

fh almería

revista agraria mensual de la provincia de Almería

Edición especial



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

El Ejido:

El ayuntamiento presenta en Fruit Logística una agricultura sana y que además frena el cambio climático

Empresas: Agroiris, Ejidoluz, Mayba, Anecoop, Agroponente, Rijk Zwaan, CASI, LQA, Costa de Almería, Agrupalmería, Smurfit Kappa, Hispatec y Cajamar

La Junta:

‘Calidad Certificada’ muestra en Berlín la excelencia hortícola de Andalucía

Diputación: Lleva la agricultura tradicional de Almería a la feria

Agricultura Natural

almería

Natural Farming Natürliche Landwirtschaft



*Cuenta con nosotros...
en todos los campos*

Porque en Cajamar trabajamos contigo para conseguir los mejores resultados. Día a día, a tu lado para que tus proyectos den los mejores frutos y alcances tus objetivos en todos los campos.

www.cajamar.es
901 511 000

Fruit Logística: la naturaleza de Almería en el corazón de Europa



■ José Antonio Gutiérrez Escobar

Otra vez la cita de Berlín. Si no estuviésemos soportando una crisis general en toda Europa la cita de este año sería la de la consagración de la agricultura almeriense como "la natural" o la de "residuo cero". No obstante la presencia almeriense en la gran feria berlinesa va a ser muy importante por muchos motivos. El primero y principal es que hay que seguir vendiendo después de tantos esfuerzos realizados y tantos éxitos conseguidos. Almería debe mostrar a Europa que nuestra agricultura es de la Unión Europea y eso ya es una garantía. Hay que hacer ver a los clientes que no sólo vale el negocio, hay otras cosas que importan y que se han de tener en cuenta a la hora de elegir las hortalizas que se consumen. Para un almeriense no es lo mismo un coche alemán que otro procedente de mercados asiáticos o del este. Siempre se ha reconocido la tecnología alemana en los vehículos y se seguirá haciendo. Almería en esta feria debe hacer valer los valores naturales que posee para el cultivo de hortalizas frescas en invierno y sin contaminar. El sol, el clima, el agua, su suelo que tan determinante es en algunos cultivos como el tomate, y un largo etc. Por otra parte, me gustaría ver a más agricultores en esta feria. La

mejor forma de competir en el mercado de las frutas y hortalizas es saber contra quién competimos, cómo son, que cultivan, cómo lo hacen, qué medios tienen y que resultados consiguen. Todo esto y mucho más es lo que los productores van a ver en esta cita anual berlinesa. Es cierto que para los amantes de la naturaleza y la agricultura en particular la feria en sí es un auténtico espectáculo de color y sabor donde cualquier profesional del sector se puede hacer una buena idea de qué es lo que hay.



Fruit Logística: The Nature of Almeria in the heart of Europe

Finally Berlin! If we don't had to stand a general crisis in the Europe, this year would confirm the agriculture of Almeria as "the natural one" or the "zero residue agriculture". The presence of Almeria in FruitLogística will be very important for several reasons. The most important is that we have to keep on selling our product, despite all the struggle and all the efforts we made so far.

Almeria has to prove to Europe that our agriculture is a reference in the the European Union, and that this is a guarantee for our success.

We also have to show that it's not only important to make business, that there are other things that matters and that these are important issues when somebody decides to purchase a product. For somebody from Almeria it is not the same to buy a german car or one that was produced somewhere else. In

Almeria we trust in the german excellence to build cars and we still are going to do that. Almeria has to convince the costumers about the natural value of our fresh growing vegetables that we produce regarding the enviroment. The Sun, our land, our weather are key factors to most of our products and provide them their uniqueness, like in our tomatoes

I'd like to see more growers in this event. To know our competitors well is the best way to compete. To know how they grow their products, what they grow, which devices they use for that and which results they achieve is very relevant. All that, and a lot more is what the producers are going to see during this annual date in Berlin. It is true that for admirers of nature and agriculture this trade fair is a fabulous show of color and taste where every professional player can get a clou of what is going on.

3

Fruit Logística: Die Natur von Almeria im Herzen Europas

Wieder einmal das Treffen in Berlin. Wenn wir nicht einer allgemeinen Wirtschaftskrise in Europa ausgesetzt wären, würden wir dieses Jahr über die Konsolidierung der Agrarwirtschaft von Almería als die "naturverträgliche" oder die "rückstandlose Agrarwirtschaft" sprechen. Trotzdem wird die Präsenz von Almería während der grossen Messe von Berlin wichtig aus vielen Gründen. Als wichtigster von allen kann man sagen, dass man

weiterhin unsere Produkte vermarkten muss, nach all den Jahren mit so viel Arbeit und so vielen Erfolgen.

Almería soll Europa zeigen, dass unsere Landwirtschaft aus der EU stammt und das dies eine Garantie darstellt. Man muss dem Kunde aufzeigen, dass nicht nur das Geschäft wichtig ist, das auch andere Dinge ihre Bedeutung haben und das diese berücksichtigt werden sollten bei der Auswahl der Lebensmittel die man verbraucht. Für einen Einwohner aus Almería hat ein Fahrzeug aus Deutschland nicht den gleichen Wert wie eines aus Osteuropa oder Asien. Man schätzt die Wertigkeit der deutschen Technologie und wird dies auch weiterhin tun.

Almería muss während dieser Ausgabe der Messe seinen natürlichen Wert für den Anbau von Gemüse im Winter und ohne

Umweltverschmutzung in den Vordergrund stellen. Die Sonne, das Klima, das Wasser, der Boden, der so bestimmend ist für den Anbau einiger Produkte wie die Tomate oder andere Gemüsesorten sind unsere grossen Pluspunkte.

Andererseits würde ich gerne mehr Landwirte auf dieser Messe sehen. Die beste Art Wettbewerb im Bereich von Obst und Gemüse zu betreiben ist, zu wissen mit wem wir es zu tun haben, wie sie anbauen, welche Hilfsmittel sie benutzen und welches Ergebnis sie damit erzielen. All dies, und vieles mehr, ist was die Hersteller bei der diesjährigen Ausgabe in Berlin sehen werden. Es ist wahr, dass für Liebhaber der Natur und der Landwirtschaft diese Messe ein spektakel bestehend aus Farbe und Geschmack wird, wo sich die Profis der Branche einen guten Überblick auf den Stand der Dinge machen können.

Smurfit Kappa Almería

SOLUCIÓN INTEGRAL DE EMBALAJE PARA LA AGRICULTURA



Smurfit Kappa Almería

Ctra. de Iryda, Sector IV - La canal, Paraje El Vizconde
04738 Vicar - (Almería) España
Tel. + 34 950 34 15 50 - Fax. + 34 950 34 26 13
E-mail: smurfitkappa.almeria@smurfitkappa.es

La lucha integrada garantiza la calidad de las producciones


4

La agricultura almeriense ha logrado dar un salto cualitativo en las últimas campañas y lo ha hecho gracias a la aplicación masiva del control biológico de plagas que, en apenas dos años, se ha convertido en el método de cultivo referente en la provincia. Los agricultores han demostrado así que son capaces de dar respuesta a las demandas de los diferentes mercados de destino y que, a día de hoy, piden un producto de mayor calidad, que garantice la seguridad alimentaria y que, además, haya sido cultivado con el mayor respeto posible al entorno. Todas éstas son las máximas que rigen la agricultura almeriense actual y que, del mismo modo, marcarán su futuro.

En este sentido, ya en la campaña pasada, según los datos del Departamento de Sanidad Vegetal de la Delegación Provincial de la Consejería de Agricultura y Pesca en Almería, se cultivaron 9.183,5 hectáreas de superficie real con la ayuda de fauna auxiliar que, en la práctica, se tradujeron en más de 11.400 hectáreas. Asimismo, en la actual campaña 2008/2009, estas cifras se han incrementado de forma considerable y, de hecho, la superficie real cultivada bajo control integrado de plagas asciende a 11.221 hectáreas que, al final del año agrícola, contando con los cultivos de primer y segundo ciclo, supondrán casi 20.000 hectáreas, o lo que es lo mismo, las dos terceras partes de la superficie total. Estos datos corroboran el paso dado por Almería hacia un método de producción más sostenible.

Por productos, el pimiento es, sin duda, la hortaliza que más hectáreas destina a la producción integrada y el producto en el que más se ha notado ese incremento de la superficie. De hecho, de las 4.002,9 hectáreas de hace un año se ha pasado a más de 6.550, prácticamente la totalidad de la superficie que se destina en la provincia a este cultivo. Pero este gran salto se nota aún más si se comparan los datos actuales con los de hace dos campañas (2005/2006), cuando apenas eran 237 las hectáreas cultivadas con la ayuda de fauna auxiliar. El pimiento es sólo un ejemplo, ya que en el resto de productos almerienses también se ha producido un notable incremento de la superficie de lucha integrada. Tomate, berenjena, calabacín o pepino se producen a día de hoy de un modo más respetuoso con el entorno.

El paso dado por la provincia almeriense hacia una mayor calidad de sus producciones está siendo, además, ampliamente reconocido por sus clientes en los distintos mercados de destino. Los consumidores han recuperado la confianza en las hortalizas de Almería y esto, incluso, ha animado a los productores a seguir apostando por el control biológico de plagas. El pimiento, si nada lo impide, será el primer producto cultivado al 100 por cien con lucha integrada pero, con toda seguridad, con el paso de los años, la lucha química desaparecerá por completo en el resto de cultivos. Almería ha llegado a la firme conclusión de que la calidad es el fin y el control biológico el único camino.

The production quality is guaranteed by the integrated crop protection

Thanks to the massive application of biological control, Almería's agriculture has developed a quality step in the last campaigns, in only two years it has turned as a crop reference in the region. The growers have demonstrated a great capacity to answer to the different market requires, such as the demands for a higher quality in the products and a alimentary security guarantee. These are the greatest requests to the actual agriculture of Almería and these will mark the future.

According to that, during the last campaign 9,183.5 hectares were grown (real area) thanks to use of the auxiliary fauna, these numbers are translated as 11,400 hectares. This information was given by the Vegetables Department of Health to the Almería Regional Agriculture and Fishing Council. This number has increased in the actual campaign 2008 /2009, today the real cultivated area with biological control is around 11,221 hectares and at the end of the season it is going to be around 20,000 hectares (including the first and the second cycles). That is going to represent two third parts of the total area . These numbers showed the steps followed by Almería, using this production method.

The pepper is the vegetable with more hectares grown on integrated production and the product that increased mainly on his area. From 4,002,9 hectares in the last year, today there are around 6,550 hectares. That is almost the total area designated to this product. But this huge difference becomes more clearly if you compare the figures of the campaign 2005/2006, in which only 237 hectares were grown with auxiliary fauna. The pepper is only an example, because also the rest of Almería's products show a important increase referring the use of the integrated crop protection too. The tomato, courgette, aubergine or cucumber production is nowadays produced in a more respectful way.

The step taken by Almería to get a better quality production is being recognized by the different key markets. The consumers have regained to the fruit and vegetables from Almería. It has encouraged the growers to keep on using the biological control methods. The pepper is going to be the first vegetable cultivated one hundred per cent on the integrated crop protection system and finally the chemical crop will be completely disappear in the rest of products. Almería has concluded that the quality is the target and the biological control is the only way to achieve that.

Die integrierte Produktion garantiert die Qualität der Produkte

Die Landwirtschaft in Almería hat einen qualitativen Leistungssprung in den letzten Erntejahren geschafft und hat dies dem massiven Einsatz der biologischen Kontrolle in der Bekämpfung der Schädlinge zu verdanken. In knapp 2 Jahren hat sich diese als Referenz im Anbau in der Provinz etabliert. Die Landwirte haben bewiesen, dass sie in der Lage sind auf die Nachfrage der Absatzmärkte zu reagieren, die heutzutage eine grössere Qualität beanspruchen, die Sicherheit in der Ernährung garantieren und sich Umweltverträglich mit ihrer Umgebung verhalten. Dies sind die aktuellen Richtlinien der heutigen Landwirtschaft in Almería und die, die unsere zukünftige Entwicklung bestimmen.

In diesem Sinne, im vergangenen Erntejahr,

nach den Daten der Abteilung für Gesundheitswesen der Landesanstalt für Landwirtschaft und Fischerei in Almería, wurden 9.183,5 Ha. reale Anbaufläche mit Hilfe von natürlichen Schädlingsbekämpfern betrieben, die sich in der Praxis nach beiden Zyklen in 11.400 Ha. umsetzen.

In der Erntesaison 2008/2009, ist diese Zahl beträchtlich gestiegen und die reale Anbaufläche die unter Einsatz von natürlichen Schädlingsbekämpfern beträgt 11.221 Ha. ,was sich am Ende des Erntejahres (inklusive des ersten und zweiten Erntezyklus) auf mehr als 20.000 Ha. ausstreckt, also mehr als ein Drittel der gesamten Anbaufläche. Diese Daten bestätigen den Wandel zu einer nachhaltigen Produktion den Almería vollzogen hat.

Unter den angebauten Produkten, ist die Paprika das Gemüse welches am meisten Anbauand für die integrierte Produktion zur Verfügung stellt und wo sich die Entwicklungstendenz am meisten bemerkbar macht. Von den 4.002,9 Ha des vergangenen Jahres, ist der Anbau in diesem Erntejahr auf 6.550 Ha. gestiegen, was fast die gesamte Anbaufläche darstellt. Aber dieser grosser

Sprung wird noch mehr verdeutlicht wenn man die aktuellen Daten vergleicht. Damals wurden gerade mal 237 Ha. mit der Hilfe von natürlichen Schädlingsbekämpfern betrieben. Die Paprikas sind nur ein Beispiel, da die anderen Produkte aus Almería einen bemerkenswerten Zuwachs in der integrierten Schädlingsbekämpfung verzeichnen. Tomaten, Auberginen, Zucchini oder Gurken werden heutzutage in einer respektvollen Weise produziert.

Der Schritt den die Provinz Almería in die Richtung zu einer grösseren Qualität in der Produktion vollzogen hat, wird weitgehend von den Kunden in den Endmärkten anerkannt. Die Verbraucher haben das Vertrauen in das Gemüse von Almería zurückgewonnen und das hat die Landwirte animiert weiterhin auf biologische Kontrolle zu setzen. Die Paprika, wenn sich die Entwicklung bestätigt, wird als erstes Produkt welches zu 100% mit integriertem Anbau produziert wird und ausserdem kann man behaupten, dass in kurzer Zeit die chemische Bekämpfung auch aus den anderen Produkten weichen wird. Almería ist überzeugt, dass die Qualität das Ziel ist und die biologische Kontrolle der einzige Weg dorthin.

Almería llega a Berlín para mostrar las excelencias de sus frutas y hortalizas

Fruit Logística es, cada año, una cita importante para el sector productor de frutas y hortalizas de Almería y prueba de ello es la elevada asistencia de empresas de la provincia, tanto productoras y comercializadoras como compañías de la industria auxiliar. En total, en esta edición 2009, son 17 las empresas almerienses que acuden a Berlín para mostrar lo más selecto de sus productos y, además, tratar de ampliar fronteras, encontrando nuevas oportunidades de negocio. La mayoría de ellas llegan a la feria alemana de la mano de la Agencia Andaluza de Promoción Exterior (EXTENDA), aunque algunas otras han preferido hacerlo en solitario.

Dentro del primer grupo se encuen-

tran Casur S.C.A., Nature Choice S.A.T., Vicasol S.C.A., el Consejo Regulador de la Indicación Geográfica Protegida (I.G.P.) Tomate La Cañada-Níjar, TierraAndaluza Bio, Koppert España S.L., Ferva S.A.T., la Fundación Bahía Almeriport, El Ayuntamiento de El Ejido, Agrupalmería y la Interprofesional de Frutas y Hortalizas de Andalucía (HORTYFRUTA). Por su parte, Agroponiente Natural Produce, Casi S.C.A., Vega Cañada S.A., Hortosabor Mediterránea S.L., Frutas Lunas S.L., Onduspan y el Grupo Primaflor han preferido participar por separado. En cualquier caso, el objetivo es el mismo: mostrar la calidad de los productos almerienses, sobre todo ahora que el cambio en su modelo de cultivo hacia la

lucha integrada está mucho más arraigado. Entre todos ellos llama la atención, por ejemplo, la presencia de la Fundación Bahía Almeriport, que llega a Berlín para informar sobre la oportunidad que ofrecen las 'autopistas del mar' para la comercialización de frutas y hortalizas, o de Koppert, para exponer los últimos avances en control biológico. Junto a ellos, un año más, no podía faltar a la cita el Ayuntamiento de El Ejido. Prácticamente, todos los sectores implicados en la agricultura almeriense tienen su hueco en el stand de la Administración andaluza, demostrando, así, que cada uno de ellos es importante para lograr el perfecto funcionamiento de todo el entramado agrario.

Sin embargo, y sobre todas las empresas auxiliares, los principales protagonistas de la feria van a ser las frutas y hortalizas de Almería, que son, sin lugar a dudas, las que 'tiran del carro'. La edición 2008 de Fruit Logística fue la del cambio.

Almeria arrives to Berlin to show fruit and vegetables excellence

Almeria arrives to Berlin to show fruit and vegetables excellence.

Fruit Logística is an important event for fruit and vegetable producers of Almería. Proof of that is the high level of attendance from production and marketing companies and the auxiliary industries of Almería. Seventeen companies are represented in Berlin to show their products and try to expand frontiers, meeting new business opportunities. Most of them arrives to Berlin with the support of the Andalusian Agency for Foreign Promotion (EXTENDA in spanish), but some of them are going there on their own.

In the first group are Casur S.C.A., Nature Choice SAT, Vicasol S.C.A., The Regulation Council for Geographic Protected Indication (I.G.P. in spanish), La Cañada-Níjar Tomato, TierraAndaluza Bio, Koppert Spain S.L., Ferva S.A.T., The Foundation Bahía Almeriport, The El Ejido Council, Agrupalmería and Andalusia Interprofesional fruit and vegetables (HORTYFRUTA). The second group is integrated by Agroponiente Natural Produce, Casi S.C.A., Vega Cañada S.A., Hortosabor Mediterranean S.L., Lunas Fruit import/export S.L., Onduspan and the Primaflor Group but the Target is the same, to show the products of Almería, specially now because the grows are linked to the integrated crop protection.

The Foundation Bahía Almeriport arrives to Berlin to give information about the opportunity to us "the sea as a highway" for the fruit and vegetable marketing. Koppert is going to show the last advances in biological control. For another year The Council of El Ejido is going to be present at the trade fair. All the agricultural sectors of Almería have a place in the Andalusian Administration stand (Junta de Andalucía in spanish), that proves importance of every single one in agriculture network.

Almería besucht ein weiteres Jahr Berlin um die ausgezeichnete Qualität ihrer Obst- und Gemüseprodukte unter Beweis zu stellen

Fruit Logística ist jedes Jahr ein unabdingbarer Termin für die Hersteller von Obst und Gemüse aus Almería und, als Beweis hierfür, soll die hohe Teilnehmerzahl unter den Firmen aus unserer Provinz dienen, sowohl die Erzeuger und Vermarkter als auch die Hilfsindustrie. Insgesamt sind in diesem Jahr 17 Unternehmen aus Almería in Berlin anwesend um hier das beste unserer Produkte vorzustellen und nebenbei auch um neue Kunden aus neuen Ländern für uns gewinnen zu können. Die meisten dieser Unternehmen fahren zu der deutschen Messe in

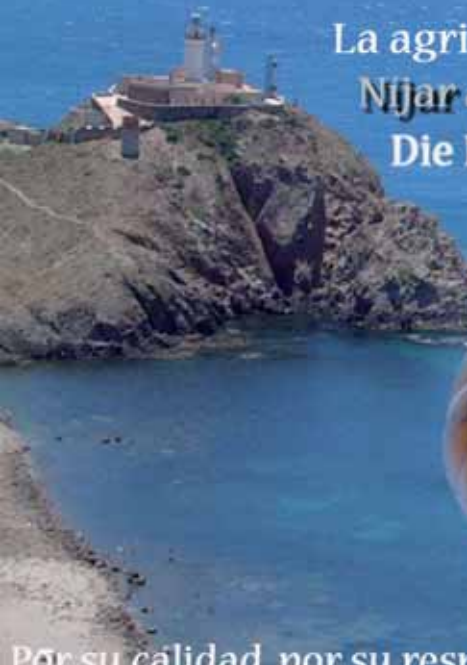
Begleitung von EXTENDA, der andalusischen Agentur für Auslandspromotion, obwohl anzumerken ist das einige Firmen sich dagegen entschieden haben.

In der ersten Gruppe befinden sich Casur S.C.A., Nature Choice S.A.T., Vicasol S.C.A., die Regulierungsbehörde der geschützten geographischen Herkunft (I.G.P.) Tomate La Cañada-Níjar, TierraAndaluza Bio, Koppert España S.L., Ferva S.A.T., die Stiftung Bahía Almeriport, das Rathaus von El Ejido, Agrupalmería und HORTYFRUTAS, eine Organisation, die die Produktion und Vermarktung

der andalusischen Obst- und Gemüseprodukte vorantreibt.

Andererseits haben sich Agroponiente Natural Produce, Casi S.C.A., Vega Cañada S.A., Hortosabor Mediterránea S.L., Frutas Lunas S.L., Onduspan und die Gruppe Primaflor dazu entschieden selbstständig anzureisen. In jedem Fall ist die Zielsetzung gleich: Die Qualität der Produkte aus Almería unter Beweis zu stellen, besonders jetzt wo der Wechsel zu einem Anbaumodell gefestigter ist, in dem die integrierte Schädlingsbekämpfung eingesetzt wird.

Unter allen Mitwirkenden ist die Teilnahme der Stiftung Bahía Almeriport bemerkenswert, weil sie die Möglichkeiten der "Autobahnen der Meere" für den Vertrieb von Obst und Gemüse vorstellen.



La agricultura de Níjar transpasa fronteras

Níjar agriculture is going through borders

Die Níjar Landwirtschaft durchbricht Grenzen



Por su calidad, por su respeto al medio ambiente, por su sabor...

By its quality, respects enviroment, taste...

Durch die Qualität, Erwägung zur Umwelt, durch den Geschmack...



Ayuntamiento de Níjar

Superándonos.

www.níjar.es

www.otraespeciedeturismo.com

www.anotherkindoftourism.com



Agroiris, Ejidoluz y Mayba se consolidan como grupo y consiguen ofrecer al gran cliente europeo calidad, servicio y volumen

Pocas empresas en España disponen de la logística, el servicio y producto en la medida que este conjunto de exportadoras dirigidas por Juan Antonio Díaz Planelles

As a consolidated Group Agroiris, Mayba and Ejidoluz gets to offer european customers quality, services and volume



Few Spanish companies can to offer the logistic, the service and products as this group directed by Juan Antonio Planelles.

One of the marketing groups to Almeria fruit and vegetables products is the Transformation Agricultural Society (SAT in spanish), Agroiris, Mayba and Ejidoluz are in El Ejido. The most important destiny market is the german. Germany has got reliable customers and their favorite product is the pepper.

This group is a great pepper producer, in all the varieties, ranges and colors. To increase the effectivity each company manipulate different products in its own store. Juan Antonio Planelles, SAT Agroiris marketing director explained that "At Agroiris we specialise on pepper, Mayba

works on two vegetable products: The cucumber and courgettes and Ejidoluz markets tomato and aubergine"

The great benefit of this supply concentration made by the SAT is for members of this joint venture, for the growers and of course for the customers. About this issue, Antonio Fernández, Chairman of Agroiris SAT said that "Together we have a great capacity to answer to the customer needs because we move a great production and you can offer an excellent service". About the member-grower benefices, Fernández explained that "in the past we used to compare the prices with our competitors but now the situation has changed, because we are get a price, perhaps not the best, but similar to the other fruit and vegetable companies.

The service for the different european customers is ideal, and this group has the capacity to attend the fruit and vegetable demand during all the campaign.

Uno de los grupos de comercialización de productos hortofrutícolas de la provincia de Almería es, sin lugar a dudas, el que forman las Sociedades Agrarias de Transformación (SAT's) Agroiris, Ejidoluz y Mayba, todas ellas ubicadas en el término municipal de El Ejido. De entre todos sus mercados de destino destaca, sobremanera, el alemán. Y es que en Alemania cuentan con clientes más que consolidados, cuyo producto favorito es el pimiento.

El grupo es uno de los mayores productores de pimiento, en todas sus variedades, gamas y colores. Además, para aumentar su efectividad, cada una de las tres empresas manipula en sus respectivas naves unos productos diferen-

tes. De este modo, con esta especialización que han llevado a cabo, como ha explicado el director comercial de la SAT Agroiris, Juan Antonio Planelles, "en las instalaciones de Agroiris se trabaja con todas las variedades de pimiento, mientras que en las de Mayba se han especializado en dos productos horticolas, concretamente en pepino y calabacín y, finalmente, Ejidoluz comercializa pepino, tomate y berenjena".

Los grandes beneficiados de la concentración de la oferta que están llevando a cabo estas tres empresas son, como no podía ser de otra manera, tanto sus asociados como sus clientes. Al respecto, el presidente de la SAT Ejidoluz, Antonio Fernández, ha señalado

que "unidos se tiene una gran capacidad de respuesta al cliente porque mueves una gran cantidad de producción y siempre puedes ofrecer un servicio a la altura de lo que te demanda". En cuanto a los beneficios que repercuten directamente en sus asociados, Fernández ha explicado que "antes siempre estábamos comparando precios con los vecinos y ahora eso ya no ocurre. Ahora podemos tener la tranquilidad de recibir un precio, quizá no el mejor, pero siempre en la misma línea que el resto.

El servicio a los diferentes clientes europeos es óptimo y el grupo tiene la capacidad de atender la demanda de productos hortofrutícolas durante toda la campaña.

Agroiris, Ejidoluz und Mayba konsolidieren sich als Gruppe in der Lage den europäischen Kunden Qualität, Service und Volumen anzubieten

Wenige Unternehmen in Spanien haben so viele Ressourcen in der Logistik, dem Service und der Produkte wie die von dieser Gemeinschaft von Exporteuren, die von Juan Antonio Díaz Planelles geleitet werden.

Ein der wichtigsten Gruppen im Vertrieb von Obst und Gemüse aus der Provinz Almería ist, zweifelsohne, die der Agrargesellschaften für Umwandlung (SAT ist die spanische Abkürzung hierfür) Agroiris, Ejidoluz und Mayba, die sich alle in der Gemeinde von El Ejido befinden. Unter allen Absatzmärkten ist der Deutsche

besonders wichtig. Denn es ist so, dass in Deutschland die Kundenanbindung besonders gestärkt ist, besonders im Verbrauch von Paprikas.

Die Gruppe ist eine der wichtigsten Erzeuger von Paprikas all seinen Varianten, Sorten und Farben. Ausserdem, und um die Effektivität zu steigern, jede einzelne der drei Firmen bearbeitet unterschiedliche Produkte in ihren Lagerhallen. Mit dieser Spezialisierung die man durchgeführt hat funktioniert die Gruppe, laut Angaben von Juan Antonio Planelles folgendermassen "In den Anlagen von Agroiris bearbeitet man alle

Sorten von Paprikas, in Mayba hat man sich auf Gurken und Zucchini spezialisiert, während sich Ejidoluz auf Tomaten und Auberginen konzentriert"

Die Vorteile die aus diesen Synergien entstehen, kommen sowohl den Teilhabern als auch den Kunden zugute. Zu diesem Thema sagte Antonio Fernández, der Vorsitzende von SAT Ejidoluz, folgendes: "Gemeinsam hat man eine grössere Kapazität um der Nachfrage der Kunden gerecht zu werden, denn man bewegt eine grosse Produktion und man kann die Serviceleistungen

den Ansprüchen der Kunden anpassen". Was die Vorteile die sich auf die Teilhaber auswirken, sagte Herr Fernández "Früher haben wir immer auf die Preise der Konkurrenz geachtet und das hat sich geändert. Jetzt haben wir die Sicherheit, dass wir einen Preis bekommen, vielleicht nicht der optimale, aber immer in der gleichen Linie wie die anderen".

Die Dienstleistungen für die verschiedenen europäischen Kunden ist ideal und die Gruppe hat die Fähigkeit der Nachfrage von Obst- und Gemüse Produkte während der ganzen Saison gerecht zu werden.



Ready for your needs

■ ***Growers and Exporters
of Organic Produce***

■ ***Zucchini, Aubergine,
Sweet Potatoes,
Green Asparagus,
Broad Beans and Sweetcorn***

Legalitas Quality Assurance

Tel: +34 649 492 627

info@lqaservices.com

www.lqaservices.com



ANECOOP: Estrategia, servicio y calidad con etiquetas naturales

Desde el punto de vista estratégico, las Delegaciones de Anecoop juegan un papel fundamental, en lo que se refiere al acercamiento a las zonas de producción, a las zonas origen de los productos que comercializa. Al ser Anecoop una empresa cooperativa, compuesta por un centenar de socios distribuidos por todo el territorio nacional, tiene que aglutinar las diferentes realidades productivas, y de comercialización de los productos específicos de cada zona, o de cada especialización comarcal. En cuanto a los productos, la labor de las delegaciones se identifica con la cercanía a la producción específica de su origen, y realiza una labor de integración de la oferta homogeneizando criterios y otorgando una sola imagen a la oferta global de productos comercializados.

En el marco de nuestros objetivos, consideramos el papel y la función estratégica, esencial dentro de la actividad empresarial, donde, deberíamos tratar de imaginar un escenario donde fuésemos capaces de dimensionar y sobre todo de situar a nuestro sector como un actor integrado en una economía moderna, "utilizando los enormes recursos de los que podemos disponer para vender lo que de antemano planificamos, donde la experiencia, la gestión del conocimiento, el dinamismo y nuestra rápida adaptación a los cambios, se conviertan en ventajas competitivas, siendo éstas y sus valores, signos y símbolos de distinción".

En Anecoop creemos tenerlo claro y desde nuestra posición de liderazgo en el ámbito comercial y representando los intereses de una amplia base de productores que son nuestros socios, avanzamos, por una parte, potenciando y consolidando en el tiempo proyectos que forman parte de su cultura e identidad, y que a la



vez constituyen desde hace bastantes años, una referencia en el ámbito de la producción, y de la distribución, como es su sandía sin semillas BOUQUET, líder desde 1990, segmentando y ampliando la gama, en tamaños y colores, innovando y conformando al mismo tiempo, la base de algunos de nuestros nuevos proyectos, tratando de anticiparse a las necesidades y futuras demandas del consumidor. Estamos avanzando en la consolidación de líneas de producción y comercialización ECOLÓGICA, y en productos de lucha biológica y producción integrada, con BOUQUET NATURANE, con lo que todo ello ha supuesto de cambio y puesta en valor, para nuestras entidades socios y colaboradores con la firma de

las normas de convergencia Naturane - Anecoop y Producción Integrada de la Junta de Andalucía, unificando con una sola auditoría, un solo trabajo técnico y un solo coste económico, conseguir dos certificaciones (Producción Integrada J. And., y Global Gap - Naturane).

Las oficinas en Andalucía no sólo coordinan con la central. Están dotadas de fuerza comercial propia, con personal muy arraigado con las zonas de origen con las que tratan, y conocimientos muy profesionalizados de los mercados a los que se dirigen. Tenemos como tarea atender las necesidades de los clientes, proponiendo al origen las mejores estrategias para cumplimentar esos objetivos con el máximo rendimiento para los produc-

Campaña 06/07		Season 06/07
		Saison 06/07
	Volumen (Tm)	Facturación (Mill. €) Turnover (Mill. €) Umsatz (Mio. €)
Frutas Fruit	158.000	113.533
Hortalizas Vegetables	123.000	112.580
Cítricos Citrus	339.802	181.678
Vino Wine	148.270	12.955
TOTAL	669.072	420.746
Países de destino: 22 UE, 5 EFTA, 7 Europa oriental, 7 América y 7 Asia. Total: 48 países		
Socios: 95 socios en cinco comunidades autónomas, que pertenecen en total a once provincias españolas.		

tores. Asimismo, a lo largo de los años Anecoop ha desarrollado una red de estructuras comerciales propias en diversos países de Europa, con plataformas de distribución y logística en Francia, Inglaterra, Polonia, República Checa, Holanda, e incluso desde junio del pasado año se estableció oficina en Rusia, en la búsqueda de desarrollo en uno de los mercados emergentes más interesantes desde el punto de vista de potencial comercial.

Dentro de este esquema las oficinas de Andalucía, y desde Sevilla, hace muchos años viene aglutinando la oferta de fresón, que se ubica principalmente en la zona de Huelva, teniendo entre sus socios la cooperativa productora de fresón en volumen más importante de la provincia. Otro producto muy importante dentro nuestra oferta es la fruta de hueso, en nuestra zona melocotón y nectarina extra temprana, de la zona de Sevilla y Huelva, así como un calen-

Strategie, Service und Qualität mit einem natürlichem Siegel

Von einem strategischen sichtweise aus gesehen, spielen die Delegationen von Anecoop eine unerlässliche Rolle was die Annäherung an die Anbaugelände der Produkte die man vermarktet betrifft. Da Anecoop eine Genossenschaft ist die mehr als hundert verschiedene Mitglieder die im ganzen Land verteilt sind hat, muss man die verschiedenen Gegebenheiten der unterschiedlichen Produktionen, als auch die Besonderheiten des Vertriebes von unterschiedlichen Produkten aus verschiedenen Anbaugeländen, jedes mit seinen spezifischen Umständen, auf einen Nenner bringen.

Was die Produkte betrifft, ist die Aufgabe von unseren Delegationen auf die besonderen Gegebenheiten der einzelnen Zonen besonders einzugehen und das Angebot unter

Berücksichtigung der Kriterien der Homogenisierung zu vermarkten, um so ein einheitliches Image der global Vermarkteten Produkte zu erzeugen.

Im Rahmen unserer Zielsetzungen ist für uns die strategische Funktion und die Rolle von Marketing innerhalb unserer wirtschaftlichen Aktivitäten unverzichtbar. Wir stellen uns ein Szenario vor in dem wir in der Lage sind unsere Tätigkeit innerhalb der modernen Marktwirtschaft zu dimensionieren und zu positionieren, in dem wir " die enormen Ressourcen die uns zur Verfügung stehen nutzen um etwas zu Vermarkten, was wir im Voraus geplant haben und wo die Berufserfahrung, das Wissensmanagement, unser Dynamismus und unsere schnelle Adaptationsfähigkeit, sich als Vorteile in der Konkurrenzsituation auszahlen. Aus diesen Werten möchten wir unser

Markenzeichen machen."

In Anecoop sind wir fest davon überzeugt und, von unserer Position als führendes Unternehmen in der Vermarktung und als Vertreter der Interessen von einer Vielzahl von Erzeugern, dass wir gemeinsam mit unseren Partnern weiterkommen werden und dabei gleichzeitig die Konsolidierung vieler Projekte, die Teile unserer Identität und Kultur sind, weiterhin vorantreiben können.

Diese Projekte, die seit vielen Jahren eine Referenz im Bereich der Produktion und des Vertriebes darstellen, wie beispielsweise die kernlose Wassermelone BOUQUET (Marktführer seit 1990), haben als Zielsetzung die Segmentierung und die Ausdehnung des Sortiments im Bereich der Farbe und Größe der Produkte. Diese Innovationen sollen als Basis für weitere Projekte dienen





dario de ciruelas muy extenso y complementario con otras zonas de producción.

En el entorno de las hortalizas, y desde la Delegación de Almería, nuestros objetivos, además del crecimiento y consolidación en los productos de masa y clásicos de la zona, como referentes dentro de la distribución Europea, nuestras metas, como no podía ser de otra manera tienen su punto de partida en la innovación, segmentando por una parte, tanto en pimientos como en tomates, con nuevos tipos tamaños y colores, 'Kappya', 'Corazón de Buey', como ejemplo, y siempre con el afán de cubrir la demanda y las necesidades del consumidor, gestionando la diversificación productiva, con la puesta en mercado de nuevos productos, tanto en tomates como en pimientos, y lo que para Anecoop y sus socios, es más importante, la puesta en común de intereses tanto de sus socios productores como de la distribución y lo que de innovación en esta relación, ha supuesto entre ambos.

La complicidad, la puesta en común de objetivos y estrategias, para conseguir lo que es de interés para todos, en aras de la rentabilidad necesaria que nos permita mantener la producción y la posición, no cabe duda del importante papel que juegan las 'alianzas' de las que tanto se hablan, y que tan necesarias se entienden, pero que tan difíciles y complicadas parecen ser de conseguir, estas, son básicas y estratégicas para avanzar y sobrevivir en un entorno, cada día mas complejo y en un mundo cada vez más globalizado. Cuando hablamos de 'alianzas' no sólo nos circunscribimos al ámbito comercial con la distribución o con determinados clientes, sino también, entre nuestros propios socios buscando la complementariedad, diversificación, calendario, - el interés común - constituyendo plataformas logísticas de servicios, trabajando y desarrollando proyectos innovadores, aportando valor, con instituciones públicas o privadas, como la Universidad o la propia Junta de Andalucía, etc.

"Strategy, service and quality with a natural sealing"

From a strategic point of view, the Anecoop branches play an important part in its approach towards our areas of production and areas of origin of the products which are marketed. As Anecoop is a factory cooperative consisting of one hundred members distributed around our national territory, it gathers different productive and trading realities and so it markets the specific products of its nearby areas or regions. As for the produces, the work of the branches is identified with the proximity to the specific production of origin and it does a good job in integrating the supply, homogenizing opinions and giving a unique picture to the global supply of commercialized products.

Our role and strategic function is a fundamental target within our business affairs so we try to put our sector as an integrated agent in a modern economy by "using the great resources that are available and selling what is planned in advance in which experience, knowledge management and a quick adaptation to changes become an expression of distinction that brings competitive advantages.

From the top position of leadership in the market and representing the interests of a wide range of producers and members, we move forward, in the promotion and consolidation of the projects which are part of our culture and identity and that, likewise, constitute a point of reference in the field of production, distribution from the very beginning, being an example our seedless BOUQUET watermelon, leader since 1990. We increase and segment our variety of products in size and colours and at the same time, we modernize and set the basis of some of our new projects, intending to anticipate the needs and future demands of our consumers.

We are gaining ground in the consolidation of our organic production and its marketing, and in environmental friendly and integrated products with BOUQUET NATURANE, which has meant a change and an important aspect for our member companies and those in accordance with the rules of Naturane - Anecoop and Producción Integrada de la Junta de Andalucía, uniting with just one audit, a single technical job and a single financial cost, obtaining two certifications (Producción Integrada J. And., y Global Gap - Naturane).

The branches in Andalucía are coordinated with the head office as well as they are provided with their own commercial power, staff linked with the areas of origin they are involved and deep knowledge of the markets they aim at. Our target is to cater the needs of our

customers, suggesting the best strategies to accomplish the task and giving high yield to the producers.

Similarly, throughout the years Anecoop has developed its own commercial network with different European countries, delivery and logistic stations in France, England, Poland, Czech Republic, Holland and, since last June a new office in Russia was set up in search of a new development in one of the most interesting markets from the commercial point of view.

Within this structure the branches in Andalucía and from Sevilla, since long time ago, we have gathered supply of strawberry, located mainly in the area of Huelva and which has among its members the strawberry cooperative company with the most volume of sales in the province. Another very important produce within our offer is the seedless fruit, especially early peaches and nectarines from Seville and Huelva as well as plums distributed along the season which is complemented with other areas of production.

In the field of vegetables and from Almería, our aims, apart from the increase and consolidation of the typical products of the area, already a reference in the market with Europe, has as its starting point the innovation and segmentation in peppers and tomatoes on the one hand with new types, size and colours, Kappya, Corazón de Buey (heart of ox) as an example, putting a lot of effort into it to cover the supply and needs of every consumer, managing the diversity in products, placing in the market new agricultural produces, tomatoes and peppers and, most importantly, the round table of interests for both members producers and distributors that bring about new projects. The complicity and agreement about common objectives and strategies to achieve what it is considered of great interest for everyone to get the profitability that let us maintain our production levels, there is no doubt about the important role played by the alliances that so many people consider as necessary, but which are so difficult to get, they are in any case essential to survive and progress in a field which is more and more complex in a globalized world. When we talk about alliances we are not only emphasizing the commercial level and the distribution to certain customers, but also the marketing between our own members looking for schedules, diversity, complementarity, a common interest that constitute logistic stations of services, innovative projects either with public or private companies, as Universities or Junta de Andalucía.



und sind sogar teilweise den Anforderungen und Bedürfnissen der Endverbraucher zuvorgekommen.

Wir haben beachtliche Fortschritte geleistet im Bereich der Konsolidierung unserer ökologischen Produktions- und Vertriebswege. In Produkten die durch biologische Bekämpfung der Schädlinge und integrierte Produktion entstehen wie, beispielsweise BOUQUET NATURANE. Mit der Einführung der Konvergenz zwischen den bestehenden Qualitätsnormen, die der eigenen Firma und die der Landesregierung, hat für unsere Partnerkörperschaften, Teilhaber und Mitwirkende einen bedeutender Fortschritt erreicht. Das Erhalten von gleichzeitig zwei Qualitätszertifikate bedeutet die Einsparung von Produktionskosten. Das Zertifikat für integrierte Produktion der Landesregierung Andalusiens und das Global Gap-Naturane werden somit nun vereint.

Unsere Delegationen in Andalusien sprechen sich nicht nur mit der Zentrale ab sondern haben auch eine eigenständige Handelskompetenz. Die Mitarbeiter sind sehr mit ihrem Arbeitsgebiet identifiziert verfügen über ein Fachwissen der verschiedenen Zielmärkte mit denen sie verhandeln.

Wir haben als Aufgabe den Anforderungen der Kunden zu entsprechen und gleichzeitig die besten Strategien einzusetzen um den Erzeugern

den maximalen Ertrag zu bieten.

Ebenso hat Anecoop ein eigenes kommerzielles Netzwerk und logistische Möglichkeiten geschaffen, das sich in Ländern wie Frankreich, England, Polen, Tschechien, Holland, und seit dem vergangenen Juni sogar in Russland ausgebreitet hat. Diesem neuen Markt sehen wir als den interessantesten an, besonders wegen seinem Handelspotenzial.

Innerhalb des Schemas des Unternehmens in Andalusien, wird von Sevilla aus das Angebot für Erbeeren konzentriert, welche hauptsächlich aus dem Gebiet um Huelva stammen. Dort haben wir die wichtigste Genossenschaft, was das Verkaufsvolumen betrifft, als Partner. Weitere wichtige Produkte für uns sind die Kernfrüchte, in unserem Gebiet in Sevilla und Huelva sind dies Pfirsiche, Frühnektarinen und einen weit ausgedehnten Anbau für Pflaumen, die sich ausserdem hervorragend in andere Anbaugelände eingliedern lässt.

Im Umfeld von Gemüse, geleitet von der Delgation in Almería, ist unser Ziel, abgesehen von dem Wachstum und Konsolidierung von unseren Massenprodukten in dem Vertrieb in Europa, die Innovation. Diese Bezieht sich sowohl bei Paprikas als auch bei Tomaten auf neue Sorten und Farben (Beispielsweise Kappya oder Corazón de Buey) immer in der Absicht der Nachfrage und den Anforderungen der Kunden zu entsprechen.

Ausserdem managen wir die Diversifizierung der Produktion mit der Aufnahme von neuen Sorten und, was für Anecoop und seine Partner am wichtigsten ist, die Gleichsetzung der Interessen, durch die Innovationen, von unsern Mitglieder und dem Vertrieb.

Das Zusammenspiel von Zielsetzungen und Strategien welches im Interesse aller Beteiligten liegt, sind essentiell um die notwendige Wirtschaftlichkeit und die führende Position, sowohl in der Produktion als auch in der Marktstellung, zu erhalten. Diese Bündnisse die, gleicherweise Notwendig aber auch sehr kompliziert in ihrer Erhaltung sind, stellen die Basis um in der immer komplexeren Umgebung der globalisierten Welt zu bestehen.

Wenn wir von Bündnissen sprechen, meinen wir nicht nur den kommerziellen Aspekt des Vertriebes oder der Kunden, sondern auch den unserer eigenen Partner. Diese suchen die Ergänzung, die Differenzierung, das gemeinsame Interesse bei der Erschaffung von Arbeitsgemeinschaften um den Servicebereich der Logistik zu verbessern. Ebenso die Entwicklung von innovativen Forschungsprojekten, in Zusammenarbeit mit öffentlichen oder privaten Körperschaften, wie Beispielsweise die Universität von Almería oder die Landesregierung Andalusiens, belegen unsere Absichten.

Agricultura natural

El Ayuntamiento de El Ejido vuelve a estar del lado de sus empresas en la feria Fruitlogística y tal y como ha declarado su alcalde, Juan Enciso, "nosotros siempre hemos confiado en nuestra agricultura y en el sector comercializador, incluso cuando todos veían en la construcción el único negocio. Ahora que muchos se han dado cuenta de la importancia del sector agrario para El Ejido vuelven a apoyarlo. Nosotros lo hacíamos antes y lo hacemos ahora e incluso a pesar de la crisis vamos a estar con nuestras empresas en la feria de Berlín. La agricultura supone el 90 por ciento del negocio de El Ejido". El Ayuntamiento contará con un stand en el que de una u otra forma estarán representadas las entidades comercializadoras ejidenses, sus productos, sus servicios y en definitiva su capacidad de poder atender las demandas de los consumidores europeos con los máximos niveles de calidad.

Así mismo, Enciso ha sido crítico con algunos que "nos criticaban cuando no queríamos ir con la Cámara de Comercio a la feria, ahora que vamos conjuntamente con ello, tampoco quieren apoyarnos y siguen criticándonos. Simplemente digo que con la agricultura de este municipio no se debe jugar. Es muy importante por muchos motivos y gracias a este sector Almería va a escapar de la crisis, mejor e incluso

El ayuntamiento apoya a sus empresas en la Feria y muestra al mundo las excelencias de una agricultura natural y saludable que frena el cambio climático

antes". Finalmente el alcalde ha sido contundente al afirmar que "aunque el año es sumamente difícil en lo económico, es necesario estar".

El cincuenta por ciento de la producción provincial de frutas y hortalizas sale de los invernaderos ejidenses. 14.000 hectáreas en plena producción y constante renovación que da trabajo a miles de personas del propio municipio e inmigrantes de muy diferentes lugares. Tiene un entramado empresarial comercializador próximo a las 100 empresas que facturan anualmente cientos de millones de euros vendiendo pepinos, pimientos, berenjenas, judías, sandías, melones, calabacines, tomates, coles, lechugas, uvas, de todos estos productos en diferentes tipos y en casi todas sus variedades.



des. Por su parte, el concejal de Agricultura Jorge Viseras, además de potenciar esta imagen va a la feria con el máximo interés por hacer saber a cuanta más gente mejor los beneficiosos efectos de los invernaderos en el cambio climático. Por este motivo se va a difundir un estudio con el que se demuestra que el suelo invernado no sólo no contribuye al calentamiento del planeta, sino que ayuda a enfriarlo.

Según la conclusión del propio estudio "esta investigación mantiene que el vertiginoso desarrollo de los invernaderos en las últimas décadas es la causa más probable de la ausencia de calentamiento del clima del sur de la provincia de Almería, que de hecho en la comarca del Litoral de Poniente de Almería, ha sido de un significativo enfriamiento (-0,75 grados centígrados en los últimos 25 años), a gran diferencia del clima del resto del sureste de España y del conjunto del Hemisferio Norte de la Tierra, en donde el calentamiento está estimado en +1 grado centígrado en los últimos 25 años".



Juan Enciso, alcalde de El Ejido



Jorge Viseras, concejal de Agricultura y Medio Ambiente del Ayto. de El Ejido

Das Rathaus von El Ejido unterstützt die ortansässigen Firmen bei der Messe und wird der Welt zeigen das naturverträgliche und gesunde Landwirtschaft auch den Klimawandel bremsen kann

Das Rathaus von El Ejido unterstützt die ortansässigen Firmen bei der Messe und wird der Welt zeigen das naturverträgliche und gesunde Landwirtschaft auch den Klimawandel bremsen kann.

Das Rathaus von El Ejido ist bei der Fruitlogística wiederum an der Seite der Firmen aus dieser Ortschaft. Der Bürgermeister Juan Enciso behauptet "wir haben immer an unsere Landwirtschaft und unserem Vertrieb geglaubt, auch als alle anderen alles auf das Baugewerbe gesetzt haben. Jetzt haben viele gesehen wie wichtig die Landwirtschaft für El Ejido ist, glauben auch wieder daran. Wir haben es immer gehalten und, obwohl dieses Jahr es eine Wirtschaftskrise gibt, werden wir unsere Firmen begleiten, denn die Landwirtschaft bedeutet 90% aller Einnahmen in El Ejido".

Das Rathaus wird einen Stand in der Messe haben wo die Vermarkter aus El Ejido anwesend sind, unsere Produkte, unsere Dienstleistungen und, letztendlich, unsere Kapazität der Nachfrage der europäischen Verbraucher mit den höchsten

Qualitätsansprüchen zu entsprechen.

Desweiteren war Herr Enciso auch sehr kritisch "Viele haben uns kritisiert als wir nicht gemeinsam mit der Handelskammer zur Messe gehen wollten. Jetzt wo wir es tuhen, bekommen wir keine Unterstützung und sind weiterhin in der Kritik. Ich meine, dass man mit der Landwirtschaft aus meinem Ort nicht spielt. Dank ihr, wird Almería aus der Wirtschaftskrise entkommen und zwar schneller und besser als andere". Zusammenfassend behauptet der Bürgermeister "Dieses Jahr ist schwierig, doch wir müssen anwesend sein".

Die Hälfte der Produktion von Obst und Gemüse in der Provinz Almería entsteht in den Gewächshäuser von El Ejido. Es sind 14.000 Hektar Anbaufläche die voll Produktionsfähig ist und tausenden von Menschen aus unterschiedlicher Herkunft Arbeit gibt. Die Vermarktung besteht aus einem Netzwerk von ungefähr 100 Unternehmen die jährlich Millionen umsetzen mit dem Verkauf von Gurken, Paprikas, Auberginen, Bohnen, Zucchini,

Tomaten, Kohl, Wassermelonen und Melonen, Salat, Weintrauben,.....in allen möglichen Größen und Sorten.

Der Stadtveordnete für Landwirtschaft, Jorge Viseras, hat sich als Zielsetzung gemacht, den Besucher der Messe über den Einfluss der Gewächshäuser auf den Klimawandel aufmerksam zu machen. Das diesem Grund wird auf der Messe eine Studie verbreitet die beweist, dass die Temperaturen in den letzten Jahren, wegen der Anhäufung von Gewächshäuser, nicht gestiegen sondern gefallen sind. Die Schlussfolgerung der Studie besagt: "Das schnelle Aufkommen der Gewächshäuser in den letzten Dekaden ist die wahrscheinlichste Ursache für das fehlende Aufkommen einer Erwärmung in dem Süden der Provinz von Almería. Im westlichen Bereich hat man sogar eine bemerkenswerte Abkühlung verspürt (-0,75°C während der letzten 25 Jahren). Dies ist ein markanter Unterschied zum Rest der nördlichen Hemisphäre der Erde, wo eine Erwärmung von +1°C verzeichnet wurde".

The City Council will support its companies in the trade fair and will show the world the excellences of a natural and healthy agriculture that stops the climatic change

El Ejido City Council is supporting its companies in the local fair Fruitlogística again, just as its mayor, Juan Enciso, has declared "we always trust in our agriculture and the trading sector, even when most people thought the construction sector was the only business. Now that many people have noted the importance of the agricultural sector for El Ejido, they back it up again. We did it before and we do it now, and, despite the economic crisis we are going to be on the side of our companies in the fair in Berlin. Agriculture makes up 90 per cent of business in El Ejido".

The City Council will have a stand from which, one way or another, business companies from El Ejido will be represented through its products, services and in short the capacity to satisfy the demands of European consumers with the highest standards of quality.

In that sense, Enciso has criticised some those who "criticised us when we decided not to go to the fair with the Chamber of Commerce, and now that we have agreed on that, they do not support the idea either and keep opposing. I simply say that we should not play with the agriculture of this city council. It is very important for several reasons and thanks to this sector, Almería will leave the crisis better or even before". Finally, the mayor has been categorical when he stated that "although this year is being extremely as far as the economy is concerned, it is necessary for us to be there".

Fifty per cent of the fruit and vegetable production of the province comes out from El Ejido's greenhouses. Fourteen thousands hectares in full production and constant modernization gives work to hundreds of people from the same area as well as immigrants from different places. It has a business network of near one hundred companies which have an annual turnover of millions of euros selling cucumbers, peppers, aubergines, green beans, watermelons, courgettes, tomatoes, cabbages, lettuces, grapes, all of them in different types and varieties.

Likewise, the councillor of agriculture Jorge Viseras, in addition to promote this picture, he is going to the trade fair taking a high interest to let people know the beneficial effects of greenhouses in the climatic change. For this reason, a research study will be released, showing that the greenhouse land does not contribute to global warming, but, quite the opposite, helps cool it down.

According to the conclusion reached by the study itself "this research maintains that the dizzy development of greenhouses in the last decades is the most likely cause of the lack of climate warming, since in the region of the western coast of Almería, has undergone a significant fall in temperature of -0.75 degrees centigrade in the last 25 years), unlike the climate in the rest of southeast of Spain and also the north hemisphere of the planet, where the warming is estimated to be in +1 degrees centigrade in the past 25 years.



El Grupo Agroponiente apuesta por la lucha integrada y la tipificación

Lucha biológica y tipificación, son las dos grandes apuestas de Grupo Agroponiente en el presente y para el futuro. Se trata de uno de los grupos comercializadores más importantes de Andalucía en materia agrícola, con nueve centros de comercialización, distribuidos en siete zonas de la geografía de Almería y Granada. Estamos trabajando en firme en dos aspectos que consideramos capitales, para mejorar la calidad de nues-

tros productos y, por consiguiente, el beneficio tanto de nuestros clientes, como de nuestros agricultores. Por un lado, se trata de avanzar en la lucha biológica, algo que estamos consiguiendo a pasos agigantados y por otro, en la tipificación, es decir, en imponer un modelo en el que al cliente le llegue un producto ya terminado y listo para comercializar, tanto en origen como en destino.

En Grupo Agroponiente estamos

apostando muy en firme por un sistema de producción que es el futuro sin ninguna discusión, la lucha integrada. De hecho, el 100% de los pimientos que comercializamos se producen bajo este sistema. En cuanto al resto de productos, seguimos ese mismo horizonte. Cuidamos al máximo la calidad de nuestros productos. Por ello, contamos con diferentes certificaciones que la acreditan. A finales de 2008, hemos obtenido la certificación de calidad 'Global Gap', creada por diferentes cadenas de supermercados, para 500 hectáreas de producción. La implicación del agricultor en Agroponiente, juega un papel fundamental. Así, nuestros productores saben, antes de organizar su producción futura, qué esperan de él los mercados, lo cual creemos que es una ventaja competitiva muy importante.

Agroponiente Group is betting on the Integrated Crop Protection and typification of the products

Agroponiente Group is betting on the Integrated Crop Protection and typification of the products.

The two main challenges of the Agroponiente Group for the present and the future are the Integrated Crop protection and the typification of their products. Agroponiente is one of the most important agriculture market groups in Andalucía with nine marketing centers distributed in seven different zones of Almería and Granada. We are working in two aspects to improve the product quality and the profits to our customers and our partners. In first place, we are advancing in the integrated crop protection methods, something in what we are making enormous progress and, on the other side, in the typification of the products, so that the customers can get a finished and ready-to-use product to market.

At Agroponiente Group, we are betting on a production system, the Integrated Crop protection, that represent the future without discussion. The pepper exports are produced with this system at 100 per cent. About the rest of products we are working in the same direction.

We care a lot about the quality of our products. About this issue we have different certificates. We obtained the quality certification "Global Gap", created by great supermarket groups, for 500 hectares of our production. The growers' involvement in Agroponiente is very important. So our grower can know before they organize their future production, how is the demand and this in an important competitive advantage.

Die Agroponiente Gruppe setzt auf integrierte Schädlingsbekämpfung und auf die Typisierung

Die biologische Schädlingsbekämpfung und die Typisierung sind die zwei grossen Herausforderungen der Gruppe, sowohl für die Gegenwart als auch für die Zukunft. Agroponiente ist einer der wichtigsten Vermarkter aus Andalusien was die Landwirtschaft betrifft, mit neun Vertriebszentren die auf sieben verschiedene Gebiete in Almeria und Granada verteilt sind. Wir arbeiten zielstrebig auf zwei Aspekte, die wir wichtig finden um die Qualität unserer Produkte zu verbessern und somit den Ertrag für unsere Erzeuger und Kunden zu

optimieren. Diese sind, einerseits Fortschritte im Bereich der biologischen Schädlingsbekämpfung, etwas was uns bislang hervorragend gelungen ist, und andererseits, die Typisierung, also ein Modell zu etablieren in dem der Kunde ein fertiges Produkt erhält was bereitgestellt ist um es sofort zu vermarkten.

In der Agroponiente Gruppe setzen wir fest auf ein System welches zweifelsohne die Zukunft repräsentiert: Die integrierte Schädlingsbekämpfung. In dieser Hinsicht, sind alle Paprikas die wir erzeugen so hergestellt worden.

Bei anderen Produkten, verfolgen wir die gleiche Absicht.

Wir pflegen hundertprozentig die Qualität unserer Produkte. Aus diesem Grund, haben wir verschiedene Zertifikate die unsere Arbeit belegen. Ende 2008, haben wir für 500 Hektar Anbaugelände das Qualitätszertifikat von Global Gap (von verschiedenen Supermarktketten ins Leben gerufen) bekommen.

Für uns ist wichtig, dass die Landwirte bei Agroponiente in den Entscheidungen stets miteinbezogen werden. So wissen unsere Erzeuger bevor die Saison startet, was der Markt von ihnen erwartet und dies erweist sich als ein Vorteil in der Konkurrenzsituation in der wir uns befinden.

The Grower should feel like at home!



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

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

Grupo Agroponiente

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

Ctra. de Guardias Viejas Km. 1
04700 El Ejido

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

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

Ctra. Guardias Viejas Km.1
04700 El Ejido

Camino del Calvo S/N
04110 Campohermoso-Nijar

Nave Euroberja
Pg. Ind. La Tomillera
04760 Berja

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



Calidad Certificada presenta en Fruit Logistica 2009 la excelencia hortícola de Andalucía



Casi una docena de empresas andaluzas avaladas por el distintivo Calidad Certificada acuden a Fruit Logística 2009 para representar la excelencia de las frutas y hortalizas de la Comunidad en la feria internacional líder del sector, que se celebra del 4 al 6 de febrero en Messe Berlin (Alemania).

Calidad Certificada junto con Extenda lidera la comitiva de 52 empresas de Andalucía que estarán presentes en la muestra alemana con un espacio expositivo de 1.600 metros cuadrados. La destacada representación andaluza pone de manifiesto la relevancia de Andalucía en la cadena de producción del producto fresco en Europa, con una capacidad competitiva a la altura de los principales operadores internacionales del sector.

Así, los alimentos frescos andaluces tuvieron un papel protagonista en la balanza comercial agroalimentaria andaluza, que de enero a septiembre de 2008 obtuvo un saldo positivo de 2.327,8 millones de euros (un 8%

más que en los mismos meses de 2007). De este modo, en el citado periodo se exportaron 3,7 de millones de toneladas de productos agroalimentarios por un valor de 726,8 millones de euros, en los que sobresalen los tomates frescos, con unas exportaciones de casi 380 millones, y las fresas frescas, con 329,4 millones. Además, se comercializaron en el extranjero más de 193.000 toneladas de pepinos y 256.881 toneladas de aceite de oliva elaborado en Andalucía.

A lo largo de los tres días de duración de Fruit Logística, las empresas andaluzas tendrán la oportunidad de exponer y divulgar la calidad y singularidad que han situado sus productos en la primera línea del mercado internacional, además de compartir las últimas tendencias en el negocio del producto fresco.

La implantación de la producción integrada, verdadero paradigma de la agricultura sosteni-

ble y respetuosa con el medioambiente; se ha visto complementado con el fomento de la adopción de métodos alternativos al control químico convencional, que se están desarrollando en la producción de cítricos y en los cultivos hortícolas bajo abrigo: con más de 5.000 has en control de la mosca de la fruta y las aproximadamente 19.000 has en control biológico de plagas en hortícolas que ha experimentado un espectacular incremento en los últimos tres años. 'COMPROMISO VERDE' es el símbolo de la Producción Integrada como sistema de producción racional y sostenible, que garantiza al consumidor productos de alta calidad y responde a las exigencias de los mercados.

Sin duda, el modelo de Producción Integrada con control biológico es el modelo de futuro por el que desde la Junta de Andalucía apostamos de forma decidida y que nos ayudará a cubrir estas necesidades. En hortícolas protegidos esta estrategia se basa en una producción integrada unida a la lucha biológica. Un compromiso moderno, con futuro, que responde a todas las exigencias del mercado y beneficia tanto al agricultor como al consumidor y al mercado.



The fruit and vegetables excellence is presented by Certified Quality in Fruit Logistica 2009

Almost a dozen companies from Andalusia vouched by the certified quality distinct are going to FruitLogistica 2009 to show the fruit and vegetables excellence in that International Fair, leader in the sector, from 4th to 6th of February 2009 at the Messe Berlin (Germany).

Certified Quality along with Extenda are our delegation leaders for the 52 andalusian companies. They will be present in the german exhibition with 1.600 square meters place. The outstanding andalusian presence is proving that our relevant position in the production line of fresh products in Europe, with a competitive capacity that made us one of the main international sector operators.

The andalusian fresh food had an important role in the balance of trade. The andalusian agrifood chain that obtained since January to September 2008 a positive balance around 2.328,8 million Euro (an 8 per cent more than the same months in 2007). Around 3,7 million Tons were exported for a value of 726,8 million Euro. The most exported products were the fresh tomatoes with 380 million and fresh strawberries with 329,4 million. More of 193.000 Tons of cucumber and 252.881 Tons of andalusian olive oil were traded to foreign countries.

For the three days of Fruit Logistica, the andalusian companies have to show and spread the word about the production's quality, and explain why these are in the first line of the international market. Also they will share the knowledge and learn about the last tendencies in the fresh product business.

The introduction of the integrated control method, is the true paradigm for a sustainable agriculture that is respectful with the environment. All this is complemented with the adoption of alternative methods to the traditional chemical control. This is being used in the greenhouses and in citrus fruit production: Over 5.000 Hectares in the control of the fruit fly and over 19.000 Hectares with biological control of plagues. That is a spectacular raise achieved in the last three years.

'COMPROMISO VERDE' is the symbol of the integrated production as a rational and sustainable system. That guarantees the consumer products with a high level of quality and is responsive to the demand of the market. There is no doubt that the model of the integrated production with biological control is the future and the state authorities of Andalusia (Junta de Andalucía in spanish) believe in that. That is a modern compromise that attend to the demand of the market and benefits producers and costumers as well.

Die zertifizierte Qualität repräsentiert bei der Fruitlogistica 2009 die Exzellenz des Obst-und Gemüseanbaues in Andalusien

Fast ein dutzend andalusischer Firmen sind durch den Siegel für zertifizierte Qualität belegt. Sie nehmen an der Ausgabe von 2009 der Fruitlogistica teil um die Exzellenz von Obst und Gemüse aus unserem Land in der führenden Messe der Welt zu repräsentieren, die zwischen dem 4 und 6 Februar in der Messe in Berlin stattfinden wird.

Die Marke Calidad Certificada (Zertifizierte Qualität auf spanisch) ist mit Extenda, der Agentur für Auslandspromotion, der Anführer der andalusischen Delegation, die in der deutschen Messe mit 1.600 Quadratmeter anwesend sind. Diese hervorragende Vertretung aus Andalusien belegt die Bedeutung unserer Region in der Produktionskette für Frischprodukte in Europa, mit einer Konkurrenzfähigkeit die sich mit den wichtigsten internationalen Akteure messen kann.

So haben die frischen Lebensmittel aus Andalusien eine wichtige Rolle in der Handelsbilanz von Nahrungsmitteln, welche

zwischen Januar und September 2008 einen positive Umsatz von 2.327,8 Mio. Euro verzeichneten (8% mehr als im Vorjahr).

In dieser Hinsicht, wurden während dieser Zeit 3,7 Mio. Tonnen Nahrungsmittel exportiert, die einen Wert von 726,8 Mio. Euro erreichte. Herausragend waren hierbei die Tomaten, mit einem Exportwert von 380 Mio. Euro und die frischen Erdbeeren mit 329,4 Mio. Ausserdem wurden im Ausland mehr 193.000 Tonnen Gurken und 256.881 Tonnen andalusisches Olivenöl vermarktet.

Während der 3 Tage der Fruitlogistica werden die andalusischen Unternehmen die Gelegenheit bekommen ihre Qualität und ihre Einzigartigkeit bekannt zu machen, die unsere Produkte als führend am internationalen Markt etabliert haben. Gleichzeitig werden sie Zeugen der neuesten Entwicklungstendenzen auf dem Markt für Frischprodukte.

Die Einführung der integrierten Produktion, ist ein Paradigma der nachhaltigen und umweltfreundlicher Entwicklung

der Landwirtschaft. Dies hat sich durch die Förderung der Alternativen zu den chemischen Schädlingsbekämpfung im Anbau von Zitrusfrüchten und in Gewächshäuser ergänzt. Mit mehr als 5.000 Ha. in der Kontrolle der Fruchtfliegen und ungefähr 19.000 Ha. unter Einsatz der biologischen Kontrolle in den letzten drei Jahren ist der Wachstum bemerkenswert. COMPROMISO VERDE (Grüner Kompromiss auf spanisch) ist das Symbol der integrierten Produktion als sinnvolles und tragbares Modell, das dem Verbraucher Produkte mit einer ausgezeichneten Qualität garantiert und sich so, den Anforderungen des Marktes anpasst.

Zweifelsohne, ist das Modell der integrierten Produktion unter Einsatz der biologischen Kontrolle die Zukunft der Branche. Deswegen hat die andalusische Landesregierung (Junta de Andalucía) stark darauf gesetzt. Ein zukunftsorientierter moderner Kompromiss, der den Ansprüchen des Marktes gerecht wird.

Green Commitment



Good because they want it to be. Because so many producers in Almeria use the Integrated Production system. **Good because of its guarantees.** Because this label is the hallmark of our produce and opens up all markets for us. **Good for our natural surroundings.** Because Integrated Production uses biological control techniques that protect and respect the environment. And most of all, **very good for the future.**

Good. Very good.



Las novedades de Rijk Zwaan van a Fruit Logistica

Alberto Cuadrado
Responsable de Proyectos

Rijk Zwaan, con su presencia en 2009, completa la décimo primera edición consecutiva en la feria hortofrutícola más importante del mundo, Fruit Logistica. Consideramos que es una plataforma fundamental para mostrar todas nuestras innovaciones al canal comercial que se congrega en Berlín. Desde aquí, invitamos a todos nuestros clientes, de los cinco continentes, así como a ustedes lectores, a visitar nuestro stand, situado (hall 1.2 stand: D-15) y así, conocer nuestras últimas novedades.

Uno de los principales productos que promocionamos en Berlín es la gama de lechugas Salanova®, una innovación en el universo de este producto. Se caracteriza por su buena presentación, fácil preparación y su gran sabor y conservación. Cada día, la oferta de Salanova® es más amplia. Actualmente, disponemos de nuevas variedades como son: la batavia, trocadero y hoja de roble, tanto roja como verde. En España iniciamos su producción hace ya años principalmente para exportación en Europa,



tanto I como IV gama, y en estos momentos estamos también en pleno crecimiento para su consumo en España.

En nuestro expositor contamos con muestras de Salanova® de campos españoles. Tenemos tanto bolsas de IV gama con Salanova® procesada como pie-

zas enteras para la I gama que además, pueden ser probadas. Concretando, podrán conocer variedades como 'Salanova® Gaugin RZ' y 'Salanova® Renoir RZ' en trocadero roja; 'Salanova® Emerson RZ' en trocadero verde, la nueva batavia 'Salanova® Feluca RZ' y por supuesto,

la hoja de roble roja 'Salanova® Xavier RZ' y la hoja de roble verde 'Salanova® DagamarZ'. También mostramos variedades de Salanova® especiales para procesado y recolección mecánica, como son 'Salanova® 79-80 RZ' y 'Salanova® 79-88 RZ'.

Otra de las familias de productos importantes para nosotros, y por tanto, que mostraremos a nuestros clientes, son las nuevas variedades de tomate. Hemos conseguido tomates de diferentes tamaños y con un sabor distinguido en cada uno de ellos. Desde Rijk Zwaan Ibérica queremos que el canal comercial conozca, principalmente, tres novedades. Una de ellas es Razymo RZ, que es una variedad de ramo de unos siete frutos de 120 gramos que tiene como principal característica todas las resistencias naturales a enfermedades y virus, lo que la hace ideal tanto para producción integrada, como también para cultivos ecológicos. Esta variedad es líder

Die Neuheiten von Rijk Zwaan zeigen sich auf der Fruit Logistica

Rijk Zwaan mit der Teilnahme an der Ausgabe 2009 der Fruitlogistica, ist zum elften Mal in Folge bei der wichtigsten Messe für die Obst- und Gemüsebranche der Welt anwesend. Wir empfinden, dass es ein unerlässliches Schaufenster ist um unsere Innovationen den Vermarktern die sich in Berlin treffen vorzustellen. Wir laden alle unsere Kunden aus der ganzen Welt und auch alle Leser diese Magazine herzlich ein, uns in unserem Messestand (Halle 1.2 Stand: D-15) zu besuchen, um hier die letzten Neuheiten kennenzulernen.

Eines der wichtigsten Produkte die wir in Berlin promoten ist die Salatsorte Salanova®, eine Innovation in diesem Sortiment. Sie zeichnet sich durch ihr ansprechendes Aussehen aus, eine einfache Zubereitung, einem hervorragenden Geschmack und eine gute Haltbarkeit. Und täglich wird unser Angebot von Salanova® mit neuen Sorten erweitert: Batavia, Trocadero, Eichenblatt (Rot und Grün). In Spanien wurde vor einigen Jahren mit der Anpflanzung begonnen, primär um sie zu exportieren, in Formen vom Ersten bis zum Vierten Sortiment. Nun hat sich auch der Verbrauch in Spanien verbreitet.

In unserem Messestand haben wir Musterexemplare von Salanova® aus Spanien mitgebracht. Sowohl verpackt (Viertes Sortiment, in dem Salanova® verarbeitet wurde) als auch ganze Einheiten aus dem Ersten Sortiment die man Vor-Ort probieren

kann.

Ganz Konkret können Sie die folgende Sorten kennenlernen: Salanova®Gaugin RZ' und 'Salanova®Renoir RZ'. Den roten Trocaderotyp 'Salanova®Emerson RZ'. Den Grünen Trocaderotyp, die neue Batavia 'Salanova®Feluca RZ' und, selbstverständlich auch, den Typ Eichenblatt 'Salanova®Xavier RZ' (Rot) sowie den Typ Eichenblatt 'Salanova®DagamarZ' (Grün). Wir haben auch Sorten von Salanova® die sich besonders für die Verarbeitung und die maschinelle Ernte eignen wie, beispielsweise, 'Salanova®79-80 RZ' oder 'Salanova®79-88 RZ'.

Eine weitere Familie von wichtigen Produkten für uns, und die wir Ihnen deshalb vorstellen möchten, sind die neuen Sorten von Tomaten. Wir haben verschiedene Größen mit einem erlesenen Geschmack in allen erreicht. Rijk Zwaan Ibérica möchte, dass die Branche drei bedeutende Neuheiten entdeckt. Eine davon ist Razymo RZ: Eine Strauchtomate die sieben Früchte trägt, die jeweils 120 Gramm wiegen, und die sehr Widerstandsfähig sind, sowohl gegen Krankheiten als auch Viren, was sie ideal anpasst um sie intergriert oder ökologisch anzubauen. Diese Sorte ist Marktführer in Spanien und deswegen sehr bekannt. Trotzdem möchten wir sie auf der Messe präsentieren.

Ebenfalls wichtig, besonders auf den Kanaren, ist die lose Tomate Kaliber M-G (160 Gr.). Zur Zeit führen wir die Sorte 'Mariscal RZ'

ein, die sich durch ihre natürliche Widerstandsfähigkeit auszeichnet, aber auch weil sie sich eine Woche länger hält, was Vorteile für die Erzeuger und Vermarkter bringt. Das erlaubt, dass sie besser auf den Teller der Verbraucher ankommt. Wir haben in Deutschland besonders die Sorte 'Piccola RZ' vor. Es handelt sich um ein Cherrytomate die eine grosse Widerstandsfähigkeit hat. Jeder Strauch hat 12 bis 14 Früchte in einer Form, die an eine Fishgräte erinnert. Sie hat sich als sehr stabil im Mittelmeerraum in den Jahreszeiten Herbst, Winter und Frühjahr erwiesen.

Zu guter Letzt, möchten wir in unserem Stand unsere Melonen Sorten zeigen. Ein Produkt was immer mehr von europäischen Familien verzehrt wird, hauptsächlich weil

der Konsum heutzutage auch im Winter, mit Produkten aus anderen Breitengraden und mit Erzeugnissen aus dem Vierten Sortiment, möglich ist. Rijk Zwaan führt zur Zeit ein neues Konzept im Bereich der Melonen ein was wir "Caribbean" genannt haben. Es bezieht sich auf Sorten mit orangfarbenden Fruchtfleisch und einer Aussenerscheinung ohne vertikale grüne Streifen (Stripes). Die Sorte verhält sich sehr homogen in der Qualität während der gesamten Saison. Wir möchten einen besonderen Hinweis der Sorte "CaribbeanGold RZ" geben, die kräftig und sehr produktionsfähig ist. Sie ist ideal um sie zu verarbeiten, sowohl für das Erste als auch das Vierte Sortiment.



Rijk Zwaan show their improvements at Fruit Logistica

This year Rijk Zwaan completed the tenth presence in a row at the most important fruit and vegetable trade fair in the world, FruitLogistica. We consider that Berlin is a fundamental platform to show our innovations to the representative marketeers that meet here. We invite all our costumers from all over the world and all the people that read this magazine to come and visit us at our stand (Hall 1.2 Stand: D-15)

One of the main products that we are promoting in Berlin is the lettuce's range Salanova®, an innovation in the world of this products. It is characterized by a good presentation, easy preparation and a great taste and durability. And the range of Salanova® is getting bigger every day. Actually we have new varieties: The Batavia, Trocadero and Oak leaf (Red and Green). This products is being exported to Europe as Fourth and Fifth Range, but now we are introducing it in Spain, where it is growing.

We show some Salanova® samples that were produced in Spain. Here you can see bags of Salanova® processed as a product of the Fourth Range, and a whole piece of the First Range that you can taste right here. You can get to know some varieties as: Salanova®Gauguin RZ', the Red Trocadero Type Salanova®Renoir RZ', the Green Trocadero Type Salanova®Emerson RZ', the new Batavia Type Salanova®Feluca RZ' and, finally, the Red Oak Leaf Type Salanova®Xavier RZ' and the Green Oak Leaf Type Salanova®DagamaRZ'. We show other special varieties of Salanova® for the processing and mechanic collection as Salanova®79-80 RZ' y Salanova®79-88 RZ'.

Other important family of products that are important for us and because of that we are going to show them to our costumers are the new tomato varieties. We have achieved tomatoes with different

sizes and a distinguished taste. From Rijk Zwaan Ibérica we want to the distributors to know our three main varieties. One of these is Razymo RZ, it is a variety with branches that gives about seven fruits, each of them with a weight of 120 Grams, it has a natural resistance to illness and viruses what makes it ideal to cultivate it as integrated production or as ecologic crop. This variety is leader in Spain. Because of that we are going to show it in Fruit Logistica.

Another important variety, especially for the Canary Islands, is the intermediate and loose Type of tomatoes with a magnitude M-G (160 grams). We are introducing "Mariscal RZ", characterized by a great natural resistance and durability which is helpful to growers and marketeers, because it provides one week more. That allows to get in the best conditions to where it matters and that is the consumer's plate. Finally in Almería we stand out, Piccota RZ, a cherry tomato on the vine characteristic for the vigor and resistance to illnesses and viruses. It has branches about 12 or 14 fruits with a form that remains a fishbone. This variety is constant in it's performance in autumn-winter-spring productions in all the mediterranean area.

In our stand we are showing melon varieties. A product that increases its consume by the european families. Mainly because it available even in winter and you can find it within products of the Fourth Range. Rijk Zwaan is introducing a new melon Type denominated "Caribbean". It refers to a variety of red flesh with an external presentation without stripes and a homogenic quality, sustained during all the campaign. We stand out the variety "CaribbeanGold RZ", with a great vigor and productionvalue – a 10 per cent more than other standards variety like Cantaloup. It fits very well in products from First to Fourth Range.

en España, por tanto muy conocida. No obstante, queremos seguir promocionándola en la feria.

Otra variedad importante, sobre todo para la zona productora de las Islas Canarias, es el tomate intermedio suelto de calibre M-G (160grs). Estamos introduciendo 'Mariscal RZ', caracterizado por su gran número de resistencias naturales, pero también, por aportar al productor y comercializador una semana más de conservación, lo que permite que llegue al plato del consumidor en mejores condiciones. Finalmente, destacamos en Alemania, 'Piccota RZ', un tomate cherry ramo, emblemático por su vigor y resistencia a todo tipo de enfermedades y virus. Tiene ramos de 12 a 14 frutos con una formación muy buena en lo que denominamos 'raspa de pescado'. Es una variedad que se comporta de forma estable en producciones de otoño – invierno – primavera, en el área del Mediterráneo. Finalmente, en nuestro expositor resaltamos la presencia de nuestras variedades de melón. Un producto que cada vez se consume más en las familias europeas, fundamentalmente, porque ha aumentado su consumo en invierno con productos de otras latitudes y también con elaboraciones de IV gama. En Rijk Zwaan estamos introduciendo un nuevo concepto de melones que hemos denominado "Caribbean".

Se refiere a variedades de carne naranja con una presentación exterior sin bandas (stripes) verticales verdes y se caracteriza por la homogeneidad de la calidad, es decir, muy sostenida a lo largo de la campaña. Destacamos la variedad "CaribbeanGold RZ", con un gran vigor y producción –un 10% más que otras variedades estándares tipo Cantaloup-. Es una variedad muy apta tanto para I como para IV gama.

Razymo RZ[®]

Natural resistance

Thanks to their wonderful natural resistances, Razymo RZ is the perfect variety for the organic growing or integrated pest management. It's important extended shellife and it's fruit colour are the keys that turn it into the best quality available in the market.



Las zonas rurales del interior ofrecen una amplia gama de productos de primera calidad



16

The interior rural areas offer a large range of high quality products

The agriculture in Almería under plastic doesn't come down only to growing fruit and vegetables, a production type that has allowed an economic and social development. In the interior rural areas of Almería have important harvest of citrusfruits, oliveoil, almonds and grapes. Thanks to this product variety Almería has stood out about the rest, offering them to different markets as the national and the international.

Juan Carlos Usero, the president of the Country Council of Almería, confirmed that they always look out to help communities with less 20.000 inhabitants. The geographic situation of Almería is prominent because is very mountainous than the rest of the country. Because of that, it is necessary to supply a constant aid to avoid the isolation, the population loss and to develop employment.

About the rural districts, Andarax stands out because of the citrus productions, especially oranges and tangerines; these are sent for fresh consumption and it is also market to produce natural juice. There are many companies dedicated to it. There are mills in Andarax that produce an excellent olive oil and wine cellars that make exquisite types like Padules, Alboloduy o Laujar de Andarax, among others.

The Desert Tabernas offers an excellent oil and it is demanded by exigent customers such spaniards and foreigners. Its taste is unmistakable.

The Velez Region, in the North of Almería, is important for the almond production. In the last two years the farmers aren't luck, but the local almonds had accompanied the best nougat candy, because the quality is higher than the famous California almonds.

Die Gebiete im Landesinneren bieten ein grosses Angebot der ersten Wahl

Die Landwirtschaft der Provinz Almería bezieht sich nicht ausschliesslich auf die Produktion in Gewächshäusern, obwohl diese Verantwortlich für die ökonomische und soziale Entwicklung der Gegend verantwortlich ist. Im Landesinneren gibt es Gebiete in denen Zitrusfrüchte, Oliven, Mandeln oder Weintrauben geerntet werden. Dies zeigt die Vielseitigkeit der Provinz sowohl im nationalen als auch im internationalen Markt auf.

Der Kreistag der Provinz Almería hat, wie der Vorsitzende dieser Institution Juan Carlos Usero besagt, "Den Blickpunkt auf Gemeinden mit weniger als 20.000 Einwohner gerichtet". Es ist nämlich so, dass die Provinz Almería, eine der bergigsten Regionen im ganzen Land ist, eine beständige Unterstützung benötigt um Arbeitsplätze zu schaffen damit die Einwohner nicht auswandern und sich dieses Gebiet nicht vom restlichen Land abgrenzt.

Nach Landkreisen hat Andarax einen enormen Stellenwert in der Produktion von Zitrusfrüchten, besonders Orangen und Mandarinen, die nicht nur im Verzehr sondern auch bei der Herstellung von Saft genutzt werden. Es gibt einige Unternehmen in der Gegend die sich mit der Kommerzialisierung beschäftigen. Ausserdem gibt es hier noch Olivenölhersteller und Weinkeller die hervorragende Qualität erreichen wie, zum Beispiel, die Bodegas von Padules, Alboloduy oder Laujar de Andarax.

Die Wüste von Tabernas, Europas einziges Wüstengebiet, bietet ebenfalls ein hochwertiges Olivenöl, einzigartig im Geschmack, welches sich einer immer grösseren Nachfrage erfreut, sowohl vom spanischen als auch vom internationalen Markt.

Auch die Produktion von Mandeln aus dem Landkreis Los Vélez, im Norden der Provinz, ist nennenswert. Obwohl die Hersteller in den letzten zwei Jahren kein Glück mit den klimatischen Bedingungen hatten, sind die Mandeln weiterhin ein wichtiger Bestandteil von Turrón (eine sehr beliebte Weihnachtssüssigkeit in Spanien) und ihre Qualitätsmerkmale sind durchaus besser als die der bekannten Kaliforniamandeln.

La agricultura de la provincia de Almería no se reduce sólo y exclusivamente a la producción hortofrutícola bajo plástico, un tipo de cultivo que ha permitido el desarrollo económico y social de la provincia. Y es que en las zonas rurales del interior almeriense también es destacable la cosecha de cítricos, aceite, almendras o uva, entre otros productos. Con ello, la provincia destaca por la gran variedad de productos que ofrece a los diferentes mercados de destino, tanto nacionales como internacionales.

La Diputación Provincial de Almería tiene siempre, como confirmó el presidente de esta institución, Juan Carlos Usero "las miras puestas en los municipios de menos de 20.000 habitantes". Y es que la situación geográfica de la provincia almeriense, una de las más montañosas del país, hace necesario un apoyo constante a los municipios para evitar su aislamiento, favorecer posibilidades laborales y eludir la pérdida de población.

Por comarcas, la del Andarax destaca, sin lugar a dudas, por su producción de cítricos, especialmente naran-

jas y mandarinas, que no sólo van destinadas al consumo en fresco, sino que también se comercializan para la elaboración de zumos naturales. Son varias las empresas de la zona que se dedican a buscarle un mercado a estas frutas. En el Andarax, además, existen diferentes almazaras de aceite, así como bodegas que producen un vino de una calidad excepcional, como por ejemplo las de Padules, Alboloduy o Laujar de Andarax, entre otras.

El Desierto de Tabernas también ofrece un aceite de una excelente calidad y que es cada vez más demandado por los clientes más exigentes, tanto de España como del extranjero. Y es que su sabor lo hace inconfundible.

Finalmente, cabe destacar la producción de almendras en la Comarca de Los Vélez, en el Norte de la provincia. Aunque en los últimos dos años sus productores no han tenido suerte con la climatología, sus almendras han acompañado, tradicionalmente, a los mejores turrónes del país y su calidad es muy superior a las famosas almendras de California.

■ **Almería 100% natural**

La Diputación de Almería invita a todos los clientes europeos a conocer las frutas y hortalizas de Almería. Hall 18. Entrada Norte

■ **Almería 100% natural**

Diputacion de Almeria would like to invite all european costumers to get to know about Almería's fruits and vegetables. Hall 18. Entrance North

■ **Almería 100% natürlich**

Der Kreistag von Almeria lädt alle europäischen Kunden ein, das Obst und Gemüse von Almeria zu entdecken.



DIPUTACIÓN DE ALMERÍA

AGRUPALMERÍA

Agrupalmeria konsolidiert sich als Referenz im Bereich der Tomaten

Agrupalmeria ist die grösste private Auktion für Grüne Tomaten aus dem Gebiet La Cañada-Níjar in Almería. Mit einem täglichen Umsatzvolumen von ca. eine Million Kilo hat man sich als Referenz etabliert. Besonders hinsichtlich der Qualität, der Effizienz in den Dienstleistungen für die Erzeuger und Kunden. Ebenso ist man ein Prüfstein des Zustandes des Obst- und Gemüsebereiches geworden, besonders was die Vermarktung von Tomaten betrifft.

Die Spezialitäten von Agrupalmeria sind die Roten und Grünen Tomaten, die Sorte Pera, Strauchtomaten und, besonders geschätzt, die Raftomate. Diese Sorte ist führend was die Anzahl von Verkaufte Kilos pro Tag angeht. Die Dienstleistungen die man den Landwirten zur Verfügung stellt, erfreuen sich einer grossen Akzeptanz in der Branche und sind die weit gestreut: Sie umfassen Aufgaben wie die Bereitstellung der Behälter, das Entladen der Produkte, die Fertigstellung für den Transport, die Beratung durch Agraringenieure, Weiterbildung, Infoservice durch SMS Mitteilungen sowie exhaustive Qualitätskontrollen Vor und Nach dem Verkauf.

Die neuen Anlagen von Agrupalmeria sind vor vier Jahren fertiggestellt worden. Das Design und die Erbauung waren auf die Umsicht im Umgang mit Tomaten ausgerichtet, man hat Wert auf Weiträumigkeit gelegt, auf gute Lichtverhältnisse und man hat sich streng an den gesetzlichen Vorgaben angelegt.

Die Auktionsanlagen und Monitore sind voll informatisiert und bieten Möglichkeiten Laptops und Handies zu vernetzen, drahtlose Internet Verbindung und frei für Partner und Broker zugängliche Monitore sind ebenfalls vorhanden. Ausserdem haben unsere Anlagen Nähe an der Autobahn und haben somit logistische Vorteile erbracht.

Die Märkte mit denen die Auktion von La Cañada-Níjar sind zu grössten Teilen aus EU, obwohl man eine Erweiterung in Richtung Osteuropa ausbaut. Die Anwesenheit von Agrupalmeria bei der FruitLogistica 2009 in Berlin, mit einem der grössten Stände der spanischen Delegation, hat man als Meeting-Point für unsere Handelsvertreter die aus verschiedenen Teilen Europas anreisen wie Russland, Türkei oder Griechenland eingerichtet.

Die ständigen Herausforderungen des Marktes sowie die kontinuierliche Anpassung an die Wünsche der Kunden und der Erzeuger ist unser Antrieb und gibt uns Anstösse zu verbessern. So haben wir, beispielsweise, letzten Sommer beschlossen unsere Anlagen nicht zu schliessen, wie es in Almería üblich ist weil nicht angebaut wird, und dies hat sich sehr positiv auf unser Unternehmen ausgewirkt. Mit Sicherheit wird dies ein Trend in der Branche der Auktionen in Almería.



Agrupalmeria se consolida como un referente en tomate

Agrupalmeria es la subasta privada líder en tomate verde de la almeriense zona de La Cañada - Níjar. Con un volumen diario cercano al millón de kilos se ha consolidado como uno de los referentes en cuanto a calidad, eficacia en el servicio al agricultor y comprador y sirve de baremo global del estado del sector hortofrutícola, especialmente en el sector del Tomate.

Las variedades especialidad de la alhóndiga son el Tomate Pera, Rama, Rojo, Verde y el conocido y valorado Tomate Raf. En esta última variedad la subasta es el líder en número de kilos diarios. Los servicios que se prestan al agricultor gozan de la aceptación del sector y son, a parte de los habituales como aportación de envases, descarga, paletización y seguimiento por técnicos de campo, aquellos relativos a formación, información puntual vía sms de precios obtenidos, controles ex-

haustivos de calidad antes y después de la compra, así como una atención constante.

Las nuevas instalaciones de Agrupalmeria tienen tan sólo 4 años de vida. Su diseño y construcción se ha regido por el absoluto cuidado hacia el tomate, primando el espacio entre pasillo, la luz empleada y las normas de seguridad alimentaria y laboral más estrictas. Las instalaciones de subasta están informatizadas y cuentan con conexión para móviles, monitores y conexión WIFI a disposición de los compradores y agentes colaboradores. Por otro lado al estar más cerca de la Autovía del Mediterráneo se ha simplificado la operación de logística para los trailers de largo recorrido que diariamente salen de las instalaciones.

Los mercados con los que trabaja la subasta de La Cañada son, principalmente, europeos y se está haciendo una cuidadosa y planificada

expansión hacia los países emergentes de Europa del Este. La presencia en la berlínesa feria Fruit Logistica 09, con uno de los stands más amplios de la delegación española, se ha planteado como un punto de encuentro entre los agentes comerciales con los que habitualmente se trabaja y que acuden desde los lejanos mercados rusos, turcos e, incluso, griegos.

Los constantes retos del mercado así como la adaptación continua a clientes y proveedores es el motor del día a día. Este pasado verano, por ejemplo, Agrupalmeria tomó la decisión de mantener abiertas sus instalaciones cuando, tradicionalmente, por cese de campaña el sector descansa. La operación resultó un éxito sin precedentes en la historia de la empresa y, con toda seguridad, marcará una nueva tendencia entre las subastas del levante almeriense.

Agrupalmeria confirmed their position as a reference in the branch of tomatoes

Agrupalmeria is the leading private auction for green tomatoes in the Zone La Cañada-Níjar in Almería, with a daily volume around 1 million Kilo. Because of the quality, and efficient service to the growers, they have become a consolidated reference in the market and a indicator of the fruit and vegetable branch, especially of what concerns tomatoes.

The company has is specialized in varieties such as Pera, red and green tomatoes. On the Vine Tomatoes and the most important of all: The Raf Tomato, in which Agrupalmeria is leader in number of kilos in the market.

The services that we provide the growers have a great acceptance. Of course they include the usual ones like providing the packages, unloading the products, preparing them for

the transport and support by agricultural engineers. But, apart from that, Agrupalmeria provides those that regard further training, an infoservice based on SMS that give an update on the obtained prices and exhaustive quality controls, before and after the acquisition and, of course, a constant attention.

Four years ago Agrupalmeria moved to their new facilities. Its design and construction was focused to the needs of the tomatoes with details like space between the corridors, the specific type of light used and the rigorous norms about food and work security. The facilities offer mobile connection, monitors, and wifi connection. These are available for buyers and collaborating agents. The new location of Agrupalmeria simplifies the logistics of the trailers because

they are close to the Highway.

The main market to the auction of La Cañada is the european, but now is doing a careful studie about the possibility to expand to the fast growing markets in Eastern Europe. Our presence at Fruit Logistica with one of the biggest and most important spanish stands was thought as a meeting point for our marketing agents that currently are working in countries like Russia, Turkey and Greece.

The continuous challenge that is caused by the market and the constant adjustment to new clients and providers is the daily reason for us to keep in motion. For example in the last summer Agrupalmeria decided to remain open, normally the companies close because the season is over. That decision was a big success and it will set a trend in the auction branch in East Almería.

Níjar quiere convertirse en referente de la agricultura ecológica

La Comarca de Níjar es referente en la provincia en el cultivo de frutas y hortalizas ecológicas y, de hecho, cuenta con casi 400 hectáreas de invernadero destinadas a este tipo de producción. El tomate es el cultivo mayoritario, por no decir la 'estrella' de la zona, aunque también se dedica parte de esa superficie invernada a la producción de pepino, calabacín, sandía, berenjena, pimiento, melón, e incluso, desde hace poco tiempo, fresa ecológica. Según explica José Requena, concejal de Agricultura del Ayuntamiento de Níjar, el éxito de esta producción, así como de los cultivos convencionales, radica en las características del agua de riego y el clima de la zona. La salinidad del agua y el fuerte contraste de las temperaturas, muy frías de noche y bastante altas durante el día, le dan a estas hortalizas un sabor, olor y color que las hace, sin duda, inconfundibles.

Asimismo, para poder obtener estos productos de excelente calidad, los agricultores de Níjar han retomado unas prácticas que, quizás en algunas otras zonas en las que se hace agricultura intensiva, ya se han desechado. Así estos profesionales siguen rotando los cultivos para dar descanso al suelo y permitirle que recupere el equilibrio necesario. Se podría decir, por todo ello, que los agricultores de este municipio son impulsores de la agricultura ecológica en la provincia.

Desde el Consistorio son conscientes del valor de los alimentos biológicos en la sociedad actual y, en este sentido, han hecho una firme apuesta por el fomento de su consumo. En principio, la práctica totalidad de los productos cosechados se destinan a los mercados exteriores, sobre todo Alemania y el Reino Unido, grandes consumidores de alimentos biológicos. Asimismo, y como muestra del compromiso de los productores del municipio con la producción ecológica, a principios del mes de octubre de 2008, el Comité Andaluz



de Agricultura Ecológica (CAAE) inauguró una nueva sede en Níjar. El objetivo es dar un impulso a esta forma de producción libre de residuos y, sobre todo, más respetuosa con el entorno.

Por otro lado, el municipio trabaja en la puesta en marcha de un nuevo Plan de Higiene Rural que pretende convertirse en referente en todo el país y que tiene como finalidad ofrecer al agricultor un servicio de calidad en la recogida y tratamiento de los residuos. De momento, trabajan en la elaboración de un censo de invernaderos para conocer las necesidades exactas del campo nijareño y, así, poder ofrecer un servicio acorde con la realidad.

Níjar se presenta así ante los grandes mercados mundiales, ofreciéndoles lo mejor de su tierra y que no es otra cosa que sus hortalizas.

Níjar want to become the reference for ecological agriculture

In Almería, the area of Níjar is a reference for ecologic fruit and vegetable production; it has nearly 400 greenhouse hectares designated for this use. The tomato is the major crop in the zone, it is the "star of all products". Also pepper, cucumber, courgette, aubergine, melons and watermelons are cultivated here. And, since a few months, ecologic strawberry is cultivated too. José Raúl Requena, Councillor for Agriculture of Níjar, said that the conventional crop and production success is about the characteristic of the irrigation water and the climate of this zone. The salinity and the strong contrast of the temperatures, very cold at night and very hot during the day, give the vegetables a special taste, fragrance and color that make them unmistakable.

To obtain these excellent products, the growers of Níjar use some techniques that were perhaps abandoned in other areas where the intensive agriculture is in use. The pros are continuing to take the crop in turns, to give the growing area a rest and to allow it to get the necessary equilibrium back again.

Because of all that, we can say that the growers of Níjar are pioneers in the field of ecologic agriculture in Almería. Since the Town Council became conscious about the biology food value in the actual society, they are making a great effort to promote the use of that kind of products. Almost all of them are sent to foreign markets, especially to the german and the british, great consumers of biological food.

To reward their achievements in the field of biological production, the Andalusian Ecologic Agriculture Committee (CAAE in spanish) opened their new office here. The intention of that is to give a boost to this new production form that don't leave residues. On the other hand, the Town Council is working to make a new rural plan for sanitation, to become a reference in Spain and to offer the growers a quality service in the residue collection and treatment. They are doing a inventory of the existing greenhouses to know the real needs of the growers of Níjar. That will make possible to offer a service according to the real demand.

Níjar offers to world market the best they have: Their excellent vegetables.

Níjar will eine Referenz der ökologischen Landwirtschaft werden

Der Landreis Níjar ist eine Referenz in der Provinz Almería was den ökologischen Anbau von Obst und Gemüse betrifft. Man zählt fast 400 Hektar Gewächshäuser die sich diesen Produktionstyp widmen. Hauptsächlich werden Tomaten angebaut, man könnte sogar behaupten, dass es sich um den "Star unter allen Produkten" in diesem Anbaugebiet handelt. Aber auch andere Sorten wie Gurken, Zucchini, Melonen und Wassermelonen, Auberginen, Paprikas und sogar ökologisch angebaute Erbeeren werden hier erzeugt. Nach Angaben von José Requena, Stadtverordneter für Landwirtschaft im Rathaus von Níjar, liegt der Erfolg im Anbau der Tomaten in der Qualität des Bewässerungswassers und der klimatischen Bedingungen des Gebietes. Der Salzgehalt und die starken Kontraste der Temperaturen, sehr kalt bei Nacht

und relativ hoch tagsüber, verleihen diesem Produkt einen besonderen Geschmack, Duft und Farbe, die es einzigartig macht.

Um diese exzellente Qualität der Produkte zu erzielen, haben die Landwirte von Níjar Techniken aufgenommen die anderwo schon nicht mehr verwendet werden wie, beispielsweise, die Rotation im Anbau damit der Boden sich regenerieren kann. Man könnte sagen, dass die Landwirte aus diesem Gebiet Vorreiter im ökologischen Anbau in der Provinz Almería sind.

Im Rathaus ist man sich der Wertigkeit von biologisch erzeugten Produkten in der heutigen Gesellschaft bewusst und man hat darauf gesetzt, den Konsum dieser Erzeugnisse zu fördern. Die Mehrheit der Produkte die in Níjar geerntet werden haben das Ausland als Ziel, besonders sind Gross Britanien und Deutschland die Verbraucher

dieser biologischen Erzeugnisse. Ebenso, und als Belohnung für den geschlossenen Kompromiss der Landwirte aus diesem Anbaugebiet biologisch zu erzeugen, hat sich anfang Oktober 2008 das Andalusische Komitee für ökologischen Anbau (CAAE auf Spanisch) in Níjar niedergelassen. Das Ziel ist einen Impuls dieser Produktionsform zu geben, die ohne Rückstände arbeitet und sehr umweltfreundlich ist.

Andererseits bemüht man sich in der Gemeinde um einen neuen Programmplan für Hygiene für die ländlichen Gebiete. Das hat als Absicht, den Landwirten eine Qualitätsdienstleistung im Bereich der Abholung und Behandlung der Rückstände anzubieten. Zur Zeit arbeitet man in Níjar darauf hin, eine Bestandsaufnahme der Gewächshäuser zu fertigen, um so die tatsächlichen Notwendigkeiten festzustellen. Damit möchte man dann Dienstleistungen anbieten die auch tatsächlich notwendig sind.

Níjar präsentiert sich so vor dem Weltmarkt, bietet ihm das Beste an was wir besitzen: Unser Gemüse.

La huerta de Europa exportó casi tres millones de toneladas la pasada campaña hortícola

La importancia de la provincia de Almería como productora y comercializadora de productos hortofrutícolas queda demostrada con las 2.951.691 toneladas que, según el 'Análisis de la campaña hortofrutícola de Almería 2007/2008' realizado por el Servicio de Estudios de la Fundación Cajamar, se exportaron al resto del mundo, especialmente al viejo continente europeo. Esta cifra supone un incremento del 3,89% respecto a la campaña anterior, la 2006/2007.

El aumento de la producción se vio compensado, además, por un ligero aumento del valor de la misma. Concretamente, se alcanzaron los 1.463 millones de euros, cifra ligeramente superior a la de la campaña anterior.

Por países, el importador de frutas y hortalizas almerienses más fiel de Almería es Alemania, que ocupa la primera posición con un total de 469.917 toneladas recibidas durante la pasada campaña agrícola, lo que supone, respecto a la anterior, un incremento del 25,38%. El segundo destino principal de los productos hortofrutícolas del campo almeriense es, como ya viene siendo habitual en los últimos años, Francia. El país galo importó un total de 299.121 toneladas de productos hortofrutícolas de la provincia, manteniéndose en los mismos niveles que la campaña anterior. El otro pilar de entre los mercados de

destino de las frutas y verduras locales es, sin duda, Holanda. Al país neerlandés se exportaron en la campaña 2007/2008, 218.929 toneladas de productos de los invernaderos almerienses.

Otros países importantes como mercados de destino de los productos hortícolas almerienses son el Reino Unido, Italia, Polonia, Portugal y Bélgica, entre muchos otros. No obstante, el mayor incremento de demanda en la pasada campaña lo registró Bulgaria, donde se enviaron 1.246 toneladas, lo que representa un incremento, respecto a la campaña anterior del 331,47%. Rumanía también incrementó exponencialmente la demanda de fruta y verdura almeriense, pasando de las 1.709 toneladas que adquirió en la campaña 2006/2007 a las 5.899 de la 2007/2008, lo que ha supuesto un incremento del 245,19%. Y es que es cada vez mayor el envío de frutas y verduras almerienses a los países del Este de Europa, incluida Rusia. Precisamente para mejorar las relaciones comerciales con este país, el Ayuntamiento de El Ejido fundó, junto a un total de 17 empresas comercializadoras, una plataforma denominada 'Hortalizas de El Ejido' y que está consiguiendo la introducción en este gran mercado de futuro.

Exceptuando el tomate y el pimiento, Almería aumentó sus exportaciones del resto de produc-



tos hortofrutícolas en la última campaña en comparación con la 2006/2007.

Así, por ejemplo, las exportaciones de pepino se incrementaron en un 4,86%; las de calabacín en un 5,11%, mientras que las de berenjena aumentaron en un 3,73;

las de melón en un 5,76% y, finalmente, las de sandía hicieron lo propio registrando una subida del 6%. En el lado opuesto, las exportaciones de pimiento descendieron en un 6,42%, mientras que las de tomate bajaron en un 6,32%, concretamente.

Der Gemüsegarten Europas exportierte fast 3 Millionen Tonnen während der letzten Obst und Gemüse Kampagne

Die Wichtigkeit der Provinz Almería als Hersteller und Händler von Obst- und Gemüseprodukten wird durch die Studie "Analyse der Obst und Gemüse Kampagne in Almería 2007/2008" erstellt durch die Studienabteilung der Stiftung Cajamar. Laut dieser Untersuchung wurden 2.951.691 Tonnen in die ganze Welt exportiert, selbstverständlich mit Schwerpunkt auf den europäischen Markt. Diese Zahl bedeutet einen Zuwachs von 3,89% im Vergleich zu vorherigen Kampagne 2006/2007. Die Zunahme der Produktion wurde kompensiert durch einen leichten Zuwachs der Einnahmen: Konkret ausgedrückt wurden 1.463 Mio. Euro umgesetzt, eine Zahl die leicht die Werte der vergangenen Saison

übertreffen.

Nach Länder, ist Deutschland der treueste Importeur von Obst und Gemüse aus Almería, mit 469.917 Tonnen während der vergangenen Kampagne liegt die Bundesrepublik an erster Stelle. Diese Zahl bedeutet, verglichen mit dem Vorjahr, ein Zuwachs von 25,38%. An zweiter Stelle als Abnehmer der Obst und Gemüse Produkte aus Almería, wie schon üblich in den letzten Jahren, steht Frankreich. Die Französer importierten insgesamt 299.121 Tonnen aus der Provinz Almería, womit sich die Werte im Vergleich zu den Vorjahren stabil verhalten. Ein weiterer Eckpfeiler unter den Absatzmärkten ist, zweifelsohne, Holland. Die Niederländer importierten während der Kampagne 2007/2008 218.929 Tonnen aus den Gewächshäuser Almerias. Andere wichtige Märkte für die Landwirtschaft von Almería sind Grossbritannien, Italien, Polen, Portugal und Belgien.

Andererseits verzeichnet Bulgarien den grössten Zuwachs in der Nachfrage. Die 1.246 Tonnen bedeuten eine Prozentuale Zunahme im Vergleich zur Kampagne des Vorjahres von 331,47%. Rumänien verzeichnet ebenfalls einen exponentiellen

Wachstum in der Nachfrage. Von den 1.709 Tonnen die während der Kampagne 2006/2007 gekauft wurden, ging man auf 5.899 während der Kampagne 2007/2008 über, das bedeutet eine Wachstumsrate von 245,19%. Dies verdeutlicht dem immer grösseren Stellenwert der Länder aus Osteuropa inklusive Russland. Gerade um die kommerziellen Beziehungen mit diesem Land auszubauen, hat das Rathaus von El Ejido, mit 17 Ortsansässigen Vermarktern, die Handelsplattform "Gemüse aus El Ejido" gegründet, die mit grossem Erfolg den Einstieg in diesen Zukunftsmarkt ermöglicht.

Mit der Ausnahme von Tomaten und Paprikas, hat Almería einen Zuwachs in allen Exportprodukten im Vergleich zur Kampagne 2006/2007. So, zum Beispiel, haben sich die Gurkenexporte um 4,86% gesteigert, die Zucchiniexporte um 5,11%, während sich die Auberginen um 3,73% verbesserten, die Melonen um 5,76% und ebenso die Wassermelonenexporte, die um 6% wuchsen. Eine entgegengesetzte Entwicklung findet man, wie bereits angesprochen, bei den Paprikas die 6,42% verloren und den Tomaten, die um 6,32% fielen.

The European Vegetable Garden exported three million tons in the last fruit and vegetables campaign



The importance of Almería producing and marketing fruit and vegetables products is reflected by 2.951.691 Tons that were moved, that has been proved by the Analysis to the fruit and vegetables campaign Almería 2007/2008. This figures suppose an increase around 3,89 per cent compared to the last campaign in 2006/2007.

The production increase was compensated with an increase of its value, it achieved 1.463 million euro. This number was a bit better than the one from the last campaign.

Germany is a loyal importer to Almería. In the last campaign, Germans were in the first place with 469.917 Tons. That supposed an increase around 25,38 per cent. The second place for products from Almería was occupied by France. Wales keep the same level compared to the last campaign, it imported around 299.121 Tons. Holland is the other market for Almería's fruits and vegetables. During the campaign 2007/2008 Almería exported to the Netherlands 218.929 Tons.

The United Kingdom, Italy, Poland, Portugal and Belgium are other important

destination countries where Almería market their products. Bulgaria recorded the major increase of demand; around 1.246 Tons were sent to them. It showed an increase compared to the last campaign a 331,47%. Romania's fruit and vegetables demand increased too, passing from 1.709 Tons (2006/2007) to 5.899 Tons (2007/2008). It supposed a raise around 245,19 per cent. Sending fruit and vegetables from Almería to Eastern Europe including Russia has increased too. To get better marketing relations with this country, the city council of El Ejido's in a joint venture with 17 companies have founded a platform called "El Ejido's vegetables".

Excluding the tomatoes and peppers exports from Almería showed an increase compared to the last campaign (2007/2008). Cucumber exports achieved an increase around 4,84 per cent, courgette exports a 5,11 per cent, the aubergine exports a 3,73 per cent, the melon a 5,76 per cent and finally the watermelon increased 6 per cent. On the other side, the pepper exports decreased a 6,4 per cent and the tomatoes exports decrease a 6,32 per cent.

21



HISPATEC
El Experto en Software Agroalimentario

Muchos dicen ser expertos
pero solo uno lo es...
Hispacec, el Experto
en Software
Agroalimentario



hispacec.es
erpagro.es
902 281 182

Las numerosas certificaciones avalan un trabajo bien hecho

Consciente de la importancia de certificar sus producciones, las empresas productoras y comercializadoras de Almería trabajan día a día para poder obtener esos sellos que avalen su calidad y seguridad alimentaria. Desde la Administración andaluza y hasta las propias entidades agrícolas conocen de la urgencia de contar con las distintas certificaciones y, de esta manera, garantizar un trabajo bien hecho. En este sentido, uno de los últimos pasos dados en esta dirección ha sido la creación por parte de Agrocolor de un nuevo sello para los productos cultivados con control biológico y que, según explicaron desde la propia certificadora, viene a dar respuesta a tres

demandas: en primer lugar, a aquellos clientes que quieren estar seguros de los métodos utilizados para la producción de las hortalizas; en segundo lugar, a los que buscan, concretamente, productos obtenidos gracias al empleo de fauna auxiliar; y, en tercer y último lugar, a las demandas de los clientes que piden productos avalados por Global Gap. Este 'Sello de Control Biológico' viene a cubrir, además, un vacío aún existente en el sector, ya que, hasta el momento, no existía ninguna norma de certificación que recogiera de forma exacta todas las técnicas que implica este método de cultivo.

Pero ésta no es la única certificación con la que pueden contar, y de

hecho cuentan, las producciones almerienses, sino que la propia Consejería de Agricultura puso en marcha su propia marca de calidad y cuyo objetivo es diferenciar a las producciones hortícolas andaluzas, en general, y almerienses, en particular, cultivadas con lucha integrada del resto de producciones que se puedan encontrar en los mercados. La calidad está en la diferencia y desde Almería se trabaja, precisamente, para que sus frutas y hortalizas tengan unas características propias, un reconocimiento propio, que las distinga de resto. Teniendo todo esto en cuenta, no es de extrañar que, por ejemplo, la Asociación Provincial de Cosecheros Exportadores de Productos Hortofruti-

colas de Almería (COEXPHAL) afirmara que 900 hectáreas de cultivo de sus empresas asociadas hayan obtenido la acreditación que certifica el cumplimiento de la norma de calidad UNE 155400 y que avala que sus producciones han sido obtenidas mediante técnicas de control biológico. Asimismo, otra de las empresas de la provincia, Agroponiente Natural Produce S.A., superó recientemente las 500 hectáreas de superficie de pimiento, tomate, berenjena, calabacín, judía, melón, sandía y col china certificadas bajo Global Gap. Estos son sólo dos ejemplos de los avances de las empresas de la provincia en pro de la consecución de los distintivos que avalen la calidad de sus producciones y, cómo no, la correcta puesta en marcha del método de control biológico para combatir las plagas.

Todas estas certificaciones corroboran un trabajo bien hecho y, además, garantizan a los consumidores, entre otras muchas cosas, la seguridad alimentaria de unos productos que han sido cultivados y tratados con el mayor de los mimos.

Die Vielfalt der Qualitätssiegel belegen eine gut gemachte Arbeit

Im Bewusstsein der Wichtigkeit der Zertifizierung ihrer Produkte, die Produktions- und Vermarktungsfirmen von Almería arbeiten Tag für Tag um diese Gütesiegel zu bekommen, die die Qualität und die Sicherheit der produzierten Lebensmittel belegen. Seitens der andalusischen Verwaltung und der Landwirtschaftsunternehmen ist man sich der Notwendigkeit und Dringlichkeit diese Siegel bewusst, um so eine gut gemachte Arbeit zu garantieren. In diesem Sinne, einer der letzten Schritte die man in diese Richtung vollzogen hat, ist die Erschaffung durch Agrocolor (Zertifizierungsanstalt von Coexphal s.u), eines neuen Siegels für die Produkte die unter Einsatz von biologischer Kontrolle angebaut wurden. Dieser wurde geschaffen, nach Angaben der Zertifizierungsanstalt, um drei Bedürfnisse zu bedienen: Erstens um die Kunden zu befriedigen die sicherstellen wollen welche Methoden beim Anbau des Gemüses verwendet wurden. Und Drittens für Kunden die Produkte die durch Global Gap beglaubigt wurden. Dieser "Siegel der biologischen Kontrolle" schließt eine Lücke, da es noch keine Zertifizierungsnorm gab, die genaue Hinweise auf alle Techniken die im Anbau verwendet wurden belegte.

Aber dies ist nicht die einzige Zertifizierung die die Produktionen aus Almería vorweisen können. Der Landwirtschaftsrat Andalusiens hat eine eigene Qualitätsmarke, dessen Ziel es ist, die andalusischen Produkte

(allgemein) und die Produkte aus Almería (konkret) auszu differenzieren. Dies soll die Produkte die unter Einsatz von biologischer Kontrolle hergestellt wurden, von anderen Produkten auf dem Markt hervorheben. In der Qualität findet man den Unterschied und, von Almería aus arbeitet man dafür dass die eigenen Produkte Qualitätsmerkmale aufweisen damit man sie vom Rest unterscheiden kann.

Wenn man all dies berücksichtigt, ist es nicht verwunderlich, dass zum Beispiel die Vereinigung Exportierender Erzeuger von Gartenbauprodukten der Provinz Almería (COEXPHAL) behauptet, dass 900 Ha. Anbaugebiet ihrer Partnerfirmen bereits die Beglaubigung die die Einhaltung der Qualitätsnorm UNE 155400 erteilt, erhalten haben. Diese Norm belegt, dass die Produktion unter Einsatz von Techniken der biologischen Kontrolle entstanden sind. In der gleichen Richtung hat eine weitere Firma aus Almería, Agroponiente Natural Produce S.A., die Marke der 500 Ha. Anbaugebiet für Paprikas, Tomaten, Auberginen, Zucchini, Bohnen, Melonen, Wassermelonen und Chinakohl überschritten. Alles Global Gap zertifiziert.

Dies sind nur zwei Beispiele der Entwicklung der Firmen der Provinz Almería hinsichtlich der Erlangung der Qualitätszeichen die ihre Produktion und ebenfalls den Einsatz der biologischen Kontrolle belegen.

All diese Zertifikate bestätigen eine gut gemachte Arbeit und garantieren ausserdem dem Endverbraucher eine Sicherheit der Lebensmittel, bestehend aus Produkten die mit Sorgfalt angebaut und verarbeitet wurden.

Many certifications guarantee a good work



Conscious of the importance to certify all the productions, the producing and marketing companies of Almería are working each day to get the stamps to guarantee their quality and alimentary security. The andalusian government and the companies involved know the urgency to have such certifications to guarantee that the job is well done. One of the last measures in this direction is the creation by Agrocolor, a company created to certify the agricultural products, of a new stamp for cultivated products with biological control. The register department of Agrocolor explained that it is important to be responsive to three main requires: In first place to guarantee the customers the methods used in the production of the vegetables, secondly for those customers that want to purchase products made using the auxiliary fauna. And finally for the customers that requires products guaranteed by Global Gap. This stamp of biological control come to fill an existing gap in this area, because until now, there isn't a certification rule to collect every technical aspect in the production using this cultivation method.

But it isn't the only certification that exists around the productions made in Almería. The Regional

Agricultural Council has developed their own quality mark, which aim is to show the differences of the andalusian vegetables, especially those from Almería, because these are cultivated with the integrated crop protection. The difference is in the quality. Almería is working on this, so that the fruits and vegetables can be recognised by their typical characteristics and to make it possible to distinguish them from the rest. Because all of this, COEXPHAL has declared that 900 cultivations hectares has got the accreditation rule UNE 155400, it guarantees that the productions have been reached using the biological control techniques. Another company from Almería, Agroponiente Natural Produce SA, has got 500 hectares of pepper, tomato, aubergines, courgette, bean, melon, watermelon and chinese cabbage certificated by Global Gap. These are only two examples about the companies from Almería and their progress in pro to obtain the signs to guarantee the productions' quality and the appropriate use of the method to fight plagues, the biologic control.

All these certifications have corroborated a job well done! It guarantees to the customers their alimentary security, because these products have been cultivated with care!

The world of fresh produce



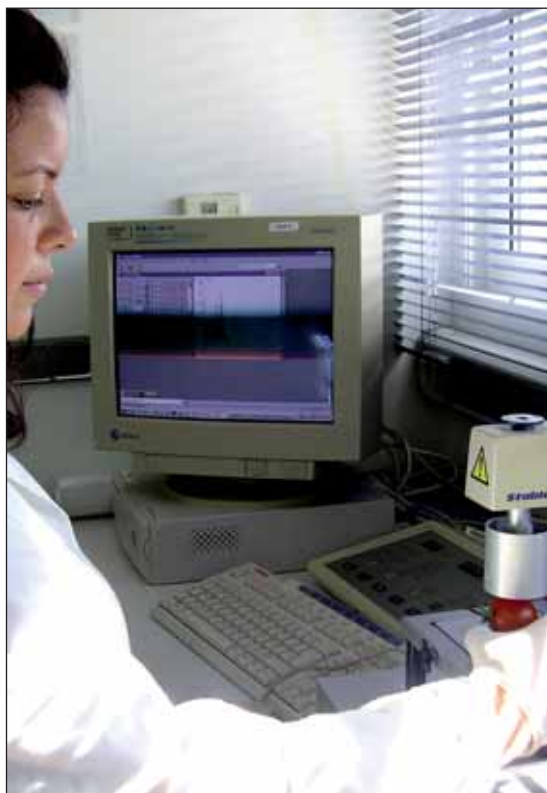
FRUIT LOGISTICA

Berlín, 3 al 5 de febrero de 2010

Feria internacional para el marketing de frutas y hortalizas
www.fruitlogistica.com



FRUCHTHANDEL
MAGAZINE



Die Forschung und Entwicklung (F&E) gibt der Landwirtschaft Almerias den Impuls zu einer neuen Form von Anbau, die uns vom Rest unterscheiden soll

Der Landwirtschaftssektor von Almeria ist reichhaltig in vielen Aspekten, aber in den letzten Jahren hat er positiv auf sich aufmerksam gemacht wegen der Beiträge die im Forschungs- und Entwicklungssektor (F&E) geleistet wurden. Dieser hat in den letzten Jahren Impulse gegeben, die der Landwirtschaft den Weg weist zu einem neuartigen Modell um sich von Mitbewerbern zu differenzieren. Als Beleg dafür, stehen die kontinuierlichen Fortschritte, nicht nur in der Produktion, sondern auch das Aufkommen von neuen Sorten, die Klimatisierung von Gewächshäusern, neue Verpackungen die den Lebensmitteln eine längere Haltbarkeit versehen. All dies hat die Qualität und die Nahrungsmittelsicherheit zu einem alltäglichem und unverzichtbarem Aspekt in der Produktionskette der Landwirtschaft aus Almeria gemacht.

Was die Neuheiten betrifft, das Ziel von allen Firmen die Samen herstellen ist es, ständig Verbesserungen zu erzielen, die den Ansprüchen der Kunden gerecht werden. Heutzutage sind Begriffe wie Geschmack, Haltbarkeit, Qualität oder Größe, Qualitätsmerkmale die man angehaftet an allen Produkten findet. Aus diesen Gründen hat sich der Landwirtschaftssektor Almerias vom Rest hervorgehoben, weil es Innovationen im Forschungs- und Entwicklungssektor gebracht hat, die manchmal den Anforderungen der Kunden und Verbrauchern sogar zuvorkommen. Zweifellos ist dies heutzutage eines der Dinge die am meisten berücksichtigt werden müssen, um am Weltmarkt für Obst und Gemüse erfolgreich zu bestehen. In diesem Sinne, ist Almeria hervorragend positioniert um den Wünschen der Kunden entgegenzukommen, dank der Forschungszentren, Laboren in denen man ständig auf dem neuesten Stand ist um die besten Alternativen für die Landwirtschaft zu entwickeln. Almeria hat sich zu einem Modell für andere Länder entwickelt, die nach Südsanien kommen um sich weiterzubilden und dann die Erneuerungen in ihren Länder anzubringen, um sich somit zu verbessern.

La I+D impulsa al sector hortícola almeriense hacia una nueva forma de agricultura que la diferencia del resto

El sector hortofrutícola almeriense es rico por muchos aspectos, pero en los últimos años está dando aún más de qué hablar gracias al sector de la I+D, el cual está impulsando a la agricultura de la provincia hacia un modelo novedoso de cultivo y que lo diferencia de todos sus competidores. Prueba de ello son los continuos avances no sólo en materia de producción, sino en variedades, climatización de invernaderos, nuevos envases más duraderos y que mantienen mejor los alimentos, etc., lo que ha hecho que la calidad y la seguridad sea ya un aspecto cotidiano e indispensable en la cadena del sector agrícola almeriense.

En lo que respecta a las novedades, el objetivo de cada una de las empresas de semillas que presentan año tras año mejoras en sus productos es que éstos mismos estén al día de las exigencias del consumidor. De hecho, hoy por hoy, sabor, dulzor, duración, calidad o tamaño son adjetivos que se encuentran en todos los productos. El sector agrícola almeriense se destaca del resto por eso mismo, por el hecho de que cuenta con

un apartado de investigación y desarrollo que incluso a veces se adelanta a los clientes y consumidores. Sin duda, hoy en día una de las cosas que más hay que tener en cuenta para mantenerse en el mercado mundial de las frutas y hortalizas es el estar siempre cumpliendo los deseos del consumidor y, en este aspecto, Almería está sobrado, ya que gracias a todos los centros de investigación, grupos de desarrollo y un sinfín de laboratorios que no cesan de estudiar para encontrar lo mejor del campo, Almería cada vez se está convirtiendo en el modelo de muchos países que se desplazan hasta el sur español para trasladar la práctica agrícola de la provincia a sus lugares de origen como una forma segura de mejorar este sector en sus países.

The Investigation and Development (I+D) has given to the agricultural sector a new and different shape to distinguish them from the rest

Thanks to I+D, the Fruit and Vegetables Sector from Almeria is rich in many aspects. The I+D is giving an original crop model and it's very different to those from the competitors. The continuous productions advances, the greenhouse conditioning, new packing to keep fruit and vegetables fresh... these are only some examples to this subject. The quality and the security are very important to the agricultural sector too. The targets of the seeds companies present in FruitLogistica is to show products according to customer requirements.

At the present time, the taste, the quality, duration, and sizes are adjectives present in every product. The I+D is moving forward including the customers and consumers. For that reason, the agricultural sector of Almeria is different to the rest of the competitors. To satisfy the consumer needs is the most important thing to do



and that can keep you in the world market of fruit and vegetables. Thanks to several investigations departments, laboratories, development groups, Almeria is in a leading position. Several countries are moving here to study the agriculture practise to improve their own. Almeria is becoming a worldwide agricultural reference.

Lo más granado del sector hortícola mundial se da cita en Berlín

Fruit Logística es, sin duda, uno de los mayores eventos hortofrutícolas a nivel mundial y, de hecho, las cifras que la rodean hablan por sí mismas. Así, ya el año pasado fueron más de 2.000 los expositores que se dieron cita en la Messe Berlin, la mayoría de ellos extranjeros. En aquella ocasión, fueron 68 los países representados y las empresas participantes procedían, en su mayoría, del sector productor de frutas y hortalizas. De este modo, según los datos de la Encuesta de

Expositores, recogidos y analizados por Gelzus Messe-Marktforschung GmbH, el 53,9 por ciento de las compañías llegadas a Berlín procedían del sector productor de frutas, mientras que el 42 por ciento de ellas también se dedicaban a la comercialización de hortalizas frescas. Asimismo, las empresas productoras y comercializadoras de frutos secos también encontraron su hueco en el recinto ferial.

Pero en uno de los mayores eventos hortofrutícolas del mundo

no sólo tuvieron cabida los productores, precisamente, de estos alimentos, sino que fueron también muchas las empresas llegadas de otros sectores que no se quisieron perder la cita. Así, los transportes, la maquinaria para el envasado y embalaje de productos o el marketing también estuvieron presentes en la Messe Berlin durante los tres días del evento. En definitiva, Fruit Logística 2008 contó con representación de todos y cada uno de los sectores que, directa o indirectamente, tienen que ver con el mercado de las frutas y hortalizas frescas, demostrando, de este modo, que cada uno de esos agentes es importante para que, al final, el producto llegue a donde tiene que llegar, a manos del consumidor.

The top player in the agricultural world industry are going to be in Berlin

FruitLogística is the most important fruit and vegetables business meeting in the world, the numbers speak for themselves. In the last year 2000 exhibitors were at the Messe Berlin and most of them were foreigners. 68 countries were represented and the participant companies came from the fruit and vegetables production sector. A 53,9 per cent of the companies that had arrived in Berlin were of the fruit production sector and a 42 per cent were from the fresh vegetables marketing sector. These numbers were published in an exhibitor's survey made by the Gelzus Messe-Marktforschung GmbH. The nuts and dried fruit production and marketing companies were there too.

In the most important agricultural event in the world, not only fruit and vegetables producers were there but also other companies from the other sectors. The transport, packing machines and marketing companies were present in Berlin during the three days that lasted the trade fair.

Directly and indirectly, each sector were represented in FruitLogística 2008, every sector from the fruit and vegetables market showed their importance to make sure the most relevant thing: That the product reaches where it has to, and that is to the consumer's hand.

Die besten der Welt im Obst- und Gemüsebereich treffen sich in Berlin

Fruit Logística ist, zweifelsohne, eines der größten Events im Obst- und Gemüseanbau weltweit und die Zahlen um die Messe sprechen für sich selbst. Letztes Jahr haben sich mehr als 2.000 Aussteller in der Messe Berlin eingefunden. Es waren 68 Länder vertreten und die Unternehmen die teilgenommen haben stammten hauptsächlich von Produktionssektor für Obst und Gemüse. Nach der Studie über die Aussteller die vom

Gelzus Messe-Marktforschung GmbH durchgeführt wurde, waren 53,9% der Unternehmen die in Berlin anwesend waren aus dieser Branche, während 42% im Vertrieb von Frischgemüse aktiv waren. Auch die Unternehmen der Produktion und Vertrieb von Trockenfrüchte waren dabei.

Aber nicht nur die Erzeuger waren bei diesem wichtigen Event anwesend, sondern auch Firmen aus anderen Bereichen wollten sich dieses

Ereignis nicht entgehen lassen. So, zum Beispiel, waren Vertreter der Logistik, des Vertriebes von Verpackungsmaschinen oder Marketingprofis während der drei Tage in der Messe in Berlin.

Fruit Logística 2008 erfreute sich über den Besuch von Vertretern aller Branchen, die direkt oder indirekt, am Markt für frisches Obst und Gemüse mitwirken. Es wurde somit verdeutlicht, dass alle Mitspieler wichtig sind damit letztendlich das Produkt dort ankommt wo es gebraucht wird, nämlich bei den Verbrauchern.

25





La mejor selección para el mercado europeo





Costa de Almería

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



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



26

¿En qué mercados venden sus productos? Nivel de exportaciones. ¿A qué países se exporta principalmente?

Nuestro principal mercado es el mercado nacional, donde se queda más del 40% de nuestra producción, es el más fiel. A partir de ahí, estamos prácticamente en todos los países de la Europa de los 27, además de extracomunitarios como Rusia o Ucrania.

¿Cuántos agricultores pertenecen a la cooperativa?

Cerca de 1.800, entre socios y colaboradores.

Superficie de explotación agrícola de los socios.

2.250 HECTÁREAS, situadas en la parte oriental de Almería.

¿Qué extensión se dedica a la producción integrada? Ventajas.

CASI lleva utilizando medios respetuosos con el entorno, y con la salud humana desde que comenzó: desde la polinización natural (mediante abejas) hasta productos fitosanitarios respetuosos con el medio ambiente y con los profesionales del campo. Aproximadamente 150 hectáreas se cultivan siguiendo el método de Control Integrado.

Principales proyectos que lleve a cabo la cooperativa.

En términos de comercialización, el principal proyecto es orientar nuestra producción a las exigencias del mercado, en cualquier término: nuevas variedades,

FRANCISCO BRETONES Gerente de CASI

“Orientamos nuestra producción a las exigencias del mercado”



nuevos empaquetados, logística, distribución...

En términos de estructura, el principal proyecto supone un

cambio en las instalaciones de las naves principales, donde más de 1.000 empleados realizan la labor de administración, clasificación,

comercialización... Debido al crecimiento en volumen de nuestra empresa y al crecimiento de la propia ciudad, CASI se ve obligada a un traslado inminente, a otra zona con más servicios. En estos momentos ese cambio sólo está a la espera de que la administración pública dé el visto bueno, cosa que por diferentes motivos se retrasa. Este cambio nos ayudaría a mejorar nuestra economía de escala, debido a los grandes costes de amortización que sufrimos en el centro de la ciudad. Hay también proyectos para establecer oficinas de apoyo comercial en el centro y este de Europa a medio plazo.

¿En qué medida le ha afectado la crisis? ¿Caída en las ventas? ¿Pérdidas de empleo?

Nuestro sector lleva en crisis algunos años, básicamente por el aumento en costes de producción y el decrecimiento en valor de ventas por las razones mencionadas. Los efectos de la crisis los empezaremos a ver durante estos meses: falta de liquidez de clientes y proveedores, seguros de riesgo más caros, aumento de las superficies Discount, por lo tanto precios más bajos... Pero en general, podemos decir que el sector agroalimentario puede ser uno de los menos afectados por ella, ya que el consumo de frutas y hortalizas debe ser uno de los pilares básicos de la alimentación a nivel general.

Wir orientieren unsere Produktion an den Anforderungen des Marktes

In welchen Märkten verkaufen Sie ihre Produkte und zu welchen Anteilen? Und, welche Länder sind ihre wichtigsten Kunden?

Unsere Hauptabsatzmarkt ist der spanische, wo mehr als 40% der Produktion bleibt, es ist unsere treuester Kunde. Sonst sind wir in ganz Europa vertreten, sowohl in der EU als auch in Länder wie Russland oder der Ukraine.

Wieviel Landwirte sind in ihrer Genossenschaft vertreten?

Ungefähr 1.800, verteilt auf Mitglieder und Mitwirkende.

Wie gross ist das Anbaubiet ihrer Mitglieder?

2.250 Hektar die sich alle im Osten von Almeria befinden.

Wie gross ist der Anteil den Sie der integrierten Produktion widmen? Und, welche Vorteil hat dies?

Seit dem wir unsere Aktivitäten begonnen haben benutzt CASI umweltverträgliche Mittel, die der Gesundheit der Verbraucher

nicht schaden: Von der Bestäubung durch Bienen bis hin zur Verwendung von Pflanzenschutzmittel die Umweltfreundlich und sicher für unsere Mitarbeiter sind. In etwa werden 150 Hektar unter Einsatz der Methoden einer integrierten Kontrolle bearbeitet.

Welche sind die wichtigsten Projekte die Ihre Genossenschaft zur Zeit durchführt?

Was die Vermarktung betrifft, ist unser Vorhaben die Produktion, in jeder Hinsicht, den Anforderungen des Marktes anzupassen: Neue Sorten, neue Verpackungen, Logistik, Vertrieb...

Was unsere Struktur angeht, findet gerade ein Wandel in unseren Hauptlagerhallen statt,



COOPERATIVA AGRICOLA SAN ISIDRO



Principales datos económicos de CASI. Facturación 2007/08. Previsión 2008/09. Volumen de ventas.

Wichtigste Wirtschaftsdaten von CASI. Umsatz 2007/08. Prognose 2008/09. Verkaufsvolumen.

Main economic data of CASI. Turnover 2007/08. Forecast 2008/09. Sales Volumen

Campaña 05/06 Season 05/06 Saison 05/06		Campaña 06/07 Season 06/07 Saison 06/07		Campaña 07/08 Season 07/08 Saison 07/08	
Volumen (Tm)	Facturación (Mill. €) Turnover (Mill. €) Umsatz (Mio. €)	Volumen (Tm)	Facturación (Mill. €) Turnover (Mill. €) Umsatz (Mio. €)	Volumen (Tm)	Facturación (Mill. €) Turnover (Mill. €) Umsatz (Mio. €)
220.100	162,7	229.500	197,1	248.700	192,8

“Our production is directed to the market demand”

In which markets do you sell your products? Which is your level of exportations? Which countries do you provide?

Our main costumer is the spanish market who gets over 40% of our products, they are our most reliable costumer so far. Apart from that, we sell all over Europe, to the EU-Countries and also to Russia and Ukraine.

How many members has your cooperative society?

Almost 1.800, including members with full rights and partners.

How big ist the growing area that belong to your members?

2.250 hectares, all at the east of Almería.

Which extension do you dedicate to the integrated production? What are the advantages of that?

Since we started, CASI has been regardfull with the enviroment and with human health: We enforce natural pollination using bees and employ fitosanitary products that are respectfull to the enviroment and to the people that work with us. About 150 ha. are in use under the methods of integrated control.

What are your main projects?

In terms of distribution, the main target ist to adapt our production to the needs of the market in all aspects: New species, new packages, new distribution soluntions...

In terms of our own structure, the main project is to change our facilities. Specially our main warehouse, where over 1.000 members of staff do work in our distribution, managment and classifying the products..... Because we have grown so fast and our hometown has as well, we intend to move over to a new location where CASI will find a better surrounding area. At this moment we are waiting for permission of the local administration, which takes a certain time. This change will help us to improve our economics because we have to amortize a big amount of money, because that is the consequence of being established at the city center. We also have the intention to open new support offices at Middle and Eastern Europe.

How did the crisis affect you? Do you have retracements in you sells? Do you have to let go some people?

Our business area is already in crisis for the last years, basically because the productions costs did raise while the incoming figures didn't. We will feel the effects of this crisis in the upcoming months when our clients and providers will have solvency problems, when the prices for insurances raise notoriously, and when more Discountcenters will show up on the market demanding lower prices.....

But, generally speaking, we have to say that the food market is going to be one of the areas which will recieve only a little damage because the consumption of fruit and vegetables is still the basis of human nutrition.

CASI (Cooperativa Agrícola San Isidro) es una organización de agricultores afincados en el levante almeriense, la empresa esta especializada en el cultivo y comercialización de tomate, siendo la cooperativa de primer grado más importante de Europa en volumen de tomate, y un referente mundial en el mercado hortofrutícola. La capacidad de concentración de producto ha posicionado a CASI en los primeros puestos de los rankings mundiales: cerca de 250 millones de kilos por año. La campaña de comercialización en CASI empieza en Octubre para finalizar en los meses de calor: Junio/Julio, momento dedicado para el descanso de la tierra y la posterior siembra.

CASI (Cooperativa Agrícola San Isidro) ist eine Organisation von Landwirten aus dem Osten von Almería, die sich auf den Anbau und den Vertrieb von Tomaten spezialisiert hat. Diese Genossenschaft ist, was das Verkaufsvolumen von Tomaten betrifft, die wichtigste Europas und eine weltweite Referenz am Markt. Die Kapazität das Angebot zu vereinen hat CASI auf die ersten Plätze der Verkaufsranklisten der Welt positioniert mit 250 Mio. Tonnen pro Jahr. Die Vertriebsaison beginnt im Oktober und endet in den heissen Sommermonaten Juni oder Juli, in denen man die Zeit nutzt um die Erde zu regenerieren und danach beginnt erneut die Saatzeit.

in denen mehr als 1.000 Angestellte in der Verwaltung, in der Klasifizierung und in der Vermarktung arbeiten. Wegen dem Wachstum sowohl von unserem Volumen und dem Wachstum von unserer Stadt, muss CASI umziehen in ein Gebiet wo es mehr Dienstleistungen gibt. Dieser Wechsel unterliegt der Zusage der öffentlichen Verwaltung, was sich aus verschiedenen Gründen in die Länge zieht. Diese Veränderung verhilft unserer Wirtschaftlichkeit, weil unsere Anlagen sich im Stadtzentrum befinden und sie deshalb enormen Amortisierungskosten unterliegen. Wir haben auch vor, Büros in Mittel- und Osteuropa einzurichten.

In wie weit sind Sie von der Wirtschaftskrise betroffen? Haben Sie Einbrüche im Verkauf

verzeichnen müssen? Mussten Sie Stellen abbauen?

Unser Wirtschaftsegment befindet sich seit einigen Jahren in einer Krise, die Produktionskosten sind gestiegen während die Preise aus bekannten Gründen rückgängig sind. Die Auswirkungen der Wirtschaftskrise werden in den nächsten Monaten sichtbar: Die Liquidität von Kunden und Erzeugern wird schwierig, die Preise der Versicherungen werden steigen, die Zunahme der Discountverkaufsfächen, die die Preise weiterhin drücken werden. Aber allgemein kann man sagen, dass der Agrarwirtschaft einer der Segmente sein wird, welches am wenigsten unter der Wirtschaftskrise leiden wird, da der Konsum von Obst und Gemüse weiterhin ein Eckpfeiler der Ernährung bleiben wird.

CASI (Cooperativa Agrícola San Isidro) is a cooperative society based at the eastern part of Almería. The company is specialised in cultivation and distribution of tomatoes. They are the most important seller in Europe and a main player all over the world. The capacity to concentrate the product had given CASI a top position in the sales ranking worldwide with over 250 million kilos per annum. The commercialisation season started in October and presumably will end in the hot summer months June or July. At that time, the ground will have it's rest an after that they will set the crops again.

La apuesta por la V GAMA refleja el gran momento del sector agrícola

The great moment of the Agricultural sector is reflected by the fifth range products

Experts say that to take one more step beyond is necessary to become a

worldwide reference in the area where you develop your activities. It's the same to the agricultural sector of Almería, despite of the fact that it is already a key player for the companies involved in the market. But we are going to give a lot to talk about. Almería needed to dare a last step and that is, to focus on the fourth and fifth range.

These are the more important words. With the opening of Alcoex Mediterraneo, a new company dedicated to products of the fifth range, we close an important gap.

This is a relevant advance for the fruit and vegetables products, to fulfill the consumers needs for healthy, fresh and quality products that are also easy to consume. The positive thing is that agriculture is advancing in the same direction that the society and the resulting needs. A very important aspect is that the consumers are aware of that and they going to consider this in their purchase decisions.

With the introduction of the integrated crop protection, the agriculture sector to south Spain has

proved that it doesn't stand still, that they evolve according to the demands of their customers' requests. Now, the fourth and fifth range products have set their mark on Almería. In the future other things will do so as well.



28

Los expertos afirman que siempre es necesario dar un paso más para conseguir ser un referente a nivel mundial en el ámbito en que cada uno trabaja. Esto mismo le ha ocurrido al sector agrícola de la provincia de Almería que, de por sí, lleva mucho tiempo siendo uno de los más nombrados por las demás grandes potencias de dicho ramo, pero que en estos momentos va a dar mucho más de qué hablar. Y es que, a Almería el paso que le faltaba para ser uno de los mejores era dedicarse a la cuarta y la quinta gama más detenidamente y no sólo de manera salpicada, por lo que ya sí que se está hablando de palabras mayores. Con la apertura de una nueva entidad dedicada únicamente a la quinta gama, 'Alcoex Mediterráneo', ese espacio que para algunos estaba vacío va a desaparecer próximamente. Un avance más de la producción hortofrutícola que lleva a cumplir con las necesidades de aquellos consumidores que necesitan productos sanos, frescos, de calidad y que, también, sean fáciles de consumir. Lo positivo es que el campo avanza al mismo paso que lo hace la sociedad y las necesidades que van unidas a ella. Éste, aunque no lo parezca, es un aspecto que los consumidores tienen en cuenta y van a tomar aquel producto que más les satisfaga.

El sector hortícola del sur español ha demostrado con este hecho que no se ha quedado con los brazos cruzados después de implantar la lucha integrada, sino que sigue evolucionando con nuevas formas de saciar las deman-

das de los clientes. Ahora es la cuarta y la quinta gama la que ha hecho parada en el territorio almeriense, pero en un futuro próximo serán otros productos los que sigan dando nombre a la provincia.

Die Herausforderung auf das Sortiment der fünften Kategorie zu setzen zeichnet den guten Moment der Landwirtschaft ab

Die Experten behaupten, dass es immer wieder notwendig ist weitere positive Entwicklungen zu vollziehen um weiterhin eine weltweite Referenz in seinen eigenen Geschäftsbereich zu bleiben. Dies ist im Landwirtschaftsbereich der Provinz Almeria geschehen, obwohl man seit vielen Jahren als Vorbild für andere grosse Mitwirkende dient, wird man auch in diesem Jahr weiterhin für Gesprächsstoff sorgen. Was Almeria in den letzten Jahren gefehlt hat, war sich dazu zu entschliessen den Schwerpunkt in Richtung der Verarbeitung hin zum vierten und fünften Sortiment zu verlagern.

Mit der Gründung durch verschiedene Firmen der Provinz

Almeria der neuen Gesellschaft Alcoex Mediterraneo, die sich ausschliesslich mit dem fünften Sortiment befasst, schliesst sich die Lücke die noch offen war. Eine weiterer Fortschritt der Produktion im Obst- und Gemüsebereich der den Bedarf der Verbraucher nach gesunden, frischen und qualitativ hochwertigen Produkten deckt und die ausserdem einfach in der Handhabung sind. Das positive hierbei ist, dass die Landwirtschaft sich im selben Rhythmus wie die Gesellschaft bewegt und sich den Anforderungen der Verbraucher anpassen kann. Auch wenn dies nicht gleich erkennbar ist, handelt es sich um einen Aspekt den die Konsumenten sehr beeinflusst und

den sie bei ihren Kaufentscheidungen berücksichtigen, da sie sich für die Produkte entscheiden, die sich ihren Notwendigkeiten am besten anpassen.

Die Obst- und Gemüsebranche aus Südsanien hat bewiesen, dass kein Stillstand eingetreten ist, dass man sich nicht mit dem erreichten Zufrieden gibt. Nachdem die integrierte Schädlingsbekämpfung eingeführt wurde, ist hiermit der nächste Schritt in der Entwicklung getan. Nun sind es die Produkte des vierten und fünften Sortiment die in der Provinz Almeria für Aufsehen sorgen. Doch in der Zukunft werden andere Produkte für den guten Ruf von Almeria sorgen.

**JOSE MANUEL ESCOBAR** Gerente de LQA

“Nuestra prioridad es ser honestos, profesionales y cumplir nuestros compromisos”

LQA es una empresa productora y exportadora de productos ecológicos ubicada en El Ejido, que desde hace tres años distribuye sus hortalizas, principalmente calabacín, por el resto de Europa. Su principales destinos son Inglaterra donde envía su producción a granel en cajas del Supermercado. En cambio en los demás países, sobre todo en Francia, desarrollan su propia marca. Además, sus productos se distribuyen por Holanda, Alemania y el mercado nacional. Entre sus metas se encuentra llegar hasta los países Nórdicos y el Golfo Pérsico en un futuro.

¿Cómo han evolucionado en estos tres años?

Hemos crecido mucho desde que comenzamos con esta actividad. En estos momentos tan críticos, en los que la venta de productos ecológicos ha descendido aproximadamente un 13%, nosotros mantenemos nuestro volumen de trabajo.

¿Se plantean aumentar su producción?

Estamos dispuestos a colaborar y establecer acuerdos con agricultores que tienen su explotación de ecológicos, estableciendo previamente un precio para evitar especulaciones. Hay productores que llevan el género a almacenes sin ser socios. Precisamente, con ellos son con los que nos interesa establecer relaciones comerciales. Contamos con un nicho de demanda importante y con expectativas de aumentar progresivamente. Quizá, lo ideal sería ampliar nuestra producción propia, pero actualmente, se presenta complicado. Nuestra prioridad es optimi-

zar los gastos buscando la rentabilidad y diversificar nuestra oferta.

¿Son muchos sus clientes?

Mantenemos una cartera importante de clientes. Preferimos que nuestro volumen comercializado no supere el 15% con un solo cliente. Trabajar con excesiva exclusividad es muy arriesgado ya que el mercado en estos momentos es muy volátil y si el cliente tiene un problema financiero o finalizan su distribución con determinados supermercados, se convertiría en un grave problema para nosotros. Buscamos clientes sólidos, financieramente hablando, que nos permitan una estabilidad comercial.

LQA está especializada en la comercialización en varios productos...

Sí, es cierto, somos especialistas en calabacín y berenjena. Nosotros consideramos que la especialización es fundamental (respetando siempre las rotaciones) porque no se puede ser bueno en todo, aunque uno de nuestros planteamientos es caminar hacia la diversificación de nuestra oferta. También contamos entre nuestros productos con espárragos, boniatos, habas y maíz dulce.

¿Qué principios mantienen en la empresa?

En primer lugar la satisfacción del cliente. Creemos que las relaciones comerciales deben cambiar y fomentar la colaboración entre proveedores y clientes. En LQA es prioritario ser honestos, profesionales y cumplir con nuestros compromisos. Los valores de siempre son los que finalmente te facilitan el éxito empresarial.



“Our priority is to fulfill our agreements, to work professionally and to be honest”

LQA is a production and exportation company for organic products from El Ejido, for the last three years they distribute vegetables to the rest of Europe, mainly courgettes. Great Britain is the keymarket, where the company sent to most of their products in supermarket's crates. In other countries like France, they developed their own brand. LQA also distributes to Holland, Germany and to the own national market. Other targets in the future is to arrive to Scandinavian Countries and to the Persian Gulf.

How did you evolve in the last three years?

Since the started we have grown a lot. But in this difficult moment the organic products sales have decreased a 13 per cent, but we are continuing with our work volume.

Are you thinking of increase your production?

We are prepared to collaborate and make agreements with growers which have organic exploitations, establishing the price in the first place. Some growers that don't have a membership bring their products to warehouses anyway. We want to establish trade relations with them, get them to become partners. We have an important demand and the expectative to increase constantly but to increase our production is very difficult right now. Our priority is to optimise the costs chasing rentability and to diversify our offer.

Do you have many customers?

We have an important customer pool, but we prefer that the sales volume stays around a 15 per cent for each customer, not more because that would be too risky, especially in this moment, where the market is volatile, if a customers have a economic problem or finish their market distribution, it will be a great problem for us. We look for solid customers to allow us to market products with stability.

LQA is specialized in the distribution of different products....

We are specialist in courgette and aubergine. The specialization is very important, because we can't be perfect in everything we do. We are going to diversify the offer. We have other products as sweet potatoes, asparagus, beans and sweet corn.

What are the company targets?

In first place to satisfy the customer needs. The market relations and the collaboration between providers and customers have to change, we are aware of that. At LQA our priority is to fulfill our agreements and being professional and honest. These values always guarantee the business success.

29

“Unsere Priorität ist aufrichtig, professionell zu sein und unsere Kompromisse einzuhalten”

LQA ist ein Unternehmen aus El Ejido welches ökologische Produkte sowohl herstellt als auch exportiert. Seit drei Jahren vertreibt diese Firma Gemüse, hauptsächlich Zucchini, in ganz Europa. Der wichtigste Absatzmarkt ist England, wo das Produkt unverpackt in den eigenen Kisten der Kunden geliefert wird. In anderen Ländern, besonders in Frankreich, hat man die eigene Marke entwickelt. Sonst werden die Produkte auch in Länder vermarktet wie Holland, Deutschland und dem eigenen Markt in Spanien. Als Ziel für die Zukunft hat man sich Skandinavien und die Länder am Persischen Golf gesetzt.

-Wie haben Sie sich in den letzten drei Jahren entwickelt?

-Wie sind sehr gewachsen seit dem wir vor drei Jahren begonnen haben. In diesen schwierigen Zeiten, in denen die Nachfrage nach ökologischen Produkten mit 13% stark nachgelassen haben, haben wir uns gehalten.

-Haben Sie vor die Produktion zu erhöhen?

-Wir sind bereit mitzuarbeiten die Vereinbarungen mit den Landwirten die ökologisch anbauen zu treffen, die Preise im Voraus

festzulegen um die Spekulation zu vermeiden. Es gibt Erzeuger, die ihre Produkte zu Lagerhallen bringen ohne Mitglieder zu sein. Besonders mit diesen Erzeugern sind wir interessiert eine Handelsvereinbarung zu treffen. Gerade hier gibt es eine bedeutende Nische in der Nachfrage und hier besteht auch die grösste Perspektive die Produktion zu erhöhen. Vielleicht wäre es ideal unsere eigene Produktion zu erweitern, aber heutzutage ist das sehr kompliziert. Unsere Priorität ist es die Kosten zu optimieren und unser Angebot zu diversifizieren.

- Haben Sie viele Kunden?

-Wir haben ein grossen Kundenbestand. Wir ziehen es vor, dass unser Verkaufsvolumen beim einzelnen Kunden nicht 15% übertrifft. Eine zu grosse Exklusivität ist sehr riskant, da der Markt zur Zeit sehr wechselhaft ist und wenn dieser Kunde dann in finanzielle Schwierigkeiten kommt oder den Vertrieb mit bestimmten Supermarktketten beendet, wäre dies ein grosses Problem für uns. Wir suchen finanziell solide Kunden die uns eine Handelsstabilität bieten können.

-LQA hat sich auf den Vertrieb verschiedener Produkte spezialisiert...

-Ja, das ist richtig. Wir sind Spezialisten für Zucchini und Auberginen. Wir finden, dass Spezialisierung unabdingbar ist (unter Berücksichtigung der Rotationen) weil man nicht in jedem Bereich gut sein kann, aber eine unserer Absichten ist weiterhin die Diversifizierung von unserem Angebot. Unter unseren Produkten haben wir auch Spargel, Süsskartoffeln, dicke

Bohnen und Mais.

-Welche Leitmotive hat das Unternehmen?

-Als wichtigstes die Kundenzufriedenheit. Wir glauben, dass Geschäftsbeziehungen sich ändern müssen und das Zusammenspiel zwischen Hersteller und Verbraucher gefördert werden sollte. Bei LQA ist oberste Priorität Aufrichtig, Professionell zu sein und immer unsere Kompromisse einzuhalten. Die traditionellen Werte sind die, die letztendlich den Erfolg bringen.



Un gran centro de negocios



30

A acudir a Fruit Logística significa multiplicar de forma exponencial las oportunidades de negocio de cualquiera de las empresas participantes, ya que son muchos los responsables de compañías que se acercan hasta el recinto ferial y, quizás lo que es más importante aún, lo hacen procedentes de casi cualquier parte del mundo. En este sentido, ya en 2008, según la organización del evento, acudieron a la cita visitantes llegados de 125 países de todo el mundo, la mayoría de ellos, de cualquiera de los miembros de la Unión Europea (UE). De hecho, los visitantes comunitarios representaron el 69'5 por ciento del total, mientras que el 30'5 por ciento restante llegaron desde puntos geográficos tan dispares como pueden ser los países del Este de Europa (2'8 por ciento), Sudamérica (6'5 por ciento) u Oceanía (1'4 por ciento). Pero eso no es todo, sino que la feria también contó con la visita de empresarios de los dos continentes restantes. Así, un 4 por ciento de los participantes llegaron desde África, mientras que un 1'8 por ciento lo hicieron desde los países del Este asiático. De este modo, queda más que claro el alcance del evento y, por tanto, las posibilidades de negocio que abre.

Con este alto grado de participación de empresarios de cualquier punto del planeta, no es de extrañar que el 88 por ciento de los expositores calificaran de positiva su participación en el evento, ya que los resultados de negocio obtenidos también lo fueron. Y es que todas estas personas llegaron a Fruit Logística con unos objetivos muy claros que, en la mayor parte de los casos, alcanzaron. En este sentido, la Encuesta de Expositores realizada tras la edición 2008 del evento puso de manifiesto que los fines con los que acudieron al evento la mayoría de los participantes fueron, por este orden, presentar a sus respectivas empresas (84'3 por ciento), conseguir nuevos clientes (81'5 por ciento) y afianzar las relaciones comerciales ya existentes (80'4 por ciento). En todos y cada uno de estos casos, el grado de satisfacción de los empresarios al concluir el evento fue más que positivo, superando, en todos los casos, el 85

por ciento. Muestra de ello es la actividad que aconteció durante el evento. Todas estas cifras corroboran que acudir a Fruit Logística es algo casi obligado si se quiere cerrar un buen acuerdo o, en su caso, poder intercambiar impresiones con los clientes. La enorme participación y la diversidad de orígenes de los visitantes son, desde luego, los factores claves para que nada pueda fallar y, al final de la feria, sean cientos los acuerdos comerciales firmados.

A great business center

To be part of FruitLogística is very important for the participant companies, it suppose to increase business opportunities, because many people in charge at their companies of all over the world are represented here. The event organization showed that in 2008 arrived 125 visitors from different countries of the world, most of came from the European Union. The visitors from the EU represented an 69,5 per cent, so the other 30,5 per cent arrived from other places such as South America (6,5 per cent), Africa (4 per cent), Eastern Europe (2,8 per cent). But also from other parts of the globe, from very distant places like Oceania (1,4 per cent) or Eastern Asia (1,8 per cent). All this figures show that FruitLogística is a great opportunity to make business.

An 88 per cent of the exhibitors described their experience it as positive and very important, because their business results afterwards were very good too. Everybody arrived with clear defined targets to FruitLogística, which in most cases were achieved. The participant objectives were: To present their companies (84,3 per cent), to get new customers (81,5 per cent) and to consolidate the existing marketing relations (80,4 per cent). The businessman satisfaction grade was very positive, around an 85 per cent. This information was published by an exhibitor's survey conducted during the 2008 edition.

This numbers showed that going to FruitLogística is very important to close agreements or exchange impressions with the customers. Thanks to the enormous participation and visitors from different origins, hundreds of marketing agreements were signed at the event.

Ein grosses Geschäftstreffen

Zur Fruit Logística zu gehen bedeutet exponentiell die Geschäftsmöglichkeiten jeglicher Art von Unternehmen zu vermehren, da sich eine Vielzahl von Firmenvertreter hier befinden und, vor allem, weil diese von überall auf der Welt nach Berlin kommen. In diesem Sinne, nach Angaben der Veranstalter kamen im Jahr 2008 Vertreter aus 125 Ländern, die meisten aus den EU-Staaten. Die EU-Vertreter repräsentierten 69,5% aller Teilnehmer, während die restlichen 30,5% aus den verschiedensten Teilen der Welt wie Osteuropa (2,8%), Südamerika (6,5%) oder Afrika (4%) kamen. Aber auch von den übrigen Kontinenten der Welt waren Vertreter anwesend wie, zum Beispiel, aus Ozeanien (1,4%) und aus

Ostasien (1,8%). Mit diesen Daten wird die Reichweite des Events begreiflich und auch die Geschäftsmöglichkeiten die sich hier anbieten.

Bei diesen hohen Teilnehmerzahlen aus aller Welt ist es nicht Verwunderlich das 88% der Anwesenden ihre Teilnahme an diesem Event als positiv empfanden, da ihre Geschäftsergebnisse ebenfalls positiv waren. All diese Personen kamen zur Fruit Logística mit klar gesetzten Zielen, die sich in den meisten Fällen auch verwirklicht haben. Darauf bezogen, hat die Umfrage unter den Ausstellern die 2008 durchgeführt wurde klargestellt, dass die Absichten des Besuches nach ihrer Wichtigkeit folgende waren: Das eigene Unternehmen

vorzustellen (84,3%), neue Kunden zu gewinnen (81,5%) sowie die Festigung der bestehenden Geschäftsbeziehungen (80,4%). In allen Fällen, war der Zufriedenheitsgrad der Unternehmer am Ende der Messe, mit Werten von über 85%, als durchaus positiv einzustufen.

All diese Zahlen belegen, dass die Teilnahme an der Fruit Logística fast eine Pflicht ist wenn man gute Geschäfte machen möchte oder Meinungen mit den Kunden austauschen will. Die hohe Teilnehmerzahl und die unterschiedliche Herkunft der Teilnehmer sind eine Garantie dafür dass nichts schief geht, und dafür das am Ende der Messe hunderte von Geschäfte vereinbart worden sind.

Edita: **Comunicación e Información Agraria, S.L.** - Coordinación: José Esteban Ruiz Álvarez. Redacción: Elena Sánchez García, Isabel Fernández González, Rafael Vilegas Alarcón. Fotografía: Archivo Comunicación e Información Agraria, S.L. (CIA). Edición y producción: Verónica Bono Casas.

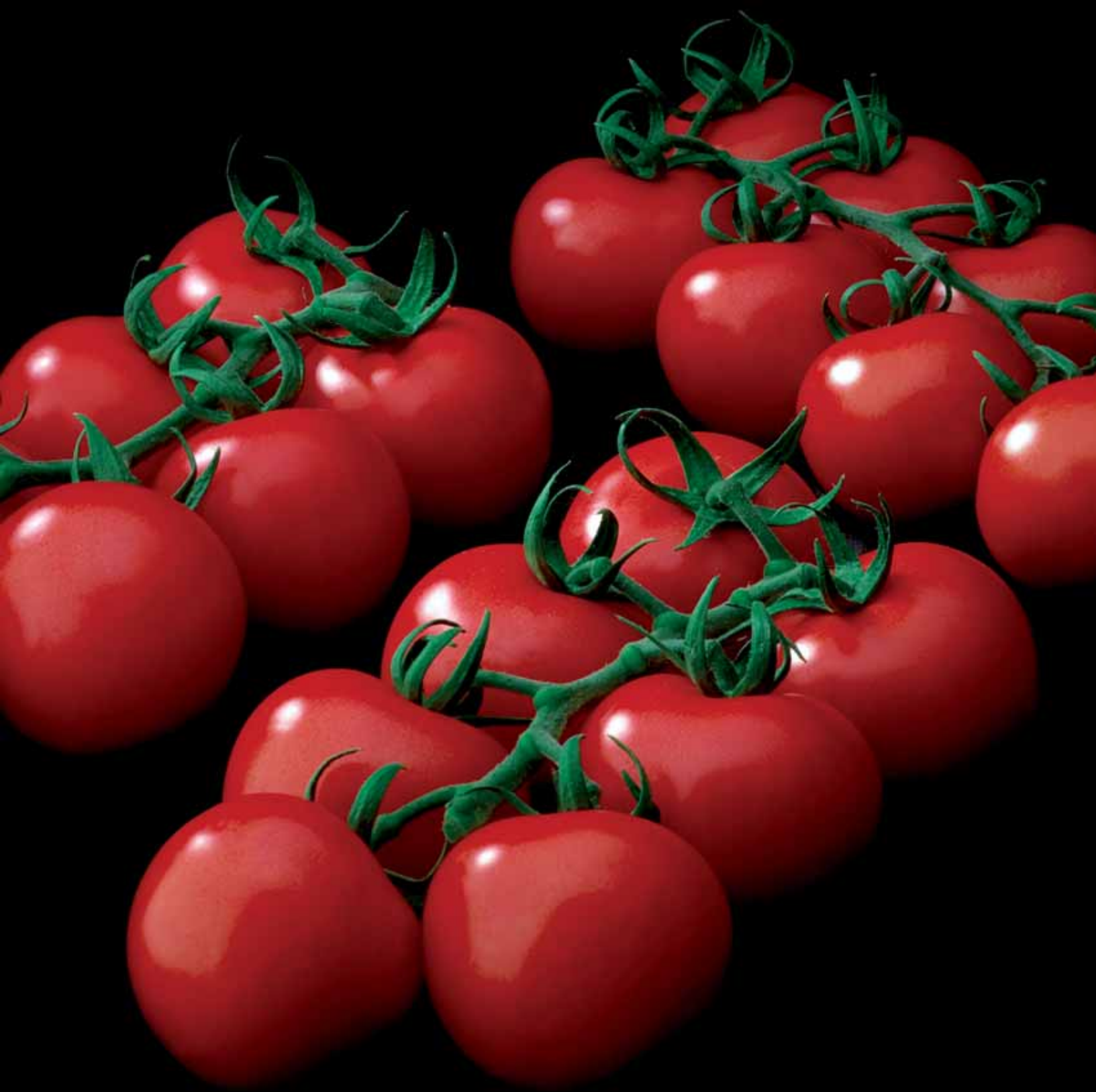
Publicidad: María Noelia Blanco Alchapar, teléfonos 950 57 13 46 y 666 33 52 66. E-mail: publi@fhalmeria.es. Traducción: Dennis Marré Guijarro y Mª Noelia Blanco.

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

Dirección de Redacción: Paseo de Las Lomas, 157 - bajo. 04700 EL EJIDO (Almería). Teléfonos: 950 57 13 46 y 628 08 02 60. Fax: 950 57 21 46

Email: fhalmeria@fhalmeria.com - info@fhalmeria.com - comercial@fhalmeria.com - redactor1@fhalmeria.com - redactor2@fhalmeria.com - redactor3@fhalmeria.com

Portal web: www.fhalmeria.com - www.periodicoagricola.com



AGRUPALMERÍA

El Ejido

ALMERÍA

Cultivamos
la Calidad
con Seguridad.

La agricultura en El Ejido afronta continuamente nuevos retos demandados por los mercados más exigentes del mundo. Hablar de Buenas Prácticas Agrícolas, Control Biológico y Respeto por el medio ambiente, no son una novedad en nuestro campo. Para los Agricultores de El Ejido, la seguridad y el cuidado de los frutos son siempre prioritarios para asegurar la mejor calidad a los consumidores europeos.

Una receta
con mucha
proyección



**A BIGGER
GAZPACHO**

Esta receta elaborada con hortalizas típicamente de nuestra región ha alcanzado fama mundial por su rico sabor y aporte nutricional.



Ayuntamiento de

El Ejido

Area de Agricultura y Medio Ambiente