el espíritu innovador que cada vez es más importante en España. Lo que diferencia este galardón es que son los propios

visitantes profesionales los que eligen la mejor innovación del año. Este año podrán conocer de primera mano a los candidatos y votar a la mejor propuesta tanto en el Hall B como en el paso entre el pabellón 20 al 21. Ser nominado y después ganador del FLIA crea una repercusión mediática inigualable a nivel mundial. Para las empresas candidatas y sobre todo para la ganadora esto se traduce, por un lado, en el reconocimiento al trabajo que hay detrás de un nuevo desarrollo y, por otro, a un sinnúmero de nuevas oportunidades de negocio y potenciales clientes internacionales.

### ¿Qué retos se ha fijado Fruit Logistica para esta edición?

Fruit Logistica se afianza un año más como la plataforma internacional más importante del sector hortofrutícola. Este año queremos dar especial visibilidad a nuestra Fruit Logistica Brand Family. Con la creación de China Fruit Logistica desarrollamos una nueva plataforma específica para el mercado nacional chino, con un potencial de más de 1.3 millones de consumidores. Empresas con productos exportables a China podrán contactar con un gran número de compradores e interlocutores nacionales chinos. Tendrá lugar en Shanghái del 14 al 16 de mayo de 2018. Además contamos ya con Asia Fruit Logistica como evento, que abarca todos los países de la zona Asia pacífico y tendrá lugar del 5 al 7 de septiembre en Hong Kong. La feria ya reunió en su última edición más de 800 empresas expositoras y 13.000 visitantes profesionales y cada vez tiene mayor presencia española.



## “Almeria has a fundamental role in the fruit and vegetable sector, and in Fruit Logistica as well”

The director of Communication for Spain and Latin America of Fruit Logistica, Silvia de Juanes, recognizes as “fundamental” the role that Almería has for both the global fruit and vegetable sector and for the German fair. De Juanes has highlighted the increase of participants of this edition, which has led to the addition of a new pavilion, the number 26, to accommodate all exhibitors who want to be present at Messe Berlin.



## “Almería hat eine grundsätzliche Rolle in der Frucht und dem Gemüseanbau Sektor und in der Fruit Logistica”

Der Direktorin der Kommunikation für Spanien und Lateinamerika der Fruit Logistica, Silvia de Juanes, erkennt als “grundsätzlich” die Rolle, die Almería sowohl für die globale Frucht und Gemüseanbau Sektor als für die deutsche Messe hat. Die Frau De Juanes hat die Zunahme von Teilnehmern dieser Ausgabe hervorgehoben, die zur Hinzufügung eines neuen Pavillons, der Nummer 26 geführt hat, um alle Aussteller unterzubringen, die an der Messe Berlin anwesend sein wollen.

## Efisoil Superbia, das Pflanzenstärkungsmittel, was weltfreundlich die Qualität und Herstellung der Anbauflächen steigert

Efisoil Superbia ist ein ökologisches Pflanzenstärkungsmittel von Fertinagro Biotech und wurde für die Anwendung der bioaktiven Eigenschaften, die die physiologischen Prozesse der Anbauten beistehen entwickelt. Das Produkt aktiviert das Verteidigungssystem der Pflanzen und steigert die Synthese von Phytoalexinen und unterstützt den erworbenen systemische Resistenz, (Biotischer Stress). Dabei mildert es den Aufschlag die den Fungizide und Insektizide verursachen können und verbessert nachhaltige Weise die Leistungsfähigkeit.

## Efisoil Superbia, the physio-strengthener that increases the quality and production of crops in a sustainable way

Efisoil Superbia is an encapsulated ecological physio-strengthener produced by Fertinagro Biotech, developed for the application of bioactive ingredients that favor the physiological processes of crops. The product activates the natural defense mechanisms of plants, favoring the synthesis of phytoalexins and acquired systemic resistance (biotic stress), mitigating the impact that fungicides and insecticides can cause, and increasing yields in a sustainable manner.

# Efisoil Superbia, el fisiofortificante que incrementa la calidad y producción de los cultivos de forma sostenible



**E**fisoil Superbia es un fisiofortificante ecológico encapsulado, desarrollado para la aplicación de principios bioactivos que favorecen los procesos fisiológicos de los cultivos.

Con la aplicación de Efisoil Superbia se establecen sinergias rizosféricas con los microorganismos edáficos, mejorando así el enraizamiento de los cultivos y la eficiencia en la fertilización además de ayudar a la planta a mejorar ante situaciones de estrés en épocas de frío, en las que se suelen desencadenar la aparición de distintos virus.

Así por ejemplo, en el ensayo demostrativo realizado por el departamento de I+D de Fertinagro Biotech en un cultivo de tomate redondo liso en La Cañada (Almería), se pudo comprobar la eficacia en la aplicación de

Efisoil Superbia para minimizar la incidencia del virus del PepMV y para potenciar el desarrollo del sistema radicular de las plantas.

En el sector tratado con Efisoil Superbia la incidencia del virus del PepMV no llegó al 1% frente al 19% de incidencia alcanzado en el testigo, obteniéndose un 40% más de categoría extra y 1ª en el sector tratado que en el testigo, en el que se recolectó un 133% más de segunda categoría que en el sector donde se aplicó Efisoil Superbia. En cuanto al sistema radicular, las raíces alcanzaron un 67% más de peso que en el testigo.



Sistema radicular en el sector tratado con Efisoil Superbia.



## ASESORAMIENTO PERSONALIZADO

### Programa de Fertilización Integral

Te damos las mejores **soluciones** en función de tu suelo y de tu cultivo.



Más de **2.000 testimonios** nos avalan



**NUESTRO ÉXITO** está en tus resultados [Info-agrovip@fertinagro.es](mailto:Info-agrovip@fertinagro.es) - 900 802 530 (Teléfono gratuito)

# CASI muestra su gran oferta de tomate y otros productos y su lanzamiento de una línea de ecológico con un gran stand en la feria alemana

□ Rafa Villegas

CASI fue una de las primeras empresas almerienses en participar en la feria más importante de sector hortofrutícola, en Fruit Logística, allá por el año 2001 y de la mano de EXTENDA, Agencia Andaluza de Promoción Exterior. Este hito fue fundamental para el crecimiento en ventas de la cooperativa, en un momento en el que la anexión de nuevos países del Este a la UE y su paulatina recuperación económica, junto con el aumento en el volumen de producción de CASI, convirtieron a Fruitlogística en un encuentro obligado anual en las siguientes ediciones para las empresas almerienses que poco a poco se iban sumando. Diecisiete años han pasado desde entonces, y desde aquel modesto espacio de 12 metros cuadrados que compartían en el stand de la Junta de Andalucía, donde concurrían con freseros, cítricos, productores de melocotón..., el crecimiento de CASI ha sido muy importante.

## El stand de CASI

Por ello, en cada edición, el stand de CASI se prepara concienzudamente tanto para sorprender como para exponer los proyectos y productos de la cooperativa. “En la



actualidad contamos con un gran stand, ya que la demanda de clientes que se acercan a nuestro espacio es muy grande y necesitamos una estructura mayor”, como explicaron desde la comercializadora.

Los ejes de comunicación de CASI son su especialización en tomate, el lanzamiento de su línea de ecológico y la reciente

apuesta por la diversificación de producto. Hoy por hoy, Fruit Logística es una cita obligada para CASI, tanto para incorporar nuevos clientes, dado el posicionamiento actual de la cooperativa, como para mantener reuniones de prospección de mercado con clientes actuales. La feria además, ofrece una inmejorable oportunidad de conocer innovaciones en marketing y ventas hortofrutícolas, razón por la cual se desplazan allí varios vuelos chárter con más de 500 personas desde Almería.



## CASI, mit einem großen Standplatz auf der deutschen Messe, zeigt seine unterschiedliche Palette der Tomate und anderen Produkte und seiner Einführung einer ökologischen Linie

CASI war eine der ersten Gesellschaften in Almería, die an der wichtigsten Frucht und Gemüsehandelsmesse, Fruit Logística, teilgenommen hat, 2001 durch die Hand von EXTENDA, andalusische Agentur für die Auslandsförderung. Dieses Event war grundsätzlich für den Wachstum in Verkäufen des Konsumvereins. Deshalb ist auf jeder Messe der Standplatz von CASI gewissenhaft

bereit, sowohl die Projekte und Produkte des Konsumvereins zu überraschen als auch auszustellen.

“In diesem Moment haben wir einen großen Standplatz, weil die Nachfrage von Kunden, die unsere Raumfläche besuchen, sehr groß ist und wir eine größere Struktur brauchen”, erklärte die Gesellschaft.



## CASI, with a large stand at the German fair, shows its wide range of tomato and other products and its launch of an ecological line

CASI was one of the first companies in Almería to participate in the most important fruit and vegetable trade fair, Fruit Logística, back in 2001 and by the hand of EXTENDA, Andalusian Agency for Foreign Promotion, which was fundamental for the growth in sales of the cooperative. For this reason, in each edition, the stand

of CASI is prepared conscientiously both to surprise and to expose the projects and products of the cooperative. “At this moment we have a large stand, as the demand of customers who come to our space is very large and we need a larger structure,” as explained by the company.



## El Tomate de Sabor existe, **Lo cultivamos nosotros.**

Mantener nuestro liderazgo en la producción de tomate, significa mejorar la calidad sin perder la esencia de lo tradicional.  
Por eso hemos recuperado el sabor de siempre en todas nuestras variedades.

[www.casi.es](http://www.casi.es)

**CASI**  
*Especialistas en Tomate*



**25**  
AÑOS  
FRUIT  
LOGÍSTICA

HALL 10.2 A06

# Prolectus® conquista a los agricultores por su eficacia antibotrytis

□ Rafa Villegas

**K**enogard ofrece la solución ideal para prevenir la botrytis. Se trata de Prolectus®, un producto que ha conquistado a los agricultores almerienses, no solo por su gran eficacia, sino también por no ser agresivo con las plantas y, no menos importante, por su compatibilidad con los insectos auxiliares. Uno de los agricultores que no ha vuelto a utilizar otro producto contra la botrytis que no sea Prolectus® es Francisco Javier Fernández Rubio. Este productor de pimiento California asegura que lo que más le ha gustado de esta propuesta de Kenogard es que “no es agresivo con las plantas, otras soluciones endurecen mucho la planta”. Además, Fernández Rubio dejó claro que “con otros productos, tras su aplicación seguían viéndose esporas, por lo que no se eliminaba del todo el problema, algo que no ocurre con Prolectus®, que acaba radicalmente con la botrytis”.

Fernández Rubio aplica Prolectus® también en plan preventivo. Y es que, como explicó, “cuando cortas pimiento, por la cortadura se corre el riesgo que se introduzca un poco la pudrición, lo que evito con este producto de Kenogard”.

A la alta eficacia de este fungicida se suma otra gran ventaja, como es que tiene un plazo de seguridad de un día, lo que permite mantener la planta protegida desde los primeros estados sensibles, hasta el momento de la recolección.

Tal es la confianza de este agricultor con los productos de Kenogard que utiliza varios de ellos en su finca. Es el caso, por ejem-



plo, de MycoApply®, para las micorrizas, Alganol K+®, Alkeplant HD® o el enraizante Enraigard®, entre otros. A su juicio, “Kenogard ha sabido adaptarse muy bien a los nuevos tiempos y ofrece siempre productos de una gran calidad”.

Además, el productor valora muy positivamente la información que recibe sobre nuevos productos de Kenogard “tanto a través de los comerciales de la empresa en la zona, como con los folletos que reparten en los almacenes de suministros y, por supuesto, la información que se publica en medios especializados, como FHALMERÍA”.



## Prolectus® conquers farmers thanks to its antibotrytis efficacy

Kenogard offers the ideal solution to prevent botrytis. This is Prolectus®, a product that has conquered Almerian farmers, not only for its great efficiency, but also for not being aggressive with plants and its compatibility with auxiliary insects.

One of the farmers who has not used another product against botrytis other than Prolectus® is Francisco Javier Fernández Rubio. This California pepper producer says that what he liked the most about this Kenogard product is that “it is not aggressive with plants, other solutions harden the plant a lot”.



## Prolectus® gewinnt die Landwirte dank seiner antibotrytis Wirkung

Kenogard bietet die ideale Lösung an, um botrytis zu verhindern. Das ist Prolectus®, ein Produkt, dass die Landwirte von Almeria überwunden hat, nicht nur für seine große Leistungsfähigkeit, sondern auch weil es für die Pflanzen nicht aggressiv ist und seiner Vereinbarkeit mit Hilfsinsekten. Einer der Landwirte, der nicht ein anderes Produkt gegen den botrytis außer Prolectus® verwendet, ist Francisco Javier Fernández Rubio. Dieser Paprikaschote Erzeuger von Kalifornien sagt, dass was er am meisten über dieses Produkt von Kenogard gemocht hat, ist, dass “es für die Pflanzen nicht aggressiv ist, da andere Lösungen harten die Pflanzen sehr”.



LA NUEVA GENERACIÓN  
**ANTIBOTRITIS**  
PARA UNA PRODUCCIÓN  
DE ALTA CALIDAD



- Excelente eficacia preventiva y curativa
- Buena compatibilidad con auxiliares
- Suave con el cultivo
- Plazo de seguridad: 1 día

**PARA HORTÍCOLAS EN INVERNADERO Y FRESA**



**Prolectus®**

# Seminis dará gran protagonismo a sus variedades para el campo almeriense en el pabellón 1.2 de Messe Berlín

□ **Rafa Villegas**

**S**eminis, fiel a su cita anual con Fruit Logística, promocionará su amplia gama de variedades de productos hortofrutícolas para el campo almeriense, Murcia, el resto de España, así como Italia, Holanda, Reino Unido, Polonia y Turquía, fundamentalmente. El responsable de la cadena de Monsanto en España, Miguel Sánchez, hizo hincapié en la importancia de las producciones españolas para la multinacional. No es para menos, sobre todo si se tiene en cuenta, como explicó, que “entre el 70 y el 80 por ciento de la producción hortofrutícola nacional se exporta”. Ya en la feria, como explicó Sánchez, “aprovechamos para tener reuniones con comercializadores –la mayoría ingleses, holandeses y alemanes-, así como para tener contacto con las empresas españolas”. En este último caso es el paso siguiente a los días de campo que organiza Seminis de productos como el melón y el tomate.

El éxito mundial de Seminis se debe a su esfuerzo por satisfacer las necesidades del agricultor, “el verdadero cliente nuestro, buscando solo variedades que sean rentables”, como remarcó Sánchez; las del comercializador, con una buena poscosecha, y las del consumidor, “para que vuelva a comprar el producto”, como añadió.

Seminis hará especial hincapié en Fruit Logística en sus variedades de tomate, melón



Zirconyta.



Miguel Sánchez, responsable de la cadena de Monsanto en España.

y sandía, con variedades de un sabor excepcional. Sánchez dejó claro que “nosotros apostamos, pese a que Almería está perdiendo peso en producción de melón, por ofrecer las mejores variedades para la provincia”. Cabe recordar que la casa de semillas es la número 1, por ejemplo, en Galia con su línea Cyro Line. Además está ofreciendo variedades muy importantes de otros tipos, como el Cantaloup, bajo el paraguas de ‘Sugarlup’, con lo que se garantiza el sabor del melón; así como piel de sapo.

En cuanto al tomate, Sánchez adelantó a FHALMERÍA que la nueva variedad de cherry Zirconyta va a tener su espacio en

el stand de Seminis, que se ubica en el pabellón 1.2 de Messe Berlín. Estará acompañado de Ventero, Bateyo y Laujar, así como de otros productos especiales, como los mini cucumbers, brócolis especiales, en este caso Bellaverde, otros tomates cherry de sabor, como Delisher, Strabena y Juanita o la especialidad de melón gourmet ‘Orange Candy’, un melón amarillo de carne naranja y excelente sabor y su línea Cyro Line en Galia.

El espacio expositor de Seminis cuenta con una superficie de exposición de unos 50 metros cuadrados y contará con dos plantas, utilizándose la segunda para llevar a cabo las distintas reuniones.



## Seminis will promote its different products for the Almeria countryside in Hall 1.2 of Messe Berlin

Seminis, faithful to its annual appointment with Fruit Logística, will promote its wide range of varieties of fruit and vegetable products destined for the Almeria countryside, Murcia and the rest of Spain, as well as Italy, the Netherlands, the United Kingdom, Poland and Turkey, mainly. The head of the Monsanto chain in Spain, Miguel Sánchez, emphasized the importance of Spanish productions for the multinational company. And with good reason if you take into account, as he explained, that “between 70 and 80 percent of the national fruit and vegetable production is exported”.



## Seminis wird seine verschiedenen Produkte für die Landwirtschaft von Almeria im Saal 1.2 der Messe Berlins fördern

Seminis, der seiner jährlichen Ernennung mit Fruit Logística treu ist, wird seine breite Produktpalette der Frucht und Gemüsesorte fördern, die für die Landwirtschaft von Almeria, Murcia und den Rest Spaniens, sowie Italiens, der Niederlande, des Vereinigten Königreichs, Polens und der Türkei hauptsächlich bestimmt sind. Der Leiter der Kette von Monsanto in Spanien, Miguel Sánchez, hat die Wichtigkeit von der spanischen Produktion für die multinationale Gesellschaft betont. Auf guten Grund, wenn Sie in Betracht ziehen, erklärte er dass “zwischen 70 und 80 Prozent der nationalen Frucht und Gemüseproduktion exportiert wird”.

2018  
el año del Cherry



*Zirconyta*

El Cherry que mantiene su sabor

  
**Seminis**  
*grow forward*

# HORTIESPAÑA promociona el cultivo en invernadero con una campaña informativa y de gran visibilidad

□ Elena Sánchez

La Organización Interprofesional de Frutas y Hortalizas de España, HORTIESPAÑA, continúa con su campaña de promoción ‘Cultivos de invernadero’, con la que pretende mejorar la percepción que la sociedad tiene de la producción bajo plástico. Así, el 2018 se ha estrenado con una nueva acción por las calles de Almería bajo el eslogan ‘El Corazón de Almería’, que junto a la imagen de la campaña se lanzaron, además, diferentes mensajes para mostrar la envergadura del modelo hortofrutícola bajo invernadero en la provincia como ‘Más de 2.500 hectáreas de cultivo ecológico’, ‘Modelo de redistribución de la riqueza’, ‘Alimentos saludables para 500 millones de europeos’, etc.

El Ayuntamiento de Almería ha brindado su colaboración para dar visibilidad a la cartelería de la campaña en los soportes publicitarios de la ciudad, por lo que, en total, será un ruta de 26 mupis que han estado visibles desde el 8 de enero hasta el 4 de febrero.

El alcalde de Almería, Ramón Fernández, ha expresado que el apoyo municipal a esta iniciativa es “absoluto porque estamos hablando del motor económico de la



“Estamos hablando del motor económico de la provincia y nuestros productos bajo plástico son sinónimo de calidad, innovación y vida sana”

provincia y porque nuestros productos bajo plástico son sinónimo de calidad, innovación y vida sana. No somos la despensa de Europa por casualidad y es algo que tenemos que promocionar para acabar con la desinformación que algunos sectores de la sociedad tienen sobre el cultivo de invernadero”.



## HORTIESPAÑA promotes greenhouse cultivation with an informative and highly visible campaign

The Interprofessional Organization of Fruits and Vegetables of Spain, HORTIESPAÑA, continues with its promotion campaign ‘Greenhouse Crops’, with which it aims to improve the view that society has of the production under plastic. Thus, 2018 has started with a new movement through the streets of Almeria under the slogan ‘The Heart of Almeria’, which launched different messages together with the image of the campaign to show the size of the horticultural model under greenhouse in the province. ‘Over 2,500 hectares of organic farming’, ‘model of redistribution of wealth’, ‘healthy food for 500 million Europeans’ are some examples of those messages.



## HORTIESPAÑA fördert Gewächshaus Kultivierung mit einer informativen und hoch sichtbaren Kampagne

Die Branchenverband für Früchte und Gemüsepflanzen Spaniens, HORTIESPAÑA, macht mit seiner Kampagne zur Förderung des ‘Gewächshausanbaus’ weiter, mit dem Ziel die Ansicht der Gesellschaft zur Produktion unter Plastik zu verbessern. So hat es 2018 mit einer neuen Bewegung durch die Straßen von Almeria unter dem Slogan ‘Das Herz von Almeria’ angefangen. Dazu wurde mit dem Bild der Kampagne verschiedene Aussagen vorgeschlagen, um die Bedeutung des Obst-Gemüsebau Modells im Gewächshaus in der Provinz zu zeigen. ‘Mehr als 2,500 Hektar organischer Landwirtschaft’, ‘Modell der Neuverteilung des Reichtums’, ‘Gesundes Essen für 500 Millionen Europäer’ sind einige der Beispiele dieser Aussage.



# Frutas Escobi, 30 años apostando por la excelencia



**F**ruitas Escobi nació en 1988 como respuesta a la creciente demanda de exportación de frutas y hortalizas en el Poniente almeriense. Los cultivos bajo plástico, que comenzaron a construirse en Almería en los años 60 del siglo pasado, habían empezado a extenderse hasta convertirse en lo que son hoy: la superficie de invernaderos más grande del mundo. Desde Las Norias de Daza, en El Ejido (Almería), empezó a comercializar sus productos y a enviarlos a diversos países de Europa, donde ha ido creciendo a lo largo de sus 30 años de andadura. Su misión como empresa es comercializar verduras y frutas garantizando la máxima calidad de las mismas. Esta misión la llevan a cabo concienciados en el respeto hacia

sus empleados, agricultores, clientes, medio ambiente y sociedad en general.

Sus productos principales, incluyendo la gama ecológica, son el pimiento, calabacín, berenjena, tomate, pepino y melón, que ofrecen a los clientes a lo largo de casi todo el año. El control de toda la producción de Frutas Escobi está garantizado por su equipo técnico a través de continuos análisis en laboratorios acreditados. Este proceso de trazabilidad comienza con la selección de la variedad de la semilla y termina con la llegada del producto a su destino, garantizando en todo momento la adecuación a los estándares más altos de calidad.

El objetivo de Frutas Escobi, “como reza nuestro claim de la marca, es buscar la excelencia en todo lo que hacemos, cuidando de que este principio se cumpla en todas las áreas de la empresa”.



## Frutas Escobi, 30 years betting on excellence

Frutas Escobi was founded in 1988 in the south of Almería (Spain) as response to the growing demand of fruits and vegetables. Over the past 30 years, there has been a growth in the marketing and commercialization of their products in various countries of Europe. Its main products, including the ecological range, are pepper, zucchini, eggplant, tomato, cucumber and melon. The complete process of traceability of the company begins with the selection of the seeds and ends with the arrival of the product to its destination, guaranteeing the adaptation to the highest quality standards at all times.



## Frutas Escobi, das Wetten von 30 Jahren auf der Vorzüglichkeit

Frutas Escobi wurde 1988 im Süden von Almería (Spanien) gegründet, als Antwort auf die steigende Nachfrage nach Exporten von Früchten und Gemüse. Mit der Vermarktung und Versendung ihre Produkte in verschiedene Länder Europas ist die Firma in den letzten 30 Jahren weiter gewachsen. Seine bedeutendsten Produkte, einschließlich der ökologischen, sind Paprika, Zucchini, Aubergine, Tomate, Gurke und Melone. Der ganze Prozess der Rückverfolgbarkeit der Gesellschaft beginnt mit der Auswahl der Samen und endet mit der Ankunft des Produktes an seinem Bestimmungsort, wobei die Anpassung an die höchsten Qualitätsstandards zu jeder Zeit gewährleistet ist.

30 Aniversario  
**ESCÖBI**  
1988-2018

[www.escobi.es](http://www.escobi.es)



info@escobi.es



+34 950 53 71 01



+34 950 53 74 19



Ctra. La Mojocera 151, 04716 Las Norias de Daza - Almería





**“Mit dem integrierten Marketingbereich möchten wir, Mitteln, Kriterien und Ziele verbinden, um ein gesundes Ökosystem zu schaffen”**

Grupo Cristalplant hat seinen 25. Jahrestag begonnen mit der Einbringung einer neuen Abteilung in seiner innerlichen Struktur, der integrierten Marketing. Damit hat man vor alle Mittel, Kriterien und Ziele zu verbinden, um ein gesundes Ökosystem schaffen zu können”, erklärt Luis Flores, neuer Direktor der Abteilung. Zweifellos, wird diese neue Abteilung “ein strategisches frisches Sehen erreichen, es wird sogar eine wichtige Rolle spielen aber nicht allein neben der Gesamtleitung, sondern auch neben den anderen Abteilungen mit denen alles in Konsens geplant wird”.



**“With the Integrated Marketing area we want to combine criteria, means and objectives to create a healthy ecosystem”**

Grupo Cristalplant has started its 25th anniversary incorporating a new department to its internal structure, the Integrated Marketing department, which aims to “get together criteria, means and objectives to create a healthy ecosystem,” says Luis Flores, new director of the department. Undoubtedly, this new area will provide “a fresh strategic vision to play a key role, not only with the General Management, but also with other departments to plan everything by consensus.”

**LUIS FLORES**  
DIRECTOR DE MARKETING INTEGRADO  
DE GRUPO CRISTALPLANT



**“Con el área de Marketing Integrado queremos conseguir aunar medios, criterios y objetivos para crear un ecosistema de comunicación sano”**

□ Elena Sánchez

**G**rupe Cristalplant ha comenzado su 25 aniversario incorporando un nuevo departamento a su estructura interna, el de Marketing Integrado, con el que se pretende “conseguir aunar medios, criterios y objetivos para poder crear un ecosistema sano”, explica Luis Flores, nuevo director del departamento. De hecho, “en el caso concreto de nuestra empresa, le llamamos integrado porque lo que pretendemos es integrar todo lo que en la empresa suponga comunicación, y comunicamos mucho, tanto de manera interna, como externa. Asimismo, lo que buscamos es una gestión más profesional de la comunicación en base a unos objetivos coherentes y una estrategia meditada”.

Sin duda, en el mercado en general, estas áreas son fundamentales y ejes que ayudan a “profesionalizar, mejorar y hacer crecer las empresas. Por ello, en nuestro sector, debemos ponernos las pilas y tomar conciencia de algo que, hasta ahora, se había sentido como secundario. En Grupo Cristalplant llevamos varios años dándonos cuenta de ello y avanzando poco a poco. Ahora hemos decidido crear este departamento para que nos ayude a seguir creciendo en la línea que lo venimos haciendo”, asegura Flores. Sin duda, esta nueva área va a aportar “una visión estratégica fresca, hasta jugar un papel fundamental, pero no solo junto a la Dirección General, sino que todo lo que se planifica es en consenso de los demás departamentos”.



En Grupo Cristalplant, que este año cumple 25 años de actividad al más alto nivel, la actividad no cesa ni un segundo y ya están sumidos en la campaña de primavera, en la que, aunque en términos absolutos, “tanto el cultivo de melón como de sandía siguen bajando, en nuestra empresa tenemos unas previsiones de producir una cantidad de planta de melón similar a la del año pasado y crecer un 10 por ciento en sandía”, adelanta Luis Flores. Todo ello, junto con la fuerte apuesta por la producción ecológica, de la que ya cuentan con cinco hectáreas, Grupo Cristalplant se está posicionado fuertemente en el mercado no solo a nivel provincial, sino también nacional.

# Coprohníjar llegará al centenar de hectáreas en ecológico el próximo año

□ **Almudena Fernández**

**C**oprohníjar SCA, con más de tres décadas de experiencia en comercialización, especialmente de tomate cherry, no deja de crecer en ecológico. En concreto, según explica su presidente, Juan Segura Morales, se marcaron un proyecto de ampliación de cultivo ecológico que les ha permitido pasar de 15 hectáreas, el año pasado, a la treintena ya en producción. “El año próximo esperamos alcanzar ya un centenar de hectáreas en ecológico, lo que se traducirá en prácticamente un 20% de toda nuestra producción”, señaló el presidente de esta empresa nijareña.

Para responder a ese crecimiento de cultivo ecológico, la empresa prevé ampliar también la superficie de nave. De esta forma,



Juan Segura, presidente de Coprohníjar.

a los 22.000 metros ya operativos (16.000 de nave construida) a los que se suma otro espacio de 3.000 metros junto a las fincas de la cooperativa, se añadirá, en unos meses, una nueva gran nave de casi 12.000 metros. “Con esta instalación, que nos gustaría que estuviese funcionando ya la próxima campaña, se pretenden cumplir con las previsiones de crecimiento de los próximos cinco o seis años”, afirma Segura.

En cuanto a la campaña de invierno 2017/18, Juan Segura Morales confirma que los inicios “fueron complicados con virus que nos llevó a arrancar cultivos pero luego nos hemos recuperado y los precios han ido bien”. Por lo que se refiere a la primavera, el tomate cherry, en todos sus tipos, volverá a ser el cultivo estrella (que se mantiene todo el año) aunque cederá espacio a la sandía, que prácticamente alcanzará el 50% de la producción de Coprohníjar.

Además, durante todo el año, la empresa continúa con sus ensayos en los que conseguir nuevos cherries que respondan a las necesidades de todo el sector. “El año pasado se hicieron unos 150 ensayos; todo ello con el objetivo de mejorar y ofrecer un producto con más sabor para el cliente, que a la vez sea rentable para el productor y que cuente con calidad suficiente para la poscosecha”, señaló el presidente de la cooperativa. Coprohníjar cuenta aproximadamente con 145 socios y 488 hectáreas de cultivo. Su producción supera las 57.000 toneladas y cuenta con un valor de comercialización cercano a los 56 millones de euros.



## Coprohníjar, one hundred hectares for ecological production next year

With more than three decades of experience commercializing products, especially cherry tomato, Coprohníjar SCA does not stop growing in ecological production. According to its president, Juan Segura Morales, they grew from 15 hectares last year, to 30 this year. “Next year we hope to reach a hundred hectares in ecological production, which will result in practically 20% of all our production,” he said. In response to this growth in organic farming, the company plans to also expand the surface of their building. In a few months, they will have new building of almost 12,000 meters.



## Coprohníjar, hundert Hektar für die ökologische Produktion im nächsten Jahr

Mit mehr als drei Jahrzehnten Erfahrung in der Kommerzialisierung besonders von Kirschtomaten hört Coprohníjar SCA nicht auf in der ökologischen Produktion zu wachsen. Laut ihrem Präsidenten, Juan Segura Morales, sind sie von 15 Hektar im letzten Jahr auf 30 Hektar in diesem Jahr gewachsen. “Im nächsten Jahr hoffen wir, hundert Hektar in der ökologischen Produktion zu erreichen, die praktisch auf 20 % unserer ganzen Produktion hinauslaufen wird” sagte er. Als Antwort auf dieses Wachstum in der organischen Landwirtschaft plant die Firma die Fläche ihres Gebäudes auszubreiten. In paar Monaten werden sie neue Anlage von fast 12,000 Quadratmetern haben.



*Lo natural  
es lo nuestro*

**COPROHNÍJAR**

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

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

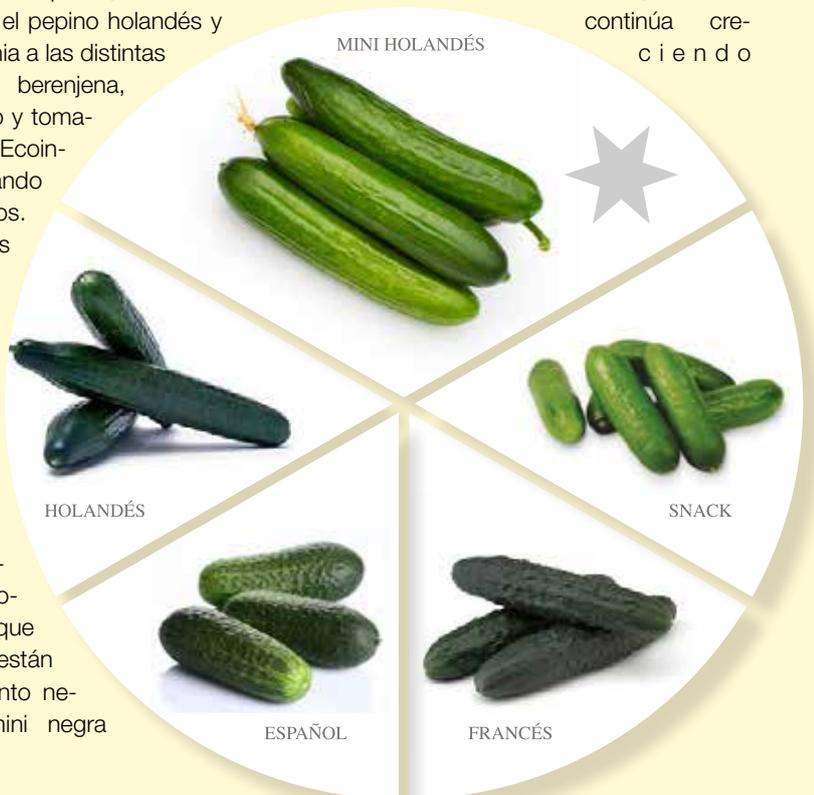
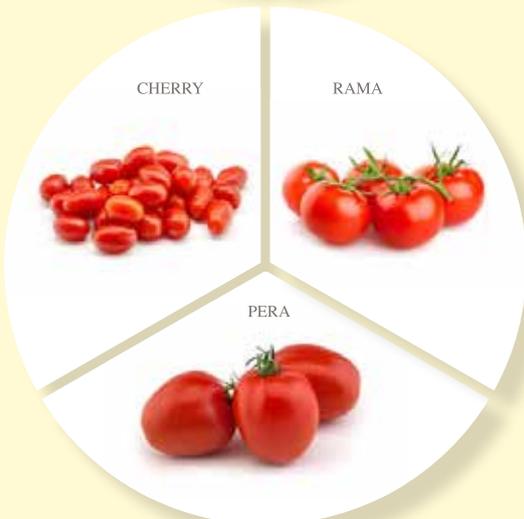
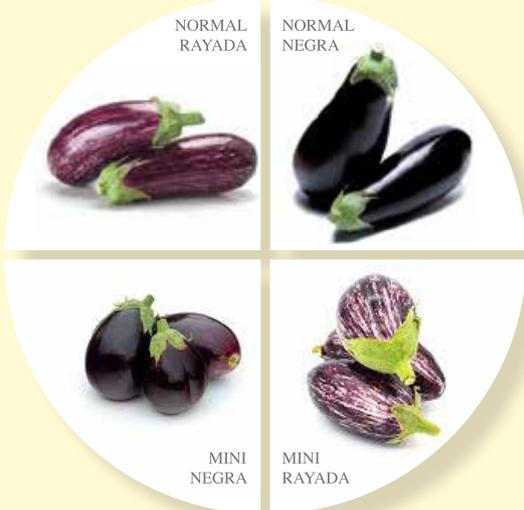
# Ecoinver amplía su gama de productos para ganar fuerza en el mercado internacional

□ **Almudena Fernández**

**E**coinver, empresa productora y exportadora de hortalizas ubicada en la localidad ejidense de Las Norias con más de una década de experiencia en el sector, afronta esta campaña agrícola 2017/18 con importantes novedades como la ampliación de su nave de confección, de superficie certificada y contratación de nuevos comerciales para el mercado internacional, además de la diversificación de su catálogo de productos. Sobre este último aspecto, recientemente se han sumado el pepino holandés y pimiento California a las distintas variedades de berenjena, pepino, pimiento y tomate con las que Ecoinver lleva trabajando todos estos años. Así, estos dos nuevos productos comienzan también a ganar terreno en esta empresa familiar donde su producto estrella es el pepino mini. Entre los productos tradicionales con los que ya trabajaban están la berenjena, tanto negra, rayada, mini negra

como mini rayada. En el caso del pimiento, la gama es aún más extensa con comercialización del sweet bite, Sweet Palermo, capia rojo y blanco, y picantes chili, habanero, scotch Bonnet, además de la incorporación de California. Por lo que se refiere al tomate, hasta sus instalaciones llegan las variedades pera Caniles, pera Intense, cherry y rama; mientras que en el caso del pepino, Ecoinver trabaja con las variedades francés, español, midi, snack, holandés y holandés mini.

Por otro lado, Ecoinver continúa creciendo



## Ecoinver expands its products and hires marketing personnel for the international market

Ecoinver, a vegetable producing and exporting company located in El Ejido (Spain), faces this 2017/18 agricultural campaign with important new features such as the expansion of its manufacturing plant —with a certified area— and the hiring of new commercials

for the international market, as well as the diversification of its product catalog with the addition of new crops such as California pepper. Ecoinver has the IFS Food and GRASP certifications, as well as being member of the GlobalG.A.P. certification.



## Ecoinver breitet seine Produkte aus und stellt Marketingmitarbeiter für den internationalen Markt an

Ecoinver, ein produktions und exportierendes Unternehmen von Gemüse was sich in El Ejido (Almería) befindet, stellt sich für diesen landwirtschaftlichen Kampagne 2017/18 mit wichtigen Neuheiten vor. Unter anderen die Verbreitung seiner Produktionshalle, die als registrierte Fläche dient, und Anstellung der neuen Handelsvertreter für den internationalen Markt, zudem der Diversifikation seines Produktkatalogs mit der Eingliederung von neuen Anbauflächen als die Kalifornische Paprikaschote. Ecoinver verfügt verschiedene Zertifizierungen wie IFS Food und Grasp, abgesehen davon, dass sie Mitglieder des GlobalG.A.P. ist.

con las miras puestas en el mercado internacional. De esta forma, el departamento comercial ha sumado dos nuevos miembros, uno de ellos centrado en Italia y otro para países del Este. No en vano, casi la mitad de su amplio volumen de comercialización de pepino mini se exporta hasta tierras germanas, donde ya se encuentran en los lineales.

Ecoinver cuida cada vez más la personalización del envase en el que se presenta el producto hortícola, de acuerdo a las exigencias de cada uno de sus clientes. Así, trabajan el flowpack, barquetas, tarrinas o, si es neces-

ario, a granel. Desde Ecoinver hacen hincapié en que toda la tarea de innovación que vienen desarrollando tiene como objetivo eliminar intermediarios, de tal forma que ofrezcan un producto final propio que no pase desapercibido ante los consumidores.

Junto a estas innovaciones destacan el aumento del número de agricultores que han confiado en la empresa para la comercialización de sus productos, además de aumentar la superficie certificada. Ecoinver cuenta con las certificaciones IFS Food y Grasp, además de ser miembros del GlobalG.A.P..



*Unique products for unique people*  
*Productos únicos para gente única*



# Montyline ofrece un control de trips robusto y fiable durante toda la campaña



□ **Almudena Fernández**

**B**ioline AgroSciences obtuvo el registro en España de *Amblyseius montdorensis* en marzo de 2016, después de más de cinco años de ensayos en campo. La marca afronta así su segunda campaña comercial cargada de optimismo ante la buena acogida que ha presentado Montyline, un producto que ofrece un control robusto y fiable de trips y otras plagas durante toda la campaña. Manuel Gómez, especialista técnico de IPM, valora las expectativas de Montyline dentro de las estrategias de control biológico en diversos cultivos.

## -¿Cómo se está desarrollando esta segunda campaña comercial con Montyline?

- El uso de Montyline se va consolidando de forma progresiva, gracias a los resultados positivos que se están obteniendo. La mayor parte de las sueltas se están haciendo en cultivo de pepino, que es el primero en el que nos enfocamos, pero también va aumentando la superficie en otros cultivos como la berenjena.

## -¿Se están constatando las ventajas que ofrece Montyline respecto a otros ácaros que se emplean en las experiencias comerciales?

- Así es. Es conveniente recordar las características que presenta este producto y que suponen una ventaja, como son mayor tasa de depredación de trips, ofreciendo también un excelente control de mosca blanca y un buen efecto sobre poblaciones incipientes de araña roja y tarsonémidos (araña blanca). Además, *Montdorensis* pone hasta tres veces más huevos que *A.swirskii* y posee una mayor tasa de crecimiento. Otra de las grandes ventajas de Montyline es una mejor adaptación a condiciones extremas.

## -¿Se han actualizado las estrategias con respecto a las propuestas iniciales?



## Montyline offers strong and reliable thrips control throughout the campaign

Bioline AgroSciences obtained the registration of *Amblyseius Montdorensis* in March 2016 in Spain, after more than five years of trials. The brand faces its second commercial campaign with optimism because of the good reception given to Montyline. This product offers strong and reliable control during the whole campaign against thrips, whitefly and other horticultural pests. The crops in which it has already shown their effectiveness are cucumber, eggplant, zucchini and other cucurbits, although it is also being used successfully in various ornamental crops.

- La dosis y momentos de suelta que se propusieron se mantienen; no obstante, la incorporación de ácaros presa, como alimento para mejorar poblaciones y control en momentos desfavorables supone un antes y un después. El ácaro presa con el que trabajamos se llama *Thyreophagus entomophagus* y se formula en tubos de cartón de un litro mezclados con salvado. Se introduce un litro de producto cada mil metros. Normalmente, se hacen entre dos y tres alimentaciones por campaña. Como novedad, hemos realizado experiencias con sueltas en semillero para calabacín, un cultivo en el que la implementación del control biológico todavía es escasa, que han sido todo un éxito.

## - ¿En qué cultivos concretos están trabajando?

Además de pepino, berenjena y calabacín, donde los resultados preliminares han sido excelentes, también se están haciendo experiencias en multitud de cultivos ornamentales con resultados sorprendentes.

## -¿Cree que los buenos resultados de Montyline pueden hacer que se incremente la superficie de control biológico en cultivos donde actualmente es bajo este porcentaje como en calabacín, melón y sandía?

- Sin duda. Hay que tener en cuenta que en cultivos de primavera Montyline también se instala en el cultivo de forma excelente. Para melón y sandía, en material suelto con ácaros presa, hemos tenido muy buenos resultados en campañas y ensayos previos. Nuestra recomendación es que en primavera se incorpore *Montdorensis* en control biológico en estos cultivos.

## -¿Está incorporado a los protocolos de Producción Integrada de la Junta de Andalucía?

- Sí, se introdujo el pasado año.



## Montyline bietet eine Kontrolle von robustem und zuverlässigem Trips während der ganzen Kampagne an

Bioline AgroSciences hat das Verzeichnis in Spanien von *Amblyseius Montdorensis* im März 2016, nach über fünf Versuchszeiten erlangt. Die Marke stellt sich bei seiner zweiten kommerziellen Kampagne mit vollem Optimismus vor der guten Aufnahme von Montyline vor, der für eine robuste und zuverlässige Kontrolle während der ganzen Kampagne vor dem Trips, weißer Fliege und anderer Gartenbau Plagen sorgt. Die Anbauten, in denen das Produkt schon seine Wirksamkeit gezeigt hat, sind Gurke, Aubergine, Zucchini und andere Kürbisgewächse, dazu ist er auch erfolgreich in verschiedenen Zierpflanzenanbau wo es angewandt wird.

# S·SYSTEM.

EL AZUFRE DE MÁXIMA ASIMILACIÓN

## naturdai HORTÍCOLAS



### DOSIS Y MODO DE EMPLEO

Vía foliar: 150-500 cc/Hl  
Vía radicular : 2-3 L/Ha

### En Hortícolas

Vía foliar :  
-150-500 cc/Hl  
-200-300 cc/Hl ( Combinado  
con otros fungicidas )

Vía radicular :  
-1,5 - 2,5 L/Ha  
-1L/Ha ( Combinado con otros  
fungicidas )



- AUMENTA LA CALOSA
- PROPORCIONA UNA BARRERA FÍSICA
- FAVORECE RESISTENCIA INDUCIDA



PRODUCTO LÍQUIDO  
TOTALMENTE ASIMILABLE



SE ABSORBE TOTALMENTE  
DE FORMA PASIVA



FAVORECE LA FORMACIÓN  
DE DEFENSAS NATURALES



DESBLOQUEA ELEMENTOS  
NUTRITIVOS DEL SUELO



REFUERZA LA PARED  
CELULAR



idainature  
www.idainature.com



Visítanos en: Hall 11.2 / Stand B-06

**FRUIT  
LOGÍSTICA**  
7-17 FEBRERO 2018 | BOGOTÁ





# El Reglamento de ‘Sabores Almería’ entra en vigor con el apoyo de más de 130 empresas

□ Elena Sánchez

La Diputación de Almería presentó, el pasado 10 de enero, el Reglamento de Uso de la marca gourmet de la provincia ‘Sabores Almería’ y su presidente, Gabriel Amat, entregó un ejemplar a todos los empresarios, restauradores y chefs presentes en el acto. Desde la institución provincial este hecho lo marcan como “histórico” puesto que, desde este momento, todas las empresas, establecimientos o profesionales que quieran adherirse podrán hacerlo en base a esta herramienta fruto del trabajo de la Diputación y del diálogo con representantes del sector. En el Reglamento, que ya está publicado en el Boletín Oficial de la Provincia, se recogen cuáles son los requisitos para poder formar parte de la marca de productos gourmet.



En el Reglamento, que ya está publicado en el Boletín Oficial de la Provincia, se recogen cuáles son los requisitos para poder formar parte de la marca de productos gourmet

De hecho, para pertenecer a ‘Sabores Almería’, los productores almerienses podrán obtener el distintivo siempre y cuando cultiven, produzcan, críen, obtengan del mar, procesen, elaboren o transformen en la provincia de Almería productos agroalimentarios con cualidades diferenciadoras identificadas y reconocidas por el mercado. En

cuanto a los establecimientos comerciales, estos podrán adherirse si venden o distribuyen de forma destacada productos de, al menos, cinco empresas con el sello ‘Sabores Almería’. Por último, los restaurantes o establecimientos turísticos que quieran tener el distintivo deberán de incluir en sus cartas, menús o soportes de forma destacada productos de cinco empresas pertenecientes a la marca provincial.

Dentro de los productos de ‘Sabores Almería’ se van a establecer dos categorías o etiquetas: etiqueta oro, para los que puedan pertenecer a la marca, y etiqueta negra, para las que cuenten, además, con otras certificaciones como IPG, ETG, Producción Integrada, Producción Ecológica, Productos acreditados de artesanía o marcas de calidad alimentaria.



## The Regulation of ‘Sabores Almería’ comes into force with the support of more than 130 companies

On January 10, the Regional Government of Almería presented the Regulation of Use of ‘Sabores Almería’ —the gourmet brand of the province—, and its president, Gabriel Amat, delivered a copy of it to all businessmen, restaurateurs and chefs present at the event.

Within the products of ‘Sabores Almería’, there will be two categories or labels: gold label, for those which may belong to the brand, and black label, for those which also have other certifications such as PGI, TSG, Integrated Production, Ecological Production, Accredited Handicraft Products or Food Quality Brands.



## Die Regulierung von ‘Sabores Almería’ tritt mit der Unterstützung von mehr als 130 Gesellschaften in Kraft

Am 10. Januar hat die Regionalregierung von Almería die Gourmet Markenansetzung von ‘Sabores Almería’ präsentiert und sein Präsident, Gabriel Amat, hat eine Kopie an allen Unternehmern, Gastwirte und Köche, die an der Veranstaltung anwesend waren, verteilt. Bei den Produkten von ‘Sabores Almería’ wird es zwei Kategorien oder Etiketten geben: das Gold Etikett, für diejenigen, die zu der Marke gehören; und das Schwarze Etikett, für diejenigen, die auch andere Angaben wie g.g.A, g.t.S, integrierte Produktion, Ökologische Produktion, akkreditierte handgefertigte Produkte oder nahrungsmittel Qualitätsmarken haben.

# Agrobío vuela a 35 países para polinizar y combatir las plagas de forma natural



2018  
7/8/9 FEBRERO BERLIN



fhAlmería

□ **Almudena Fernández**

La lucha integrada continúa siendo un modelo referente y el control biológico una herramienta innovadora. En este punto, la empresa almeriense Agrobío juega un papel fundamental en la producción y comercialización de insectos beneficiosos y polinizadores, con nuevas estrategias y una tecnología puesta a punto para llegar a otras zonas agrícolas del mundo que apuestan por estos métodos como base para seguir avanzando en la calidad de sus cultivos y garantizar la seguridad alimentaria.

El control biológico es una práctica cada vez más extendida en todo el mundo y, en este sentido, la investigación aplicada al campo y un equipo técnico cualificado se convierten en pilar fundamental para esta empresa con sede en Almería. Agrobío vuela a más de 35 países con colmenas de abejorros para la polinización y fauna auxiliar para combatir de forma natural las plagas de los cultivos, en hortalizas, frutales y ornamental. Estas dos prácticas han supuesto un cambio en el valor del producto, capaz de posicionarse en los mercados más exigentes.

El campo no para, y el control biológico tampoco. Partiendo de esta premisa y con el objetivo puesto en la próxima campaña de primavera, Agrobío trabaja de forma determinante en dar continuidad a los enemigos naturales durante todo el ciclo del

cultivo y, de esta forma, todo el año. En cualquier caso, Agrobío no solo se enfrenta a los nuevos retos de la producción bajo invernadero, también avanza en cultivos al aire libre y en el mercado creciente de la producción ecológica.

El uso de nuevas técnicas incorporadas al control biológico como la alimentación con ácaros presa directamente en campo, desarrollada por Agrobío, ha supuesto una evolución en el control de plagas en pepino de ciclo corto y ciclo largo, otras cucurbitáceas, como melón y sandía, así como ornamentales y hortalizas donde las sueltas se anticipan o requieren de un control preventivo.

En este mismo sentido, desde Agrobío destacan la importancia de la alimentación con presa para mantener poblaciones fuertes y continuadas, mejorar la capacidad productiva de la planta y reducir pérdidas por daños de plaga. Incluso en ciclos cortos esta estrategia es eficaz y cobra importancia. La prevención es clave para afrontar plagas que cada vez preocupan más, como araña roja y pulgón, y adelantarse a la presión se convierte en un factor imprescindible. Llegar a la siguiente campaña con el campo lo más limpio posible debe ser un objetivo. En este sentido, la empresa también ha puesto en marcha nuevas herramientas de control conservativo incorporándolas al modelo productivo, para favorecer la presencia de enemigos naturales tanto dentro como fuera del invernadero.



## Agrobío flies to 35 countries to pollinate and fight pests naturally

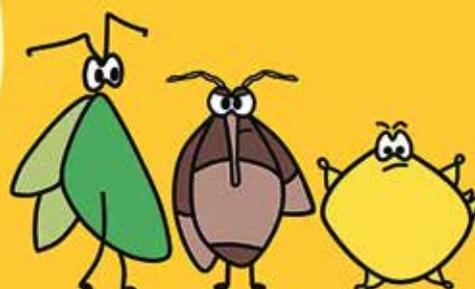
The IPM (Integrated Pest Management) continues to be a model and the biological control an innovative tool. The Almería company Agrobío plays a fundamental role in the production and commercialization of beneficial insects and pollinators. With new strategies and a technology developed to reach other agricultural areas, the world relies on these methods as a basis in the quality of their crops and guarantee food security. Specifically, Agrobío flies to more than 35 countries with bumblebee hives for pollination and auxiliary fauna to fight the pests of crops —horticultural, fruit and ornamental crops— in a natural way.



## Agrobío fliegt in 35 Länder um Plagen natürlich zu bestäuben und sie zu bekämpfen

Der integrierte Pflanzenschutz ist weiterhin ein Modell und die biologische Kontrolle ein innovatives Werkzeug. Das Unternehmen aus Almeria Agrobío spielt eine grundsätzliche Rolle in der Produktion und Kommerzialisierung von vorteilhaften befruchteten Kerbtieren. Mit neuen Strategien und einer Technologie mit dem Ziel andere landwirtschaftliche Bereiche der Welt zu erreichen, die auf diese Methoden als Basis in der Qualität ihres Anbau und der Nahrungsmittelsicherheit zu gewährleisten. Spezifisch fliegt Agrobío in mehr als 35 Ländern mit Hummeln Bienenstöcken um die Befruchtung und mitwirkende Fauna, um der Plage von Anbauflächen, Gartenbau-, Frucht und dekorative Anbau auf eine natürliche Weise zu kämpfen.

  
**Agrobío**  
· soluciones biológicas ·



**CONTROL BIOLÓGICO Y BIOPOLINIZACIÓN**

Fauna auxiliar para controlar las plagas de los cultivos y colmenas de abejorros para biopolinización

agrobio.es



# Easy by Bouquet aterriza en Fruit Logistica 2018 de la mano del Grupo Anecoop

□ **Rafa Villegas**

**E**l Grupo Anecoop continúa fiel a su cita en Fruit Logistica, donde los principales operadores del sector hortofrutícola en fresco se reúnen a principios de febrero para conocer las novedades mundiales.

Dado el interés de este evento, representantes de todas las oficinas y filiales que integran el Grupo Anecoop estarán presentes en la feria y se reunirán con sus principales clientes de la distribución para revisar el primer trimestre del ejercicio y planificar los siguientes. En su stand de 135 m2, Anecoop desplegará toda su oferta tal como se puede ver en tienda, con objeto de que el cliente conozca no solo los productos, sino además los distintos formatos de packaging en su marca insignia Bouquet.

Entre la amplia oferta de cítricos, frutas y hortalizas que comercializa, el Grupo pondrá este año especial acento en su línea de papaya, por la que ha apostado fuertemente dentro de su gama Bouquet Exotic, llegando a constituir a principios de 2017 una empresa, la A.I.E. Exóticos del Sur, para potenciar esta y otras frutas exóticas producidas en España.

Por otro lado, el Grupo Anecoop aprovechará la cita berlinesa para presentar a sus clientes europeos su nueva línea de soluciones para el consumidor elaboradas con frutas y hortalizas y adaptadas al estilo de vida actual.



Stand de Anecoop en Fruit Logistica 2017.

**Grupo Anecoop aprovechará la cita berlinesa para presentar a sus clientes europeos su nueva línea de soluciones**

Se trata de una nueva categoría, concebida bajo el concepto Express Slow Food -acuñado por la propia empresa-, que responde a las tendencias de mercado aunando comodidad, cercanía, rapidez, tradición, practicidad, salud, calidad y origen.

Si en Fruit Attraction presentó esta línea bajo la marca paraguas ¿Y si? de Bouquet, dirigida al mercado español, en Fruit Logistica la presentará bajo la marca que se ha adaptado a países de habla no hispana. Así, en Alemania, Reino Unido, Francia, etc., esta línea se podrá encontrar bajo la marca Easy by Bouquet.

La iniciativa parte desde la propia ubicación de la categoría en la tienda, unificándola toda en un mismo espacio refrigerado para que el consumidor pueda localizar en un solo gesto un menú completo, 100% natural, sin conservantes ni colorantes, sin azúcar añadido, bajo en sal y sin gluten, adaptado a todo tipo de dietas: celíacos, diabéticos, veganos... Incluye una línea de sopas y cremas, untables, snacks, postres, y purés y ensaladas de fruta, todo ello elaborado con materia prima 100% vegetal. Para lanzar este proyecto Anecoop creó a mediados del año pasado la sociedad Janus Fruit S. L., en la que también participa su cooperativa socia Rural San Vicente Ferrer de Benaguasil, en cuyas instalaciones se encuentra la línea de producción de esta categoría.



## Easy by Bouquet lands at Fruit Logistica 2018 with the Anecoop Group

The Anecoop Group continues faithful to its appointment at Fruit Logistica, where the main operators of the fresh fruit and vegetable sector meet at the beginning of February to learn about the agricultural news. Given the interest of this event, representatives of all the offices and subsidiaries that make up the Anecoop Group will be present at the fair and will meet with their main distribution clients to review the first quarter of the year and plan the following ones. In its stand of 135 m2, Anecoop will display all its offer as you can see in store, so that the customer knows not only the products, but also the different packaging formats in its flagship brand Bouquet.



## Grupo Anecoop nimmt Easy by Bouquet bei der Hand auf der Fruit Logistica Messe 2018

Grupo Anecoop ist sehr treu in seiner Verabredung mit Fruit Logistica fort, wo sich die Hauptoperatoren des Frische Garten-gemüse Sektors Anfang Februar versammeln, um von den weltweiten Neuheiten zu erfahren. Angesichts des Interesses dieses Event, Vertreter von allen Filialen, die die Gruppe Anecoop eingliedern, werden auf der Messe anwesend sein und sich mit ihren Hauptkunden der Verteilung versammeln, das erste Vierteljahr zu überprüfen und die folgenden zu planen. In seinem Stand von 135 m2, wird Anecoop sein ganzes Angebot entfalten, so wie man es im Geschäft sehen kann, zwecks dem der Kunde sich nicht nur mit den Produkten vertraulich macht, sondern außerdem die unterschiedlichen Formate von Packaging in seiner Marke Bouquet erkennt.



Anecoop

BOUQUET

Desde hace 40 años, **Anecoop** forma parte de tu mundo. 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.**

# You and Anecoop.

**Como productores**, nuestras hortalizas y frutas son la culminación de un trabajo que se sustenta sobre cuatro pilares: alimentación 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 líneas de producto adaptadas a las nuevas necesidades de los consumidores.



**BOUQUET**

Cultivamos futuro





**“Wir feiern unseren 45. Jahrestag, wobei dem Verbraucher das beste Produkt mitunter großartigen Bedingungen angeboten wird”**

Granada La Palma bietet seit 45 Jahren das beste Produkt mit unverbesserlichen Bedingungen an. Seine zahlreichen Produktpaletten sind Gurke, Pfeffer, Eierfrucht, subtropische Produkte und sehr besonders verschiedene Tomatensorten. Die Gesellschaft hat an allen Ausgaben der Fruit Logística teilgenommen, da es für sie ein Treffpunkt mit dem besten Sektor ist. Wie jedes Jahr werden sie ihre Kunden und jeder der an ihren Standplatz im Saal 18 interessiert ist, spezifisch im Darstellungsbereich C-01, erwarten.



**“We celebrate our 45th anniversary offering the consumer the best product with best conditions”**

Granada La Palma has been offering the best product with best conditions for 45 years. Its wide range of products are cucumber, pepper, eggplant, subtropical products and, very especially, different types of tomato. The company has participated in all editions of Fruit Logística, which for them is a meeting place with the best of the sector. As every year, their customers and anyone interested will find their stand in Hall 18, specifically in the display space C-01.

# 45 AÑOS EN COOPERATIVA cooperativalapalma

**“ Celebramos nuestro 45 aniversario ofreciendo al consumidor el mejor producto y en las mejores condiciones ”**

□ Rafa Villegas

**P**regunta.- Granada La Palma ha participado en todas y cada una de las 25 ediciones celebradas de Fruit Logística. ¿Qué importancia tiene la participación de la empresa en este evento hortofrutícola mundial?

Respuesta.- Una empresa como Granada La Palma que celebra este año su 45 aniversario y después de toda nuestra trayectoria empresarial no puede faltar a un evento internacional de estas características. Para nuestra empresa ha sido un lugar de encuentro con los mejores actores del sector. Desde la producción, pasando por empresas de semillas y auxiliares, hasta la distribución más importante a nivel mundial.

**P.- ¿Dónde pueden encontrar su stand en esta ocasión?, ¿en qué van a centrar su participación este año?**

R.- Como en estos 25 años de edición no hemos faltado a ninguna cita mantenemos el mismo stand, Hall 18 Stand C-01. Nuestro objetivo es que el visitante saboree nuestros productos, en fresco y elaborado. Pero, sobre todo, que experimente nuestra marca. La esencia de La Palma. Nuestra manera de entender la agricultura.

**P.- 2017 fue un año muy especial para la feria berlina, que cumplió un cuarto de siglo de existencia. ¿Qué balance pueden hacer de su participación en la edición?**

R.- Fue muy positivo ya que tuvimos la oportunidad de presentar parte de las novedades que se están produciendo en esta campaña y soluciones de nuevos empaquetados. La Palma siempre está presente para conocer y aportar nuevos puntos de vista. Nos impulsa en el planteamiento de nuevos retos.



**P.- ¿Qué importancia tiene el mercado alemán y europeo para Granada la Palma?, ¿de qué productos les surten principalmente?**

R.- El mercado alemán es muy importante para nuestra cooperativa por dos razones fundamentales, por el potencial de consumo que tiene y porque es una prueba de fuego frente a las más importantes cadenas de supermercados alemanas, que a su vez son multinacionales. Esto significa que si hay productos que funcionan en estos supermercados pueden funcionar en sus propias tiendas de otros países. De esta forma consiguen dos objetivos: el primero, fidelizar a los productores porque mantienen una estabilidad que el sector necesita y el segundo, ofrecen al consumidor un producto muy homogéneo.

**P.- El tomate es, sin duda, su producto estrella, ¿qué tipos de tomate son los más demandados?, ¿está cambiando la tendencia de consumo?**

R.- Efectivamente La Palma se centra en los tomates snack de todas las formas, colores y sabores así como pepinos, pimientos, berenjenas y productos subtropicales. No obstante, debemos escuchar al consumidor que en la actualidad espera algo más cuando compra un tomate de lo que ha comprado hasta ahora. Quiere vivir experiencias diferentes. Estamos detectando un incremento muy importante de demanda de tomates con más tamaño pero con un sabor muy particular, por ejemplo tipos Raf, rosas, peras, ramas, beef, chocolates e incluso M y MM redondos. Es importante estar atentos a lo que demanda el consumidor y ofrecer alternativas.

**P.- ¿Cuáles son los principales retos y objetivos que se ha marcado Granada La Palma de cara a las próximas campañas?**

R.- Calidad. Experiencia de consumo. Innovación. Seguir en las líneas de investigación que llevamos, continuar programando plantaciones con nuestros principales clientes y llegar a acuerdos tanto con supermercados clientes como con empresas de semillas, con el objetivo de garantizar al consumidor el mejor producto en las mejores condiciones.



# El pepino, tomate y pimiento se alzan como principales cultivos en Almería con más de 25.000 hectáreas



□ **Almudena Fernández**

La campaña 2016/17 se cerró en Almería con un total de 25.364 hectáreas cultivadas con pepino, pimiento y tomate; tres de los cultivos estrellas de esta provincia que, además, tienen como principales mercados

de destino Alemania. Las producciones de pepino y tomate, con 4.980 y 10.124 hectáreas respectivamente, han descendido ligeramente su producción en relación a la campaña anterior pese a continuar alcanzando producciones de más de 400.000 toneladas, en el caso del pepino, y superando incluso el millón de toneladas en el caso del tomate.

En el lado opuesto está el pimiento que, con una superficie de 10.260 hectáreas, presentó una producción de récord durante la campaña 2016/17, superando las cifras de la precedente en un 4%. En general, los resultados de la campaña fueron muy positivos con un incremento de precio del 6% y nueva subida en exportaciones, tanto en volumen (4%) como en valor económico (9%).



## Cucumber, tomato and pepper are the main crops in Almería with more than 25,000 hectares

The 2016/17 campaign was closed in Almería with a total of 25,364 hectares cultivated with cucumber, pepper and tomato; three of the star crops of this province that, in addition, have the German markets as main destination. The production of cucumber and tomato, with 4,980 and 10,124 hectares respectively, has decreased its production slightly during that campaign. On the opposite side is the pepper that, with an area of 10,260 hectares, presented a record production in that same period.



## Die Gurke, Tomate und Paprikaschote erheben sich als Haupt Anbauflächen in Almería mit über 25.000 Hektare

Die Saison 2016/17 endete in Almería mit einer 25.364-Hektar-Gesamtsumme gezüchtet mit Gurke, Paprikaschote und Tomate; drei der Anbauten Sterne dieser Provinz, die außerdem für Deutschland als Stammkunde halten. Die Gurken und Tomate Erzeugung haben mit 4.980 und 10.124 Hektar seine Herstellung leicht verringert. In der entgegengesetzten Seite ist die Paprikaschote, die mit einer 10.260-Hektar-Oberfläche, eine Rekord Herstellung in derselben Periode vorgestellt hat.



VISITA NUESTRO STAND  
FRUIT LOGISTICA  
2018 BERLIN

La Palma es mucho más de lo que se ve. Es lo que se siente. Es sabor y naturalidad. Es sencillez y dulzura. Es emoción.

Ven a sentir nuestros productos, nuestras marcas y nuestra forma de entender la agricultura en Fruit Logística 2018.

45 años en cooperativa.



SABORÉANOS EN  
FRUIT LOGISTICA BERLIN 2018  
HALL 18 STAND C-01 / 7-9 FEBRERO  
[www.gradalapalma.com](http://www.gradalapalma.com)

# SAT Agroiris presenta en Alemania la calidad de sus productos durante toda la campaña

□ **Almudena Fernández**

La comercializadora ejidense, SAT Agroiris, tendrá presencia en esta edición de Fruit Logística a la que acudirán, aunque sin expositor, con la intención de continuar ampliando la cartera de clientes en mercados internacionales. El director comercial de la empresa, Javier Díaz, explica que la visita a la capital alemana viene a responder a la necesidad de contactar con “clientes de primavera” que no son europeos en una época, además, en la que la venta de frutas predomina sobre la de hortalizas.

En este sentido, la empresa trata de diversificar y ofrecer cuantos más productos mejor, pero lo cierto es que en la campaña de primavera, la sandía y el melón es el principal género comercializado. En el caso de Agroiris se ha hecho, además, una fuerte apuesta por la especialización en melón. “Nosotros creemos que hay que reivindicar el melón, un producto tan tradicional de Almería. Además, se está haciendo una apuesta muy importante de investigación para mejorar el melón y creo que ese fuerte trabajo tendrá recompensa. En la sandía, por ejemplo, esa tarea ya se ha hecho y hay variedades muy buenas”, señala.

Desde SAT Agroiris se muestran muy optimistas con la próxima campaña de primavera. Los “buenos resultados de calidad”



Javier Díaz, director comercial de SAT Agroiris.

de la anterior y la “alta satisfacción” de los agricultores hacen presagiar una nueva apuesta de confianza de los clientes habituales a los que esperan seguir sumando nuevos.

En esta línea, el director comercial de la empresa reconoció que parte de ese éxito lo tiene la tarea previa de selección de variedades que cada vez presentan “mejor sabor, consistencia y larga vida”.

En cualquier caso, en esa tarea de ofrecer un producto diferenciado, la comercializadora ejidense ha venido incorporando variadas referencias de productos como valor añadido a su catálogo que les permite

alcanzar ya una producción anual de unos 200 millones de kilos. En concreto, destaca algunos productos como el pimiento cónico Sweet Palermo® y los sweet bite de Tribelli. Entre las principales novedades están también los mini pepino de Minigustos, una incorporación bastante reciente que se suma al pepino Almería, la principal demanda en este sentido.

En definitiva, el objetivo de Agroiris es continuar avanzando con el objetivo de contar con productos especiales que respondan a las demandas del mercado actual y que supongan también un elemento diferenciador de la comercializadora.



## SAT Agroiris presents in Germany the quality of its products throughout the campaign

The commercial company from El Ejido, SAT Agroiris, will have presence in this edition of Fruit Logística to which they will go, although without exhibitor, with the intention of continuing expanding the portfolio of clients in international markets. The company tries to diversify and offer the more products the better, but during the spring campaign, watermelon and melon are the main commercialized genre. From SAT Agroiris are very optimistic in the coming months due to the “good quality results” of the previous campaign and the “high satisfaction” of the farmers, which foreshadow a new commitment of trust with the regular and future new customers.



## SAT Agroiris stellt die Qualität seiner Produkte in Deutschland während der ganzen Kampagne vor

Die Vertriebsgesellschaft aus El Ejido, SAT Agroiris, wird in dieser Edition von Fruit Logística anwesend sein, ohne Stand, mit der Absicht den Kundenstamm auf den internationalen Märkten zu erweitern. Das Unternehmen verbreitet sich um mehr und bessere Produkte anzubieten, aber im Frühlingfeld ist die Wassermelone und die Melone die Hauptvermarktungsgattung. SAT Agroiris zeigt sich in den nächsten Monaten wegen der “guten Ergebnisse der Qualität” des vorigen Feldes und der “hohen Zufriedenheit” der Landwirte sehr optimistisch an, was als einer Stärkung des Vertrauens der Stammkunden hervorsagen kann und sie hoffen neue Kunden zu erwerben.

# AGROLIRIS

Creemos con  
la agricultura



# Hortisol satisface la exigente demanda gracias a su completa red comercial export-import a lo largo de toda Europa



**Hortisol**



## Hortisol satisfies the customers with a complete export-import commercial network throughout Europe

The Almería trading company, founded by Ginés González 25 years ago, is present one more year in Fruit Logística, with the aim of supporting the production and marketing companies in the area. Currently, Hortisol has an extensive export-import commercial network throughout Europe, in addition to a wide range of products such as fruits and vegetables, under the brand name 'Arosi'. With firm human resources based on teamwork, the success is more than assured, enabling customers and suppliers to be satisfied, gaining more and more sales importance in the international market.



## Hortisol deckt die fordernde Nachfrage dank seinem vollem Export-Import Vertriebsnetz in ganz Europa

Die Handelsgesellschaft von Almería, die von Ginés González vor 25 Jahren gegründet wurde, ist noch ein Jahr in der Fruit Logística anwesend mit dem Ziel die Produktion und Vertriebsgesellschaften der Region zu unterstützen. Zurzeit hat Hortisol einen umfassenden Export Import kommerzielles Netz überall in Europa, zusätzlich zu einer breiten Auswahl an Produkten wie Früchte und Gemüse, unter dem Markennamen 'Arosi'. Mit solidem Personal basiert auf Teamarbeit, ist der Erfolg mehr als gesichert. Wobei die Befriedigung der Kunden und Lieferanten ermöglicht wird und immer mehr Verkaufs Wichtigkeit auf dem internationalen Markt gewinnen.

□ Andrea Salvatierra

**H**ortisol está presente un año más en Fruit Logística, feria comercial de productos frescos de la capital de Alemania, y lo hace para apoyar a las empresas productoras y comercializadoras de Almería, mostrando así todas y cada una de las virtudes que la provincia ofrece al sector de la fruta y la verdura.

### Objetivos desde la empresa

La comercializadora almeriense, creada por Ginés González, nació hace 25 años con el objetivo de responder a una demanda muy exigente, que reclamaba una mayor gestión en aspectos como la producción o el control de calidad, que eran cada vez más rigurosos.

Para Hortisol lo principal y fundamental, día a día, es ayudar a las empresas a la hora de enfrentarse al proceso de hacer llegar los productos de la tierra a los mercados internacionales.

### Amplia red comercial Europea y gran presencia externa

Cuentan con una completa red comercial export-import a lo largo de toda Europa, así como con una amplia variedad de frutas y verduras, haciendo posible la cobertura a los clientes y proveedores durante los doce meses del año.

Actualmente, la empresa está presente en más de 20 países, lo que permite que tengan una gran fuerza de venta, desarrollando relaciones comerciales con todos los canales de distribución, desde el más pequeño mayorista a las principales y conocidas cadenas de supermercados.



El equipo de Hortisol en sus instalaciones.

### Gran oferta de productos

Entre las hortalizas y frutas de Hortisol, se encuentran algunas como pepino, pimienta, berenjena, lechuga, tomate, melón, sandía; también cítricos como limón, naranja o mandarina, y frutas de hueso como melocotón y nectarina; o uva. Todos ellos están bajo 'Arosi', la marca de la empresa comercializadora almeriense, conocida por su gran calidad y frescura.

### Triunfo asegurado gracias al plan de trabajo y empresa

Además, con unos recursos humanos basados en un firme objetivo de trabajo en equipo, es lógico que sigan triunfando en los diferentes mercados internacionales, pues les permite versatilidad y funcionalidad, estando preparados para afrontar cualquier reto, siempre con la mayor profesionalidad posible.

Hortisol también colabora con la producción ecológica, ya son 2 años los que esta firma almeriense lleva comercializando producto bajo certificación ECO en una amplia gama de productos a diferentes mercados europeos.





FRUIT LOGISTICA

fhAlmería



## Almería improves the management of vegetable waste with pioneering project

The agricultural activity in the Almería countryside generates almost 1.5 million tons of waste in its 30,000 hectares of greenhouse. The management of vegetable waste is a task in which the administrations, companies and the producers themselves work conscientiously. In recent years, new plants have been opened, self-management has been encouraged by the farmers and pioneering projects such as those that the companies Frutilados and Biaqui have been promoted. In the end, the sector is betting to take steps towards a circular economy model, modern and clean.



## Almería rückt in der pflanzlichen Abfallentsorgung mit bahnbrechenden Projekten vor

Die landwirtschaftliche Tätigkeit in Almería erzeugt fast 1,5 Millionen Abfalltonnen in seinen 30.000 Hektaren von Treibhäusern. Die Abfallentsorgung in Anbauflächen ist eine Aufgabe, bei der man mit den Verwaltungen, Unternehmen und die eigenen Erzeuger sich anspruchsvoll beschäftigt. Auf solche Weise, wurden in den letzten Jahren neue Plantagen gebaut, es wurde die Selbstbetreuung seitens der Landwirte gefördert und es wurden bahnbrechende Projekte z.B. der Unternehmen Frutilados und Biaqui angetrieben. Definitiv, die Wette des Sektors ist, sich auf einen kreisförmigen Wirtschaftsmodell, der sauberer und modernerer Modell zu konzentrieren.

# Almería avanza en la gestión de los restos vegetales con proyectos pioneros

□ Almodena Fernández

La actividad agrícola en el campo almeriense genera casi 1,5 millones de toneladas de residuos en sus 30.000 hectáreas invernadas. La gran mayoría de estos residuos se generarán en pocos meses, entre mayo y agosto, cuando la agricultura baja su ritmo al acercarse el cierre de la campaña.

La gestión de los residuos del campo es una tarea en la que se trabaja concienzudamente desde las Administraciones, empresas y los propios productores de tal forma que, en los últimos años, se han abierto nuevas plantas de gestión de residuos en el Poniente, se ha fomentado la autogestión por parte de los agricultores y se han impulsado proyectos pioneros como los de las empresas Frutilados y Biaqui. En definitiva, la apuesta del sector es la de dar pasos hacia un modelo de economía circular, más moderno y más limpio. Frutilados es un proyecto liderado por el Ayuntamiento

de El Ejido y cuyas instalaciones estarán ya funcionando en la primavera de 2018. Será la primera planta de transformación de excedente de fruto procedente de las centrales hortofrutícolas con el objetivo de convertirlo en alimento para ganado. En una primera fase de esta sociedad (conformada por más de una veintena de empresas comercializadoras) se tratarán 38.000 toneladas de producto de retirada para producir alimento para unas 13.000 cabezas de ganado al año, aunque la intención es alcanzar las 50.000 toneladas en un futuro próximo.

Otra apuesta privada es la del grupo empresarial Biaqui que trabaja desde hace un par de años en el aprovechamiento de nutrientes orgánicos procedentes de lixiviados de las plantas de compostaje. Finalmente, los agricultores también están mostrando un gran compromiso con actuaciones tales como separar la rafia de los restos vegetales en origen o la apuesta por la técnica de abonado en verde.



## Tradición y experiencia bajo un espíritu innovador



**Hortisol**  
OTRA FORMA DE COMERCIALIZACIÓN



www.frutashortisol.es **arosi**

# El campo almeriense multiplica las visitas de profesionales agrícolas e instituciones para conocer su modelo agrícola

□ Rafa Villegas

**A**lmería es, sin duda, la ‘Huerta de Europa’. La alta tecnificación de su agricultura, la excelente calidad de sus productos, su apuesta por la sostenibilidad y la economía circular, así como su potente red de industria auxiliar son muy interesantes para profesionales del sector de países latinoamericanos, Japón o incluso Países Bajos. De ahí el continuo aumento de visitas para conocer ‘in situ’ el modelo agrícola almeriense.

Cada año, por ejemplo, se desplazan a la provincia varias delegaciones de empresarios y políticos japoneses para conocer, en este caso, el sistema de certificaciones Global G.A.P. en la agricultura de la provincia. Para los nipones, Almería es el modelo perfecto a imitar para crecer de una manera sostenible en un sector que pretenden potenciar a partir de los Juegos Olímpicos que albergará su capital, Tokio, en el año 2020.

Las delegaciones de japoneses visitan siempre, además de invernaderos, comercializadoras hortofrutícolas e instituciones, como es el caso del Ayuntamiento de El Ejido.

Cabe destacar, muy especialmente, el papel que juega Clisol Agro en la visita de profesionales, estudiantes y políticos de países terceros interesados en conocer el modelo



agrícola de Almería. Su gerente, Lola Gómez, recibe a diario autobuses de visitantes a los que muestra cómo se produce en los invernaderos, sorprendiendo a los visitantes con conceptos como el de la lucha integrada.

El alcalde de El Ejido, Francisco Góngora, por otra parte, recibió el pasado 15 de enero a una delegación de políticos procedentes de la región holandesa de Westland,

con la que pudo analizar los retos y prioridades del sector hortofrutícola que tienen en común ambas zonas productivas. Ambas partes llegaron a la conclusión de que comparten retos como “la incorporación de los jóvenes al campo y su adecuada formación académica sobre la agricultura; la implantación de una economía circular que garantice la sostenibilidad del sector; y el fomento del consumo de frutas y hortalizas entre la población como fuente de salud y dieta equilibrada”, como resaltó el regidor ejidense”.

Así, la provincia mantiene un continuo intercambio de conocimientos e información de cara a hacer frente a desafíos y problemas que surgen a lo largo de la campaña.



## The field of Almeria multiplies the visits of agricultural professionals and institutions to know their agricultural model

Almería is, without a doubt, the ‘Garden of Europe’. The high technology of its agriculture, the excellent quality of its products, its commitment to sustainability and the circular economy, as well as its powerful auxiliary industry network, are very interesting for professionals in the sector from Latin American countries, Japan or the Netherlands. Hence the continuous increase in visits to know ‘in situ’ the agricultural model of Almería. Every year, for example, several delegations of Japanese businessmen and politicians travel to the province to learn, in this case, the Global G.A.P. in the agriculture of the province.



## Das Feld aus Almeria vervielfacht die Besuche von landwirtschaftlichen Fachmännern und Institutionen, um sein landwirtschaftliches Vorbild kennenzulernen

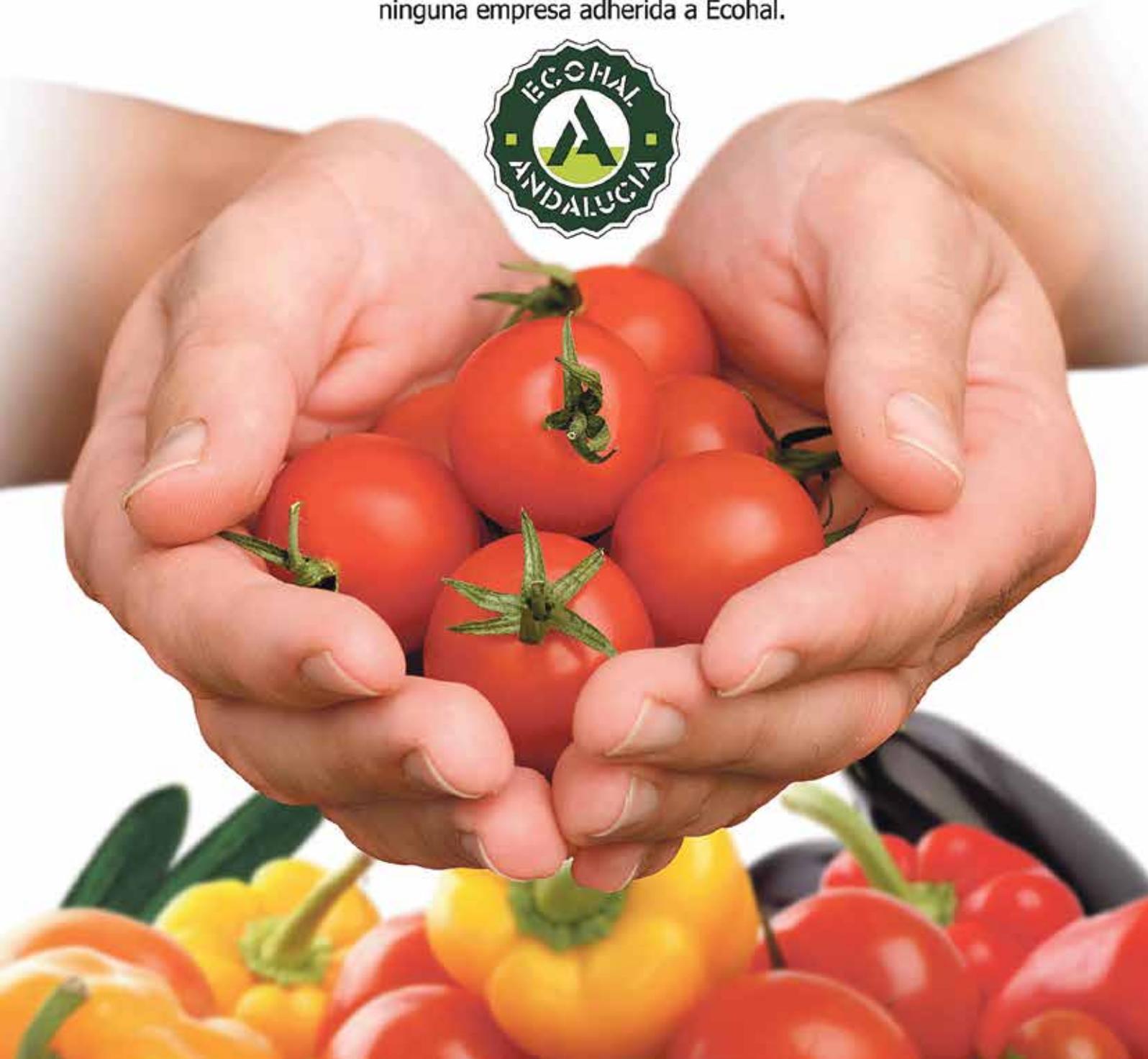
Almería ist, zweifellos, das ‘Obst- und Gemüseland von Europa’. Die hochgewachsene Technisierung seiner Landwirtschaft, die vortreffliche Qualität seiner Produkte, sein Ehrgeiz für die Nachhaltigkeit und die kreisförmige Wirtschaft, sowie sein starkes Netz der Zulieferungsindustrie sind für Fachmänner des Sektors von lateinamerikanischen Ländern, Japan oder sogar Niederlande sehr interessant. Deswegen, der Andrang von Besuchern, um ‘in situ’ das landwirtschaftliche Vorbild aus Almería kennenzulernen. Jedes Jahr kommen in die Provinz einige Geschäfts Delegationen und japanischen Politiker, um sich in diesem Fall, mit dem Globalen Zertifizierungs Systems G. A. P. in der Landwirtschaft der Provinz vertraulich zu machen.

# El futuro está en nuestras manos

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

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

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





## Das Rathaus von El Ejido unterstützt das Gartenbau Unternehmen der Stadt in Berlin und setzt auf die kreisförmige Wirtschaft des Sektors

Das Rathaus Des Ejido rechnet, noch ein Jahr, mit institutioneller Vorstellung in Fruit Logistica. Insbesondere wenn man beachtet, dass sich 60 Prozent der Obst-Gemüseerzeugung aus Almeria auf die Gemeinde konzentriert. Die Anwesenheit auf der Messe ist auch ein Kompromiss der gemeindlichen Institution der Unternehmen aus El Ejido, die die Berliner Messe zu unterstützen verursacht. Der Gemeinderat aus El Ejido ist auf den unternehmenden Charakter der El Ejido Bevölkerung, der vortrefflichen Qualität des Obstes und Gemüse, und natürlich, vom erneuernden Charakter des Sektors und der Nahrungssicherheit seiner Produkte, etwas Wesentliches für Märkte als der Deutsche, der Brite oder der Holländer, sehr stolz.



## The City Council of El Ejido supports the fruit and vegetable companies of the municipality in Berlin and is committed to the circular economy of the sector

The City Council of El Ejido has, one more year, institutional representation in Fruit Logistica. With a good reason, especially if you take into account that 60 percent of Almeria's fruit and vegetable production is concentrated in the municipality. The presence at the fair is also motivated by the commitment of the municipal institution to support the companies, also in Messe Berlin. The Council is always proud of the enterprising character of the inhabitants of El Ejido, the excellent quality of the fruits and vegetables they produce and, of course, the innovative character of the sector and the food safety of their products, something essential for markets such as the German, the British or the Dutch ones.



## El Ayuntamiento de El Ejido apoya a las empresas hortofrutícolas del municipio en Berlín y apuesta por la economía circular del sector

□ **Rafa Villegas**

**E**l Ayuntamiento de El Ejido cuenta, un año más, con representación institucional en Fruit Logistica. No es para menos, sobre todo si se tiene en cuenta que el 60 por ciento de la producción hortofrutícola almeriense se concentra en el municipio. La presencia en la feria también viene motivada por el compromiso de la institución municipal de apoyar a las empresas ejidenses, también en Messe Berlín.

Desde el Consistorio ejidense se enorgullecen siempre del carácter emprendedor de los ejidenses, de la excelente calidad de las frutas y verduras que producen y, por supuesto, del carácter innovador del sector y la seguridad alimentaria de sus productos, algo esencial para mercados como el alemán, el británico o el holandés. Todos ellos, clientes muy exigentes, forman parte de la larga lista de clientes fieles del campo ejidense.

El alcalde de la ciudad, Francisco Góngora, y su concejal de Agricultura y Medio Ambiente, Manuel Gómez Galera, contribuyen también a promocionar las excelencias de las producciones hortofrutícolas locales con un sello de calidad que está cada vez más extendido, como es 'El Ejido Gourmet Quality'.

Casi la totalidad de la producción hortofrutícola local cuenta, además, con la certificación internacional de Global G.A.P. Este hecho ha llevado al municipio de El Ejido en varias ocasiones a, por ejemplo, delegacio-

nes de empresarios y políticos de Japón, interesados en aumentar la producción de hortalizas tras los Juegos Olímpicos de Tokio 2020.

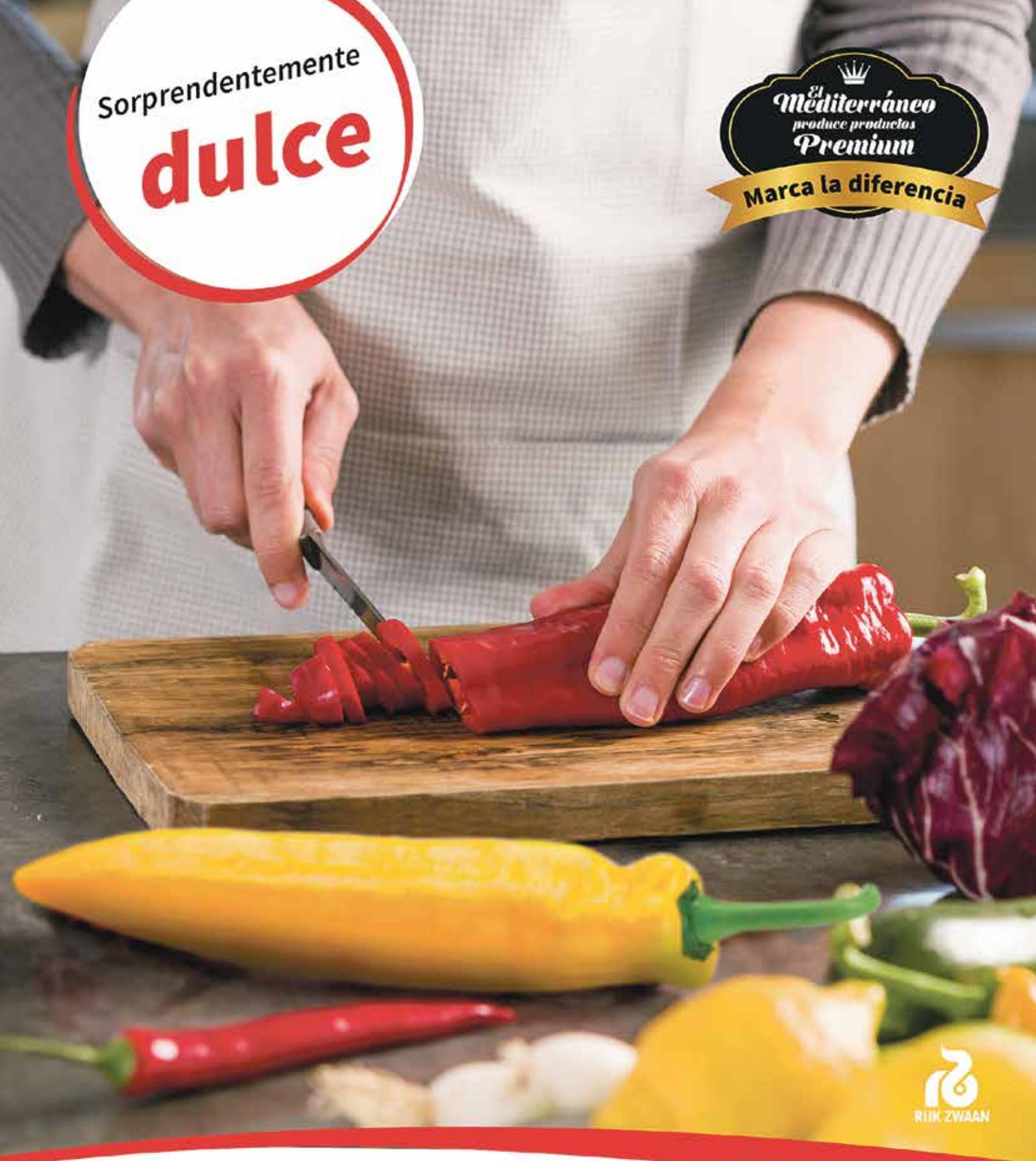
### Economía circular

En El Ejido, que ostenta la capitalidad de la 'Huerta de Europa', también se está cumpliendo con otra exigencia de los mercados de destino comunitarios. Se trata de apostar por la economía circular. El Ayuntamiento de la ciudad ha mostrado su compromiso con este concepto aunando a buena parte de las comercializadoras de la zona para crear una planta que transformará, a partir de este año, los desechos de frutos en alimento para ganado. Se trata de Frutilados, al que se suman otros proyectos muy innovadores que Góngora y Gómez Galera darán a conocer entre los empresarios agrícolas locales.



Fruit Logistica es, en definitiva, una cita ideal para que empresarios y políticos puedan tomar conciencia de las novedades e innovaciones que ofrece la competencia, así como las nuevas tendencias que demandan los consumidores. En definitiva, es el lugar ideal para conocer los últimos avances del sector de las frutas y hortalizas.

Sorprendentemente  
**dulce**



  
RIJK ZWAAN

## 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.



Sweet Palermo®

[www.sweetpalermo.com](http://www.sweetpalermo.com)

# Los cultivos ecológicos se duplican en los invernaderos almerienses en solo un año

□ **Almudena Fernández**

Lo 'natural' es un reclamo cada vez más potente para los consumidores, y los productores lo saben. Por ello, los cultivos ecológicos no dejan de crecer en toda España y máxime en la provincia de Almería, huerta de Europa. Según los datos de la Consejería de Agricultura, Pesca y Desarrollo Rural de la Junta de Andalucía, los datos de 2016 revelan un total de 2.755,99 hectáreas de hortalizas en ecológico de las cuales el 76,2% eran invernadas.

Con estos datos sobre la mesa, Almería ha logrado duplicar en un solo año su cultivo ecológico bajo plástico. Esas casi 2.100 hectáreas confirman la fuerte apuesta del sector por adaptarse a las demandas de un cliente cada vez más exigente en este

sentido. Además, estas cifras continuarán creciendo en los próximos años ya que las empresas necesitan un par de años para que sus socios se certifiquen en ecológico. No en vano, pese al auge experimentado en las últimas campañas, la superficie de ecológico en Almería es aún el 3'6% del total del suelo agrícola.

De esta forma, la agricultura ecológica y el retorno a lo tradicional tienen un hueco cada vez más amplio en el sector. Ello ha propiciado que grandes empresas almerienses hayan puesto en marcha su propia línea de ecológico como Vicasol, Grupo Agroponiente o SAT Agroiris.

En un marco más general, España es el productor ecológico líder entre los países de la Unión Europea, según un estudio de la Oficina Europea de Estadística publicada el pasado noviembre. Los datos de 2016

hablan de 2.018.802 hectáreas dedicadas a la agricultura ecológica en el país, un 8'5% más que un año antes.

Otro cantar es el tema del consumo ecológico. Desde luego en España aún queda mucho por aprender de otros países europeos. Como ocurre con el resto del producto hortícola convencional, la mayor parte del ecológico es para exportación, fundamentalmente para los mercados alemán y holandés. En cuanto a consumo, Luxemburgo y Dinamarca se sitúan a la cabeza, mientras que España, pese a ese liderazgo de producción ecológica, se encuentra en la octava posición.

El auge del producto ecológico ha llevado también a propiciar importantes avances en la regulación en el marco europeo. Así, en noviembre de 2017 se dio vía libre a un nuevo reglamento sobre producción y etiquetado de productos ecológicos que vendrá a "simplificar y armonizar muchas normas que rigen la producción de alimentos dentro de la UE", explicó el comisario de Agricultura y Desarrollo Rural, Phil Hogan. Esta normativa entrará en vigor el 21 de enero de 2021.

Por supuesto, basta echar un vistazo para comprobar dos cosas: que los precios de los productos ecológicos son más altos que los mismos productos convencionales, pero que son productos altamente valorados por el mercado y el consumidor; tanto por su sabor como por el proceso de producción. De esta manera, y como escarpate del presente y futuro del sector, Fruit Logística, el certamen de referencia para el sector del producto fresco, cuenta desde hace ya unas ediciones con una ruta especial dedicada a la producción ecológica; una sección nacida para dar respuesta a una tendencia en alza que ha demostrado que llega para quedarse.



## Organic crops double in greenhouses of Almeria in just one year

Ecological crops do not stop growing in Spain and especially in the province of Almeria, vegetable garden of Europe. According to data from the Junta de Andalucía, in 2016 there were a total of 2,755.99 hectares of organic vegetables in this province, of which 76.2% were in greenhouses. Almeria has managed to double its ecological cultivation under plastic in a single year. These almost 2,100 hectares confirm the strong commitment of the sector to adapt to the demands of a customer more and more demanding. Spain is the leading organic producer among the countries of the European Union.



## Ökologische Anbauflächen verdoppeln sich in Gewächshäusern von Almeria schon in einem Jahr

Ökologischer Anbau hört nicht auf, in Spanien und besonders in der Provinz von Almeria (dem Gemüsegarten Europas) zu wachsen. Laut Daten vom Junta de Andalucía gab es 2016 insgesamt 2,755.99 Hektar von organischen Gemüsepflanzen in dieser Provinz, davon der 76.2% waren in Gewächshäusern. Almeria hat geschafft seine ökologische Kultivierung unter Plastik in einem einzelnen Jahr zu verdoppeln. Diese fast 2,100 Hektar bestätigen das starke Wette des Sektors, sich an die Anforderungen eines immer anspruchsvollen Kunden anzupassen. Spanien ist der führende organische Erzeuger unter den Ländern der Europäischen Union.

# El sector agrícola almeriense cuenta este año con más de 100 millones de euros en ayudas

□ Almodena Fernández

La Junta de Andalucía, a través de su presupuesto para 2018, prevé más de 100 millones de euros en ayudas para el sector agrícola que se repartirán en diferentes modalidades de ayudas para el desarrollo económico de la provincia.

El consejero autonómico de Agricultura, Rodrigo Sánchez de Haro, ha subrayado que para el desarrollo de un territorio es fundamental que "existan comunicaciones dignas con el fin de que nuestro modelo productivo pueda llevarse a efecto con las mejores garantías". Así, la Administración andaluza invertirá hasta 25 millones de euros en la línea de ayudas a mejora de caminos rurales para lo cual los ayuntamientos contarán de plazo para las solicitudes hasta el 29 de marzo.



Desbroce y limpieza de caminos rurales.

Otro de los principales pilares de ayuda para el sector está centrado en las subvenciones a los regantes de la provincia de

Almería. En concreto, la Junta de Andalucía ha anunciado ayudas dotadas con 66 millones de euros para esta cuestión.



## Über 100 Millionen Euro in Unterstützungen für den landwirtschaftlichen Sektor

Die Regionalregierung von Andalusien, sieht nach seiner Voraussetzung für 2018, über 100 Millionen Euro Unterstützungen für den landwirtschaftlichen Sektor in Almeria voraus, die in verschiedenen Modalitäten verteilt werden. Einerseits, hat die Regionalverwaltung 25 Millionen Euro für die Verbesserung der ländlichen Wege angezeigt; andererseits, können die WNG in Almeria bis 66 Millionen Euro in Unterstützungen der Regierung bekommen.



## Over 100 million euros for the agricultural sector

The Junta de Andalucía, through its budget for 2018, provides more than 100 million euros for the agricultural sector of Almeria that will be divided into different modalities. On the one hand, the regional administration has announced 25 million euros for the improvement of rural roads. On the other hand, those farmers that own irrigation water can get up to 66 million euros in subsidies from the Junta.



FRUIT 2018  
LOGÍSTICA  
BERLÍN  
7/8/9 FEBRUARY

Del 7 al 9 de  
febrero 2018

Hotel	Habitación individual	Habitación doble
Hotel Westin Grand Berlín 4* Sup.	1.140	885
Hotel NH Collection Berlin Mitte Friedrichstrasse 4*	1.095	855
Hotel NH Mitte 4*	1.040	835
Hotel Titanic Chaussee Berlín 4*	1.025	830
Hotel Tryp Berlín Mitte 4*	940	780

Salidas: Almería - Berlín (8:15 - 11:25 horas), Berlín - Almería (17:00 - 20:25 horas).

Gestionamos Entradas para Fruit Logística 2.018 (Abono entrada 3 días o días sueltos), interesados consultar precio. Pre-reserva 150,00 €. Asignación de asientos por orden de reserva. En caso de cancelación consultar condiciones.

Vuelo directo Almería - Berlín - Almería, dos noches en alojamiento y desayuno, traslado Aeropuerto - Hotel - Aeropuerto y seguro de viaje. Consulte condiciones. Plazas limitadas. En el caso de estar interesados en otras alternativas de hoteles o vuelos en línea regístrese por favor consultar. C.I.C.M.A. 58, HERMOSILLA 112 - MADRID

### Información y reservas

**División de Empresas de Almería**  
Avenida Monserrat - Edificio Brisas, 7 - local 1  
Telf.: 950 620 780 - Fax: 950 259 278  
agricultura@viajeseci.es

**VIAJES El Corte Inglés**  
Una sonrisa de ida y vuelta



## Die Adora

### Tomate und Ulti-Mite Swirski, unter den Vorgeschlagenen für die Fruit Logistica Innovation Award 2018

Wieder sind die Unternehmen, die eine bedeutende Anwesenheit in der Provinz von Almería haben, für die Fruit Logistica Innovation Award 2018 nominiert worden. Tatsächlich hat das dieses Jahr größeren Wert, da es spanische Unternehmen unter ihnen gibt. Unter die hervorragendsten Kandidaten sind diejenigen des Samenhauses HM. Clause, die Adora, eine Marmande-Tomatensorte mit der zarten und dunkelbraunen Haut und einem außergewöhnlichen intensiven Geschmack präsentiert; sowie Koppert, der auch mit Ulti-Mite Swirski nominiert wurde. Eine wiederverwertbare Tasche, deren Paten am laufen ist, entwickelt um gegen thrips biologisch zu kämpfen, der ein Wachstumsmedium für Mesostigmata Amblyseius swirskii enthält.



### The Adora tomato and Ulti-Mite Swirski, among the nominees for the Fruit Logistica Innovation Award 2018

Once again, companies that have a significant presence in the province of Almería have been nominated for the Fruit Logistica Innovation Award 2018. In fact, this year has greater value since there are Spanish firms among them. Among the most outstanding candidatures are those of the seed house HM. Clause, which presents Adora, a Marmande-type tomato with firm and dark brown skin and an extraordinary intense flavor; as well as Koppert, that has also been nominated with Ulti-Mite Swirski, a patent pending, recyclable bag developed to biologically fight against thrips that contains a growth medium for mesostigmata mites Amblyseius swirskii.

# FRUIT LOGISTICA Innovation Award 2018

## El tomate Adora, de HM Clause, y Ulti-Mite Swirski, de Koppert, entre los nominados a los Fruit Logistica Innovation Award 2018

□ Elena Sánchez

Una vez más, empresas que tienen una importante presencia en la provincia almeriense han sido nominadas a los Fruit Logistica Innovation Award 2018. De hecho, este año tiene mayor valor si cabe, ya que entre ellas se encuentran firmas españolas. Este galardón se ha convertido en el más importante de todo el sector hortofrutícola y en esta ocasión se celebrará la decimotercera edición. Sin duda, cabe destacar que el premio rinde homenaje a las innovaciones más destacadas de toda la cadena de producción y consumo hortofrutícola, desde la producción hasta el punto de venta.

Entre las propuestas más destacadas se encuentran las de la casa de semillas HM Clause, que presenta Adora, un tomate del tipo marmande, firme y de piel marrón oscuro con un extraordinario sabor intenso y perfectamente balanceado entre azúcares y ácido, así como goza de una excelente durabilidad. También cabe destacar a otra empresa española, H2Hydroponics, que presenta H2Hybrid, un sistema patentado de cultivo y riego hidropónico que gracias a la aportación de oxígeno reduce el consumo de agua hasta un 80 por ciento menos, y de energía hasta un 25 por ciento menos.



H2Hybrid de H2Hydroponics.



Ulti-Mite Swirskii, de Koppert.



Tomate Adora, de HM Clause.

Koppert, que a finales de 2017 celebró su cincuenta aniversario y que tiene una especial presencia en el campo almeriense, también ha sido nominada por Ulti-Mite Swirski, una bolsa reciclable y con la patente en trámite, desarrollada para combatir de forma biológica el trips que contiene un medio para cultivar el ácaro tipo mesostigmata Amblyseius swirskii.

Otros productos nominados son una solución tecnológica móvil para realizar test exactos y a tiempo real de la cosecha, un procedimiento para la impresión de frutas y hortalizas de cualquier tipo y forma, un sistema electromecánico para pelar, de forma automática y precisa, todos los tipos de mango sin hueso; chips crujientes de coco fresco elaborados sin aceite o grasa, un embalaje de elaboración ecológica, una estación de smoothies para prepararlos al momento o una caja regalo de madera sin tratar con raíz de wasabi y raspador correspondiente.

## La nueva actualización de la app 'Precios Hortícolas' ofrece la posibilidad de recibir alertas instantáneas de los precios de frutas y hortalizas de cuatro provincias diferentes

□ Andrea Salvatierra

La aplicación de móvil para Android y Iphone especializada en los precios de las alhóndigas hortofrutícolas da un paso más allá, y lo hace con una actualización, la V 1.20, llena de novedades. Entre ellas, la más destacable: el usuario tiene al alcance de sus manos los precios veraces de cuatro provincias diferentes, pues puede elegir recibir la información de las alhóndigas de Almería, Granada, Murcia, Alicante o todas al completo, en alertas en forma de mensaje instantáneo. Algo que actualmente no todas las páginas webs o aplicaciones móvil de precios de frutas y hortalizas pueden ofrecer, y que sin embargo 'Precios Hortícolas' sí, lo que la convierte en la app pionera en información actualizada de precios de productos y subastas del sector hortofrutícola.

Con este avance además se consigue una navegación más fácil, pues se llega a un producto en particular con solo pulsar el nombre de la alhóndiga, familia o producto directamente. Otra de las novedades que incluye esta actualización es que el usuario puede ver los precios medios como siempre, pero con la posibilidad de compararlo con los de la campaña anterior. Por último, también se ha añadido la visión tradicional, mediante la cual el usuario puede ver los precios como normalmente se ven en las subastas con solo colocar la pantalla del móvil en sentido horizontal. Todo ello, además, totalmente gratis.



### The new update of the app 'Horticultural Prices' offers the possibility of receiving instant alerts of the prices of fruit and vegetables from four different provinces

The mobile application for Android and Iphone specializing in the prices of the horticultural markets goes a step further with the update V 1.20, which includes great news, among them, the most remarkable: the user can instantly have in his hands the real prices of four different provinces (Almeria, Granada, Murcia and Alicante) thanks to the message alerts. Other novelties are the possibility of reaching a particular product by simply pressing the name of the market, family or product directly; see the average prices and make a comparison of these with the previous campaign; and the traditional view in the form of a horticultural auction by just placing the mobile screen horizontally.

### Die neue Aktualisierung des App 'Precios Hortícolas' bietet die Möglichkeit an, flüchtige Alarme der Preise von Obst und Gemüse von vier verschiedenen Provinzen zu erhalten

Die Handy App für Android Iphone spezialisiert auf die Preise der öffentlichen Obst- gemüse Kornspeicher, geht einen Schritt weiter vor, mit der Aktualisierung V 1. 20, die die Neuigkeiten einschließen. Der Benutzer kann auf seinem Handy die wahrheitsliebenden Preise von vier verschiedenen Provinzen (Almeria, Granada, Murcia und Alicante) sofort dank der App abrufen. Andere der Neuheiten sind, die Möglichkeit, zu einem Produkt zu kommen, indem man nur den Namen des öffentlichen Kornspeichers, Familie oder Produkts direkt drückt; die durchschnittlichen Preise zu sehen und diese mit der vorigen Kampagne zu vergleichen; und das traditionelle Bild der Gartenbau Versteigerung, indem es den Bildschirm des Handys waagrecht gestellt wird, zu sehen.

# LOS PRECIOS DE LAS SUBASTAS en tu iphone o android totalmente gratuitos

Envía la frase 'QUIERO CÓDIGO' a [fhalmeria@fhalmeria.com](mailto:fhalmeria@fhalmeria.com) o un WhatsApp al 679 464 490 y te devolvemos el mensaje con un código de activación de esta APP para que tengas los precios de las principales subastas GRATIS.

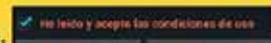
1

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



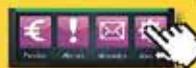
2

Aceptas las condiciones de uso de la aplicación.



3

Abres 'Ajustes'.



4

Dentro de 'Ajustes' abres 'Newsletter' y pones tu correo electrónico y el código que se te envió.



5

Rellena el formulario que aparece, es muy sencillo, apenas son tres preguntas.

Y ya tendrás GRATIS la aplicación durante toda la campaña 2017-2018 con las principales subastas de Almería, Granada, Murcia y Alicante.



Envía un WhatsApp al 679 464 490 con la frase 'QUIERO CÓDIGO'  
Más información en: [publi@fhalmeria.com](mailto:publi@fhalmeria.com) • [www.precioshorticolas.com](http://www.precioshorticolas.com)

# Syngenta continúa apostando por la innovación, ampliando catálogo e introduciendo nuevas resistencias en pimiento California

□ **Almudena Fernández**

Una vez más, Syngenta apuesta por la innovación. Gracias al esfuerzo de todo el equipo de pimiento y a años invirtiendo recursos en I+D, Syngenta amplía su catálogo de pimiento con variedades para los segmentos más importantes que conjugan rentabilidad y sostenibilidad para toda la cadena productiva.

Desde Syngenta siguen trabajando arduamente en la búsqueda de mejorar su catálogo de variedades, con el objetivo de ofrecer mejores soluciones para agricultores, cooperativas y consumidores. Para ello, tras las introducciones en los últimos años de Kabuki y Miyabi, ya convertidas en variedades de referencia en cultivo ecológico, gracias a su ya reconocida resistencia intermedia (IR) a oídio (Lt), y continuando con esa línea de innovación, lanzan Osaka (BF141034) y Kiruna (BF122998), otras dos variedades de pimiento California rojo para seguir ampliando la oferta disponible de variedades resistentes a oídio en diferentes fechas de plantación.

Pero en su afán de seguir innovando, este año Syngenta da un paso más y pone en el mercado la variedad Kioto (BY140530), un pimiento California amarillo para plantaciones tempranas y medio-tempranas que, además de la mencionada resistencia a oídio, también incorpora una resistencia intermedia a nematodos (M), que ya se ha



demostrado efectiva en otras variedades de Syngenta ya comerciales en Murcia.

Las novedades Osaka, Kiruna y Kioto, ya han sido promocionadas y mostradas en distintos días de campo organizados por Syngenta en el Poniente almeriense. En los mismos, hasta la fecha, ya han participado cientos de agricultores y técnicos de cooperativas, con una gran aceptación de las mismas. Desde la marca se muestran convencidos de que este es el camino para seguir mejorando y que con estas soluciones y las que en posteriores años pondrán en el mercado, con nuevas resistencias y mejorando el desempeño agronómico a todos



los niveles, seguirán ayudando al agricultor a la optimización del uso de productos fitosanitarios, adaptándose mejor a las exigencias tanto de la producción integrada como de la agricultura ecológica; apoyando a las cooperativas para poder cumplir con la demanda de las cadenas de supermercados y tener un producto más valorado en destino. Todo ello transmitiendo al consumidor la tranquilidad de adquirir un producto que cubra sus expectativas de calidad y sostenibilidad.



## Syngenta bets on innovation, expands catalog and introduces new features in California pepper

Thanks to the effort of the pepper team and years of investing resources in R&D, Syngenta is expanding its pepper catalog with varieties for the most important sectors that combine profitability and sustainability for the entire production chain. The novelties Osaka, Kiruna and Kyoto allow the farmer to optimize the use of phytosanitary products, adapting better to the demands of both integrated production and organic farming by supporting companies to meet the demand of supermarket chains and have a more valued product in destination. All of this by assuring the consumer that he is acquiring a product that meets their expectations of quality and sustainability.



## Syngenta setzt auf die Innovation, die Verbreitung ihres Katalogs und führt neue Eigenschaften im Paprika von Kalifornien ein

Dank der Anstrengung des Teams für Paprika, und Jahre der Investierung von Ressourcen in Forschung und Entwicklung breitet Syngenta seinen Paprika Katalog mit Varianten für die wichtigsten Sektoren aus, die Rentabilität und Nachhaltigkeit für die komplette Produktionskette verbindet. Die Neuheiten Osaka, Kiruna und Kioto erlauben dem Bauer, den Gebrauch von Pflanzenschutz Produkten zu optimieren und sich an die Anforderungen sowohl der integrierten Produktion als auch organischen Landwirtschaft besser anzupassen. Dazu unterstützen sie die Gesellschaften um die Nachfrage von Supermarktketten zu befriedigen und ein geschätztes Produkt im Bestimmungsort zu haben. All das durch das Versichern des Verbrauchers, dass er ein Produkt erwirbt, das ihren Erwartungen der Qualität und Nachhaltigkeit entspricht.

# Kioto

(BY140530)

**¡NO TE QUITES LA CORAZA!**

¡Protégete frente al oídio...y también frente a nematodos!



Gama de pimientos Syngenta con doble resistencia\*  
**más seguros, más rentables**

**syngenta®**

Más información en [syngenta.es](http://syngenta.es)

\*Resistencia intermedia a oídio (L1) / Resistencia intermedia a nematodos (M).

© 2017 Syngenta. Todos los derechos reservados. ™ o ® son marcas comerciales de una compañía del Grupo Syngenta.



# Grupo Agrotecnología lidera el sector de bioestimulantes y biopesticidas en España



Con más de 50 productos en el mercado, presencia en 30 países y un incremento en las ventas globales del 35% en 2017, Grupo Agrotecnología se ha convertido en un claro referente de la agricultura sostenible y exenta de residuos fitosanitarios tanto en España como fuera de ella, aumentando considerablemente su capacidad exportadora. Durante 2017 “hemos abierto una nueva filial en Perú que se ha unido a las ya operativas en México y Chile, a fin de consolidar nuestra estrategia internacional, afianzándonos en nuevos mercados, con la finalidad de convertirnos en un claro referente en el sector de los bioestimulantes y biopesticidas de Residuo 0 en Sudamérica,” explica Enrique Riquelme, CEO de Grupo Agrotecnología. Asimismo, indica que “hemos logrado un incremento del 35 por ciento respecto al ejercicio anterior, nuestra meta es alcanzar unos ingresos de 35 a 40 millones de euros para 2021”. Para este 2018, continúa Riquelme, “pre-



sentaremos la nueva imagen internacional de Grupo Agrotecnología y la 2ª generación nuestros productos biopesticidas. Pesticidas totalmente efectivos a la par que respetuosos con el medio ambiente”. Por ello “nuestro pilar fundamental es el departamento de I+D+i, que actúa como verdadero eje vertebrador de la investigación, generando acuerdos a nivel mundial, obteniendo así, una auténtica red de colaboraciones externas que acercan el conocimiento más vanguardista a nuestros

laboratorios”, finaliza el CEO de Grupo Agrotecnología.

En lo que respecta a la expansión internacional de Grupo Agrotecnología, para el trienio 2018-2020, consistirá en la constitución de empresas propias en Estados Unidos, Brasil, Argentina, Polonia, Alemania e Italia, continuando con el incremento del negocio internacional; “en los últimos años, hemos pasado del 10 al 55% y nuestro objetivo es alcanzar el 80% para 2021”, confirma Enrique Riquelme.



## Grupo Agrotecnología leads the biostimulants and biopesticides sector in Spain

With more than 50 products on the market, present in 30 countries and an increase of a 35% in 2017 in global sales, Grupo Agrotecnología has become a clear benchmark for sustainable agriculture free of phytosanitary waste, both in Spain and abroad. During 2017, they opened a new subsidiary in Peru that has joined existing ones in Mexico and Chile. For the 2018-2020 triennium, the brand will establish its own companies in the United States, Brazil, Argentina, Poland, Germany and Italy, continuing with the increase in international business.



## Grupo Agrotecnología führt den Sektor von Pflanzen-Biostimulans und Bio-Schädlingsbekämpfungsmitteln in Spanien

Mit über 50 Produkte, Gegenwart in 30 Ländern und einer Zunahme in den globalen Verkäufen von 35 % 2017, ist Grupo Agrotecnología ein klares Beispiel auf dem Markt der nachhaltigen Landwirtschaft und frei von Rückständen von Pflanzenschutzmitteln, in Spanien sowie im Ausland verwendet. Während des Jahres 2017 haben sie eine neue Tochtergesellschaft in Peru gegründet, Mexiko und Chile schliessen sich an. Für das Triennium 2018-2020, wird die Marke ihre eigene Unternehmen in Vereinigten Staaten, Brasilien, Argentinien, Polen, Deutschland und Italien bilden, wobei der Wachstum des internationalen Geschäfts fortsetzt.



# El pimiento supuso en 2017 el 25% del total exportado por Almería

□ Andrea Salvatierra

Con muchas las frutas y hortalizas que España exporta a países como Alemania, Francia, Países Bajos, Reino Unido, Italia, Polonia o Suecia, entre otros. Ejemplo de ellos son los datos facilitados por la Agencia Andaluza de Promoción Exterior- EXTENDA, que muestran cómo en la campaña hortofrutícola 2016/2017 se exportaron estos productos por valor de 2.716 millones de euros. Una cifra que procede únicamente

de la provincia de Almería, y que además, representa el 18,8% del total de las exportaciones nacionales de estos alimentos. Sí es cierto que se exportan una amplia cantidad de alimentos como melones, sandías, pepinos, berenjenas o tomates. No obstante, el producto más exportado año tras año es el pimiento, una hortaliza que triunfa cada vez más entre los consumidores, sumando unas ventas en el exterior de más de 682,4 millones de euros, el 25,1% del total, según las cifras aportadas por EX-

TENDA, correspondientes al pasado año. A su vez, le seguían el tomate, con 576 millones de euros (21,2%), y el pepino, con 428 millones (15,8%).

Por lo que teniendo en cuenta estas cifras, el pimiento de Almería triunfa sin lugar a dudas, y lo hace claramente porque cumple genuinas calidades que para los mercados europeos son fundamentales, como el sabor, la amplia gama de variedades, el color, la frescura y la presentación en su comercialización, por lo que no es de extrañar que las previsiones en el marco de la exportación para este 2018 sean mejores que las conseguidas hasta ahora en España, gracias al sector hortofrutícola almeriense, más bien conocido como 'mar de plástico'.



## In 2017, the pepper accounted for 25% of the total exported products from Almeria

There are many fruits and vegetables such as melons, watermelons, cucumbers, aubergines or tomatoes, which Spain exports to different countries like Germany, France, the Netherlands, to the United Kingdom, Italy, Poland, or even Sweden. However, the most exported product year after year is the pepper, confirmed by the numbers provided by the Andalusian Agency for Foreign Promotion EXTENDA, from the past 2016/2017 campaign: 682.4 million euros, 25.1% of total sales abroad. All of these coming from the Agricultural Sector from Almería, pioneer in this product.



## Die Paprikaschote war in 2017 der 25 % von der Aus Almeria Gesamt Exportierte Summe

Es sind viele die, Obst und Gemüse wie Melonen, Wassermelonen, Gurken, Auberginen oder Tomaten, die Spanien in verschiedenen Ländern, wie Deutschland, Frankreich, Niederlande, Vereinigtes Königreich, Italien, Polen, oder sogar Schweden exportiert. Dessen ungeachtet ist das Produkt was jährlich mehr exportiert wird, die Paprikaschote. Als Nachweis lauten die Daten der Andalusischen Agentur von Äußerlicher Beförderung - EXTENDA, der letzten Saison 2016/2017: 682,4 Millionen Euro, 25,1 % der Gesamtsumme von Verkäufen ins Ausland. Alles Stammendes aus dem Obst-Gemüse Landwirtschaft Sektor, der par excellence der Pionier in diesem Produkt aus Almería ist.



Inscrito en el  
Registro Oficial  
de Productos  
Fitosanitarios  
Nº ES00125

## ¡Insecticida natural contra mosca blanca!



- Elevada eficacia.
- Cero residuos fitosanitarios.
- Cero resistencias.
- Cero plazo de seguridad.
- Apto para agricultura ecológica e integrada.
- Efecto potenciador, mojante y limpiador.





idainature 

## “Formulaciones únicas protegen los principios activos de las sustancias básicas dotando a sus productos de la máxima eficacia”



La cola de caballo, la lecitina de soja o el quitosano son sólo algunas de las sustancias básicas que la empresa Idai Nature utiliza en sus productos. Sus formulaciones estables y únicas protegen los principios activos de las sustancias básicas dotando así a sus productos de la máxima eficacia dentro del marco legal y de las pautas que indica la Comisión Europea.

Su principal objetivo se basa en la calidad, desde su propio laboratorio hasta la aplicación en campo. “No todos los productos a base de sustancias básicas son iguales. La clave de nuestro éxito está en la formulación exclusiva y en las materias primas seleccionadas según criterios y estándares que permiten asegurar la máxima efectividad de nuestros productos”, explica Carlos Ledó, director general de la compañía.



Mediante la trazabilidad, realizan analíticas y controles desde la selección de la materia prima hasta la efectividad del producto en campo y descartan aquellas materias primas que muestran efectividades inferiores. La empresa valenciana Idai Nature viaja un año más a Fruit Logística, la Feria interna-

cional del sector hortofrutícola. Durante la feria berlinesa el equipo técnico de Idai Nature tiene previsto mantener reuniones comerciales y encuentros, donde mostrarán cómo su modelo de gestión permite a los agricultores producir alimentos exentos de residuos químicos sin aumentar sus costes.



### Idai Nature, unique formulations that protect the active ingredients of the basic substances giving their products maximum efficiency

Horsetail, soy lecithin or chitosan are some of the basic substances that Idai Nature uses in its products. Its stable and unique formulations protect the active ingredients of the basic substances, thus giving their products maximum efficiency within the legal framework and guidelines established by the European Commission. The Valencian company Idai Nature travels once again to Fruit Logística to hold meetings where they will show how their management model allows farmers to produce food free of chemical waste without increasing their costs.



### Idai Nature, die einzigartige Formel schützen den Wirkstoff der grundlegenden Substanzen, wobei seine Produkte mit der größten Wirksamkeit hergestellt wird

Die Ackerschachtelhalm, der Lecithin von Sojabohne oder der Chitosan sind einige der grundlegenden Substanzen, die Idai Nature in seinen Produkten benutzt. Seine beständigen und einzigartigen Formeln schützen die Wirkstoffe der grundlegenden Substanzen. Damit werden seine Produkte mit der größten Wirksamkeit, laut des gesetzlichen Rahmens und der Anweisungen der Europäische Kommission, hergestellt. Das Unternehmen aus Valencia Idai Nature reist noch ein Jahr nach Fruit Logística, um Termine zu vereinbaren, wo sie zeigen werden, wie sein Managementmodell den Landwirten freie Lebensmittel ohne chemischen Rückstände zu erzeugen ermöglicht wobei die Kosten sich nicht vermehren.

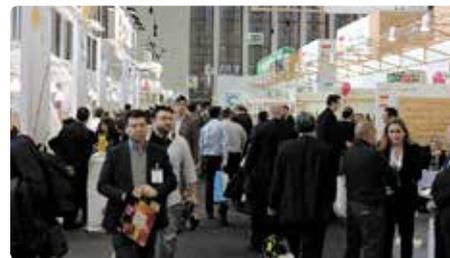
# Cajamar impulsará varios encuentros empresariales en la feria

□ **Rafa Villegas**

Cajamar acude un año más a Fruit Logística para acompañar y dar apoyo a las empresas del sector agroalimentario españolas. Consejeros, directivos y técnicos, encabezados por el presidente de Cajamar, partirán junto a las delegaciones del sector que viajan desde Almería, Murcia y Valencia a la pri-

mera feria internacional de frutas y hortalizas que tiene lugar en Berlín del 7 al 9 de febrero.

Durante los tres días de feria, Cajamar celebra en Berlín varios encuentros empresariales en los que participarán el presidente de Cajamar, Eduardo Baamonde Noche; el vicepresidente José Luis Heredia Celdrán, el consejero Bartolomé Viúdez Zurano; el director general Francisco González López;



el director de Banca de Empresas de Economía Social, Miguel Rodríguez de la Rubia; y Jesús López Martínez, de Banca de Empresas.



## Cajamar will promote several business meetings at the fair

Cajamar goes one more year to Fruit Logística to accompany and give support to companies in the Spanish agri-food sector. Directors, managers and technicians, headed by the president of Cajamar, will depart together with the delegations of the sector that travel from Almería, Murcia and Valencia to the international fair of fruit and vegetables. During the three days of the fair, Cajamar will hold several business meetings in Berlin.



## Cajamar wird verschiedene Geschäftsgespräche im Messe antreiben

Cajamar kommt noch ein Jahr zu Fruit Logística, begleitet und hilft den spanischen Unternehmen des Agrar- und Lebensmittelsektors. Berater, Manager und technisches Personal angeführt vom Präsidenten von Cajamar, werden neben den Abordnungen des Sektors anreisen, die aus Almería, Murcia und Valencia zur ersten internationalen Messe von Obst und Gemüse reisen. Während der drei Tagen, die die Messe dauert, vereinbart Cajamar einige Geschäftsgespräche in Berlin.



# EL EJIDO

*gourmet* QUALITY



## Gewellter Karton, die traditionelle Verpacken, der am meisten innerhalb der Frucht und des Gartenbau weltfreundlich ist

Innerhalb des Sektors von Gemüsepflanzen und Früchten ist eine Welt des Verpackens mit einem großen Angebot an Optionen, die Materialien, Farben und Gestalten verbinden. Mit der Zeit sind die am meisten verwendeten Materialien in der Produktion und dem Vertrieb dieser Produkte Plastik und Karton gewesen. Der erste hat seine Nachfrage in den letzten Jahren aber nicht an demselben Niveau wie das zweite Material vergrößert. Die Gesellschaft besorgt sich um zunehmende Verschmutzung, deshalb haben Tausende von Verbrauchern gewellten Karton gewählt um ihren Bedarf zu decken. Es ist ein erneuerbares und wiederverwertbares Material, das als ein traditionelles Verpacken, was weltfreundlich in der Frucht und dem Gartenbau Sektor bekannt und anerkannt ist.



## Corrugated cardboard, the traditional packaging that respects the environment the most within the fruit and vegetable sector

Within the sector of vegetables and fruits there is a world of packaging with a wide variety of options that combine materials, colors and shapes. Over time, the most used materials in the production and distribution of these products have been plastic and cardboard. The first material has increased its demand in recent years, but not at the same level as the second one. Society is increasingly concerned about pollution, that is why thousands of consumers have chosen corrugated cardboard to meet their needs. It is a renewable and recyclable material that is positioning as a traditional packaging that respects the environment in the fruit and vegetable sector.

# El cartón ondulado: el embalaje tradicional que más respeta el medio ambiente dentro del sector hortofrutícola



□ **Andrea Salvatierra**

**A**a hora de hablar de embalajes en el sector de las hortalizas y frutas, focalizado principalmente en Andalucía, hay que destacar que existe una amplia variedad de opciones que combinan materiales, colores, formas, algunas muy estratégicas, y otras, lo suficientemente cómodas para que el consumidor compre el producto final y se sienta satisfecho con lo que se lleva a casa.

Los materiales más utilizados en la producción y distribución de estos embalajes son el plástico y el cartón. El primero de ellos ha aumentado su demanda en los últimos años, pero no al mismo nivel que el segundo material. Sí es cierto, que las empresas de embalajes y envases están en constante innovación, e incluso combinan varios tipos, como cajas de cartón con bandejas o cestas de plástico. Pero, aunque sean alternativas tentadoras y llamativas, no son las más respetuosas con el entorno medioambiental cuando el plástico forma parte fundamental de ese pack. Más aun si se hace referencia a que desde hace años la sociedad se preocupa mucho más por la contaminación. Algo que ha ocasionado que muchos de los consumidores a la hora de adquirir los diferentes productos hortofrutícolas, además de buscar una higiene y unas características concretas en cuanto al alimento, demanden que mejore la reputación medioambiental, contribuyendo a la reducción de los niveles de contaminación. Teniendo en cuenta lo anterior, es lógico que en España la producción de cartón, en



concreto, el ondulado, sea mayor que la del plástico. Ejemplo de ello son las cifras arrojadas por el informe sectorial de la Asociación Española de Fabricantes de Envases y Embalajes de Cartón Ondulado (AFCO) del año 2016, alcanzando una facturación total del sector, tanto directa como indirecta, de 4.476 millones de euros con un total de 71 empresas ondulatoras y 89 fábricas en todo el país. Unas cifras que mejorarán durante este 2018, pues la previsión de crecimiento según la Asociación Internacional ICCA (International Corrugated Case Association) es de 246.970 millones de metros cuadrados, correspondiendo un 21,97 % a la zona de Europa.



Muchos consumidores demandan que mejore la reputación medioambiental, contribuyendo a la reducción de los niveles de contaminación

Por lo que sin duda alguna el cartón ondulado se posiciona, y lo seguirá haciendo, como el embalaje tradicional pionero en el sector hortofrutícola. Es respetuoso con el medio ambiente, es higiénico, alarga la vida del producto fresco, y optimiza el almacenaje, la logística y el transporte. Sin duda, unas cualidades excepcionales que a la vista del consumidor, son fundamentales para su elección, derrotando a los embalajes de plástico, que no cumplen ni con la mitad de las características del envase exitoso envase tradicional de miles y miles de hortalizas como el pimiento, el pepino y el tomate, entre otros.





# SÍ...HÉROES

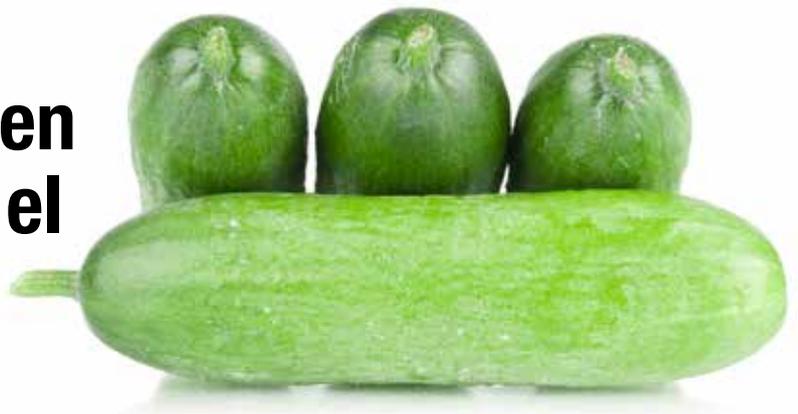
LOS PROFESIONALES DE NUESTRO SECTOR AGROALIMENTARIO HEMOS SABIDO RESISTIR, ADECUARNOS E INNOVAR. SUPERAR LOS MALOS TIEMPOS, AFRONTAR LOS CAMBIOS Y SEGUIR ADELANTE... HASTA SER HOY UNA REFERENCIA MUNDIAL. UNA HEROICIDAD, SOLO POSIBLE SI SE LLEVA EN EL ADN. SIGAMOS LIDERANDO EL SECTOR AGROALIMENTARIO... A TI, GRACIAS.

[www.adnagro.com](http://www.adnagro.com) ■



**cajamar**  
CAJA RURAL

# Almería se sube al tren de la moda 'mini' en el sector hortofrutícola



□ Andrea Salvatierra

El consumidor está cambiando su forma de concebir los alimentos, algo que viene arraigado con la evolución de la sociedad, la forma de vivir y alimentarse. Esto era impensable años atrás, pues la exigencia en cuanto a innovación y variedad en los productos era menor. Pero las necesidades, el cambio en los gustos, sobre todo en el mundo de la salud y la alimentación, deben ser atendidos como en cualquier otro sector.

Ahora la preocupación por cuidarse y optar por alimentos concretos, de gran calidad y de determinadas características es mayor. Todo ello con el único y fundamental objetivo de cuidar la salud, reeducarla por completo, sobre todo si se trata de los más pequeños, ya que es una buena manera de inculcarles una correcta alimentación, equilibrada y donde 'lo verde' no es rechazado, sino aceptado y mantenido.

Es por esto que multitud de multinacionales del mundo decidieron actuar ante estas demandas y optaron en el 2015 por lanzar productos novedosos y llamativos como las 'hortalizas mini', cosechando gran éxito entre los miles y miles de consumidores del comercio hortofrutícola, alcanzando el mercado europeo una cifra de facturación de 70 millones de euros con estos snacks vegetales, superando los 20 millones iniciales en el año 2012.

Ante cifras tan llamativas como las mencionadas, las principales empresas especializadas en semillas de gran calidad en la provincia almeriense también decidieron sumarse a esta moda de lo 'mini', y desarrollar de esta forma variedades más pequeñas, atrayendo la atención de todos y cada uno de los consumidores, con pequeños snacks de tomate, pepino, pimiento y apio, entre otros. Pero, lo más sorprendente y especial de estos productos es que siguen manteniendo su gran sabor como una variedad normal, permitiendo a todas las

personas disfrutar de ellos en cualquier momento, ya sea en el desayuno, al medio día, como tentempié de la tarde o como opción para la cena.

Es sin duda, una muy buena apuesta por parte de las comercializadoras y multinacionales de semillas de la provincia de Almería, pues hay que tener en cuenta que es un campo donde se puede aportar mucho. No es una simple 'moda pasajera', sino que es una jugosa alternativa a las variedades tradicionales, algo que los consumidores seguro que agradecerán.



## Almeria climbs the 'mini' fashion in the fruit and vegetable sector

The consumer is changing his way of conceiving food, and the concern to take care of oneself and to opt for specific products with high quality and certain characteristics is such, that many companies in the world decided to act on these demands. In 2015, they chose to create innovative and eye-catching products, such as 'mini' vegetables. Undoubtedly, this is something that caught the attention of marketers and seed companies in the province of Almeria, which join to this new trend of vegetable snacks, and develop smaller vegetables, in the case of tomatoes, cucumbers, peppers and celery, attracting the attention of each and every one of the consumers in the region.



## Almería besteigt die 'Mini'-Mode in der Frucht und dem Gartenbau Sektor

Der Verbraucher ändert seine Vorstellung von Lebensmittel, hat großes Interesse neue aber auch gesunde und spezifische Produkte mit hoher Qualität und mit bestimmten Eigenschaften zu wählen, zu dem viele Unternehmen in der Welt haben sich dafür entschieden, diesen Anforderungen zu folgen. In 2015 haben sie beschlossen, innovative und auffallende Produkte wie 'Mini'-Gemüsepflanzen zu schaffen. Zweifellos ist das etwas, was die Aufmerksamkeit von Vermarkter und Samengesellschaften in der Provinz von Almeria erregt hat, die sich zu dieser neuen Tendenz von Gemüse anschließen, und kleinere Gemüsepflanzen, wie zum Beispiel ;Tomaten, Gurken, Paprikaschote und Sellerie entwickeln, die die Aufmerksamkeit von jedem Verbraucher im Gebiet anziehend.

# VIAJES EL CORTE INGLÉS AL SERVICIO DEL SECTOR AGROALIMENTARIO

C.I.C.MA 59 - HERMOSILLA 112 - MADRID



## ESPECIALISTAS EN FERIAS DEL SECTOR AGROALIMENTARIO

Viajes el Corte Inglés destaca por su experiencia en la organización de Ferias Agroalimentarias a nivel nacional e Internacional.

### NUESTRA EXPERIENCIA EN SERVICIO

- Transporte y alojamiento
- Asesoramiento | Azafatas
- Traductores | Traslados privados
- Excursiones y visita en destino
- Restaurantes, almuerzos y cenas
- Presentación de producto | Entradas

MÁS INFORMACIÓN:  
Telf.: 950 620 780  
[agricultura@viajeseci.es](mailto:agricultura@viajeseci.es)

VIAJES *El Corte Inglés*

AGROALIMENTARIO

# Top Seeds Ibérica amplía su oferta de pimiento y tomate para el campo almeriense

□ **Rafa Villegas**

La campaña 2017/2018 ha servido para consolidar a Top Seeds Ibérica como operador al más alto nivel en pimiento California. Su director, Francisco Maleno, ha seguido personalmente casos de éxito de otras empresas, lo que unido a un buen desarrollo y a un acertado criterio de selección por parte del equipo se ha traducido en un rango de pimientos a disposición del mercado que cubre todos los segmentos.

A ello se suma la consolidación de Galiano, California rojo que ha superado las mejores expectativas, según el 'feedback' recibido por la empresa por parte del mercado, sus clientes y distribuidores. Maleno lo tiene claro, "va a ser una variedad de primer orden durante los próximos diez años". Y es que, como añadió, Galiano "ha roto las pautas habituales de un pimiento tardío, adaptándose a las necesidades que se requiere en tardío y aportando nuevas características, como una planta muy compacta o una mayor facilidad de cuaje al inicio, con temperaturas aún no demasiado frías, cuando el cien por cien de las variedades, incluida la líder, no superan esa exigencia".

Ahora, una vez finalizada la fase de introducción y posicionamiento en el mercado del pimiento California, Top Seeds se adentra en la fase de crecimiento, además de afrontar una segunda fase de posicionamiento en tomate.

## Tomate

En tomate, Top Seeds ya tiene seleccionadas novedades en, por ejemplo, marmande



Francisco Maleno, director de Top Seeds Ibérica.



de calidad, con la variedad 'Oremus', "solo para auténticos agricultores de marmande", como dejó claro Maleno.

A ello se suma la entrada en el segmento de cuello negro de calidad con la que es, según especificó el director de Top Seeds Ibérica, "la mejor variedad lanzada en los últimos años, que además presenta unos calibres muy homogéneos y se adapta a todas las fechas de plantación con excelentes resultados". Se trata, concretamente, de 'Salmerón'.

Una gama que está desarrollando especialmente Top Seeds es, además, la del tomate cherry, en sintonía con su mercado, que se encuentra en crecimiento. Además, ofertan variedades en todos los segmentos



## Top Seeds Ibérica expands its offer of pepper and tomato for the Almeria countryside

The 2017/2018 campaign is consolidating Top Seeds Ibérica as operator at the highest level in pepper California. Its director, Francisco Maleno, has personally followed successful stories of other companies, which, together with a good development and a successful selection criteria by the team, has resulted in a range of

peppers available to the market that covers all segments. In addition, Galiano is consolidated as the California red pepper which has exceeded the best expectations, according to the feedback received by the company from the market, its customers and distributors.



de color. A la oferta de cherry rojo, amarillo, naranja o negro, se suma que la casa de semillas va a eliminar cualquier limitación en productividad que hubiera hasta el momento, aportando a la vez color y consistencia, muy interesante para las comercializadoras y, por supuesto, para el consumidor. Un gran ejemplo de ello es la variedad 'Mini On'.

Por último, Top Seeds Ibérica dispone de la gama más amplia de tomate negro en el mercado, en todos los segmentos y en todos los calibres. Y es que la empresa ha apostado por considerar este segmento

como estándar y de gran consumo, eliminando la barrera principal al cultivar estas variedades, como era el coste. Y es que, la casa de semillas provee al mercado de variedades productivas que no cargan excesivamente los costes del agricultor, con lo que las comercializadoras y las cooperativas pueden orientar por primera vez a sus productores a que cultiven este segmento. Por otra parte, Top Seeds anuncia el lanzamiento, en las próximas campañas, de una línea de pimiento de gran sabor. Ya están trabajando en la selección de las variedades.



## Top Seeds Ibérica breiten ihr Angebot des Paprikas und der Tomate für die Landschaft von Almería aus

Die 2017-2018 Saison konsolidierte Top Seeds Ibérica als Betreiber auf dem Höchststand im Paprika Kalifornien. Direktor, Francisco Maleno, hat erfolgreiche Ergebnisse anderer Gesellschaften persönlich verfolgt, was zusammen mit einer guten Entwicklung und erfolgreichen Selektionskriterien des Personals, auf eine Reihe des Paprika hinausgelaufen ist, der für den Markt verfügbar ist und alle Segmente bedeckt. Außerdem wird Galiano als der Paprika von Kalifornien konsolidiert, der die besten Erwartungen gemäß dem Feedback überschreitet, das von der Gesellschaft vom Markt, seinen Kunden und den Lieferanten erhalten bleibt.



# TOP SEEDS IBÉRICA



# MINI ON TASTEFULL YELLOW

# Spotlight, la mejor herramienta para conocer las novedades lanzadas en el último año



□ Elena Sánchez

Como cada año, Fruit Logística afronta una nueva edición aportando novedades importantes que facilitarán el trabajo y el conocimiento de los profesionales del sector agroalimentario. En esta ocasión, el evento ha dado a conocer la herramienta Spotlight, con la que se va a dar visibilidad a los productos y servicios lanzados en el mercado en los últimos doce meses del año. Según explica Wilfried Wollbold, global Brand manager de Fruit Logística, “para los visitantes profesionales, esta herramienta ofrece la posibilidad de obtener una amplia visión antes de asistir a la feria, por lo que podrán prepararse para ella de un modo más eficiente. Además, está diseñada para que los expositores y coexpositores puedan presentar sus lanzamientos y novedades de productos y servicios que llevarán a esta edición”.

Según ha dado a conocer la organización del evento, todos los artículos de Spotlight están disponibles en la página web de la feria alemana en varios idiomas. De las 68 novedades incluidas en la herramienta, 23 son lanzamientos mundiales y 11 presentaciones europeas, destacando, de esta manera, la posición privilegiada de la que goza Fruit Logística como plataforma de innovación en el sector.

Spotlight es un servicio gratuito dirigido a los expositores, visitantes profesionales y periodistas especializados, que está dentro de la web de Fruit Logística, al servicio de prensa y al Virtual Market Place.



## Spotlight, the best tool to know about last year's new releases

As every year, Fruit Logística faces a new edition contributing important launches. This year, the event has revealed the Spotlight tool, which will give visibility to those products and services launched in the market in the last twelve months. According to the organization of the event, all Spotlight articles are available on the website of the German fair in several languages. Of the 68 novelties included in the tool, 23 are global launches and 11 are European presentations.



## Spotlight, das beste Tool für die Neuigkeiten des letzten Jahres

Wie jedes Jahr geht die Fruit Logística in die nächste Runde mit der Darstellung der wichtigsten Neuigkeiten. Diesmal wurde das Tool 'Spotlight' vorgestellt und damit die Sichtbarkeit jener Produkte und Dienstleistungen gezeigt, die auf dem Markt in den letzten zwölf Monaten gestartet sind. Gemäß des Veranstalters sind alle Artikel von Spotlight auf der Website der Messe in mehreren Sprachen verfügbar. Von den 68 Neuigkeiten, die dieses Tool enthält, sind 23 weltweite Einführungen und 11 europäische Vorstellungen.

# NITROFOSKA<sup>®</sup>

SOLUB

Los abonos  
solubles de más  
calidad para  
una fertirrigación  
más eficiente



Nitrofoska<sup>®</sup> solub es una gama completa de fertilizantes cristalinos totalmente solubles en agua, diseñada para ofrecer una solución integral en fertirrigación, sin necesidad de mezclar diferentes fertilizantes.

Las fórmulas de Nitrofoska<sup>®</sup> solub incluyen macro y micronutrientes, y son completamente libres de urea y cloruros, lo que contribuye a una eficiente absorción y aprovechamiento de los nutrientes.

© Marca registrada de EuroChem Agro

Para más información



EuroChem Agro Iberia, S.L.  
Joan d'Àustria 39-47  
08005 Barcelona  
Tel: 932 247 222  
Fax: 932 259 291  
[www.eurochemagro.es](http://www.eurochemagro.es)



**EUROCHEM  
AGRO**

*The Fertilizer Experts.*

# Rijk Zwaan potencia sus principales propuestas de cocina divertida y saludable con MyCubies® y Sweet Palermo®

□ Elena Sánchez

Rijk Zwaan sigue apostando fuerte por las nuevas tendencias que permiten el consumo de productos no cocinados y frescos a diferentes horas y en cualquier lugar, con diversos preparados, siendo una nueva cocina divertida y saludable. Para ello, la multinacional de semillas, que está presente, un año más, en Fruit Logistica, continúa potenciando y apostando por propuestas tan llamativas como MyCubies® Fun, un delicioso snack natural con nuevos tamaños y colores que hacen de este pepino mini el más crujiente y jugoso del mercado. Con MyCubies® ([www.mycubies.com](http://www.mycubies.com)), Rijk Zwaan pone a disposición del consumidor un delicioso pepino mini, cuyo tamaño varía entre 8 y 11 centímetros, recolectado entre 25 y 40 gramos, con un extraordi-

nario sabor y textura. Asimismo, el stand de Rijk Zwaan en Fruit Logistica no pasará desapercibido gracias a la presencia, una vez más, de Sweet Palermo®, un pimiento cónico dulce, que sobresale gracias su piel fina, pocas semillas en su interior, excelente conservación, rico y dulce sabor y versatilidad para diferentes usos, tanto caliente como frío. Y es que, la multinacional de semillas no solamente trabaja diariamente en la mejora vegetal para conseguir los mejores rendimientos en campo, sino que también está comprometida con las acciones y propuestas que permiten seguir potenciando el consumo de pimiento a nivel tanto nacional como internacional. En este sentido, Sweet Palermo® ([www.sweetpalermo.com](http://www.sweetpalermo.com)) se ha convertido en



una reconocida marca a nivel europeo con la que Rijk Zwaan están incrementando, día a día, el número de consumidores de pimiento. De hecho, Sweet Palermo® ha consolidado su imagen de marca con la que los productores asocian, en un mismo concepto, la calidad del producto y la evolución continua de esta hortaliza, además de que la existencia de este tipo de marcas está permitiendo ampliar la gama de pimiento en el mercado con diversos formatos y sabores.



 **Rijk Zwaan promotes its main suggestions for a fun and healthy cuisine with MyCubies® and Sweet Palermo®**

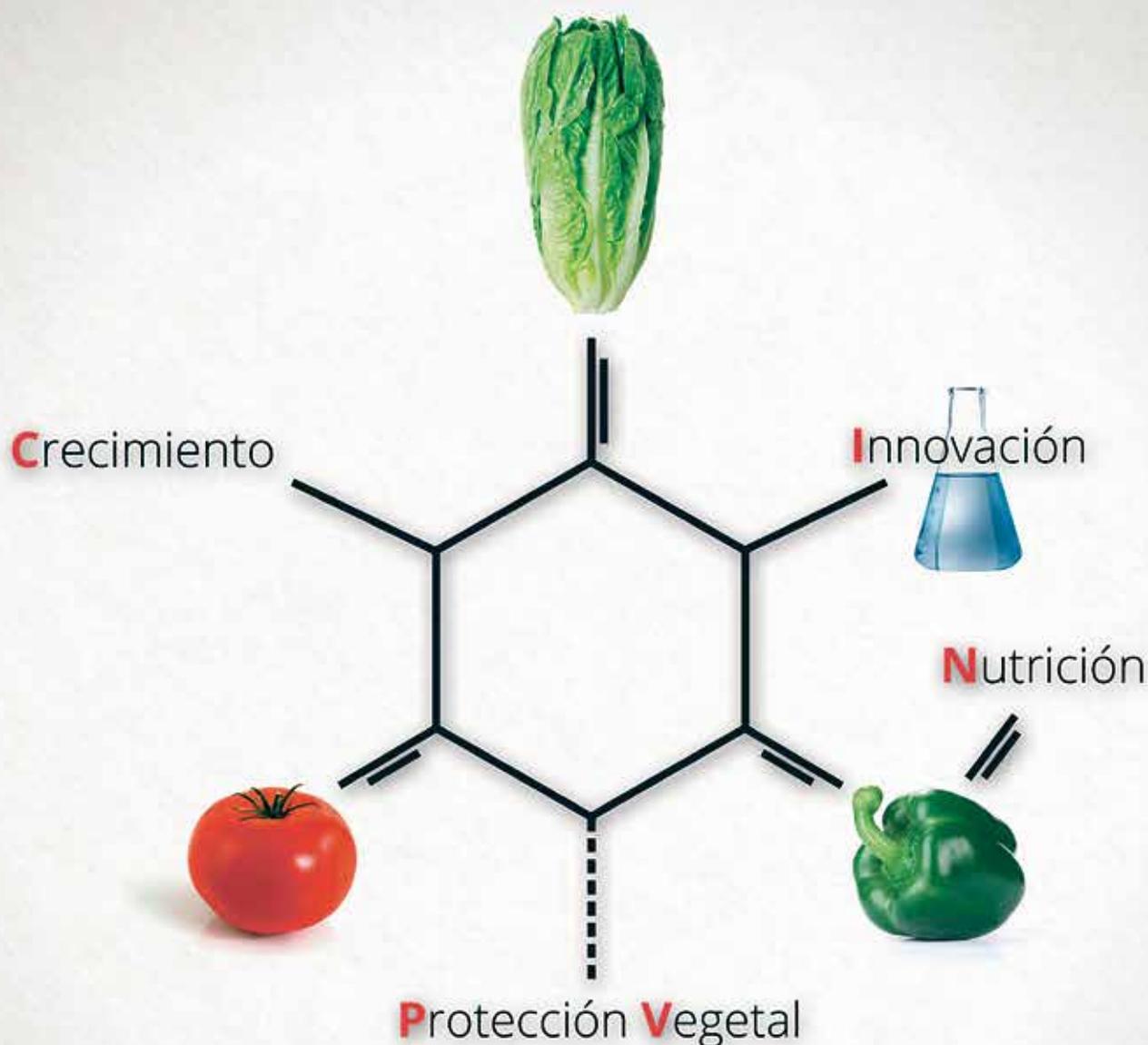
Rijk Zwaan continues betting on the new trends that allow the use of uncooked and fresh products in different hours and any place to create a new, funny and healthy cuisine. To achieve this, the multinational seed company, which will attend Fruit Logistica one more year, continues to promote and betting on such striking suggestions as MyCubies® Fun, a delicious natural snack with new sizes and colors that make this mini cucumber the crunchiest and juiciest on the market. Likewise, Rijk Zwaan will show, once again, Sweet Palermo®, a sweet conical pepper, which stands out thanks to its fine skin, few seeds inside, excellent preservation and sweet and rich flavor.

 **Rijk Zwaan erweitert seine Vorschläge für eine amüsierende und gesunde Küche mit MyCubies® und Sweet Palermo®**

Rijk Zwaan setzt absolut auf die neuen Tendenzen, die das Konsum der ungekochten und frischen Produkte zu jeder Zeit und in jedem Ort ermöglichen. Dazu die unterschiedliche Vorbereitung macht es zu einer neuen unterhaltender und gesunder Küche. Dafür, das multinationale Unternehmen von Samen, die noch ein Jahr in Fruit Logistica anwesend ist, potenziert und setzt auf Vorschläge, so auffällig wie MyCubies® Fun, ein entzückender natürlicher Snack mit neuen Größen und Farben, ein der Mini-knusperigsten und saftigsten Gurken des Marktes. Rijk Zwaan wird noch ein mal Sweet Palermo® vorstellen, eine zapfenförmig süße Paprikaschote, dass dank ihrer feinen Haut, wenige Samen in ihrem Kerngehäuse, vortrefflicher Aufbewahrung und süßem und reichem Geschmack hervorrägt.



# TENEMOS LA FÓRMULA PERFECTA PARA EL CAMPO



Si sumas ciencia + innovación + futuro + experiencia y lo concentras todo en el mundo agrícola, se consigue la fórmula para obtener mejores cosechas, cultivos más sanos y mayor productividad. Pero, sobre todo, se consigue entender cuál es la filosofía y la razón de ser de SAPEC AGRO: Hacer de nuestro mundo un lugar un poco mejor cada día.

[www.sapecagro.es](http://www.sapecagro.es)

**SAPEC**  
AGRO ESPAÑA