

# FRUIT LOGISTICA

valencia  
**fruits**  
Suplementos  
Enero 2023



SEE B LESS

tango   
FRUIT





Para Mangelberger, uno de los objetivos de la feria es proporcionar a la industria información actualizada y ofrecer una plataforma con las últimas innovaciones. / FL

KAI MANGELBERGER / Director de Fruit Logistica

# “Fruit Logistica 2023 será muy internacional y cubrirá toda la cadena de valor”

*Fruit Logistica 2023 recupera sus fechas habituales tras los problemas ocasionados por la pandemia y celebra una edición en la que se esperan más de 2.500 expositores procedentes de 93 países. El carácter internacional de la cita está garantizado y, además, como afirma Kai Mangelberger, esta edición reunirá a todos los eslabones del sector de las frutas y hortalizas frescas, desde los productores hasta los actores clave más importantes de la industria. Respecto a la participación española, el director de la feria señala que “en espacio expositivo superará incluso ligeramente el nivel previo a la pandemia. Con ello, España vuelve a subrayar su posición como uno de los principales países exportadores”.*

► ÓSCAR ORZANCO. REDACCIÓN.  
Valencia Fruits. ¿Qué perspectivas y cifras manejan para esta edición de Fruit Logistica a escasas semanas para su celebración?

**KM.** Esperamos más de 2.500 expositores de 93 países. Fruit Logistica 2023 no solo será muy internacional, sino que también cubrirá toda la cadena de valor de las frutas y hortalizas frescas en 27 pabellones, desde el productor hasta el punto de venta, y reunirá a los actores clave más importantes de la industria. La venta de entradas está funcionando muy bien. Las entradas para esta edición de la feria, que se celebra en Berlín del 8 al 10 de febrero, solo se pueden comprar por adelantado a través de la taquilla online.

**VF.** ¿Cómo está respondiendo el sector ante la vuelta a las fechas habituales de celebración de la feria?

**KM.** La cita de abril fue una solución especial y, afortunadamente, el tiempo de las soluciones especiales ha terminado. Fruit Logistica ha vuelto a su fecha original del mes de febrero, una fecha ideal para la industria. Asia Fruit Logistica, que tendrá lugar del 6 al 8 de septiembre de 2023, también volverá a su fecha original de septiembre y a su sede habitual en Hong Kong.

**VF.** ¿Qué peso va a tener el sector hortofrutícola español en la celebración de la presente edición de Fruit Logistica?



Fruit Logistica ha vuelto a su fecha original de febrero, una fecha ideal para la industria hortofrutícola. / RAQUEL FUERTES

**KM.** Estamos muy contentos de que la participación española en términos de espacio expositivo supere incluso ligeramente el nivel previo a la pandemia. Con ello, España vuelve a subrayar su posición como uno de los principales países exportadores. España es una de las tres principales naciones comercializadoras de frutas en Fruit Logistica. Esperamos alrededor de 270 expositores españoles ocupando más de 11.000 metros cuadrados de espacio en cuatro pabellones. Asimismo, habrá otros expositores españoles en los distintos segmentos temáticos.

La nominación de una empresa española al premio a la innovación, Fruit Logistica In-

**“Esperamos más de 2.500 expositores de 93 países. Fruit Logistica 2023 no solo será muy internacional, sino que también cubrirá toda la cadena de valor de las frutas y hortalizas frescas en 27 pabellones, desde el productor hasta el punto de venta”**

novation Award, demuestra que España también tiene productos innovadores que ofrecer.

**VF.** ¿Qué novedades más destacadas van a encontrar los expositores y visitantes que acudan a Fruit Logistica 2023?

**KM.** Estoy expectante por conocer quién se llevará este año a casa el premio dedicado a la innovación, Fruit Logistica

Innovation Award. Un total de diez de los productos, servicios y soluciones técnicas más innovadores lanzados al mercado durante el pasado año compiten por el premio y el reconocimiento más codiciado de la industria de productos frescos.

En el pabellón 3.1, empresas innovadoras del sector de la Agricultura Inteligente Smart

**“La participación española en términos de espacio expositivo superará ligeramente el nivel previo a la pandemia. Con ello, España vuelve a subrayar su posición como uno de los principales países exportadores”**

**“En Fruit Logistica queremos ser el lugar donde la industria del comercio mundial de frutas y hortalizas no solo se reúna bajo un mismo techo, sino que también avance unida. Porque las crisis solo se superan juntos”**

Agri presentarán una gama de soluciones digitales. Estas incluyen cosechadoras robóticas mejoradas por inteligencia artificial, drones de pulverización de precisión, conceptos de riego avanzados y vehículos de campo autónomos.

El 10 de febrero, bajo el lema “Disrupt Agriculture” el Start-up Day transformará el pabellón 2.1 en el punto focal de las innovaciones pioneras. 20 de las start-ups tecnológicas más innovadoras de todo el mundo presentarán sus productos, proyectos e ideas en el Area Start-up.

**VF.** Se han vivido años complicados por la pandemia y ahora se están sufriendo los efectos de la guerra y la inflación. ¿Qué ánimo detectan en el sector hortofrutícola que acude a Berlín?

**KM.** La guerra está suponiendo un impacto masivo en el comercio mundial de frutas y hortalizas. Las consecuencias de este conflicto bélico y los efectos a largo plazo de la pandemia se acumulan. Los problemas en la cadena de suministro, la inflación de costos, los aplazamientos en el flujo de mercancías y los altos precios de la energía son algunas de las consecuencias.

La industria hortofrutícola está a prueba de crisis y es flexible como ningún otro sector. Nosotros, en Fruit Logistica, queremos propiciar el encuentro entre las personas adecuadas, proporcionar a la industria información actualizada y ofrecer una plataforma para las últimas innovaciones. Queremos ser el lugar donde la industria del comercio mundial de frutas y hortalizas no solo se reúna bajo un mismo techo, sino que también avance unida. Porque las crisis solo se superan juntos.

**VF.** ¿Qué titular le gustaría poder dar al finalizar la feria?

**KM.** Me haría muy feliz que las y los expositores, visitantes profesionales y compradores abandonaran el centro de exposiciones con la certeza de que el corazón del comercio internacional de frutas y hortalizas late en Berlín. Y que anoten la fecha de la próxima Fruit Logistica en el calendario: del 7 al 9 de febrero de 2024.

# MUCHO MÁS QUE PIEL.



Te presentamos **VitaFresh™ Botanicals**.  
Nuestros recubrimientos comestibles  
de origen vegetal que conservan la  
frescura de la fruta.

Elevamos la frescura a un nivel superior. En AgroFresh, nuestros exclusivos recubrimientos crean una membrana "doble piel" que reduce la deshidratación y las pérdidas de peso, conservando la frescura del fruto. Se trata de soluciones innovadoras que alargan la vida útil permitiendo satisfacer las demandas organolépticas de los consumidores. Del mismo modo refleja nuestro compromiso "Champions 12.3" con la reducción del desperdicio y pérdida de alimentos.

Precisamente lo que uno espera de una tecnología agrícola innovadora.  
Eso es confianza. Eso es AgroFresh.

FRIENDS OF  
CHAMPIONS  12.3

[AgroFresh.com](http://AgroFresh.com)

**AgroFresh**

We Grow Confidence

**SILVIA DE JUANES** / Directora de Comunicación de Fruit Logistica para España y representante oficial de Messe Berlín en España

# “La presencia española vuelve a los datos prepandemia”

*La vuelta a la normalidad en las fechas de celebración de Fruit Logistica ha favorecido, según confirma Silvia de Juanes, la participación de expositores españoles. Este año la presencia de empresas procedentes de España vuelve a las cifras alcanzadas en las ediciones anteriores a la pandemia y se sitúa “entre las tres representaciones más numerosas” en la feria. Entre los objetivos que los organizadores se han marcado para esta edición es ofrecer el mejor punto de encuentro para el negocio hortofrutícola. “Además nos consideramos fuente de conocimiento e inspiración para que el sector siga creciendo y adaptándose de la mejor manera posible a los cambios de futuro”, apunta la directora de comunicación.*

► **ÓSCAR ORZANCO. REDACCIÓN.**  
**Valencia Fruits.** ¿Cómo se presenta esta edición de Fruit Logistica a nivel de participación española?

**Silvia de Juanes.** La posición de España a nivel internacional en el sector hortofrutícola es indiscutible y eso también se refleja en la participación en Fruit Logistica. Este año la presencia española vuelve a estar entre las tres más numerosas, estando incluso por delante de la participación alemana, y volviendo a los datos prepandemia. Al igual que Fruit Logistica representa toda la cadena de valor del sector; desde el cultivo hasta el consumidor final, encontramos también empresas españolas en todos nuestros segmentos.

**VF.** ¿La vuelta a la normalidad en las fechas de celebración de la feria ha favorecido la presencia de expositores españoles?

**SdJ.** Desde luego. Todo el mundo relaciona Fruit Logistica con febrero y es una fecha histórica, está marcada en el calendario. El cambio en el año 2022 era necesario, pero la celebración tardía de la edición fue complicada para muchas



De Juanes afirma que el sector hortofrutícola saldrá reforzado de la crisis. / VF

empresas españolas que ya entraban en campaña y que hicieron un gran esfuerzo para gestionar estar casi una semana en Berlín.

**VF.** ¿Qué sectores van ganando presencia en la feria?

**SdJ.** El cambio climático ha producido una aceleración en las necesidades de gestionar el cultivo de una manera mucho

más eficiente. Para ello se recurre al uso, entre otras soluciones, de inteligencia artificial, sensores en el campo, implantación de procesos automatizados (como cosechadoras robóticas), drones de pulverización... soluciones que se han convertido en imprescindibles y de las que vemos mayor presencia en la Fruit Logistica.

**VF.** Se están viviendo años complicados, ¿qué ánimo detectan en el sector hortofrutícola español que acude este año a Berlín?

**SdJ.** El sector hortofrutícola ha demostrado a lo largo de los años una capacidad de adaptación, superación y flexibilidad antes las adversidades como ningún otro. Y de esta, como de todas las crisis, saldrá reforzado.

Los profesionales del sector español tienen muchas necesidades de comunicación e interacción personal puesto que se trata de un negocio basado en la confianza y esta se construye con encuentros personales y de calidad. Eso es lo que van a buscar y lo que encuentran en Fruit Logistica.

En general, el ánimo es muy positivo y esperamos dar la bienvenida a un altísimo número de visitantes españoles. Como siempre la oficina de representación en España está a su disposición para aclarar cualquier tipo de detalle que necesiten para organizar su visita.

**VF.** ¿Qué novedades presenta la feria en esta edición de 2023?

**SdJ.** Tras estos dos años que veremos desplegar la alfombra roja

para las novedades que presenten nuestros expositores, para que el certamen suponga ser su escaparate definitivo. El 10 de febrero, bajo el lema Disrupt Agriculture, el Start-up Day de Fruit Logistica convertirá el pabellón 2.1 en un centro de redes para innovaciones revolucionarias. Veinte de las start-ups tecnológicas más innovadoras de todo el mundo mostrarán sus productos, proyectos e ideas en el Start-up Area. El pabellón 2.1 también alberga el escenario Start-up Stage, donde las empresas de nueva creación y las empresas agrícolas inteligentes presentarán sus ideas comerciales, tecnologías y visiones de futuro en el tercer día de la feria.

**“Queremos ofrecer ser el mejor punto de encuentro para el negocio hortofrutícola”**

Además, animo a conocer a los 10 nominados al FLIA (Premio a la innovación del año), cuyas soluciones estarán expuestas entre el pabellón 20 y 21 a lo largo de toda la feria. Y también merece la pena descubrir las más de 20 novedades mundiales que presentan nuestros expositores en el Spotlight, que ya se puede consultar a través de nuestra web.

**VF.** ¿Qué objetivos se han marcado desde la organización de la feria para esta edición?

**SdJ.** Como feria líder para el comercio mundial de frutas que cubre toda la cadena de distribución de la industria hortofrutícola, desde el productor hasta el punto de venta, queremos ofrecer ser el mejor punto de encuentro para el negocio hortofrutícola. Además nos consideramos fuente de conocimiento e inspiración para que el sector siga creciendo y adaptándose de la mejor manera posible a los cambios de futuro.

# STAY COOL AND RELAX



[msc.com/fruit](https://msc.com/fruit)

Con MSC puedes llegar a cualquier mercado del mundo. Gracias a décadas de experiencia, podemos cuidar de tu mercancía 24/7, ya sea en puertos, mares, camiones o trenes.

**Visítanos en Fruit Logistica | Hall 25 / Stand B-03, 8-10 de febrero 2023**

**MOVING THE WORLD, TOGETHER.**





# Nos vemos en Berlin Fruit Logistica Hall 8.2 Stand A-80

- Para conocer nuestros últimos desarrollos y descubrir las últimas soluciones en postcosecha, te esperamos en nuestro stand.
- Te invitamos a nuestro evento “Vinos Mediterráneos” todas las tardes a partir de las 16h en nuestro stand.

**FRUIT  
LOGISTICA**

8|9|10 FEBRERO 2023, BERLÍN



Villa de Madrid 54, P.I. Fuente del Jarro  
46988, Paterna - Valencia, España

T: +34 961 344 011  
E: [info@deccoiberica.es](mailto:info@deccoiberica.es)

[deccoiberica.es](https://deccoiberica.es)



Esta feria es un encuentro profesional imprescindible para las firmas valencianas hortofrutícolas que cuenta además con el apoyo incondicional de la Generalitat./ RF

# Vuelve la Comunitat con 'Molt de Gust'

Más de 50 empresas valencianas presentarán su catálogo en Berlín

► A CAMPOS - R FUERTES. REDACCIÓN. La Comunitat Valenciana estará presente en la 30 edición de Fruit Logística. Un año más en el espacio habitual del pabellón 11.2 y bajo el paraguas de la marca de calidad 'Molt de Gust' serán 18 las empresas que expondrán sus productos en Berlín en este espacio gestionado por la Conselleria de Agricultura. Además, otras 34 empresas valencianas participarán este año en la feria berlinesa, sumando 52, una cifra similar a la registrada en 2022, primera cita postpandemia, aunque en esa ocasión se celebró en abril, fecha diferente a la habitual.

Así, en 2022 no fueron pocas las empresas valencianas que optaron por no participar como expositores sino como visitantes porque el cambio al mes de abril no encajaba con las fechas de las principales campañas productoras. Tras la experiencia y dado que el sector valenciano cada vez está más cómodo y satisfecho



Ximo Puig junto al embajador de España en Alemania en la edición de 2022. / ÓO

con la propuesta ferial de Fruit Attraction, este año algunas empresas y asociaciones han optado por convertirse en visitantes en lugar de ser expositores. En cualquier caso, todo el sector

valenciano sabe que, de una u otra manera, hay que estar en Berlín porque la importancia de esta cita como punto de encuentro del sector a nivel mundial la hace ineludible.

**Todo el sector hortofrutícola valenciano sabe que, de una u otra manera, hay que estar en Berlín**

Además de productores y exportadores, numerosas empresas valencianas de la industria auxiliar (fitosanitarios, maquinaria, logística...) acudirán un año más a este encuentro profesional de primera magnitud.

#### ■ APOYO INSTITUCIONAL

Un año más el presidente de la Generalitat, Ximo Puig, encabezará la delegación valenciana para apoyar al sector hortofrutícola valenciano. Junto con el presidente, la consellera de Agricultura, Desarrollo Rural, Emergencia Climática y Transición Ecológica, Isaura Navarro, el se-

cretario autonómico de Agricultura y Desarrollo Rural, Roger Llanes, y el director general de Desarrollo Rural, David Torres, mostrarán en Berlín su apoyo al sector hortofrutícola valenciano.

El president Puig destaca en sus intervenciones habituales el importante papel que desempeña la agricultura en la economía e idiosincrasia valencianas y cada año hace patente su apoyo al sector en la visita a Fruit Logística que este año se espera para el día de la inauguración, el próximo 8 de febrero. Precisamente, en su comparecencia ante los medios el 26 de enero, coincidiendo con la visita a Valencia del ministro Planas, el president hizo hincapié en la importancia de mantener "la soberanía alimentaria" en momentos geopolíticos tan complejos como el que ha generado "la guerra de Putin", el president añadió que "se revaloriza el papel de los agricultores y de los regantes" en situaciones como la actual.

La consellera de Agricultura, quien visitará por primera vez Fruit Logística, destaca que en "la Conselleria destinamos una fuerte inversión económica en este tipo de ferias para dar a conocer la calidad de los productos valencianos a nivel internacional. De esta manera apoyamos a las empresas valencianas para consolidarse en mercados europeos y tener oportunidades para abrir nuevos negocios".

Por su parte, el secretario autonómico de Agricultura, Roger Llanes, señala que "la Generalitat va a estar un año más respaldando al sector hortofrutícola valenciano en la feria sectorial de mayor magnitud de Europa. Se trata de una cita ineludible que, tras la pandemia, recupera plenamente la normalidad en la edición de este año, tanto en lo que a fechas habituales de celebración se refiere como en expectativa de expositores y visitantes. Se trata, por tanto, de un encuentro profesional imprescindible para las firmas valencianas hortofrutícolas y desde el Consell vamos a seguir poniendo todos los medios a nuestro alcance para seguir potenciando los buenos resultados de las empresas exportadoras y una remuneración justa para los productores".

## Molt de Gust

En palabras de David Torres, director General de Desarrollo Rural, "mantenemos un año más nuestro compromiso con la con la promoción de los productos valencianos. No podíamos fallar en la feria líder de producto fresco de frutas y hortalizas", una promoción que se encuadra dentro de la marca de calidad Molt de Gust. De las 18 empresas del stand de 'Molt de Gust', 16 son empresas productoras del sector de las frutas y hortalizas, y otras dos son Consejos Reguladores de Denominación de Origen, en concreto, de la IGP Cítricos Valencianos y del Kaki de la Ribera del Xúquer. Este año, el stand contará con 405 metros cuadrados, los mismos que el año anterior. Es la superficie máxima de la que puede disponer en el pabellón 11.2 que ocupa habitualmente la Comunitat en Fruit Logística desde el año 2018.

Según señala Isaura Navarro, "la marca Molt de Gust contempla todo el buen hacer de nuestro sector agroalimentario, tanto por calidad y excelencia como por proximidad y sostenibilidad. Por eso estaremos también pronto en Bruselas para presentar la gran calidad y variedad que atesora nuestra agroalimentación y así contribuir a internacionalizar esta marca que aglutina los mejores productos".

Este espacio no es de uso exclusivo para expositores, sino que hay habilitados espacios comunes "donde cualquier empresa valenciana que quiera visitar la feria y que no disponga de stand puede tener reuniones



de trabajo y también ofrecemos por servicios de traducción y acompañamiento", afirma Torres.

A pocos días de la celebración de la feria, desde el área de promoción de la Generalitat afirmaban que "se está viendo una tendencia al alza en el número de visitantes y prospectivos clientes para las empresas. Después de años complicados como consecuencia de la pandemia, es una evidencia que la participación se ha incrementado, lo que ha dado como resultado muchos más contactos con posibles compradores y más posibilidades de negocio". Las mismas fuentes explican que "el feedback que recibimos de las empre-

sas de la última feria fue similar a la que recibidos de Fruit Attraction el pasado octubre en Madrid" ya que "señalaba un alto grado de satisfacción, en especial por la gran afluencia de público y los contactos realizados que a la larga se pueden traducir en clientes".

Y es que en Fruit Logística se persigue el mismo objetivo que en las demás ferias agroalimentarias en las que participa 'Molt de Gust': "apoyar al productor valenciano para que pueda dar a conocer sus excelentes productos al mundo, de modo que se amplíen sus posibilidades de negocio, intensifique su internacionalización y maximice su crecimiento". ■

# La unión hace la fruta

Together is better



## LISTADO DE ASOCIADOS

### AGRONATURA FRUITS, S.L.

46230 · ALGINET  
Tlf. 615.12.07.80  
**e-mail:** agronaturafruits@gmail.com

### FRUTAS ÁNGELA

46240 · CARLET  
Tlf. 669.19.39.07  
**e-mail:** salvador@frutasangela.es

### ARANTRADE, S.L.

21650 · CIEZA  
Tlf. 96.876.51.25  
**e-mail:** arantrade@hotmail.com

### BLASCO FRUIT, S.L.

12400 · SEGORBE  
Móvil. 609.05.43.12  
**e-mail:** joseluis@blasco-fruit.com

### BOSKAKI, S.L.

46840 · LA POBLA DEL DUC  
Tlf. 96.225.00.88  
**e-mail:** info@boskakisl.com

### CITRICS CARLET, S.L.

46240 · CARLET  
Tlf. 96.253.20.33  
**e-mail:** comercial@citricscarlet.com

### DISPLAFRUIT, S.A.

46230 · ALGINET  
Tlf. 96.367.36.02  
**e-mail:** info@displafruit.com

### E. PONS GASCON, S.L.

46760 · TAVERNES DE LA VALLDIGNA  
Tlf. 648.63.44.53  
**e-mail:** e.pons\_gascon@yahoo.es

### FERMONDUC, S.A.

46840 · LA POBLA DEL DUC  
Tlf. 96.225.00.45  
**e-mail:** info@fermonduduc.com

### FRANCISCO MAGRANER AÑO, S.L.

46440 · ALMUSSAFES  
Tlf. 96.122.61.70  
**e-mail:** javiermagraner@iberdur.com

### FRUITES TOT L'ANY, S.L.

46600 · ALZIRA  
Tlf. 96.241.76.63  
**e-mail:** bernardo@fruitestotlany.es

### FRUTA DE AUTOR, S.L.

46800 · XÀTIVA  
Tlf. 615.10.43.44  
**e-mail:** comercial@frutadeautor.com

### FRUTAS ALEJANDRO, S.L.

46800 · XÀTIVA  
Tlf. 607.31.33.27  
**e-mail:** frutaspabel@frutaspabel.com

### FRUTAS CHESCO MARTÍNEZ, S.L.U.

12489 · SOT DE FERRER  
Tlf. 646.43.05.75  
**e-mail:** chescmartinez@hotmail.com

### FRUTAS ESTHER, S.A.

30550 · ABARAN  
Tlf. 96.877.00.00  
**e-mail:** com@frutasesther.es

### FRUTAS HERNARA, S.L.

46293 · BENEIXIDA  
Tlf. 96.258.00.57  
**e-mail:** comercial@frutashernara.es

### FRUTAS INMA, S.L.

46291 · BENIMODO  
Tlf. 96.253.14.71  
**e-mail:** pedidos@frutasinma.com

### FRUTAS MONTIFRUT, S.L.

46842 · MONTICHELVO  
Tlf. 616.96.43.12  
**e-mail:** frutasmontifrut@hotmail.com

### FRUTAS PASCUAL, S.L.

46841 · CASTELLÓ DE RUGAT  
Tlf. 96.281.36.22  
**e-mail:** frutaspascual@frutaspascual.com

### FRUTAS RANA, S.L.

46841 · RUGAT  
Tlf. 96.281.34.51  
**e-mail:** rana@gruporana.es

### FRUTAS ROSMI, S.L.

46667 · BARXETA  
Tlf. 96.222.82.17  
**e-mail:** frutasrosmi@telefonica.net

### FRUTAS SAMBA, S.L.

46812 · AIELO DE MALFERIT  
Tlf. 96.236.01.34  
**e-mail:** frutasamba@gmail.com

### FRUTAS VITORE, S.L.

46136 · MUSEROS  
Tlf. 96.142.10.09  
**e-mail:** frutasvitore@gmail.com

### GREEN FRUIT, S.L.

46013 · VALENCIA  
Tlf. 96.124.10.42  
**e-mail:** greenfruit@greenfruit.es

### HATO VERDE SAT 9972

46230 · ALGINET  
Tlf. 96.175.42.72  
**e-mail:** vicent@sathatoverde.com

### HNOS. LLOPIS SAT 15 CV

12591 · LA LLOSA  
Tlf. 96.262.31.87  
**e-mail:** info@hermanosllopis.es

### HUERTO LAS PARRAS SAT 47 CV

46100 · ENOVA  
Tlf. 96.297.92.57  
**e-mail:** pascual.prats@huertolasparras.com

### LA ESPESA SAT 189 ARA

22530 · ZADIN  
Tlf. 97.447.84.38  
**e-mail:** laespesa@frutaslaespesa.com

### LA VEGA DE CIEZA SCA

30530 · CIEZA  
Tlf. 96.845.57.79  
**e-mail:** vegacieza@vegacieza.com

### LUSIA FRUIT, S.L.

46200 · PAIORTA  
Tlf. 96.224.62.50  
**e-mail:** lusiafruit@lusiafruit.com

### MADREMIA, S.L.

46650 · CANALS  
Tlf. 96.224.11.76  
**e-mail:** e.madremia@gmail.com

### MARCOS MARCO SILVESTRE

46130 · MASSAMAGRELL  
Tlf. 607.11.67.19  
**e-mail:** gestion@melaniafruits.com

### MARTÍ FRUIT, S.L.

46837 · QUATRETONDA  
Tlf. 96.226.47.91  
**e-mail:** martifruit@martifruit.es

### MICOFRUIT IS LIFE, S.L.

46891 · EL PALOMAR  
Tlf. 650.84.77.45  
**e-mail:** ernesto.micofruit@gmail.com

### MONTESA INTEGRAL AGRÍCOLA SAT 1001

46814 · LA GRANJA DE LA COSTERA  
Tlf. 96.225.44.11  
**e-mail:** jamarti@morondo.com

### ONUBAFRUIT S. COOP. AND

21001 · HUELVA  
Tlf. 95.954.08.44  
**e-mail:** onubafruit@onubafruit.com

### PIPA'S FRUIT ALGINET, S.L.

46230 · ALGINET  
Tlf. 635.50.62.54  
**e-mail:** pipasfruitalginet@outlook.es

### RIBER MAGFRUITS, S.L.

46250 · L'ALCUDIA  
Tlf. 667.33.90.66  
**e-mail:** ribermagfruits@ribermagfruits.com

### RICAFRUT LLUTXENT, S.L.

46838 · LLUTXENT  
Tlf. 96.292.30.11  
**e-mail:** ricafрут@hotmail.com

### SANLLO EXPORT, S.L.

46816 · ROTGLÀ i CORBERÀ  
Tlf. 96.131.72.06  
**e-mail:** info@sanlloexport.com

### THE NATURAL FRUIT COMPANY

46612 · CORBERA  
Tlf. 96.004.66.45  
**e-mail:** joan.mico@thenaturalfruit.com

### THE NATURAL HAND, S.L.

46470 · ALBAL  
Tlf. 96.004.63.20  
**e-mail:** info@thenaturalhand.com

### VERCOM SAT 7075

46791 · BENIFAIRO DE LA VALLDIGNA  
Tlf. 96.281.04.76  
**e-mail:** oscarvercher@bollo.es

### YACUFRUT, S.L.

46830 · BENIGANIM  
Tlf. 96.292.01.07  
**e-mail:** yacufrut@hotmail.com



V2022.09.12

# Productores y exportadores murcianos responden a la demanda hortofrutícola

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La Región de Murcia volverá a ocupar una de las posiciones más extensas y con mayor visibilidad de Fruit Logística. En el pabellón 18, con más de 500 m<sup>2</sup>, las empresas murcianas expondrán su oferta de productos y servicios para dar respuesta a la demanda de vegetales frescos de primera calidad y con máxima seguridad alimentaria. La conocida como “huerta de Europa” no defraudará en Berlín y decenas de empresas representarán al agro y la industria auxiliar de la Región en una de las zonas con mayor tránsito de la feria, aunque otras empresas murcianas también ocuparán otros lugares estratégicos en diferentes pabellones.

■ PROEXPORT

La Asociación de Productores-Exportadores de Frutas y Hortalizas de la Región de Murcia (Proexport), y sus empresas asociadas, no faltarán a su cita con Fruit Logística. Según Fernando P. Gómez, director general de la entidad, “nuestro objetivo este año es reforzar la cuota de mercado que la agricultura de la Región de Murcia y el sureste español tiene en Europa, al tiempo que ampliar las ventas a otros mercados fuera del continente”.

Mariano Zapata, presidente de Proexport, estará al frente de la delegación empresarial que



La Región de Murcia estará un año más en el Hall 18. / RAQUEL FUERTES

expone en la feria. La mayoría de expositores de la asociación se encuentran ubicados en el espacio que tiene la Región de Murcia en el pabellón 18. Tanto ellos, como quienes acuden como visitantes, desplazan a la feria sus equipos comerciales y directivos, a fin de mantener reuniones y negociaciones directas con los clientes.

**El objetivo de las empresas murcianas en Berlín es reforzar la cuota de mercado en Europa y ampliar las ventas a otros destinos fuera del continente**

Según explica Fernando P. Gómez, “supermercados, mayoristas, importadores y procesadores de alimentos nos han trasladado

su preocupación con respecto a posibles tensiones en la cadena logística y de aprovisionamiento en frutas y hortalizas”. Además,

añade que “por nuestra parte, enfrentamos la dificultad de producir soportando los crecientes costes, que se han acelerado con la guerra de Ucrania. Fruit Logística se presenta como una oportunidad para el diálogo, acercar posiciones y acordar estrategias que permitan responder a las demandas del consumidor de frutas y hortalizas, en un momento de elevada inflación en toda Europa”.

En esta feria, las agendas de las empresas asociadas a Proexport están repletas de reuniones y sus esfuerzos se van a centrar en consolidar la confianza de aquellos con los que llevan trabajando décadas; pero también, en ampliar ventas a mercados en Asia, Canadá y África, en los que hay oportunidad para crecer.

La delegación empresarial presente estará compuesta por: Agrícola Santa Eulalia SL; Agri-demur Marketing SL; Agromontes Fresh Group SL; Agrodolores El Mirador; S.L., Campo de Lorca SCL; Difrusa Export SA; Fruca Marketing SL; Fruveg Sdad Coop; Grupo Hortofrutícola Paloma SA; G'S España Holdings SL; Hortofortini España SLU; Kettle Produce España SL; Looije Águilas SL; Mercagrís SA; SAT 9359 Bonnysa; Sol y Tierra Campo de Cartagena SL; y Surinver El Grupo Sdad Coop.

En la campaña 2021/2022 las empresas hortícolas de Murcia exportaron 2,5 millones de toneladas de frutas y hortalizas por valor de más de 3.000 millones de euros. Del total, 730.000 toneladas fueron destinadas a Alemania. Fernando P. Gómez afirma que “agricultores, empresas y cooperativas de la Región de Murcia producen alimentos saludables que llegan a la mesa de millones de familias en toda Europa y, pronto, esperamos que sean muchas más, en otras zonas del mundo”.

► ALBA CAMPOS. REDACCIÓN.

Extremadura estará presente en la 30 edición de Fruit Logística con una superficie aproximada de 16 metros cuadrados para cada co-expositor en el stand agrupado de Extremadura Avante Servicios Avanzados a Pymes, SLU, un grupo de empresas públicas de la Junta de Extremadura.

La Consejería de Economía, Ciencia y Agenda Digital a través de Extremadura Avante presentó una convocatoria de ayudas para la feria de Fruit Logística que se podían solicitar desde el 23 hasta el 30 de septiembre de 2022.

Para esta convocatoria se estableció un máximo de 23 participantes: 19 beneficiarios de los sectores de fruta fresca, hortalizas frescas, frutos secos y fruta desecada; y 4 beneficiarios de los sectores de la aloe vera, las conservas, las especias y hierbas aromáticas, viveros, semillas, productos agroquímicos, tecnologías aplicadas a la agricultura y maquinaria y equipos para agricultura.

El importe máximo de la ayuda por beneficiario que establecía el Decreto 210/2017, de 28 de noviembre publicado en el Diario Oficial de Extremadura era de 10.869,50 euros.

■ MARCA EXTREMADURA

La Junta organiza estas acciones comerciales con el objeto de ayudar en la promoción de productos ‘made in’ Extremadura

## Extremadura de vuelta a la capital alemana

Extremadura Avante presentó una convocatoria de ayudas para 23 participantes en Fruit Logística

en eventos internacionales, posicionando en este caso la actividad y calidad de la producción del agro extremeño, relanzando la marca Extremadura y contribuyendo a mejorar la economía regional.

Fruit Logística da la oportunidad a las empresas extremeñas de conocer las novedades, presentar sus productos agroalimentarios, así como de establecer contactos y relaciones comerciales en la feria líder en el sector de la fruta fresca. En Fruit Logística estarán presentes compañías a nivel mundial, así como pequeños y medianos productores de todo el mundo, cubriendo todo el espectro del sector hortofrutícola.

■ EDICIÓN ANTERIOR

En Fruit Logística 2022 participaron 24 empresas co-expositoras en el espacio agrupado de Extremadura y otras tres, que asistieron a título individual. El stand agrupado de la Junta

ocupó 375 m<sup>2</sup>, del pabellón 18 de ‘Messe Berlin’. Las empresas contaron con una zona de exposición individual dotada de mostrador y zona de reuniones para encuentros comerciales.

**Fruit Logística da la oportunidad, a las empresas extremeñas, de conocer las novedades, presentar sus productos agroalimentarios, así como de establecer contactos y relaciones comerciales**

Durante la primera jornada, la consejera, junto al secretario general de Población y Desarrollo Rural, Manuel Mejías, y el director general de la PAC, Javier Gonzalo, recorrieron los expositores y mostraron el apoyo de la Junta a las empresas agroindustriales extremeñas presentes en el evento.

La importancia del sector hortofrutícola en el conjunto de la economía de la región y

su relevancia mundial, especialmente en la producción y comercialización de la fruta de hueso, hacen imprescindible la participación de la delegación extremeña, que acudió, al igual que sucederá el próximo febrero, con la asesoría de Extremadura Avante, entidad que organiza el expositor agrupado y facilita contactos empresariales durante la feria.

■ EXPORTACIÓN

Extremadura exportó 57.163 toneladas de frutas y hortalizas frescas en el primer semestre de 2022 por un valor de 97,5 millones de euros.

La exportación de frutas frescas es mayoritaria en Extremadura, situándose en el primer semestre del año en 37.807 toneladas, por un valor de 76,3 millones de euros.

La nectarina es la fruta más exportada en el periodo analizado con 13.160 toneladas, seguida por la cereza, con 7.334 toneladas; el melocotón con 5.691 to-

neladas y la ciruela con 4.894 toneladas.

La exportación de hortalizas en el primer semestre de 2022 se situó en 19.336 millones de kilos, por un valor de 21,2 millones de euros, destacando las coles, con 8.697 toneladas.

Considerando el último año completo del que se disponen estadísticas, 2021, la exportación de Extremadura de frutas y hortalizas frescas en 2021 se situó en 162.321 toneladas por un valor de 220,4 millones de euros, lo que supuso un crecimiento respecto a 2020 del 24% en volumen y del 31% en valor.

Las ventas al exterior de frutas extremeñas en 2021 se situó en 132.095 toneladas (+34%) por un valor de 131,7 millones de euros (41%), siendo la ciruela la más vendida en 2021 con 52.429 toneladas y 60,4 millones de euros, convirtiendo a Extremadura en la principal comunidad autónoma española exportadora de esta fruta.

Tras la ciruela figura la nectarina con 31.976 toneladas y 40,4 millones de euros; el melocotón con 13.978 toneladas y 16,8 millones de euros y la cereza con 13.322 toneladas y 38,3 millones de euros.

En cuanto a las hortalizas en fresco, en 2021, Extremadura exportó 30.226 toneladas (-7%) por un valor de 34,9 millones de euros (-6%), según datos del Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales, procesados por Fepex.

Fresco



Carnoso



Jugoso



Sabroso



ESCANEAA



Colorido



Refrescante



Suave



Crujiente



**¡ 100% COMPROMETIDO CON LA CALIDAD !**



**Saint-Charles**  
**INTERNATIONAL**  
FRUITS & LEGUMES - PERPIGNAN - FRANCE



**FRUIT**  
**LOGISTICA**

8|9|10 FEBRUARY 2023, BERLIN

**NOS VEMOS EN**  
**HALL22 - STAND C-43**

**LÍDER EUROPEO**

**EN COMERCIALIZACIÓN, TRANSPORTE & LOGÍSTICA DE FRUTAS & HORTALIZAS**

[HTTPS://PUBLIC.SAINCHARLESINTERNATIONAL.COM](https://public.saintcharlesinternational.com) - [COMMUNICATION@SAINCHARLESINTERNATIONAL.FR](mailto:COMMUNICATION@SAINCHARLESINTERNATIONAL.FR)

#### ► JAVIER ORTEGA. ARAGÓN.

Aragón regresa a Fruit Logística después de no estar presente de forma institucional y oficial desde 2019, bien debido a la pandemia del covid o por criterios de estrategia de promoción. Lo hace con una notable representación entre instituciones, asociaciones, denominaciones de origen, cooperativas y empresas del sector hortofrutícola aragonés.

Bajo el amparo de Aragón Alimentos, la delegación aragonesa ocupará una superficie de 150 m<sup>2</sup> en el pabellón 8.2 de Messe Berlín, contando con el apoyo en tareas logísticas y organizativas de la empresa pública SARGA (Sociedad Aragonesa de Gestión Agroambiental).

Además de las empresas a título individual, van a tener presencia el Centro de Investigación y Tecnología Agroalimentaria (CITA), el Consejo Regulador de la Denominación de Origen Protegida Melocotón de Calanda, que representa a 25 empresas y cooperativas, y la Asociación Profesional de Frutas y Hortalizas de Huesca (Excofrut), que engloba a 34 empresas, situadas en las comarcas del Bajo Cinca, Cinca Medio y La Litera.

Esta es la relación de empresas aragonesas participantes en la feria: Orchard Fruit, Ibarz Ponti SL, Fuencampo XXI, Summer fruit, Frutas Torre Molins, Agrolainez e hijos SL y la SAT Río Cinca.

#### ■ EL CITA

El Centro de Investigación y Tecnología Agroalimentaria de Aragón (CITA) es un organismo público de investigación dependiente del Gobierno de Aragón, cuyo objetivo final es conseguir el desarrollo tecnológico, la formación y la transferencia, que las explotaciones agrarias y las empresas agroindustriales innoven continuamente.

Con ello se pretende alcanzar que la población activa agraria y el medio rural obtengan una mayor rentabilidad económica y, como consecuencia, una mejor calidad de vida.

Son fines generales del Centro impulsar la investigación científica en materia agroalimentaria y su desarrollo tecnológico. Integrar esta contribución al progreso de la ciencia en el sistema de relaciones de colaboración y cooperación propio de la actividad investigadora.

Impulsar la transferencia tecnológica, la innovación y la formación en el sector agroalimentario aragonés, así como el fomento y control de actividades relacionadas con las mismas.

Entre sus muchos proyectos e investigaciones, algunos de los cuales presentará en la feria de Berlín, figuran los relacionados con la trufa negra, las nuevas variedades del Melocotón de Calanda, la recuperación de frutas autóctonas, la almendra, los fertilizantes, los regadío o la dieta.

#### ■ EXCOFRUT

Es una Asociación constituida en el año 1978, que nace a raíz de la inquietud de 17 empresarios comercializadores de fruta fresca de la ciudad de Fraga, con el objetivo de aunar fuerzas ante los problemas del sector. Desde entonces ha ido en aumento el número de asociados hasta llegar, en la actualidad, a 34, todos ellos situados en las Comarcas del Bajo Cinca, Cinca Medio y La Litera.



Aragón vuelve a la cita en Berlín después de no estar presente de forma institucional y oficial desde 2019. / ÓSCAR ORZANCO

# Aragón regresa a Berlín tres años después con una notable representación

Bajo el amparo de Aragón Alimentos participan, además de empresas a título individual, el CITA, Excofrut y la DOP Melocotón de Calanda, con 25 empresas y cooperativas

Se trata de una de las zonas fruteras más importantes de Aragón y sobresale su entusiasta presencia cada año en la Feria de Berlín. La citada asociación y los productores cuentan con el decidido apoyo del Ayuntamiento de Fraga, localidad donde tiene su sede social Excofrut, cuyo alcalde o concejal de Agricultura suelen acompañar a la delegación.

Excofrut cuenta con unas 34 empresas asociadas que se dedican a la producción y comercialización de fruta, principalmente melocotón, pera, manzana y también cereza, albaricoque, ciruela e higo aunque últimamente ha introducido algunas variedades tropicales. Las exportaciones a otros países rondan el 80% de la producción total y mantienen contactos y delegaciones para dar a conocer su gran potencial frutícola.

#### ■ MELOCOTÓN DE CALANDA

El Melocotón de Calanda registró la pasada campaña una de las cosechas más bajas desde que existe la Denominación. La producción certificada por el Consejo Regulador de la Denominación de Origen se ha situado entre 1,5 y 1,8 millones de kilos frente a los 4,5 millones del año anterior. Es decir, el descenso fue de entre un 60 y un 70% y se sitúa en una de las cifras más bajas desde que existe esta Denominación de Origen, creada en 1999.

Esta merma se ha debido a las graves heladas de abril, con hasta cinco grados bajo cero, que dañaron el 60-70% del fruto. Lo poco que pudo salvarse se vio posteriormente afectado en junio con un tornado acompañado de lluvia y granizo, que ocasionó graves destrozos en campos alrededor de Alcañiz, y las fuertes tormentas de granizo de julio.

No obstante, aunque fue una campaña complicada, el sector todavía se esperaba peores cifras. El factor que ha logrado mejorar las previsiones fue una de las úl-

**El objetivo del Gobierno aragonés con la presencia en Fruit Logística es "ayudar a vender fuera porque el mercado español se ha quedado pequeño"**

**En los últimos años, el Gobierno de Aragón ha emprendido una decidida apuesta por la promoción de los productos alimentarios de calidad diferenciada**

timas variedades de melocotón introducida en la Denominación el año pasado.

Se trata de la PRO504, un tipo de melocotón de recolección más tardía que ha resistido mejor al hielo y al granizo gracias sus características. Se logró recoger hasta el 80% de su producción, lo que ha ayudado a que la merma haya sido menor de la esperada y se haya conseguido una mayor cantidad de melocotón.

El mercado nacional ha sido el principal destino de la producción si bien se ha mantenido la exportación a los clientes internacionales, como Francia, Suiza y Alemania, a quienes se ha abastecido con "todo lo que se ha podido y no con lo que pedían".

En total son 45 los municipios del Bajo Aragón, entre las provincias de Zaragoza y Teruel, las que pertenecen a la denominación Melocotón de Calanda.

Las labores en torno al cultivo del melocotón tardío o de otoño emplean cada campaña a unas 3.000 personas y de su producción viven unas 700 familias.

El mercado nacional se ha consolidado e incluso ha crecido la demanda de melocotón de Calanda, sobre todo en el norte, aunque siguen siendo Madrid, Barcelona, Valencia y el litoral mediterráneo los principales destinos.

Sin embargo, no han aumentado las exportaciones, que se han estabilizado en casi un 25% de la producción total.

El reto es alcanzar el 40% de las exportaciones. Para ello, el Consejo Regulador, presidido por Samuel Sancho, trabaja con dos marcas, Melocotón DOP Export y Autumn Peach, que permiten a los productores, empresas y cooperativas exportar con unos mismos precios y condiciones. La primera, exporta fruta certificada y la segunda se impulsó hace un par de campañas para exportar a Europa melocotón de variedades tempranas sin certificar.

Las empresas que han obtenido el certificado del Consejo Regulador (en total son 15 las certificadas) utilizan obligatoriamente en los envases la mención Denominación de Origen Melocotón de Calanda con el sello del Consejo Regulador, junto a la etiqueta numerada otorgada por este, cuya función es actuar de certificador y permitir el seguimiento del producto en la comercialización. Si existe esta etiqueta numerada y el sello del Consejo, el consumidor tiene la garantía que es auténtico Melocotón de Calanda.

#### ■ GRAN PRODUCTOR DE FRUTA

Aragón cuenta con más de 34.465 hectáreas dedicadas al cultivo de fruta y cerca de 9.000 hectáreas a hortalizas. Es la primera comunidad productora de cerezas; la segunda de melocotones, manzanas y peras; y también una de las más destacadas de ciruelas y albaricoques.

En total, más del 20% de la fruta dulce que se cultiva en España procede de Aragón. En Fruit Logística estarán presentes empresas y productores agrícolas de las principales zonas fruteras de las tres provincias de Aragón como son Calatayud, La Alfranca, el Jalón y el Jiloca, la Ribera del Ebro, Calatorao, Fraga, el Bajo Cinca, el Bajo Aragón, Calanda, La Litera o Monzón.

Respecto a los productos hortícolas, Aragón dedica a estos cultivos unas 14.000 hectáreas, con una producción de 230 toneladas y un valor de 99.350.000 euros.

#### ■ LA PROMOCIÓN

El objetivo del Gobierno aragonés con la presencia en Fruit Logística es "ayudar a vender más" y a vender fuera, porque el mercado español "se ha quedado pequeño" para los productores de Aragón.

No en vano, la agroindustria es "el sector estratégico por excelencia de la economía aragonesa, capaz de impulsar desarrollo, atraer inversiones y generar empleo en el mundo rural", según el presidente, Javier Lambán.

En los últimos años el Gobierno de Aragón ha emprendido una decidida apuesta por la promoción de los productos alimentarios de calidad diferenciada, es decir, los que se acogen a una DOP, IGP o sello de calidad reconocido por la Unión Europea.

Las líneas maestras del plan de promoción son utilizar los productos bandera, como son los de calidad diferenciada, por ejemplo, el melocotón de Calanda, la cebolla de Fuentes de Ebro, el jamón de Teruel, el ternasco de Aragón, la trufa negra, el aceite o los vinos.

Por un lado, se han multiplicado exponencialmente los fondos específicos dedicados a los planes de promoción y el porcentaje de cofinanciación de los mismos. Por otro lado, se ha apoyado la incorporación de nuevos productores a estos procesos de certificación para que puedan hacer uso de los sellos de calidad, sufragando las cuotas de los primeros años.

La última convocatoria de ayudas a la promoción de la calidad diferenciada con protección comunitaria superó lo invertido en todo el periodo anterior. Mientras que de 2016 a 2020 supuso un importe total de ayudas de 2,6 millones, solo en 2021 se han invertido 3,2 millones para una ejecución plurianual hasta marzo de 2023.

Un apoyo que no solo se mantendrá en el tiempo, sino que se incrementará, puesto que en el próximo periodo del PDR se superarán los dos millones de euros anuales de ayuda, nueve millones en el total para el periodo 2023-2027.

Dentro de la campaña "Alimentos Nobles de Aragón, lo que es, Es", las acciones de promoción en 2022 comenzaron en Aragón, coincidiendo con la festividad de San Jorge, tras la ratificación, por tercer año consecutivo, del compromiso de las nueve cadenas que apoyan estas campañas en sus establecimientos.

Fuera de Aragón, la campaña comenzó en septiembre y se prolongó hasta noviembre y se acompañó con la implantación del stand interactivo "Aragón alimentos Nobles Experiencias" en seis hipermercados de Madrid y Valencia.

# LOS Gallombares

*Espárragos frescos todo el año*

¡Descubre el **delicioso sabor** de nuestros espárragos!

**Más de 20 años cultivando y comercializando de manera sostenible nuestros espárragos.** Ricos en nutrientes y bajos en calorías, son una excelente opción para **cuidar tu salud**. Cultivados con métodos naturales, su sabor auténtico y calidad premium comparten nuestra responsabilidad con el entorno y el medio ambiente.

- + **Sostenibilidad**
- + **Producción**
- + **Vida**

Pruébalos en

**FRUIT  
LOGÍSTICA**

**Hall 10.2**

**Stand A-06**

**Berlin 8|9|10 Feb 2023**

Ctra. de Priego  
10311 Ventorros de San José  
Loja (Granada), España.  
T. +34 958 315195  
esp@losgallombares.es



NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN.

La gran experiencia de su equipo comercial junto con el apoyo de sus socios productores, hacen de Consorfrut Polska la empresa más importante en la importación y distribución en su país de origen. La más moderna infraestructura de almacenes le permite ofrecer un óptimo servicio a todos los supermercados de Polonia.

**Valencia Fruits.** ¿Cómo está afrontando la empresa esta nueva realidad marcada por la guerra?

**Piotr Maik.** Nos enfrentamos a unos de los periodos más complicados, con aumentos de costes en producción, materias primas, mano de obra... efectos que venimos arrastrando de la pandemia y que en este último año se han visto agravados por un alto nivel de inflación a raíz de la guerra en Ucrania. Uno de los principales problemas es cómo gestionar los precios más altos de los productos con la venta entre los clientes y supermercados, ya que este encarecimiento influye directamente en la rotación de frutas y hortalizas en los lineales.

**VF.** En este escenario comercial, ¿mantiene la empresa su tendencia ascendente de los últimos años?

**PM.** A pesar de la coyuntura, para todo el equipo de Consorfrut Polska es motivo de satisfacción haber conseguido incrementar la facturación un 27% en 2022 respecto al ejercicio anterior, manteniendo así nuestra tendencia ascendente. Este desarrollo comercial ha sido gracias, sobre todo, al incremento de los volúmenes de ventas en el canal de supermercados. En el canal mayorista también hemos crecido, aunque esta subida no ha sido tan 'espectacular' pero se mantiene estable siendo un cliente importante para nosotros.



La gran familia de Consorfrut Polska está compuesta por profesionales con gran experiencia comercial. / CONSORFRUT

**PIOTR MAIK /** Director comercial de Consorfrut Polska

## “Consorfrut Polska ha aumentado sus ventas a los supermercados”

La sociedad polaco-española Consorfrut Polska es una de las importadoras de frutas y hortalizas líderes de Polonia. Fundada en 2004, una de las claves de su éxito ha sido el fuerte apoyo de los socios productores, Murgiverde (Almería), Espax (Lleida) y Argenti Lemon (Tucumán).

En productos, cítricos (mandarinas, naranjas, limones), uvas, tomates, pimientos, pepinos, kiwis, sandías o peras continúan liderando nuestra oferta, junto con las líneas de aguacate, lima o granadas, y el resto de frutas exóticas. Además, seguimos desarrollando nuestra línea de los productos orgánicos respondiendo a las necesidades de los supermercados en este sector de distribución.

**VF.** ¿Qué podemos decir de la banana, otro de sus productos estrella?

**PM.** Se trata de una línea de negocio clave en continuo



Línea de trabajo en la nave de Plochocin. / CP

desarrollo. Precisamente estamos construyendo 6 cámaras nuevas para ampliar nuestra capacidad de maduración. Una vez estén operativas, dispondremos en total de 48 cámaras de maduración para bananas. Se trata de una línea de trabajo que representa el 20% del volumen de negocio de la empresa. El buen funcionamiento de los programas directos establecidos con Ecuador, Costa Rica y Guatemala nos permiten, a pesar del encarecimiento de los fletes y problemas logísticos de todo tipo, seguir creciendo en esta línea y albergar buenas perspectivas de futuro.

**VF.** ¿Cómo está afectando el conflicto bélico entre Rusia y Ucrania a Consorfrut Polska?

**PM.** Esta guerra ha cambiado el mercado, ha generado inestabilidad con aumentos de costes, altas tasas de inflación y una sobreoferta en ciertos productos, sobre todo los que venían fuera de Europa debido al cierre de Rusia o problemas mundiales postpandemia como la logística marítima.

En el caso de Consorfrut Polska, seguimos con nuestros programas de productos de Ultramar pero más cautelosos a la hora de confirmarlos procurando ser lo más flexibles posibles, respondiendo a las necesidades de los clientes 'aquí y ahora'.

**VF.** ¿Cómo se consigue esta capacidad de adaptabilidad en las circunstancias actuales?

**PM.** Nuestra fuerza reside en las diferentes y numerosas posibilidades de compra que tenemos con un amplio portfolio de productos procedentes de todo el mundo, y en saber destinarlos entre los canales de distribución dependiendo de la situación de mercado.

El buen servicio que ofrecemos a nuestros clientes y la relación de confianza y transparencia que mantenemos con nuestros partners en todos los países productores, son aspectos que también nos caracterizan sin olvidar la profesionalidad y dedicación de todo su equipo comercial que busca constantemente soluciones para seguir progresando.

Nos espera otro año complicado, pero ¡lo superaremos!. Somos una empresa grande, importante, con gran capacidad de aprovisionamiento y de servicio confiable y transparente.

# PASSION & EXPERIENCE

## More than you expect for citrus, fruit and vegetables in Poland

### CONSORFRUT POLSKA

[www.consorfrut.pl](http://www.consorfrut.pl)

ID 9105072803

Visit Us at  
Fruit Logistica 2023  
Hall 5.2. Stand A-40



ID 9105072803

CONSORFRUT  
POLSKA

[www.consorfrut.pl](http://www.consorfrut.pl)

CONSORFRUT POLSKA  
ul. Christo Botewa 4  
30-798 Kraków, Polska  
tel. 00 48 12 342 01 00  
biuro@consorfrut.pl



*That's fruit folks!*

IMPORT EXPORT INGROSSO **ORTOFRUTTICOLO**

Boffetti Marino Srl  
via A. Volta 8/10 - 24011 Almè (BG)  
T. +39 035 54 54 55 - F +39 035 54 56 88

[boffettimarino.com](http://boffettimarino.com)

**boffetti**  
ENJOY FRUIT

# La orientación exportadora de las firmas catalanas marca su presencia en la cita berlinesa

Cataluña es uno de los mercados de distribución de productos frescos más importantes del sur de Europa y un ejemplo de producción y trabajo de calidad

► ÓSCAR ORTEGA. BARCELONA.

Cataluña contará, un año más, con una gran representación en esta 30ª edición de Fruit Logística entre las empresas que acuden con stand propio y aquellas que participan agrupadas en el stand del gobierno catalán bajo la marca agroalimentaria "Cataluña, donde la fruta es cultura". Este stand está organizado por Prodeca – Departamento de Acción Climática, Alimentación y Agenda Rural de la Generalitat de Catalunya, y contará con dieciséis empresas y entidades catalanas vinculadas al sector de la fruta y hortaliza.

Las empresas catalanas que exponen en esta feria cubren todas las familias de productos frutícolas cultivados en Cataluña y tienen en común la orientación exportadora como una línea de negocio, o posible línea de negocio, y ahí el perfil internacional de Fruit Logística juega un papel atractivo para estas empresas que valoran esta feria como una herramienta para su internacionalización.

También acuden diferentes entidades como el Consell Català de la Producció Integrada, Instituto de Investigación y Tecnología Agroalimentarias (IRTA, en sus siglas en catalán), la unidad alimentaria de Mercabarna —hub alimentario del sur de Europa con un elevado porcentaje de fruta y hortaliza destinada a mercados de exportación—, el Gremio de Mayoristas de ese

mercado (AGEM), la Indicación Geográfica Protegida de Poma de Girona y la Asociación Empresarial de Fruta de Cataluña (Afrucat).

## ■ OBJETIVO

Siguiendo la línea habitual de los últimos años, el objetivo de esta actuación de Prodeca es apoyar a las empresas en la mejora de su posicionamiento en los mercados exteriores y en el establecimiento de nuevos contactos comerciales. De ahí que las empresas catalanas participantes se presenten en Berlín como integradoras de uno de los mercados de distribución de productos frescos más importantes del sur de Europa y un ejemplo de producción y trabajo de calidad.

El secretario de Alimentación del Departamento de Acción Climática, Alimentación y Agenda Rural, Carmel Mòdol, acompañado por el director gerente de Prodeca, Ramon Sentmartí, y la delegada del Gobierno en Alemania, Marie Kapretz, visitarán el certamen el primer día de la feria, así como a las empresas catalanas participantes.

## ■ MERCABARNA Y AGEM

Mercabarna y AGEM realizarán la Unidad Alimentaria como principal plataforma de importación y exportación de productos hortofrutícolas del Mediterráneo y se pondrá de relieve la amplia oferta de frutas y hortalizas de las empresas. Además, se desta-



Cataluña pondrá de relieve su amplia oferta de frutas y hortalizas. / R. FUERTES

cará la presencia cada vez mayor de productos sostenibles, ecológicos y de proximidad dentro del recinto. Esta participación en Fruit Logística también servirá para organizar reuniones B2B, que forman parte de la misión comercial organizada por AGEM y Mercabarna, entre empresas del Mercado Central de Frutas y Hortalizas y posibles compradores e importadores de otros países.

## ■ UN SECTOR DE PESO

La fruta fresca constituye un sector estratégico para la economía

agroalimentaria catalana, tanto por su importancia relativa en la producción como por su peso en su internacionalización.

Gracias a una zona llena de diversidad y su clima mediterráneo suave, Cataluña ofrece una gran variedad de frutas con una particularidad única: la agricultura se realiza bajo un sistema de producción integrada. El 35% de la fruta producida en Cataluña es de producción integrada.

Históricamente, Cataluña ha sido una de las principales comunidades autónomas productoras del Estado español y una

de las principales de Europa. La manzana y la pera catalanas representan respectivamente el 52% y el 45% de la producción estatal. La importancia de la fruta de hueso también es notable, ya que cerca del 30% del melocotón y la nectarina que se produce en España es catalana. Otros cultivos, como la cereza, la ciruela y el albaricoque son menos representativos y no superan el 10% de la producción española.

Aproximadamente el 90% de la fruta se destina comercialmente al consumo en fresco y el 10% tiene como destino la industria transformadora.

## ■ LA FRUTA Y LA HUERTA

La fruticultura es una de las principales producciones agrarias de Cataluña por su peso económico, por la superficie de cultivo, por su importancia relativa en la producción tanto de Europa como del Estado español, y por su orientación exportadora.

Según fuentes de Prodeca, en los últimos 5 años (2016-2021) la exportación de fruta ha incrementado un 27,26% en valor teniendo en cuenta que el volumen ha disminuido en un 2,28%. Estos dos datos indican que ponen en valor la fruta catalana en los mercados internacionales y representan un incremento del 30,23% en el ratio Valor-Volumen de exportación.

En los últimos 5 años, el número de empresas exportadoras regulares de fruta y huerta ha crecido un 16,60%, pasando de las 494 en 2016 a las 576 empresas en 2021.

## ■ DATOS 2022

El descenso de la producción debido a las heladas ha tenido consecuencias en las exportaciones de 2022: con datos disponibles de los 11 primeros meses del año (enero-noviembre), las exportaciones han disminuido un 14,41% en volumen y un 5,12% en valor; respecto al mismo periodo del año 2021. Productos como las peras, albaricoques y cerezas han sido los más afectados por este descenso de las ventas al exterior. En cambio, los melocotones y las nectarinas, aunque disminuyeron en volumen, han incrementado en valor. Los cítricos se han mantenido en niveles de 2021 tanto en volumen como en valor.

## ■ ALEMANIA, PRIMER DESTINO

La Unión Europea es el mercado natural para la fruta europea y donde la mayoría de los productores mundiales hortofrutícolas destinan sus exportaciones. Muchos países productores procuran producir cada vez más, muy por encima de su demanda interna, por vender en Europa, donde disfrutan de un trato preferencial no recíproco cuando deben recibir las frutas europeas.

Así, Alemania es el principal destino de las exportaciones de fruta de Cataluña con el 20,6% del total de fruta exportada en el mundo. Italia y Francia, por este orden, son los siguientes grandes destino de exportación con 20,11% y 19,94%, respectivamente. Remarcar que en estos países se encuentran las cadenas europeas más exigentes en cuanto a calidad, trazabilidad y seguridad alimentaria.

A continuación tenemos a los países de centro y este de Europa que van ganando cuota de mercado y, en menor medida, países del norte de África de la corona mediterránea.

VIVEROS SEVILLA

Cítricos  
Frutales  
Olivos  
Ornamentales

SEVILLA-Brenes 955 655 920 - HUELVA-Lepe 959 393 820 - VALENCIA-Alzira 962 455 785

viverossevilla.com

## Almería destaca en Messe Berlin y suma nuevas empresas expositoras

Más de veinte entidades acudirán en calidad de expositor con la provincia de Almería como origen

### ► GIA. ALMERÍA.

La participación de las empresas almerienses destaca un año más en la feria Fruit Logistica donde los expositores darán cuenta del modelo agrícola, principal motor económico de la provincia. Este 2023 acudirán a la feria 9 empresas almerienses bajo el paraguas de Extenda (Empresa pública andaluza de promoción exterior). De esta forma, tal y como reflejan los datos ofrecidos por la empresa pública, se repite la misma cifra de la pasada edición.

Algunas de las empresas participantes incluidas en este listado repiten un año más en el encuentro agrícola, como ZOI Agrícola S.L, Vicasol, Biorizon Biotech S.L o Kopalmeria S.L. Por otra parte, se suman en esta edición Cuadraspania S.L, SAT Primaflor, Balcón de Níjar, Almagro Nature y Direct Grow. De esta forma, la provincia de Almería vuelve a ser la región andaluza con mayor participación en la feria de Berlín.

Este 2023 acudirán a la feria 9 empresas almerienses bajo el paraguas de Extenda

El sector agrícola almeriense quedará representado en su totalidad desde el ámbito de la investigación y el desarrollo, la comercialización, el transporte, el sector del manipulado, la innovación tecnológica, la producción ecológica e insumos

Asimismo, ocuparán buena parte de los pabellones de Messe Berlin una gran cantidad de empresas y entidades que, si bien no nacen originalmente en la provincia, sí que cuentan con sede en la misma, contribuyendo al sector. En total, la organización de Fruit Logistica reporta más de una veintena de entidades que acudirán en calidad de expositor con la provincia de Almería como origen.

En definitiva, el sector agrícola quedará representado en su totalidad desde el ámbito de la investigación y desarrollo, la comercialización, el transporte, el sector del manipulado, la innovación tecnológica, la producción ecológica, insumos, etc.

Cabe recordar que la agricultura deja en la última campaña 2021/2022 32.827 hectáreas invernadas en la región de Almería. Es decir, un 0,8% más que en el curso anterior. Según los datos recopilados por el Análi-

sis de Campaña Hortofrutícola 2021/2022 de Cajamar, la comarca del Poniente ha sumado en el último año 135 hectáreas y la del Levante 125.



La participación de las empresas hortofrutícolas almerienses destaca un año más en Fruit Logistica. / GIA

**Sani  
Fruit**  
Healthy Fruiture

## Soluciones postcosecha sin residuos



**FRUIT  
LOGISTICA**

**8 - 10.  
February  
2023**

**Encuéntranos en:  
Hall 11.2 Stand B-22**

Más info en **www.sanifruit.com**

INMACULADA NAVARRO / Directora Técnico Comercial en Citrosol

# “La integración de Fomesa y Brogdex supone un gran reto que estamos afrontando con mucha ilusión”

*Citrosol acude a Berlín con novedades que van más allá de las incorporaciones de productos a su portfolio. Como relata Inmaculada Navarro, la firma de Potries llega a Fruit Logística con un moderno stand y con un equipo que se ha incrementado con los profesionales de las compañías que ha adquirido recientemente. Así, a las novedades de Citrosol se suman este año los productos de marcas tan introducidas y reconocidas en la postcosecha como Fomesa Fruitech y Brogdex Iberica. Nuevos tiempos, nuevos retos.*

► RAQUEL FUERTES. REDACCIÓN.

**Valencia Fruits.** Fruit Logística vuelve con sus fechas habituales y Citrosol va a estar ahí con un novedoso stand. ¿Cuál es el planteamiento de feria para Citrosol en esta primera cita conjunta con FLC?

**Inmaculada Navarro.** Citrosol acude a esta edición de Fruit Logística 2023 junto con una delegación de FLC Technologies para dar a conocer tanto a clientes como a visitantes todas nuestras soluciones y ofrecer información de primera mano sobre nuestros productos y servicios.

Este año contaremos con un nuevo diseño stand, para generar mayor impacto visual entre los asistentes de la feria. Además, a lo largo de los tres días de feria, realizaremos demos de nuestro producto estrella: CitroFy. Los visitantes podrán visualizar en directo el sistema y comprobar cómo funciona. Será una oportunidad única de acceder a esta tecnología y conocer todas sus ventajas de la mano de los profesionales de Citrosol.

**VF.** ¿Cómo afronta Citrosol el año en lo que respecta a su catálogo?

**IN.** Por un lado, en un contexto cada vez más exigente por parte de las autoridades y las grandes cadenas de distribución, donde la sostenibilidad está cada vez más presente, hemos ampliado nuestro catálogo de recubrimientos con la gama PlantSeal® (PlantSeal® y PlantSeal® Shine-Free), recubrimientos vegetales certificados para la agricultura orgánica (UE) y aptos para el consumo vegano. Ambas gamas aportan un elevado control de la pérdida de peso y de los manchados por daño por frío, retrasando el envejecimiento de la fruta por reducción de la transpiración y la respiración, de manera que la calidad del fruto queda totalmente intacta.

Por otro lado, la demanda de tecnologías sostenibles y el uso

responsable de recursos están impulsando la implantación de sistemas como Vertido Cero®, los Sistemas Citrocide® y el desarrollo de nuevas tecnologías como CitroFy® para lograr una mayor precisión y control en las aplicaciones. Es una plataforma de monitorización de nuestros sistemas, que permite el acceso a los mismos en tiempo real, permitiendo el control y gestión de los sistemas Citrosol en remoto, gestionando una base de datos muy potente que permite disponer al cliente de toda la información que se genera durante el proceso postcosecha.

**VF.** ¿Cómo influye en su oferta la incorporación del portfolio de Fomesa y Brogdex?

**IN.** Por supuesto de forma muy positiva, pues ampliamos nuestro catálogo de soluciones, con el que ya se están beneficiando nuestros clientes, que cuentan con más herramientas a su disposición, como por ejemplo la



Inmaculada Navarro avanza que en la feria Citrosol realizará demos de su producto estrella, CitroFy. / CITROSOL

**“Hemos ampliado nuestro catálogo de recubrimientos con la gama PlantSeal® (PlantSeal® y PlantSeal® Shine-Free), recubrimientos vegetales certificados para la agricultura orgánica (UE)”**

gama Fruitfog de botes fumígenos, donde Fomesa fue pionera desde hace muchos años. Son soluciones que permiten proteger la fruta y/o desinfectar locales vacíos en cualquier momento, de una forma rápida, sin necesidad de manipulación y sin consumos de agua, ni energía.

Además, nos va a permitir volver al mercado de fruta de pepita e incrementar nuestra capacidad de innovación para aportar mayor valor al sector.

Para Citrosol la integración de Fomesa Fruitech y Brogdex Iberica supone un gran reto que estamos afrontando con mucha ilusión por parte de ambos equi-

pos, pues la marca Fomesa ha sido una de las más prestigiosas y reconocidas gracias a sus destacadas aportaciones en el mundo de la postcosecha durante su larga trayectoria en el sector. Y la marca Brogdex, cuenta con un gran reconocimiento y fidelidad por su excelente catálogo y servicio al cliente.

**VF.** ¿Qué novedades esperan poder lanzar durante este año?

**IN.** Como mencionaba anteriormente, una de nuestras novedades es la tecnología CitroFy, desarrollada íntegramente por Citrosol, que permite la conexión en tiempo real de todos los procesos y el control de sus

**“Este año contaremos con un nuevo diseño de stand, para generar mayor impacto visual entre los asistentes de la feria”**

parámetros de aplicación, con acceso desde cualquier dispositivo con conexión a internet. La aplicación muestra el consumo de fungicidas, recubrimientos y agua, desde la entrada a la central hasta su expedición, en tiempo real y por lote de fruta. También permite registrar información y generar informes a medida, garantizando una trazabilidad completa de todos los procesos, mejorando la gestión de los procesos postcosecha.

CitroFy® está resultando, además, una herramienta muy potente para dar una respuesta rápida a nuestros clientes cuando hay alguna incidencia en nuestros sistemas. En muchos casos ya no es necesario desplazarse al cliente, se realiza una primera evaluación en remoto y en una gran parte de los casos es posible resolver la incidencia en el mismo momento. Esto nos da una gran seguridad tanto a nosotros como al cliente.

Otro proyecto que todavía está en fase piloto y que fue presentado durante el Congreso Internacional de Cítricos celebrado en Mersin (Turquía) el pasado mes de noviembre, el Control Automático del Tratamiento (CAT), un sistema patentado por Citrosol, enmarcado dentro del concepto “postcosecha de precisión”, que supondrá una disrupción en la aplicación y control de tratamientos postcosecha.

**VF.** ¿Qué objetivos empresariales se marcan en un año como este en el que a la coyuntura general ustedes suman el expertise de Fomesa Fruitech y Brogdex Iberica?

**IN.** Como hemos comentado, la adquisición de Fomesa Fruitech y Brogdex Iberica ha sido muy positiva y nos permite incrementar de forma importante nuestro liderazgo en algunas áreas geográficas, principalmente en la cuenca del Mediterráneo donde tenían un importante mercado. Por otra parte, nos va a permitir posicionarnos en algunos países de Asia y Latinoamérica, en los que no estábamos presentes o en los que nuestra penetración todavía es baja, y también ampliar a otros segmentos de actividad, como el de la fruta de pepita y los tubérculos. Para hablar de todo esto os esperamos a todos en el stand A-25 en el pabellón 18 de Fruit Logística.

- Personalizables a todo color
- Tapa plástica (RPET/PLA Compostable)
- Formatos O plástico
- Cierres especiales
- Formatos termosellables
- Formatos 1.5 kgs



**EJIDO CARTÓN®**  
www.ejidocarton.com

Especialistas en packaging ecológico.  
Ecological packaging specialized.



Pol. Ind. La Redonda, 95 · 04710 Sta Mª del Aguila · El Ejido (Almería) SPAIN  
T: +34 950 580 712 · F: +34 950 580 669 · M: comercial@ejidocarton.com

# Citrosol lleva a Fruit Logística 2023 sus soluciones más demandadas

Citrosol acude a esta edición de Fruit Logística junto con una delegación de FLC Technologies para “dar información de primera mano sobre nuestros servicios a los clientes y visitantes que deseen acercarse a nuestro stand”, subraya el CEO de la enseña de Potries, Jorge Bretó. Citrosol estará ubicada en el stand A-25 del pabellón 18 y esta edición contará con un nuevo diseño “para generar un mayor impacto visual” entre los asistentes a la feria, según señalan desde la firma.

Al tratarse de una cita esencial para clientes de todo el mundo, el director de Operaciones Internacionales de la compañía, Raúl Perelló, señala que “el personal de Citrosol en el extranjero también se desplazará a Berlín para atender a los visitantes de los mercados internacionales, donde también llevamos nuestros servicios y productos”.

## ■ FIRME APUESTA TECNOLÓGICA

Citrosol tiene una apuesta firme y continua por el desarrollo tecnológico y Fruit Logística es el escenario idóneo para el lanzamiento internacional de la herramienta Citrofy, una plataforma que permite la conexión en tiempo real de los sistemas y el control de los parámetros de aplicación con acceso desde cualquier dispositivo con conexión a internet.

A lo largo de los tres días de feria, la compañía realizará demos para que los visitantes puedan visualizar en directo el sistema y comprobar cómo funciona. Una oportunidad única de acceder a esta tecnología y conocer todas sus ventajas de la mano de los profesionales de Citrosol.

## ■ LAS GAMAS MÁS BUSCADAS

Además de las herramientas tecnológicas, los productos ecológicos y veganos siguen siendo tendencia en el mercado y los usuarios demandan, cada vez más, soluciones que puedan utilizarse en la agricultura no convencional.

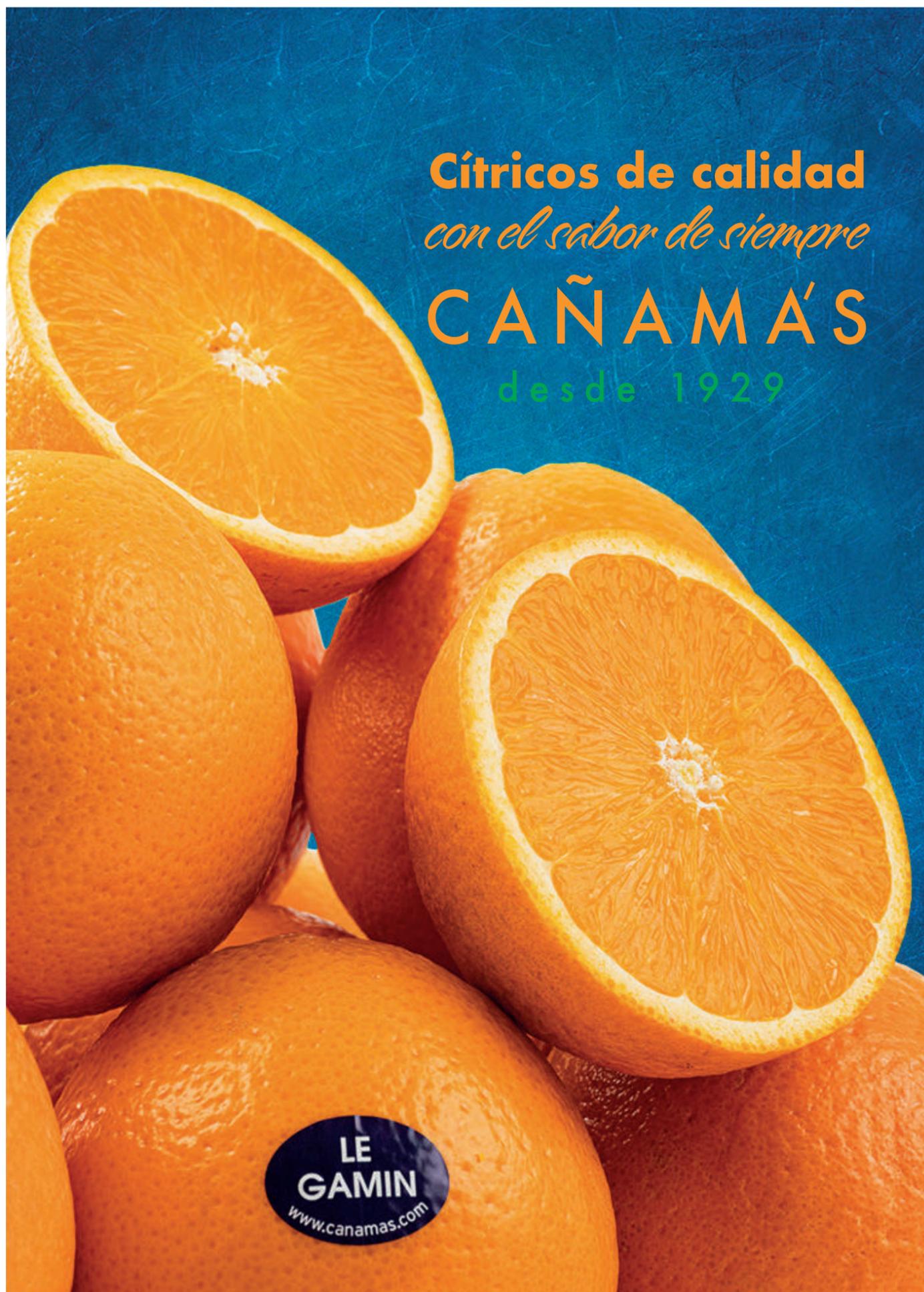
La gama BIOCARE by Citrosol se presenta como una aliada para un menor desperdicio alimentario, con especial protagonismo a los recubrimientos a base de cera de extractos vegetales PlantSeal®, que ejercen un excelente control de los manchados por daño por frío que se producen durante cuarentenas de frío o transportes frigoríficos prolongados.

Otra de las soluciones más demandadas es el Sistema Citrocide® Fresh-Cut para el lavado higiénico de frutas y hortalizas de IV Gama. El gran logro de este sistema es que mejora la seguridad alimentaria ya que minimiza el riesgo de contaminaciones cruzadas a través del agua o la lavadora a la vez que genera un gran ahorro energético y una menor huella hídrica y de carbono al mantener el agua de lavado en condiciones de higiene durante

mucho más tiempo, facilitando así su recirculación. Los visitantes de Fruit Logística 2023 podrán conocer las características de estos productos innovadores y comprometidos con la sostenibilidad en el stand de la firma.



Citrosol tiene una apuesta firme y continua por el desarrollo tecnológico. / CITROSOL





La participación de SCE en Fruit Logistica contará con el apoyo de la Región Occitanie Pyrénées-Méditerranée y el catering correrá a cargo de Gustave. / NR

JULIEN BATLLE / Presidente de Saint-Charles Export (SCE)

# “Fruit Logistica es el espacio ideal para hacer negocios con todo el mundo”

*Hacer negocios tanto en el sector de las “grandes importaciones” como en el de las “grandes exportaciones” es uno de los mayores atractivos de la feria berlina en opinión de Julien Batlle, presidente de Saint-Charles Export. También es una oportunidad para interesarse por todos los aspectos de la “innovación” en el sector. Bajo el paraguas de esta agrupación, la plataforma hortofrutícola de Saint-Charles estará representada por 10 empresas en un stand conjunto de 112 metros cuadrados.*

► NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN.

**Valencia Fruits.** Cuando falta menos de un mes para la próxima edición de Fruit Logistica, ¿cuáles son las cifras de participación que presenta Saint-Charles Export?

**Julien Batlle.** Saint-Charles Export (SCE) estará presente en esta nueva edición de Fruit Logistica con 10 empresas, 5 de las cuales estarán en un espacio compartido de 26 m<sup>2</sup> y las otras 5 expondrán en stands individuales y personalizados con una superficie total de 86 m<sup>2</sup>.

Este año el stand de Saint-Charles Export tendrá una superficie total de 112 m<sup>2</sup>, similar a la de la edición de 2022 (114 m<sup>2</sup>).

Todavía no hemos vuelto al nivel de participación de edición anteriores a la crisis del COVID-19, pero se estima que el año que viene, en función de los resultados de esta edición 2023, deberíamos poder volver a una quincena de empresas participantes y una superficie de exposición de unos 150 m<sup>2</sup>.

Como cada año, las empresas presentes en el espacio de SCE serán una muestra perfecta de lo que se puede encontrar en nuestra agrupación con una oferta representativa de una amplia gama de productos y servicios. Las frutas y hortalizas de origen español, marroquí y francés, tanto convencionales como ecológicas, formarán parte de esta oferta. Este panel se completará además con la presencia de una empresa de servicios informáticos y un fabricante de equipos del sector hortofrutícola.

La participación de Saint-Charles Export en esta edición 2023 de Fruit Logistica volverá a contar con el apoyo institucional de la Región Occitanie Pyrénées-Méditerranée y,

al igual que en 2022, el catering correrá a cargo de Gustave, un restaurador francés del sur de Francia emigrado a Berlín.

**VF.** ¿Cómo se ha preparado la presencia de los asociados de SCE en la feria de Berlín?

**JB.** Las reservas para Fruit Logistica-Berlín se realizan con bastante antelación. En el mes de julio, en plena preparación de Fruit Attraction-Madrid, también se organiza el viaje a la capital alemana.

Este calendario tan avanzado es quizá una de las razones por las que algunas empresas han decidido saltarse Berlín este año, ya que muchas de ellas estuvieron presentes en Madrid en octubre.

En cuanto a la preparación, exponemos junto a la Agencia de Desarrollo Regional AD'OCC, que federa a las empresas de producción de Occitania. Esto nos permite reforzar la mano de obra regional presente en Berlín, compartir costes y aumentar la complementariedad con nuestras empresas de Perpignan en comercio internacional, transporte y logística.

**VF.** Después de lo vivido durante el ejercicio pasado, ¿con qué ánimos acuden los profesionales de SCE a Berlín?

**JB.** Las empresas presentes en la edición de 2022, bautizada como “post-Covid”, si bien confirmaron el interés por esta feria para sus negocios, también subrayaron el importante descenso en el número de expositores, así como en el número de visitantes, tanto por el contexto sanitario que había hecho incierta la organización de esta edición durante muchas semanas, pero sobre todo, por su programación en abril.



Batlle señala que las empresas afrontan esta edición con ilusión y ganas. / NR

**“Todavía no hemos vuelto al nivel de participación de edición anteriores a la crisis del COVID, pero se estima que el año que viene, en función de los resultados de esta edición 2023, deberíamos poder volver a una quincena de empresas participantes y una superficie de exposición de unos 150 m<sup>2</sup>”**

Con el regreso a sus fechas tradicionales en el mes de febrero, las empresas inscritas en esta edición de 2023 afrontan la feria con ilusión y ganas. Están im-

pacientes por participar en este encuentro esencial para nuestro sector, y sobre todo por poder reunirse con clientes y proveedores en toda cordialidad en el

**“Berlín es una oportunidad para reunirse con proveedores del hemisferio sur y con clientes de países emergentes”**

stand organizado por Saint-Charles Export para este fin.

**VF.** Presentes como están en Perpignan, Madrid y Berlín, ¿cuál es objetivo comercial precisamente en Fruit Logistica?

**JB.** Fruit Logistica es el espacio ideal para hacer negocios con todo el mundo, tanto en el sector de las “grandes importaciones” como en el de las “grandes exportaciones”. Es una oportunidad para reunirse con proveedores del hemisferio sur y con clientes de países emergentes. También es una oportunidad para interesarse por todos los aspectos de la “innovación” en nuestro sector.

**VF.** Analizando las cifras de participación de los asociados de SCE en Fruit Logistica, ¿cómo definiría su interés?

**JB.** Como representantes de la primera plataforma europea de comercialización, transporte y logística de frutas y hortalizas frescas es importante para nosotros estar presentes en esta feria, y las empresas que participan con nosotros no se equivocan. Son actividades, estrategias y desarrollos en los que esta feria, con sus visitantes y expositores de todo el mundo, les genera negocio, oportunidades y soluciones.

Sin embargo, es cierto que nuestra participación en medFEL (Perpignan) y Fruit Attraction (Madrid) es mucho mayor, tanto en número de empresas como en superficie de exposición. Para el medFEL, al celebrarse en Perpignan, “jugamos en casa”, por tanto, es natural que estemos representados con mayor fuerza. En cuanto a Madrid, debido a los fuertes vínculos que existen entre España y la plataforma Saint-Charles desde su creación en la década de los 70, esta feria es muy apreciada por nuestras empresas asociadas y encuentran también que su posicionamiento en el calendario es más favorable para su movilización.

**VF.** ¿Cuál será, en su opinión, el tema estrella entre expositores y visitantes este año?

**JB.** En 2022, las inclemencias climáticas que sufrieron muchas de las regiones productoras y sus previsible efectos en la oferta, las consecuencias que podría tener el conflicto ucraniano en el sector, así como el encarecimiento de la energía, fueron los temas estrella durante la feria. Sin duda, estos temas volverán a estar en la agenda de Berlín de febrero, junto con el déficit de lluvias en algunas regiones, los envases, la inflación y el consumo de frutas y hortalizas... No obstante, también será el momento de poner en valor la capacidad de resistencia que ha demostrado nuestro sector ante las recientes crisis. Y a pesar de la coyuntura, no cabe duda de que sabrá innovar y encontrar soluciones y que los debates de la feria estarán alimentados por el optimismo, porque como nos recordaba Yann Arthus-Bertrand, fotógrafo y reportero francés: “Es demasiado tarde para ser pesimistas”.

# Anecoop llega a Berlín con novedades en su oferta de I y V Gama

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Fruit Logística recupera este año su franja habitual en el calendario sectorial y las empresas expositoras están trabajando a toda máquina estas semanas para ultimar detalles y preparar el mejor escaparate para presentar sus productos y servicios. Entre ellas Anecoop, que en su amplio stand acogerá su oferta hortofrutícola de temporada y de producción 100% nacional, bajo el lema "Ready for summer time".

Este año, el Grupo cooperativo, que cuenta con una red comercial internacional propia integrada por cinco oficinas comerciales y diez filiales en Europa, Asia y EEUU, quiere recordar, con un mensaje esperanzador, la "luz" y vitalidad que aportan a una dieta saludable sus cítricos, frutas y verduras frescas, evocando esa sensación de libertad y plenitud que se respira en los meses de primavera y verano, cuando luce el sol durante más tiempo y disfrutamos de la vida en el exterior, a solas o en compañía de familiares, amistades... Un periodo del año que alcanza su máxima expresión en la mesa, ante la variedad de frutas de hueso, sandías, melones y de hortalizas frescas con las que elaborar cremas frías, ensaladas y sabrosos y variados platos.

**Este año, el stand del Grupo Anecoop acogerá su oferta hortofrutícola de temporada y de producción 100% nacional bajo el lema "Ready for summer time"**

También presentará novedades al mercado internacional, como el Brocomole, un untable vegetal pensado para "dipear" elaborado en un 97% con brócoli y aguacate frescos, y que ha sido el único producto español seleccionado y nominado por un jurado independiente al Fruit Logística Innovation Award (FLIA). Las diez innovaciones nominadas se expondrán los días 8 y 9 en el pasaje entre los pabellones 20 y 21, resultando solo una de ellas ganadora mediante votación de los visitantes profesionales que asistan a la feria.

El Brocomole se suma a la línea de especialidades de V Gama que produce Janus Fruit, empresa del Grupo, y que la cooperativa comercializa en Europa bajo las marcas ¿Ysi? de Bouquet, para el mercado nacional, y Easy by Bouquet para el internacional, además de otras marcas de distribuidor. La línea incluye hummus de aguacate, guacamole tradicional y picante, guacamole ecológico, hummus de garbanzos y salsa mexicana. Todas ellas estarán presentes en Fruit Logística en un expositor destacado.

Otro de los nuevos lanzamientos europeos es el tomate Lygala, fruto del proyecto del mismo nombre que arrancó hace cuatro

años, buscando junto a sus socios almerienses Coprohnijar y Hortamar una diferenciación en tomate de sabor. Tras testear una preselección de 150 variedades, se ha seleccionado una variedad final que cumple sobradamente con los criterios establecidos de sabor, color, aroma y textura.



El stand de Anecoop estará en el hall 18- B01, en la entrada norte. / ANECOOP

En la feria se presentará Lygala, un tomate sabor que nace de la colaboración entre Anecoop, Coprohnijar y Hortamar

Como es habitual, el producto bio y ecológico contará con un espacio destacado en el stand del Grupo Anecoop y nos traerá las novedades de Bio Bouquet y las de Solagora, ubicada en Perpignan y especializada en la venta de frutas y hortalizas ecológicas.

**LOS QUE PRODUCEN  
SALUDAN...**













... LOS QUE PREFIEREN  
**LA CALIDAD  
Y UTILIDAD  
DOMPLEX**









**Plásticos Industriais e Domésticos, S.A.**

Apartado 105  
2416-902 Leiria · PORTUGAL  
Tel (+351) 244 88 01 60/1  
[www.plastidom.pt](http://www.plastidom.pt)

HELDER NICO / Plastidom

# “Autosostenibilidad y logística serán los temas estrella en Berlín”

Desde Plastidom, Helder Nico confirma que hay grandes expectativas en la edición de 2023 de Fruit Logística. En tiempos de postpandemia, postsequía y haciendo frente a los efectos de una guerra, el mercado mundial de las frutas y hortalizas tiene otras prioridades. El encuentro en Berlín, en opinión del responsable comercial de Plastidom, servirá para conocer de primera mano cuál es el camino a seguir en esta nueva realidad y volver a tomar el pulso a un sector, que siempre ha demostrado su resiliencia en momentos tan críticos como el actual.

NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN.

**Valencia Fruits.** Un año más, Plastidom se preparará para una de las citas feriales más importantes del año. ¿Con qué ánimo llega a esta cita? Y ¿con qué objetivo?

**Helder Nico.** La expectativa es alta para Fruit Logística 2023. Estamos en un periodo postpandemia, postsequía y en una situación de guerra —aún con fin incierto— que ha modificado las prioridades en cuanto a producciones, logísticas, etc. y ha incrementado sustancialmente los gastos desde origen hasta el consumidor final.

Este escenario será el telón de fondo en la habitual dinámica del sector durante este importante evento junto con las tendencias y esfuerzos actuales para superar las dificultades que nos afectan.

**VF.** ¿Cuál será, en su opinión, el tema ‘estrella’ en las conversaciones comerciales este año?

**HN.** Autosostenibilidad y logística actual. Es decir, la adecuación de las producciones a las necesidades actuales y la optimización de los recursos, especialmente la disponibilidad del agua/consumo y energía.



Helder Nico opina que el deseo unánime, este año más que nunca, es tener una “excelente feria”. / NEREA RODRIGUEZ

**“Plastidom está enfocada en mejorar y reforzar continuamente la gama de productos Domplex”**

**VF.** ¿Cómo se presenta el ejercicio 2023 con una nueva guerra declarada al plástico?

**HN.** El abanico Domplex se compone, en general, de productos reutilizables con larga vida

útil y “amigos del medioambiente”. Son útiles además en una amplia diversidad de aplicaciones. Pudiendo incorporar materias primas recicladas, seleccionadas con altos criterios de calidad y en acuerdo con el cliente, asegurando la sostenibilidad ambiental, la línea Dom-

plex es totalmente reciclable y promueve el uso sostenible y eficiente del plástico en la cadena de valor.

**VF.** ¿Dónde se van a concentrar los esfuerzos de Plastidom durante el año 2023?

**HN.** Plastidom está enfocada en mejorar y reforzar continuamente la gama de productos Domplex para cubrir las correspondientes necesidades de nuestros clientes, asegurando su satisfacción en cuanto a calidad y otras expectativas, buscando un buen desempeño en uso, junto con un buen comportamiento ambiental.

**“Domplex se compone de productos reutilizables con larga vida útil y amigos del medioambiente”**

**VF.** ¿Qué esperan de esta nueva edición de la feria de Berlín?

**HN.** Fruit Logística, uno de los encuentros de profesionales del sector agrícola más importantes, podrá ayudar a aclarar y solidificar el camino a seguir para superar muchas de las incertidumbres de este nuevo mundo, mostrando qué soluciones se están implementando así como el estado de ánimo general, que espero sea muy fuerte. Creo que es un deseo unánime el tener una excelente feria y que esta cumpla con los objetivos marcados.

## Hispacec presenta dos soluciones innovadoras para el campo y la logística

VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Hispacec Agrointeligencia llega este año a la feria de Berlín con dos soluciones innovadoras dirigidas al campo y la logística. Los asistentes a Fruit Logística podrán conocer de primera mano Efemis, la herramienta de gestión agrícola, y la nueva plataforma integral de Hispacec Track.

Efemis es la herramienta de última generación para la gestión integral de la operativa y la toma de decisiones sobre la actividad en campo. Con la posibilidad de acceder tanto desde dispositivos móviles como sistemas de escritorio, los diferentes responsables de la producción precosecha pueden gestionar y controlar en tiempo real las operaciones y costes de sus fincas en múltiples territorios, realizar las planificaciones de tratamientos, tareas o riegos, integrar fuentes externas de información y visualizar todos los procesos en marcha.

Según Gonzalo Martín, Chief Product Officer de Hispacec, “Efemis va a suponer un cambio de era para las empresas y organizaciones que quieren tener toda la operativa bajo control, con el valor único de poder integrar de manera directa las operaciones de todos sus productores asociados. Además, en el caso español, todo ello se puede reportar directamente al SIEEX, el nuevo cuaderno de campo digital”.

La digitalización agrícola en España dará un paso definitivo con la puesta en marcha del Sistema de Información de Explotaciones Agrícolas y Ganaderas (SIEEX), una de las novedades de la reforma de la PAC, creando un registro interconectado de datos sobre las explotaciones agrarias. Las explotaciones necesitarán implantar el control digital de tareas e insumos en campo, conectado con el SIEEX, que mejorará la trazabilidad de alimentos, asegurando el cumplimiento normativo y simplifican-

do la relación de los agricultores con la administración.

### LOGÍSTICA

Dentro del ecosistema de Hispacec Agrointeligencia, la logística ocupa un lugar preponderante.

Por esa razón, Hispacec Track ha lanzado su nueva plataforma global para monitorizar la calidad durante los procesos logísticos, reduciendo el impacto de las reclamaciones, aumentando su reconocimiento de marca y agilizando toda la gestión documental. “Las empresas internacionales que están utilizando esta plataforma están consiguiendo llevar toda su gestión logística al siguiente nivel, impactando muy positivamente en su eficiencia y percepción de marca como proveedores globales”, afirma Fran Morillas, CEO de Hispacec Track.

### PROPUESTA GLOBAL

Bajo el concepto “Farm to Market”, la compañía internacional



Los asistentes podrán conocer de primera mano la herramienta Efemis. / HA

ha desarrollado un ecosistema global formado por diversos productos que las organizaciones productoras, transformadoras y comercializadoras sean más sostenibles y competitivas. Las herramientas y soluciones de Hispacec cubren todos los procesos de precosecha y postcosecha, desde los viveros y semilleros, hasta la entrega al cliente en destino, pasando por la operativa en campo o los procesos de transformación, envasado y comercialización.

Según Martín, “todos nuestros productos están pensados para que los gestores de las organizaciones puedan conocer en tiempo real el coste de cada kilo producido o comercializado en cualquiera de los territorios en los que opera, permitiéndole ser más eficiente y sostenible”.

Durante los últimos años, Hispacec, por su afán de innovación constante y por crear nuevas soluciones digitales de gran valor para la horticultura, se ha convertido en un referente tecnológico para el sector de las frutas y hortalizas a nivel internacional; liderando proyectos en más de 30 países de cinco continentes con compañías líderes en sus productos.

Hispacec es hoy en día una empresa global y dispone de subsidiarias en los principales países productores de países latinoamericanos.

Los productores, comercializadores y exportadores de todo el mundo podrán venir a conocer más sobre Hispacec Agrointeligencia en el stand C-31, situado en el pabellón 23 de Fruit Logística 2023.

# Tomates exclusivos y helados veganos, las novedades que presentará SanLucar

La compañía contará con un showroom exclusivo para mostrar sus innovaciones a los profesionales que acudan a la feria

## VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

A pocas semanas de Fruit Logística 2023, la multinacional SanLucar ultima sus preparativos para unirse un año más al área expositiva de este certamen, líder a nivel mundial en el sector hortofrutícola.

Así, la marca premium de fruta y verdura regresa del 8 al 10 de febrero al salón berlinés y lo hace, como siempre, acompañada de sus maestros agricultores: Antonio Llusar y Cia, de cítricos; Fresaflo, de bayas; Frutas Poveda, de limón y fruta de hueso y Giuliano, con uva y cereza.

“Después de los años de pandemia hemos sido más conscientes si cabe de la importancia de verse en persona, de poder conversar de tú a tú e intercambiar nuevas ideas. Mantener una relación estrecha con nuestros contactos siempre ha sido muy importante para nosotros y Fruit Logística es sin duda el evento idóneo para reunirnos y pasar tiempo juntos”, afirma Stephan Rötzer, propietario y fundador de SanLucar.

## NOVEDADES

El certamen berlinés es también una gran oportunidad para mostrar al mercado hortofrutícola internacional las novedades e innovaciones propias de cada empresa. Por ello, en SanLucar “este año, además de contar con nuestro stand, tendremos un *showroom* exclusivo para clientes, donde presentaremos no solo las innovaciones individuales de producto, y/o envase, sino también la recreación de islas completas para el punto de venta; elementos decorativos para el lineal con nuestra próxima promoción de Disney; variantes para la exposición de producto; o nuevas propuestas como nuestro concepto de tomates SanLucar. Incluso ahora, antes de la feria, estamos obteniendo una respuesta muy positiva por parte de nuestros socios minoristas”, afirma Armin Rehberg, CEO de SanLucar.

“Honeydoptomato” y “Datetomato”, son dos de las novedades que la compañía presentará en Fruit Logística 2023. Los crujientes tomates “gotas de miel” convencerán por su excelente aroma, su dulce sabor a miel, su pulpa jugosa, así como su práctico tamaño, que los convierte en el tentempié ideal para picar entre horas. En cuanto a los tomates “dátiles”, tienen una forma muy atractiva y un sabor especialmente equilibrado debido al agua termal que SanLucar utiliza en el cultivo de sus tomates en Túnez.

Otra de las novedades SanLucar en esta edición de 2023 será la presentación de su nueva línea de helados veganos a base de fruta de temporada, que clientes e interesados podrán degustar en la feria.

Asimismo, el stand de la compañía acogerá una muestra de la línea de flores y plantas ornamentales que SanLucar

comercializa desde 2021. Plantas frutales como mini bananeros, árboles cítricos pequeños o plantas mini piña decorarán



La marca valenciana regresa a la feria con un nuevo diseño de stand, ubicado en el hall 27 - stand C30. / SANLUCAR

el stand de SanLucar en Berlín. En la feria también se podrá degustar el aceite de oliva virgen

de SanLucar, así como la ya conocida línea de Freshcuts y ensaladas de frutas *ready-to-eat*.



## POSTHARVEST SINCE 1929

### BIN SCRUBBER

La Bin Scrubber S-Series de JBT se caracteriza por su innovador sistema de eliminación mecánica de la suciedad mediante un exhaustivo cepillado, y por la mayor eficiencia de la operación de limpieza respecto a la competencia.

Un sofisticado sistema de triple filtrado recicla el agua del proceso, **minimiza su consumo** y **maximiza la higiene**.



**EXCELENTE SISTEMA DE CONTENCIÓN** que permite la reducción del consumo de agua



**LIMPIEZA MEJORADA DE SUPERFICIES INTERNAS**, esquinas y superficies de difícil acceso del contenedor



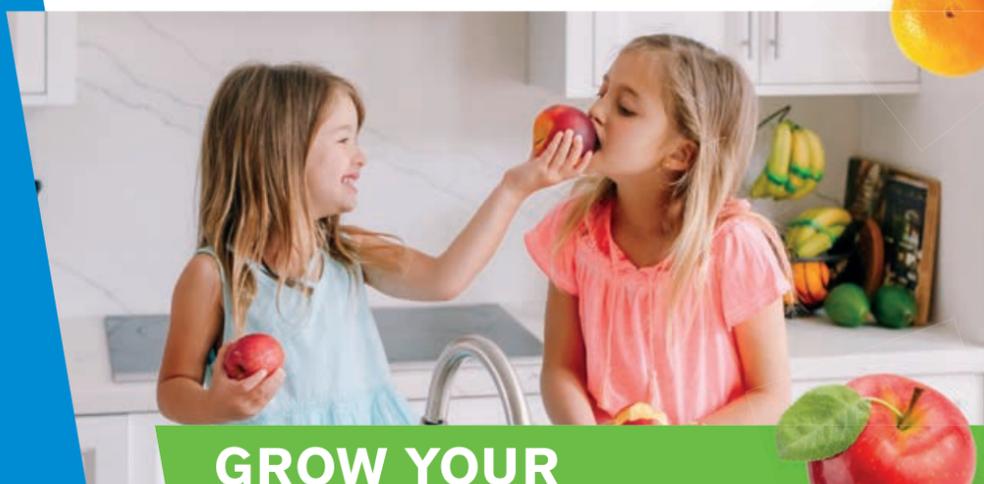
**MOTORES DE BAJA POTENCIA** que reducen el coste energético



**TRATAMIENTO AUTOMÁTICO DE LOS CONTENEDORES CON DESINFECTANTES** al salir del sistema de lavado y cepillado



**SECUENCIACIÓN AUTOMÁTICA DE CONTENEDORES** con fotocélulas e interruptores de límite



**GROW YOUR**  
Postharvest efficiency with  
our sustainable solutions

**JOHN BEAN TECHNOLOGIES FOODTECH SPAIN**

info.postharvest@jbt.com | jbt.com  
+34 968 693 072 | +34 628 766 151



**FRUIT  
LOGISTICA**  
HALL 1.1 | STAND C-20



Miembros de la Asociación Española del Kaki durante la pasada edición de Fruit Logística. / RAQUEL FUERTES

## AEKAKI analizará la campaña con sus clientes

La Asociación Española del Kaki acude a la feria berlinesa bajo el paraguas del proyecto Mediterranean Combo

► ÓSCAR ORZANCO. REDACCIÓN.

El sector del kaki ha vivido un ejercicio inusual. La temporada se ha saldado con una merma de cosecha de casi el 70% y solo se ha podido recolectar un 30% de la producción potencial actual de este cultivo en una temporal normal. No obstante, la Asociación Española del Kaki (AEKAKI) acude de nuevo a Fruit Logística, bajo el paraguas de Mediterranean Combo, con el objetivo de intercambiar opiniones con sus clientes, analizar la campaña y seguir promocionando esta fruta.

El presidente de la asociación, Pascual Prats, puntualiza que “para el sector del kaki la feria ideal es Fruit Attraction, porque coincide prácticamente con el arranque de la temporada y permite ofrecer el producto. No obstante, Berlín también facilita ver a los clientes, aunque la temporada ya ha finalizado, y te permite intercambiar opiniones y analizar cómo se ha desarrollado el ejercicio para sacar conclusiones”.

A pesar de cerrar la temporada con malos resultados y la incertidumbre que existe en el sector, desde AEKAKI siguen creyendo en el futuro de este cultivo y continúan apostando por la promoción para impulsarlo. Y en esta línea, el presidente de la Asociación Española del Kaki señala que “ya estamos planificando la siguiente campaña y acudimos a Fruit Logística para seguir promocionando el producto, porque consideramos que es una fruta con mucha calidad, futuro y posibilidades que hay que dar a conocer. El objetivo es promover el consumo para abrir mercados y llegar a nuevos clientes”.

■ MEDITERRANEAN COMBO

AEKAKI acude a Berlín bajo el paraguas de Mediterranean Combo, un proyecto europeo, enmarcado dentro del programa “Enjoy it's From Europe”, que comprende un plan promocional de tres años en el que participan siete cooperativas de Creta (Grecia) y la entidad española. La iniciativa está financiada por la Comisión Europea, que da soporte a campañas para promover productos agrícolas

Fruit Logística ofrece la posibilidad de mantener contactos con operadores de otros países para analizar el interés y las posibilidades que puede despertar una fruta como el kaki

“Aunque para el sector del kaki la feria ideal es Fruit Attraction, Berlín también facilita ver a los clientes y te permite intercambiar opiniones y analizar cómo se ha desarrollado el ejercicio para sacar conclusiones”

“Estamos analizando distintas posibilidades, proyectos y socios para seguir dando a conocer esta fruta entre los consumidores y abrir nuevos mercados”

de alta calidad, como es el caso del kaki.

La Asociación Española del Kaki organizó la participación en la última edición de Fruit Attraction y las cooperativas griegas coordinan las acciones que se van a desarrollar en Fruit Logística, en el stand B31 ubicado en el pabellón 8.2.

Cada firma participante en el proyecto promocionará sus producciones en el marco de la feria, sobre todo tomates, pimientos, berenjenas y kakis. En el programa trienal “Mediterranean Combo - Frutas y Verduras de Primera Calidad de Europa” participan la Cooperativa Agrícola Anatoli-Ierapetra Crete como el socio principal y como coordinador; y la Cooperativa Agrícola Tympaki, la Cooperativa Agrícola para la Producción y Comercialización de Hortalizas Tempranas de Ierapetra Nótos, la Asociación de Productores Agrícolas de Horticultura Koudoura, el Grupo de Productores agrícolas Falasarna Kompogennitakis y CO, la cooperativa agrícola Psaris, la Cooperativa Agrícola Kamiros y la Asociación Española de Kaki.

“Acudimos a Fruit Logística bajo el paraguas de Mediterranean Combo, y aunque todavía falta más de un año para la conclusión de este programa, desde la asociación ya estamos anali-

zando distintas posibilidades, proyectos y socios para seguir dando a conocer esta fruta entre los consumidores y abrir nuevos mercados. El objetivo es seguir promocionando la excelencia de esta fruta”, explica Pascual Prats.

En cuanto a la apertura de nuevos mercados, y aunque esta campaña, debido al escaso volumen de producción, la fruta se ha comercializado casi exclusivamente en el mercado de la Unión Europea, el sector del kaki tiene la necesidad de explorar y exportar a nuevos destinos.

Este año ha sido excepcional, pero la próxima temporada puede ser normal y alcanzar el nivel de producción potencial que existe en la actualidad. Para dar salida a este volumen de cosecha se necesita traspasar las fronteras de la Unión Europea y explorar nuevos mercados para la comercialización de esta fruta.

En este sentido, la feria Fruit Logística es una plataforma que ofrece la posibilidad de mantener contactos con operadores de otros países para analizar el interés y las posibilidades que puede despertar una fruta como el kaki. Actualmente en el punto de mira se encuentra China, pero hay otros mercados y destinos que podrían ofrecer oportunidades y salidas interesantes para el sector.

## MSC compartirá experiencias, retos y soluciones

Con más de 2 millones de contenedores frigoríficos enviados en 2021, MSC es uno de los transportistas líderes mundiales en transporte refrigerado

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Desde la empresa afirman que “asistir a Fruit Logística permitirá a MSC compartir su experiencia, escuchar los retos a los que se enfrentan los clientes y trabajar con ellos para encontrar soluciones”. Para lograr estos objetivos asistirán 90 expertos de MSC de todo el mundo, incluidos Sudamérica, África, Oriente Medio y Europa. Los expertos reefer de MSC estarán en el stand B-03, en el hall 25, de 09:00 a 18:00 y el viernes 10 de 09:00 a 16:00 horas.

Para la compañía es esencial el sector hortofrutícola. Los responsables del MSC destacan que “con una previsión de aumento de las ventas mundiales de productos perecederos en los próximos años, el mercado de frutas y hortalizas frescas es cada vez más importante en el comercio mundial”.

Refrendando estas afirmaciones comentan que “se prevé que los ingresos procedentes únicamente de las frutas frescas superen los 665.000 millones de dólares debido a una tasa de crecimiento anual compuesto del mercado del 5,53% entre 2023-2027, según Statista”.

Fruit Logística supone para MSC “un foro importante para que los productores de fruta, los proveedores de transporte y los clientes se reúnan e intercambien ideas, lo que permitirá a nuestros expertos en mercancía reefer proporcionar a cada uno de ellos la solución personalizada que requieren para satisfacer sus necesidades”.

Asimismo, desde la naviera afirman que “MSC promueve el comercio internacional en todo el mundo, por lo que uno de sus objetivos clave es mantener el flujo de mercancía reefer y dar servicio a los clientes que envían productos frescos, como frutas y hortalizas, de forma especializada”.

Además, la empresa comenta que “MSC ha desarrollado una sólida oferta de servicios y ha construido una de las mayores flotas de contenedores reefer del mundo. La compañía entiende la importancia de preservar el estado de los productos de sus clientes desde el momento en que se cargan hasta que llegan a su destino”. Un compromiso sobre el que los clientes podrán saber mucho más tras su paso por Berlín.

“El mercado de frutas y hortalizas frescas es cada vez más importante en el comercio mundial”

“Para MSC, esta feria es un foro importante para que productores, proveedores de transporte y clientes se reúnan e intercambien ideas, permitiendo a nuestros expertos en mercancía reefer proporcionar soluciones personalizadas”

Con más de 2 millones de contenedores frigoríficos enviados en 2021, MSC es uno de los transportistas líderes mundiales en transporte refrigerado y opera una de las flotas de contenedores frigoríficos más grandes y avanzadas del mundo. Además, MSC ofrece a los exportadores su experiencia en protocolos de tratamiento en frío para satisfacer los requisitos específicos de cada país.



Para la compañía MSC el sector hortofrutícola es esencial. / RAQUEL FUERTES

# Decco refuerza su misión contra el desperdicio y a favor de la sostenibilidad

Decco, empresa líder mundial en servicio postcosecha para frutas y verduras, estará presente en el stand A-80 hall 8.2.

## VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Para Decco, la feria de Fruit Logística es el foro idóneo para exponer su nuevo propósito “Más y Mejor Fruta Fresca para el mundo”, aportando la experiencia lograda tras casi 90 años al servicio del sector hortofrutícola a nivel mundial.

Decco es una compañía reconocida por sus soluciones postcosecha para cítricos a nivel mundial y presenta en esta edición de la feria berlina sus novedades en una diversidad de cultivos. Desde soluciones biológicas para la conservación en cámara de manzana, a su amplio porfolio para la exportación de frutas tropicales, o el lanzamiento de la Citrashine N Pyr, el primer y único recubrimiento del mercado con autorización para incluir el pirimetanil en su matriz... entre otras innovaciones.

**Decco mostrará a los profesionales presentes en Berlín la experiencia lograda tras casi 90 años al servicio del sector hortofrutícola**

Francisco Rodríguez, President and CEO Decco Post-Harvest WW, es gran conocedor de la feria y afirma que “como empresa líder mundial en postcosecha, nos presentamos en Fruit Logística junto con UPL, para reforzar nuestra misión para con el sector agroalimentario de reducir el desperdicio alimentario para construir una agricultura más sostenible. Nuestros equipos presentes en más de 40 países trabajan en estrecha colaboración con productores locales y exportadores, aportando las mejores soluciones para cada cultivo y necesidad del mercado. Desde hace casi 90 años y lo seguiremos haciendo muchos años más”.

Casi una veintena de representantes de Decco mostraran en más de 80 m<sup>2</sup> de stand la completa gama de soluciones para proteger la frescura, preservar la calidad y dar la garantía de seguridad alimentaria, a lo largo de la cadena de valor de productos frescos. En palabras de Miguel Sanchis, General Manager de Decco Ibérica: “La visión holística de toda la cadena agroalimentaria que aporta Decco, hace que las soluciones repercutan mucho más allá del almacén, afectando positivamente a todos los puntos de la cadena agroalimentaria: desde el campo hasta la mesa del consumidor”.

En cuanto a qué significa esta cita para el sector, Claudio Torrisi General Manager de Decco AMEA, considera que “Berlín Fruit Logística se ha consoli-

do como un punto de encuentro de los más importantes del sector hortofrutícola, y es una gran oportunidad para conectar con

nuestros colegas y clientes de todo el mundo, poner en común descubrimientos y avances que redundan en poder proveer de

Decco junto a UPL reforzarán su misión contra el desperdicio alimentario. / RF

un mejor servicio postcosecha”. Una oportunidad que, sin duda, aprovecharán los que se acerquen a su stand en el hall 8.2.



## A PROPÓSITO DE UNICA



**8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO**



Meta 8.8  
Derechos laborales y trabajo seguro.

Meta 8.2  
Diversificación, tecnología e innovación.

Somos cooperativa. 22.000 familias cuentan entre sus miembros con trabajadores de UNICA, desde agricultores a trabajadores de campo, personal de almacén u oficinas.

Probamos la viabilidad de más de 400 variedades al año para ensayos y 20 variedades semicomerciales, buscando soluciones rentables para el agricultor.



LA COOPERATIVA CON PROPÓSITO.

**OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE**  
CONTRIBUIMOS A LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE  
[unicagroup.es](http://unicagroup.es)

FUNDACIÓN  
**UNICA**  
GROUP

**FRUIT LOGÍSTICA**  
8|9|10 FEBRUARY 2023, BERLIN

VISÍTANOS  
PABELLÓN 18  
STAND A20

# Maf Roda expone sus novedades en robótica de encajado

En su stand los visitantes podrán ver las nuevas soluciones de confección del Grupo

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Desde Maf Roda tienen una clara perspectiva de cuál es el papel del sector en la economía: “El mercado es inestable, pero el sector de la fruta y verdura es muy resiliente y está sabiendo adaptarse. Se trata de una industria esencial que está captando mucha inversión en el contexto actual”. En este contexto en el que se está impulsando la digitalización “nuestra compañía puede aportar mucho valor ya que ofrece una gran variedad de soluciones en la digitalización y la automatización de procesos”, afirman sus responsables. Y precisamente en esa dirección van las propuestas que el Grupo Maf Roda presentará en esta edición de Fruit Logística en Berlín.

Este 2023 los visitantes al stand podrán ver los avances en robótica que se han llevado a cabo desde los centros de innovación del Grupo Maf Roda, especialmente relevantes en soluciones de confección. Estas so-

**La gama de productos de robótica para el encajado con orientación de fruta estará expuesto en el stand de Maf Roda situado en el hall 4.1, stand C10 D01**

luciones “permiten hacer un encajado de la fruta orientada, un proceso que hasta la fecha solo se podía realizar manualmente, y que ahora gracias a la introducción de la visión artificial, ya también podemos automatizar”, comentan desde Maf Roda.

“En Maf Roda somos grandes expertos en robótica. Hace ya un tiempo apostamos por la robótica creando un departamento específico que ha venido trabajando en proyectos de I+D de gran impacto y desde el



La firma apuesta por mejorar la eficiencia y rentabilidad del encajado. / MR

cual hemos lanzado productos al mercado, como los robots de confección. Estos robots mejoran la eficiencia y rentabilidad de una línea al realizar un en-

cajado orientado de la fruta cubriendo una clara necesidad por automatizar este proceso de los productores desde hace más de una década”, esta línea de inno-

Maf Roda cuenta con soluciones de encajado para manzana, kiwi, melocotón, nectarina y ahora también para cítricos

vación será la que destaque en la exposición que Maf Roda ha planteado para Berlín.

Actualmente, el Grupo Maf Roda cuenta con soluciones de encajado con orientación de fruta para manzana, kiwi, melocotón, nectarina y, en esta edición de Fruit Logística, presentará su gran novedad para cítricos.

La gama de productos de robótica para el encajado con orientación de fruta estará expuesto en el stand de Maf Roda situado en el hall 4.1, stand C10 D01. “Invitamos a todo el que se quiera acercar y comprobar la precisión y productividad de nuestros sistemas de encajado”.

En el stand podrá verse en funcionamiento el Pack Master Kiwi K1, el Fast Pack Peach, que presentaron en la última edición de Fruit Attraction; Line Pack 4R, integrado con el calibrador Uniway, y el sistema de calidad G7 y, el gran lanzamiento de esta edición para cítricos, el Pack Master Citrus.

## La generación millennial llega a Magic Corner España

Graziani Packaging y Magic Corner España acuden a la feria con la nueva generación de jóvenes al frente de las empresas

► NEREA RODRIGUEZ. REDACCIÓN.

Para Magic Corner España, ubicada en la localidad valenciana de Carlet y gestionada por la familia italiana Graziani en colaboración con las familias España y Ferrer, ha llegado el momento de prepararse para el futuro invirtiendo en sus jóvenes, entusiasmados por empezar a dirigir la empresa con los valiosos consejos de sus progenitores.

La historia de esta empresa comienza en 2009 cuando la firma italiana Graziani Packaging, que por aquel entonces exportaba directamente a España, decidió apostar por el mercado ibérico convenciendo a sus colaboradores y amigos, Juan Ferrer (tristemente fallecido en 2020) y Agustín España. Así nació Magic Corner España, un proyecto empresarial que tiene como finalidad ofrecer al sector hortofrutícola un plus de calidad en el mundo de las cantoneras.

En estos años, las nuevas generaciones se han ido uniendo al negocio familiar y actualmente las familias Ferrer y España cuentan en su equipo con 4 de sus jóvenes vástagos, mientras que, en Italia, la familia Graziani ha incorporado a 3 de sus hijos.

“España es un gran país con mucho potencial y en el cual nos sentimos como en casa cada vez que visitamos la empresa en Carlet”, afirma Roberto Graziani.

El CEO de Graziani Packaging admite que estos últimos años han sido “muy especiales y complejos”, pero en este 2023 espera poder vivir tiempos más calidos para “relanzar nuestras

**En estos años, las nuevas generaciones se han ido uniendo al negocio familiar y actualmente las familias Ferrer y España cuentan en su equipo con 4 de sus jóvenes vástagos y, en Italia, la familia Graziani ha incorporado a 3 de sus hijos**

ambiciones gracias al espíritu de nuestros jóvenes”.

Tal como señala Graziani, las dos empresas aún “tienen potencial por exprimir y están preparadas para nuevas inversiones. De hecho, en Italia, la empresa madre en breve alcanzará la cifra de 100.000.000 de metros lineales producidos y vendidos en todo el mundo”. Por su parte, desde España, Magic Corner ha crecido de forma discreta y silenciosa, sin embargo a partir de ahora, con la entrada de las nuevas generaciones “queremos darla a conocer de una forma más importante”. Para ello, “buscamos nuevos distribuidores y clientes importantes con el propósito de crecer y desarrollar nuestra excelente y reconocida calidad. Creemos firmemente en el futuro de España, un país joven, estratégico, vivo y agradable al igual que nuestra *Bella Italia*”. Este será uno de los mensajes

que trasladarán a los profesionales que visiten sus stands en la próxima edición de Fruit Logística, ubicados en el pabellón 4.2, stands D20 y C35.

Sobre la feria berlinesa, Roberto Graziani considera que “sigue siendo la principal feria del mundo para el sector hortofrutícola y su cadena de suministro”. De sus participaciones en ediciones pasadas, se muestra satisfecho al haber constatado un positivo feedback. Con savia nueva y ánimo imperturbable, Graziani Packaging y Magic Corner España vuelven a Fruit Logística para seguir ampliando su área de influencia con la mira puesta en mercados tan lejanos como América Central y África.



En Italia, una nueva generación llega a la familia Graziani Packaging. / GRAZIANI



En España también la empresa Magic Corner España tiene asegurado su relevo generacional. / MAGIC CORNER

# Sanifruit presentará en Berlín sus novedades en postcosecha sin residuos

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN. Sanifruit asistirá de nuevo este año a Fruit Logística. Durante el certamen, la empresa presentará sus últimas novedades en postcosecha sin residuos para cultivos como el aguacate, el melón, el pimiento o la banana.

Desde la última edición, según informan desde la compañía, Sanifruit ha ampliado su gama de soluciones, con las que “permiten al cliente reducir el número de materias activas y acceder a mercados restrictivos con excelentes resultados en postcosecha y gran rentabilidad para las centrales”.

Sus tratamientos, “altamente eficaces”, están destinados a alargar la vida comercial de la fruta y verdura y son libres de fungicidas de síntesis, “por lo que posibilitan al cliente la opción de diferenciarse en un mercado global cada vez más competitivo y restrictivo”, aseguran los responsables de la marca.

**Sanifruit ha ampliado su gama de soluciones con las que permiten al cliente reducir el número de materias activas y acceder a mercados restrictivos**

**Actualmente Sanifruit ofrece soluciones para multitud de cultivos, además de servicio técnico y de asesoramiento en el manejo de la fruta postcosecha**

“Además, combinados con tratamientos tradicionales, muchos de sus productos ayudan a combatir las resistencias, problema cada vez más habitual en las centrales, que están comprobando que continuar haciendo lo mismo de siempre no funciona”, continúan explicando desde la empresa ubicada en Chiva (Valencia).

Actualmente Sanifruit ofrece soluciones para multitud de cultivos, además de servicio técnico y de asesoramiento en el manejo de la fruta postcosecha. Su sistema de gestión, completamente digitalizado con la APP que la empresa pone a disposición de los clientes, “ayuda y guía hacia una nueva forma de gestionar la postcosecha, más respetuosa con las personas y con el medioambiente”.

Sanifruit “es la única en el mercado que ofrece soluciones globales en todo tipo de aplicaciones en postcosecha 100% natural, vegetal y orgánica. En los últimos años, su laboratorio de I+D+i ha desarrollado numerosos tratamientos eficaces orgánicos y bio que comercializa

y distribuye en todo el mundo”, destacan sus directivos.

El stand de Sanifruit estará ubicado en el hall 11.2, stand B-22, como coexpositores de la Generalitat Valenciana. Desde la empresa animan a visitarlo

para aprovechar “la oportunidad de extender la vida comercial de tus frutas y verduras sin añadir más residuos a tu fruta”. Algo que podrán comprobar los visitantes que este año se acerquen al stand en Berlín.



El stand de Sanifruit estará ubicado en el hall 11.2, stand B-22, como coexpositores de la Generalitat Valenciana. / RAQUEL FUERTES

## Nuestra pasión

# EL ESPÁRRAGO

### Bienvenidos a nuestro mundo



8|9|10 FEBRUARY 2023, BERLIN

We're looking forward to seeing you at our stand

## Hall 10.2 A-06





Centro Sur, Soc. Coop. And. - Ctra. de la Estación, s/n. - 18360 Huétor Tájar (Granada) España - Tel.: +34 958 33 20 20 - Fax: +34 958 33 25 22  
 Espárrago de Granada, S. Coop. And. - Paseo de la Redonda Sur, 13 Bajo A - Huétor Tájar (Granada) España  
 Tel.: +34 958 51 30 61 - Fax: +34 958 51 30 20

[www.centro-sur.es](http://www.centro-sur.es) - [www.esparragodegranada.eu](http://www.esparragodegranada.eu)



CAMPAÑA FINANCIADA CON LA AYUDA DE LA UNIÓN EUROPEA

RAÚL MANZANA / Director comercial en Ramón Mazana, SL

## “Fruit Logística es un trampolín inmejorable para la internacionalización y mostrar nuestras novedades”

La historia de esta empresa comenzó hace 60 años, cuando Ramón Manzana, agricultor y recolector, se dio cuenta de que las tijeras o alicates para la recolección de cítricos no eran las más adecuadas para realizar un trabajo bien hecho. En esta entrevista, Raúl Manzana señala que el secreto del éxito está en la mejora continua desde la investigación y desarrollo de tijeras y alicates buscando siempre el mayor rendimiento para el recolector porque hace más productivo el futuro de la recolección profesional.

■ GONZALO GAYO. NULES

**Valencia Fruits.** ¿Cuáles son las principales características de las tijeras Manzana?

**Raúl Manzana.** Nuestros productos están diseñados para nuestros clientes, esto es que cuando nos planteamos el desarrollo de un nuevo producto, siempre ponemos por delante las necesidades del cliente ya sea recolector, productor o comercializador de fruta.

Por esta razón, todos nuestros productos ofrecen ventajas adicionales a los productos existentes con características que inciden principalmente en el mantenimiento de la calidad de la fruta tal y como se encuentra en el árbol. Consiguiendo de este modo beneficios adicionales, tanto económicos como comerciales.

Algunos de los ejemplos que puedo poner sería el de los modelos de cítricos, que tienen un diseño específico que consigue reducir el porcentaje de heridas que otros tipos de tijeras producen, traducándose esto en un menor impacto de los problemas postcosecha. Otro ejemplo sería nuestra tijera para la recolección de kaki, diseñada para realizar un corte paralelo y a ras del pedúnculo, consiguiendo eliminar tallos largos que producen pinchazos a otros kakís en el manipulado. Y también nuestra tijera para aguacate, que es la primera del mercado con un sistema en el que ya no es el recolector el que tiene que, a ojo, dejar un tallo de una medida adecuada sino que es la propia tijera la que marca la medida ideal. Y también destacar las aristas romas que evitan daños en la piel del aguacate.

Tampoco hay que olvidar, la alta calidad de los materiales que utilizamos, que proporcionan durabilidad y facilidad de corte.

**VF.** ¿Qué les hace ser líderes en distintos mercados?

**GG.** Esta pregunta está íntimamente relacionada con la anterior, y podemos decir que lo que nos hace líderes es justamente que muchos de los productores y comercializadores de fruta a nivel mundial son conscientes de la problemática que tienen y saben perfectamente que la utilización de nuestros productos les va a aportar beneficios.

**VF.** ¿Hay una tijera para cada tipo de recolección de fruta?

**RM.** Tanto la morfología, las características como las necesidades de cada fruta son distintas. Por lo que, si queremos que una tijera realice un trabajo óptimo, es necesario que esta se adapte a cada tipo de fruta. Por ello es de



Actualmente Ramón Manzana está abriendo nuevos mercados para sus tijeras de aguacate, como México, país con un gran potencial en este cultivo. / GG

vital importancia conocer bien el cultivo para el que vamos a desarrollar una nueva tijera y conseguir que esta cumpla todos los requerimientos que la fruta en cuestión necesite.

Por ello, en cítricos es necesario que la tijera arrase bien, pero sin “morder” la fruta ni pincharla. En kaki es importante no dejar un pedúnculo largo ya que este producirá pinchazos entre frutas; por ello la tijera tiene que adaptarse a la morfología del pedúnculo para conseguir llegar al fondo y realizar un corte paralelo. En aguacate, es necesario dejar un pequeño tallo para evitar podridos y al mismo tiempo hay que evitar dañar la fruta.

En fin, cada fruta es un mundo y por esto es necesario que la herramienta se adapte.

**VF.** ¿Cuáles son las que más éxito tienen en ventas? ¿Tienen previsto presentar algún nuevo modelo este año?

**RM.** Nuestros productos estrella son las tijeras de cítricos. Pero no tenemos ninguna que sea un producto estrella a nivel internacional, ya que tenemos muchos modelos y en cada país gustan unos modelos concretos. Sí que es cierto que en cada uno de estos países hay un modelo estrella. Por ejemplo, en España, para los recolectores es nuestra tijera M87-DI y para productores y comercializadores el modelo M15-DI ya que está diseñado para evitar daños en la fruta. En otros mercados como EEUU serían los modelos M14-AM y M96-AM; en Marruecos o Sudáfrica los modelos M14-AM y M14L-AM.

En otros tipos de fruta, también pensamos que tendremos modelos estrella. Sin ir más lejos, el modelo de aguacate M22-AM,

“Estamos estudiando otros tipos de cultivos y uno al que le vemos bastante potencial es el de las hortalizas”

desde que lo presentamos hace un año, está teniendo una gran aceptación y pensamos que en pocos años puede ser el modelo más popular a nivel mundial.

Respecto a si tenemos previsto presentar alguna novedad, este año vamos a lanzar un nuevo modelo de calibre para frutas. Pensamos que es un calibre con un gran potencial, ya que se trata de un calibre universal que podrá medir frutas entre 40 y 110 mm. La gran ventaja que tendrá será su precio, ya que los calibres universales existentes en el mercado tienen un precio excesivamente elevado como para que una empresa pueda darlo de forma masiva, tanto a sus encargados como a trabajadores. Nuestro calibre es extremadamente simple y fácil de usar y con un precio muy inferior a los actuales, lo que permitirá que las empresas puedan repartirlo sin preocuparse del precio.

Esperamos poder presentarlo en Fruit Logística, aunque los tiempos van muy ajustados.

**VF.** Hace unos años lanzaron una gama de herramientas para el rayado de frutales. ¿Cómo están funcionando?

**RM.** La verdad que no nos podemos quejar, ya que ha superado todas nuestras expectativas.

Es un producto ideal para todas aquellas variedades de fruta que tienen problemas de vecería,



Raúl Manzana señala que el secreto del éxito de su empresa es que siempre ponen por delante las necesidades del cliente. / GONZALO GAYO

en las que la producción oscila mucho de unos años a otros. Con esta herramienta se consigue, de una forma natural y sin utilizar productos químicos, mejorar el cuajado o también aumentar el calibre ya que, si se hace en el momento oportuno, se consigue mantener la savia en las ramas.

Ahora mismo estamos desarrollando una nueva medida, más pequeña, ya que en nuestra participación en Interpoma (Italia), descubrimos la gran necesidad que tienen los productores de manzana de una herramienta de estas características para conseguir que, en la edad joven del árbol, broten nuevas ramas.

**VF.** ¿Qué ahorro económico se produce utilizando las tijeras Manzana adecuadas a cada fruta?

**RM.** Esta pregunta es muy interesante ya que cuando presentamos nuestros productos a clientes que no los conocen, suelen argumentar que las que ellos están utilizando en ese momento son más baratas. Pero claro, si tenemos en cuenta el coste de producción o compra de la fruta, el coste de recolección, el transporte y el manipulado; este siempre será muy superior a la inversión que tienen que hacer en tijeras de calidad.

Por otra parte, tampoco hay que olvidar los problemas que tienen los comercios cuando a sus clientes les llega fruta en mal estado debido a la entrada de hongos. Por lo que también supone un beneficio tanto económico como de prestigio si consiguen reducir este problema.

**VF.** ¿Qué ventajas les ofrece su presencia en la feria en Berlín?

**RM.** Nuestra empresa ya ha participado en muchas ediciones de esta feria desde el año 2012. Para nosotros ha sido un trampolín inmejorable para la internacionalización de nuestra empresa; conociendo en esta muchos de nuestros actuales distribuidores y clientes.

Hoy en día la razón de nuestra presencia en la feria aún continúa siendo, en parte, dar a conocer nuestros productos, pero al mismo tiempo es un evento perfecto para encontrarnos con nuestros distribuidores y clientes, y para mostrar las novedades que tenemos.

**VF.** ¿Cómo afecta la guerra de Ucrania al comercio e incremento de costes en su sector?

**RM.** Efectivamente, toda esta espiral inflacionista que estamos sufriendo, y la guerra de Ucrania evidentemente es uno de los principales causantes, está afectando muy directamente sobre nuestros precios de producción y más teniendo en cuenta que prácticamente toda nuestra materia prima es acero.

No obstante, hemos intentado repercutir lo mínimo posible este incremento sobre el precio final del producto, al tiempo que continuamos mejorando los procesos de fabricación para reducir el coste.

**VF.** ¿Qué les diría a los líderes mundiales reunidos en Davos para avanzar hacia una paz duradera?

**RM.** Les diría que la paz es un activo muy valioso que hay que cuidar y que es mejor hablar y negociar que no luchar, ya que en primer lugar sufren las personas que están inmersas en un conflicto, pero también afecta a personas de otros países desde un punto de vista económico.

**VF.** ¿Cree necesario el apoyo de las administraciones para hacer frente al incremento de costes?

**RM.** Yo siempre he pensado que una de las funciones principales de las administraciones es mejorar la vida de las personas. Por ello es importante que actúen sobre situaciones que puedan poner en peligro ese bienestar. La inflación es un problema que afecta muy negativamente a los ciudadanos y a las empresas, produciendo un descenso de la actividad económica, del empleo y del poder adquisitivo.

Bajo mi punto de vista, las administraciones deberían tomar medidas, eso sí, con acciones realistas y sensatas.

**VF.** ¿Qué nuevos mercados contempla de cara al futuro?

**RM.** Actualmente estamos desarrollando nuevos mercados para las tijeras de aguacate. Estamos desarrollándolo en los principales países productores como España, Perú, Chile o Sudáfrica; y también nos hemos introducido en México, país con un potencial inmenso en este cultivo y en el que vamos muy bien encaminados.

También estamos estudiando otros tipos de cultivos. De hecho, uno al que le vemos bastante potencial es el de las hortalizas. Espero que en poco tiempo Valencia Fruits pueda volver a entrevistarme a razón de este nuevo producto.

**VF.** ¿Cómo ve el futuro de la economía en su sector?

**RM.** Esto es complicado de contestar, aunque yo prefiero ser positivo. Pienso que la agricultura es un sector básico y no puede desaparecer. Por lo que creo que, por lo menos, se mantendrá.

Por nuestra parte, tengo muy claro que el crecimiento de nuestra empresa vendrá determinado por la diversificación y creación de nuevos productos para nuevos mercados. Y por supuesto siempre siguiendo nuestra filosofía de aportar un producto diferenciado y con valor añadido.

FRANCISCO DELGADO / Comercial de Los Gallombares

# “Las nuevas instalaciones mejoran la calidad del producto y la logística de la cooperativa”

Con el foco puesto en la expansión, Los Gallombares estrena en 2023 nuevas instalaciones que garantizan una mejora global de todos los procesos de confección sin renunciar a su compromiso con el entorno y con el bienestar de las personas. En esta cita, Los Gallombares estará situado en el hall 10, stand A-06, donde presentarán su espárrago verde premium, cultivado con métodos biológicos y optimizando los recursos naturales.

► JULIA LUZ. REDACCIÓN.

**Valencia Fruits.** A pocas semanas de una nueva edición de Fruit Logística, ¿cómo ha organizado Los Gallombares su participación en el certamen?

**Francisco Delgado.** Con muchísimas ganas e ilusión. La pasada edición, con el cambio de fechas y el retraso de la feria a abril, nos fue imposible acudir porque nuestra cooperativa se encontraba en plena campaña. Así que este año asistimos de nuevo retomando el entusiasmo y la lucha de otros años por seguir fomentando, exponiendo y defendiendo nuestro producto.

**VF.** ¿Qué aporta un evento de las características de Fruit Logis-

tica a una cooperativa como Los Gallombares?

**FD.** Fruit Logística es la feria hortofrutícola más importante de Europa y cuenta con una gran afluencia de empresas internacionales. Actualmente, Los Gallombares se encuentra en plena expansión y, por ello, un certamen de estas características nos permite informar y exponer a nuestros clientes y al público en general nuestro producto, nuestro buen hacer y el nuevo proyecto que por fin arranca para esta campaña: nuestras nuevas instalaciones.

**VF.** ¿Con qué objetivos se des-

**FD.** Como en cualquier otro certamen, nuestra principal intención como participantes y expositores es ensalzar el potencial del producto y nuestros valores —cuidado del medio ambiente, calidad, compromiso y salud— para que lleguen a consumidores de todo el mundo. También, compartir con nuestros clientes nacionales e internacionales las novedades de nuestra oferta de calidad, talento e innovación.

**VF.** ¿Aprovechan el certamen para presentar alguna novedad o proyecto?

**FD.** En Los Gallombares trabajamos constantemente para afianzar mercados que ya disfrutan del sabor de este vegetal



Los Gallombares acude a esta edición con muchas ganas e ilusión. / LG

y dinamizar nuevos canales de distribución. Por ello, Fruit Logística es el lugar idóneo para anunciar que este año culmina nuestro gran proyecto y por fin estrenamos nuestras nuevas instalaciones, una nueva planta de envasado con una superficie de 10.000 m<sup>2</sup> y 11 líneas de máquinas especializadas de última generación para el manipulado de espárragos, siete de ellas con calibrado óptico, con una capacidad de manipulación de 100.000 kilos cada 8 horas.

**VF.** ¿Qué van a aportar estas nuevas instalaciones a Los Gallombares?

**FD.** Este proyecto, sin duda, permite centralizar la produc-

ción, reforzar el servicio en nuestros almacenes y mejorar el transporte, favoreciendo así a nivel global la calidad de nuestro producto y la logística de la cooperativa. Además, esta nueva nave va a generar 600 empleos, siendo un auténtico motor económico para la comarca del poniente y la provincia de Granada.

Por otro lado, estas instalaciones refuerzan nuestro compromiso con el entorno y la RSC en nuestra apuesta por la producción integrada, el residuo cero y el fomento del consumo de energía solar. Así, todas estas prácticas garantizan un espárrago verde respetuoso desde el campo hasta el consumidor.

## EL ENVASE MÁS SOSTENIBLE DEL MUNDO

-  100% reciclable y biodegradable
-  Huella de carbono negativa
-  Huella hídrica mínima



¡VISÍTANOS!

FRUIT  
LOGÍSTICA

Hall 11.2 Stand B41

**FEDEMCO**<sup>®</sup>

www.fedemco.com

f t y in

# Firmas de las tres provincias se incorporan a la IGP Cítricos Valencianos

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

La figura de calidad IGP Cítricos Valencianos aumenta la familia con la incorporación de nuevas firmas distribuidas en las tres provincias, Alicante, Valencia y Castellón. Una ampliación que refuerza la presencia del sello valenciano en los mercados nacionales e internacionales.

Las empresas que se suman a la IGP Cítricos Valencianos trabajan ya con grandes superficies nacionales.

Su decisión es una clara apuesta por la figura de calidad para las naranjas mandarinas y limones producidos en los campos de la Comunidad Valenciana bajo los controles que establece el Consejo Regulador y que concede a sus frutas la máxima calidad y garantía.

Los nuevos miembros de la familia son: Antonio Llusar y Cía, SLU situada en el término municipal de Chilches en Castellón, proveedor de cítricos de El Corte Inglés. Un gigante en la



Las empresas que se suman a la IGP trabajan ya con grandes superficies. / VF

comercialización de naranjas y mandarinas, de reconocido prestigio en los mercados nacionales e internacionales.

Frutas Hermanos Salas e Hijos, SL. Está ubicada en la comarca valenciana de La Costera, en

el municipio de Estubeny. Con larga trayectoria en la comercialización de cítricos y presencia en más de 20 países.

Y Frutas Juanito, SL, proveedor de la cadena Mas y Mas, que comenzará a utilizar el sello IGP

Mapa de las firmas registradas en IGP Cítricos Valencianos



Las nuevas firmas están distribuidas por Valencia, Castellón y Alicante. / IGP

La entrada de nuevas empresas a la IGP refuerza la presencia del sello valenciano en los mercados nacionales e internacionales

Cítricos Valencianos para sus limones producidos en tierras alicantinas.

Además, seis operadores más se encuentran en estos momentos en proceso de integración en la IGP Cítricos Valencianos. En concreto, dos cooperativas y cuatro comercios privados.

El goteo constante de nuevas incorporaciones a la IGP Cítricos Valencianos dibuja en el mapa de

la Comunidad Valenciana una mancha cada vez más amplia.

■ SU CITA CON BERLÍN

Del 8 al 10 de febrero, la IGP participará Fruit Logistica, tres días para visibilizar su sello de calidad en los mercados internacionales en una cita clave del sector de la fruta. En esta edición estarán ubicados en el hall 11.2, stand B-10.

# Sorma Group presenta su nueva pesadora para tomates en racimos

La empresa ofrece una solución para automatizar el llenado de las bandejas de peso establecido, permitiendo ganar tiempo y ahorrar en la mano de obra

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Fruit Logistica está a la vuelta de la esquina y Sorma Group está lista para participar en la cita ferial internacional más importante en el sector hortofrutícola con una novedad dedicada al tomate en racimos y con sus más recientes innovaciones en la elaboración posterior a la cosecha y en el envasado.

En la feria de Berlín, desde el stand C10, pabellón 2.1, el grupo internacional presentará la pesadora combinada CP810 VW5, concebida para resolver las principales dificultades en el envasado del tomate en racimos.

Como bien saben los operadores, la fase de elaboración que requiere más tiempo y mano de obra es la carga de la bandeja con la adecuada combinación de frutos para alcanzar el peso establecido de cara al cliente final. “El aspecto innovador en el que se basa esta pesadora — explica Evert-Jan Wassink, responsable de Ventas de Sorma Benelux— consiste en ayudar al operador en el llenado de la bandeja parcialmente prerrellenada”. De hecho el operador llena manualmente la bandeja con un número parcial de productos; en función del peso, “la máquina busca la mejor combinación para alcanzar el gramaje mínimo garantizado y coloca las cantida-



En la feria, desde el stand C10, pabellón 2.1, el grupo internacional presentará la pesadora combinada CP810 VW5. / SG

des de producto que faltan en la línea, a la altura de la bandeja que hay que acabar de llenar”. El rendimiento de la CP810 VW5 alcanza las sesenta cestas por minuto, lo que “la hace única en el mercado.”

La nueva pesadora de Sorma Group está en condiciones de albergar bandejas de como máximo 30 cm de longitud y 20 cm de anchura y permite un ahorro de mano de obra y una optimización

de la producción bruta vendible de seis operadores ahorrados (con dos líneas contiguas), evitando desviaciones por encima del gramaje. Disponible desde el principio de este año, ya se está vendiendo en Países Bajos y en Italia.

“El tomate es una de las frutas más consumidas en el mundo”, comenta Mario Mercadini, responsable de Marketing de Sorma Group, pero “el sector

está viviendo un momento muy contradictorio, caracterizado, por un lado, por un aumento vertiginoso de los costes de producción, sobre todo en los invernaderos, que en parte ha repercutido en los precios de venta, así como por la escasez de mano de obra disponible, y, por otro lado, por el riesgo concreto de que se contraiga la demanda a causa del alza de precios, por lo que lograr comprimir los cos-

tes de elaboración resulta fundamental para seguir siendo competitivos”.

La pesadora CP810 VW5, además, también es de lo más indicada para la uva en racimos, y puede ser utilizada asimismo con otros productos que, por su forma, no ruedan.

Bajo la luz de los focos de Berlín también estará HyperVision, la plataforma tecnológicamente avanzada de la seleccionadora Sormatech, capaz de analizar hasta quince frutos por segundo, frente a los doce de media de las demás soluciones presentes en el mercado. El funcionamiento de HyperVision se basa en nueve cámaras de vídeo en cada línea del calibrador óptico, tres en color y seis cámaras NIR (un método de análisis basado en la interacción de la materia con las radiaciones del rayo infrarrojo cercano).

La plataforma toma y analiza imágenes hiperespectrales superpuestas tanto en la región visible, como NIR, de cada fruto, que gira 360° bajo el sistema de inspección. De esta manera se logra la máxima precisión en la selección, que tiene en cuenta la calidad interna y externa, el color y la forma.

Para presentar a sus clientes y a todos los visitantes profesionales las innovaciones más recientes lanzadas al mercado, Sorma Group, además, organizará en su stand dos momentos informativos al día, en los que un responsable de la empresa mostrará, a través de una pantalla, el funcionamiento de las varias máquinas e ilustrará sus características distintivas.

Se brindará más información sobre horarios y encuentros en la web: [sormagroup.com](http://sormagroup.com).

JUAN JESÚS LARA / Director general y CEO de CASI

# “Como novedad vamos a presentar el tomate Rebel Pink para próximas campañas”

La Cooperativa Agrícola San Isidro, CASI, volverá a viajar hasta Berlín para acudir a Fruit Logistica, uno de los mayores eventos para el sector agrario mundial. Desde su stand nº 16 en el hall 8 del pabellón andaluz, la cooperativa almeriense expondrá a los visitantes sus más recientes innovaciones. Su director general y CEO, ofrece a Valencia Fruits un adelanto de su participación en el evento.

► GIA. ALMERÍA.

**Valencia Fruits.** Un año más, CASI estará presente en una nueva edición de Fruit Logistica, ¿qué importancia tiene esta feria para ustedes?

**Juan Jesús Lara.** Tanto para nuestros socios como nuestra cooperativa, Fruit Logistica es el mayor escaparate mundial para mostrar nuestra fuerza comercial y la excelencia en nuestros productos.

A diferencia de otros eventos, Fruit Logistica por su gran representación del sector y su situación en centro Europa nos permite acercarnos a nuestros clientes del canal de la exportación de forma directa.

Este año nuestra expedición estará formada por quince profesionales expertos en comercio internacional, y por su puesto en la producción de nuestros socios, con la intención de continuar nuestras líneas de negocio y evidentemente cerrar otras en las que estamos trabajando. En esta edición volvemos al pabellón andaluz, en el stand 16 hall 18, continuando con acciones en productos de novedad y posicionando la marca CASI además en el sector V Gama.

**VF.** ¿Presentan alguna novedad este año?

**JJL.** Nuestro departamento técnico de I+D está en continua búsqueda no solo de variedades de nuevos productos para satisfacer demandas de nuestros clientes, si no en innovaciones en cuanto al packaging o en diferentes acciones de economía circular dentro de los objetivos ODS. Para Fruit Logistica, además de nuestro amplio catálogo habitual, en línea con nuestro reciente éxito con el tomate asurcado Rebel como ‘Sabor del año’, presentaremos como novedad el tomate Rebel Pink para próximas campañas, así como un tomate cocktail rosa, y nuevas variedades en variedades Corazón de Buey. Por último como apuesta en la economía circular, vamos a presentar una nueva línea de negocio para V Gama con salsas y preparados, encontrando un producto diferenciador en el tomate frito y crema de tomate, ambos con tomate Rebel recientemente premiado como ‘Sabor del año’.

**VF.** En un contexto en el que muchos productores de tomate europeos ya dan por perdidas sus campañas debido al clima y a la crisis en el precio de los carburantes, como ha ocurrido con Holanda, ¿cuál es la posición de su cooperativa? ¿Creen que pueden salir beneficiados de esta situación, o esperan una mayor competencia de países extracomunitarios, como Marruecos o Turquía?



Juan Jesús Lara destaca el trabajo y las continuas innovaciones del departamento técnico de I+D de CASI. / GIA

**JJL.** Cada campaña es diferente, de hecho hemos visto alargar campañas en origen en Holanda y Bélgica, nunca antes visto. Consideramos que nuestro producto es diferenciador en calidad y en los más estrictos estándares de control, esto sumado a unas políticas conservacionistas de la Unión Europea adecuadas, pueden proteger

nuestro mercado y el de nuestros socios. Debido a las condiciones climatológicas de noviembre y diciembre, así como las diferentes plagas y enfermedades, la producción se vio mermada en su inicio, hecho que intentamos recuperar en esta segunda mitad de campaña a través de intervenciones de nuestro departamento técnico. Conocemos la importan-

cia de cuidar la producción en el tercio final y actualmente estamos posicionados en igualdad de condiciones productivas de años pasados.

**VF.** ¿Necesita una mayor protección el tomate europeo por parte de las instituciones?

**JJL.** Evidentemente necesitamos un mercado global pero que todos los actuantes jueguen

“Tanto para nuestros socios como nuestra cooperativa, Fruit Logistica es el mayor escaparate mundial para mostrar nuestra fuerza comercial y la excelencia en nuestros productos”

“En esta edición volvemos al pabellón andaluz, en el stand 16 hall 18, continuando con acciones en productos de novedad y posicionando la marca CASI además en el sector V Gama”

con las mismas reglas. Aunque actualmente las instituciones están involucradas en diferentes políticas conservacionistas en nuestros productos, se deben dar pasos en firme y establecer un mayor control de las importaciones.

**VF.** ¿Cómo afrontan esta campaña? La anterior se caracterizó por una caída general de la producción, a la vez que subían los precios, ¿creen que esta va por el mismo camino?

**JJL.** La campaña actual se ha caracterizado por condiciones climatológicas bastantes adversas en su inicio, sin embargo tenemos la confianza de nuestros clientes gracias a la labor de nuestros agricultores. En general la tendencia actual de mercado tanto nacional como internacional parece mejorar conforme avanza la campaña, en definitiva esperamos una estabilización de mercado gracias a nuestro posicionamiento en el cliente final.



## Tenemos las cartas que necesitas para ganar la partida

Más de 20 años ayudando a las empresas agro en sus proyectos de transformación digital.

Disponemos de las soluciones que necesita tu empresa para la digitalización, aportando la última tecnología agroalimentaria al sector.

- ERP
- Movilidad y APPs
- IoT
- Business Analytics
- Gestión documental
- RRHH
- Marketing Digital
- Y mucho más....

### ¿Hablamos?

[www.visionagro.info](http://www.visionagro.info) - [marketing@gregal.info](mailto:marketing@gregal.info)

963 052 308

# Uniq, el único envase con instrucciones de uso regresa a la capital alemana

Joaquín Fernández, director de desarrollo estratégico de Uniq señala que Fruit Logistica es “un punto de consolidación del sello Uniq como referente internacional”

■ ÓSCAR ORTEGA. BARCELONA.

Uniq, garante de los envases en cartón para frutas y hortalizas, se cita un año más con el sector hortofrutícola mundial en Berlín, en una nueva edición de Fruit Logistica del 8 al 10 de febrero.

El sello de calidad líder en packaging presentará, de la mano de la Asociación Española de Fabricantes de Envases y Embalajes de Cartón Ondulado, AFCO, soluciones de embalaje agrícola en cartón, 100% eficientes y sostenibles, en el hall 11.2 A-38 de Messe Berlin.

En palabras de Joaquín Fernández, director de Desarrollo Estratégico de Uniq, “esta feria es un punto de consolidación del sello de calidad Uniq como referente internacional en el mercado de los envases en cartón para productos hortofrutícolas”.

Los envases de cartón estampillados con el sello Uniq incorporan toda la información necesaria para asegurarte confianza y fiabilidad. Son envases resistentes y versátiles, capaces de optimizar todos los procesos de envasado, almacenaje, transporte y logística. Sin olvidar el punto de venta, donde ejercen un activo papel promocionando tanto marca como producto, y generan atracción para el consumidor.



Joaquín Fernández, director de desarrollo estratégico de Uniq. / UNIQ

**El sello de calidad líder en packaging presentará soluciones de embalaje agrícola en cartón, 100% eficientes y sostenibles**

**Joaquín Fernández señala que el sello agrícola Uniq “se adapta a los exigentes circuitos logísticos de las frutas y hortalizas”**

Fernández afirma que “Uniq es un sello de garantía de fiabilidad, con soluciones a medida, eficientes y sostenibles, que se adaptan a los exigentes circuitos logísticos de las frutas y hortalizas”.

#### ■ SOSTENIBILIDAD

Los envases de cartón son el mejor ejemplo de circularidad, por su carácter renovable, reciclable y biodegradable.

El cartón es el embalaje sostenible por excelencia, porque es natural, 100% reciclable y biodegradable y respeta la salud

**El cartón es el embalaje sostenible por excelencia, porque es natural, cien por cien reciclable y biodegradable**

del consumidor y del planeta. El director de desarrollo estratégico de Uniq ejemplifica que “con las barquetas ofrecemos al mercado la estandarización de un formato de envases sostenible 100% cartón; material reciclable, renovable y biodegradable” y describe que “las barquetas de cartón estampilladas con Uniq, ofrecen estandarización, fácil manipulado, son imprimibles y personalizables, permiten tratamientos antihumedad naturales, son seguras e higiénicas, y contribuyen a la economía circular”.

Gracias al reciclaje, las fibras de los envases usados de cartón se reutilizan más de 25 veces sin pérdida de calidad, aprovechando al máximo los recursos y evitando residuos. Este dato se extrae de un estudio desarrollado el pasado 2021 por la Universidad Tecnológica de Graz (Austria) que destaca la vital contribución del cartón a la economía circular y la función que puede desempeñar a la hora de mejorar las credenciales de sostenibilidad de las empresas y marcas. Este estudio consistió en reciclar repetidamente cartón plegable para entender qué efecto, si lo hubiera, tendría sobre las propiedades mecánicas del material, incluidas su fuerza innata y su resistencia a los impactos.

AFCO representa un porcentaje mayoritario de la producción total de cartón en España. El número de fabricantes de envases y embalajes adheridos a Uniq alcanza más de cuarenta plantas onduladoras en España.

## Aspecto y precio, factores decisivos en la compra de frutas y hortalizas

El 70% de los consumidores se fija en el aspecto de los productos y un 68% también cita el precio

■ VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

El aspecto y el precio son los principales motivos de compra de las frutas y hortalizas, según se desprende de los resultados del informe de AECOC Shopperview ‘El comprador de Frutas y Hortalizas’.

Según los resultados del estudio realizado en colaboración con ‘Meléndez x Frescos’, el 70 por ciento de los consumidores afirma que se fija en el aspecto de las frutas y hortalizas a la hora de hacer su compra. Un 68 por ciento cita también el precio como factor decisivo en su elección, mientras que el 67 por

ciento de los encuestados considera que los productos sean de temporada como tercer factor más importante en su decisión de compra.

Este estudio de mercado muestra que frutas y hortalizas están presentes en el 98% de las cestas de la compra de los españoles, y que nueve de cada diez compra estos productos a granel. En cambio, el 34 por ciento compra también frutas envasadas y un 45 por ciento incluye hortalizas con packaging en su cesta. “A pesar del contexto inflacionista, cuestiones como el aspecto, el origen o la sostenibi-



Las frutas y hortalizas están presentes en el 98% de las cestas de la compra de los españoles. / ARCHIVO

lidad siguen siendo prioritarios para los consumidores a la hora de comprar frutas y hortalizas”, resume la responsable de estudios de AECOC Shopperview, Marta Munné

#### ■ CAMBIOS DE COMPORTAMIENTO

El estudio también evidencia que el incremento de precios no ha tenido tanto impacto en la compra de frutas y hortalizas como en otros artículos. Así, el 53% de los consumidores afirma que ahora busca más ofertas y pro-

**La compra de frutas y hortalizas se muestra más resiliente a los cambios de hábitos y el 53 por ciento de los consumidores afirma buscar más ofertas y promociones, por un 64 por ciento en el conjunto del gran consumo**

mociones en esta categoría de productos frescos, por un 64% que lo hace con el conjunto de productos de gran consumo. Algunos de los cambios de hábitos más comunes debido al aumento

de precios son la reducción del volumen de compra de frutas y hortalizas, el incremento de la compra a granel o el cambio de establecimiento en busca de mejores precios.

#### ► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

AgroFresh Solutions, como innovador AgTech global y líder en el segmento de postcosecha de productos frescos, mostrará en Berlín una gama completa de soluciones y tecnologías digitales que “ayudan a mejorar la calidad y a prolongar la vida útil de las frutas y hortalizas frescas, al tiempo que ofrecen ahorros de energía y agua”, según señalan desde la firma de Filadelfia. “Los clientes buscan soluciones que no solo protejan sus productos, sino que tengan un impacto significativo en la sostenibilidad y ayuden a conservar los valiosos recursos naturales de nuestro planeta”, explicó Conor Walshe, director Comercial de AgroFresh en Europa, África y Oriente Medio.

“AgroFresh sigue evolucionando y ampliando su cartera de soluciones y servicios postcosecha para nuevos cultivos y mercados globales. Estamos deseando conectar con nuestros clientes de todo el mundo para compartir nuestras recientes innovaciones en Fruit Logística”, añadió.

AgroFresh realizará varias presentaciones especiales, entre las que destacan “SmartFresh: 20 años revolucionando la industria de la fruta” el jueves 9 de febrero a las 17:00 horas en el stand de AgroFresh, además de participar en el TechStage con una presentación titulada “FreshCloud: una solución digital para ayudar a mejorar la calidad y rentabilidad de los productos frescos” el miércoles 8 de febrero a las 12:30 horas.

Durante la feria, el equipo de expertos de AgroFresh destacará sus recientes innovaciones, así como su amplia gama de soluciones para alargar la vida útil de las frutas, incluyendo:

- SmartFresh™ Quality System, AgroFresh lleva revolucionando la industria de la manzana desde hace 20 años con los productos SmartFresh, la tecnología original, de confianza y líder del sector de gestión de etileno 1- methylcyclopropeno (1-MCP). Además de mantener los productos frescos durante más tiempo, las soluciones de SmartFresh puede ayudar a ahorrar energía. Estudios recientes demuestran que el uso combinado de SmartFresh y el almacenamiento en atmósfera controlada puede ahorrar hasta 7.500 kWh durante un periodo de seis meses, lo que supone un ahorro energético global del 36%.

- FreshCloud™ es la plataforma integrada en la nube de AgroFresh que digitaliza el proceso de control de calidad, el cual



Las soluciones de AgroFresh reducen el desperdicio de alimentos y conservan los recursos del planeta. / AGROFRESH

## AgroFresh presentará su amplia gama de soluciones

Los expertos de AgroFresh mostrarán en Fruit Logística las tecnologías más innovadoras de la compañía

anteriormente era manual, mediante la captura, organización y análisis de métricas de calidad para los productores, trabajando con su tecnología existente para hacer que los datos en tiempo real sean accesibles y procesables.

y listado en OMRI y acaba de recibir la certificación vegana, es decir, la V-Label, por la Unión Vegetariana Europea (UVE).

- FreshStart™, Estos nuevos desinfectantes orgánicos (certificados por CAAE) son indispensables para los sistemas de

“AgroFresh sigue evolucionando y ampliando su cartera de soluciones y servicios postcosecha para nuevos cultivos y mercados globales”

“Estamos deseando conectar con nuestros clientes de todo el mundo para compartir nuestras recientes innovaciones en Fruit Logística”

- VitaFresh™ Botanicals Life Select, AgroFresh lanzó recientemente este recubrimiento orgánico vegetal que ayuda a mantener los productos frescos durante más tiempo y a reducir la pérdida y el desperdicio de alimentos. Esta solución es ecológica y está certificada por el CAAE



El equipo de AgroFresh en la pasada edición de Fruit Logística. / AGROFRESH

AgroFresh realizará varias presentaciones especiales, entre las que destacan “SmartFresh: 20 años revolucionando la industria de la fruta”

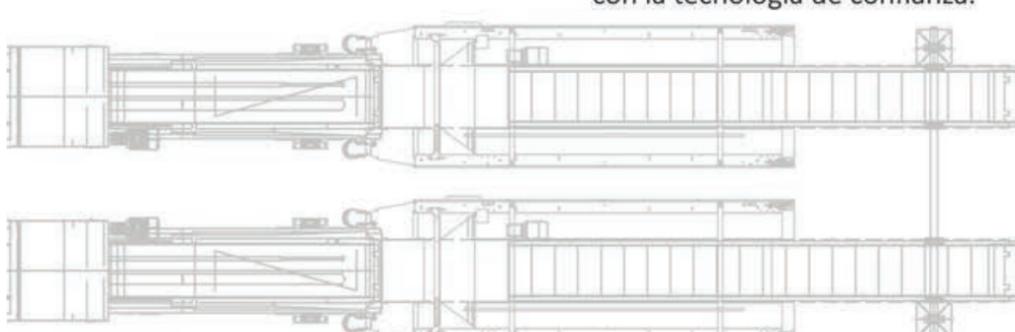
reciclaje de agua, y funcionan como complemento de los fungicidas para un control óptimo de la podredumbre.

- Harvista™, La solución de AgroFresh precosecha que ayuda a los productores a controlar cómo y cuándo madura la fruta, ampliando el margen de cosecha y permitiéndoles ajustarse a condiciones meteorológicas inesperadas, cambios climáticos y disponibilidad de mano de obra. Harvista está disponible en regiones como Sudáfrica, Israel, Turquía, Estados Unidos, Canadá, Chile, Argentina, Brasil, Australia y Nueva Zelanda. En 2022, Harvista fue aprobado mediante permisos de emergencia para su uso en varios países europeos.

Los representantes de AgroFresh estarán disponibles en Fruit Logística en el pabellón 21, stand E-20 durante toda la feria. Para reservar una cita en el stand, pueden contactar en la dirección [info@agrofresh.com](mailto:info@agrofresh.com).



Aumenta tu rendimiento y productividad con la tecnología de confianza.



📍 Pabellón 4.1  
Stands C10 D01

¡Visítanos en FRUIT LOGISTICA!  
8-10 de febrero en Berlín



  
[rodasale@mafroda.es](mailto:rodasale@mafroda.es)

**OUR INNOVATION,  
YOUR EFFICIENCY**  
**TU SOLUCIÓN GLOBAL**  
 Automatización | Calibrado | Clasificación | Packing

[www.maf-roda.com](http://www.maf-roda.com)

# El 85% de la mandarina Tang Gold ya tenía comprador el 13 de enero

La marca Tango Fruit se reunirá en esta edición de Fruit Logística con sus clientes de la distribución para preparar la campaña citrícola del hemisferio sur

## ► EUROSEMILLAS.

Las previsiones de cosecha de la mandarina Tang Gold en España —el principal país productor, de largo, de la zona mediterránea— se estimaron para la presente campaña en unas 150.000 toneladas. La entrada en producción de nuevas plantaciones permitió mantener las cifras de la temporada precedente y compensar el descenso generalizado de la oferta de pequeños cítricos.

La disminución del aforo de este grupo —estimada a nivel nacional en el -9,8% con respecto a la 2021/22— podría haber sido finalmente incluso superior debido a la inusual afección que, en muchos casos, se ha dado de plagas endémicas como la mosca del Mediterráneo, la araña roja o la foránea conocida como el 'Cotonet de sudáfrica', esta última presente en la zona de la Comunidad Valenciana. Así las cosas, el final abrupto de la temporada de la clementina mayoritaria, la de Nules —que a mediados de diciembre ya se había prácticamente acabado en el campo— ha disparado el interés por las mandarinas tardías. Y entre todas ellas, la que mejor comportamiento comercial ha tenido ha sido, muy probablemente, Tang Gold.

Efectivamente, según confirmaban fuentes de Cyberagropolis (la empresa certificadora de esta variedad) ya el pasado 13 de enero y a falta de dos meses y medio para concluir las fechas más tardías de recolección, hasta el 85% del tonelaje de este cítrico 'de autor' ya tenía un comprador.

Tal porcentaje, con arreglo a los contratos en origen de los que esta firma tiene constancia, significaría que hasta ese día se habrían vendido ya (no necesariamente recolectado) entre 135.000 y 137.000 toneladas de la mandarina *seedless* que licencia Eurosemillas, en torno a un 250% de volumen más que en las mismas fechas de la temporada previa. Tal



Imagen de la promoción actual de la marca Tango Fruit en hipermercados de Portugal. / EUROSEMILLAS

proporción, además, se situaría muy por encima de la alcanzada por otras mandarinas competidoras igualmente protegidas, cuya recogida y comercialización iba en ese momento mucho más retrasada —o paralizada incluso—.

La situación presente recuerda a la vivida hace dos temporadas cuando, en parecidas circunstancias productivas, en la última semana de enero pero de 2021 había sido adquirida al agricultor un 95% de la cosecha española de entonces, que sumaba una cantidad sensiblemente inferior (de unas 90.000 toneladas).

“Los ciclos climáticos parecen repetirse, no solo afectan a España sino que los años de vejería también suelen salpicar simultáneamente a otras producciones mediterráneas, como ahora la de Marruecos o Turquía, lo que no deja de ser una nueva fuente de oportunidades para variedades como Tang Gold. De un lado porque, por su largo recorrido en fechas de recolección —de finales de diciembre, en las zonas más

**Eurosemillas aprovechará también la feria para dar a conocer proyectos como la nueva mandarina Kinnow LS, que permitirá estirar la recolección de las mandarinas de segunda temporada incluso hasta principios de mayo en determinadas zonas**

precoces, a primeros de abril, en las más tardías— y gracias a su buena conservación en cámara pueden comercializarse en el momento más oportuno. Del otro, porque, por su condición de sin semillas, el mercado recompensa de forma diferencial su calidad”, explican a este respecto las mismas fuentes de Cyberagropolis.

Efectivamente, según acreditan las cotizaciones de la Lonja de Cítricos de Valencia o las de la Lonja de Córdoba, los precios en origen de esta mandarina protegida han sido desde principios de diciembre entre un 30 y un 40% superiores a los de la temporada pasada —que, pese a ser inusualmente más bajos, garantizaron

igualmente su rentabilidad— con picos en los que algunas partidas se han vendido en torno al euro el kilo o incluso algo más. Durante la mayor parte de este tiempo, además, tanto en origen como posteriormente a la salida del almacén, las cotizaciones de Tang Gold se han mantenido sensiblemente por encima de las de otras variedades también protegidas pero que no pueden acreditar tal característica de calidad diferencial (garantizar que son *seedless*).

La llegada del frío generalizado a todo el continente europeo ha contribuido, además, a mejorar la demanda de cítricos, que suelen ser buscados como arma con la que combatir los resfria-

dos. De ahí que se prevea que se pueda repetir la situación generada con las clementinas y que la temporada de mandarinas de primavera pueda acabar antes de lo habitual. En tales circunstancias cobrarán mayor relevancia las producciones de las zonas más tardías, las situadas más al norte, como las de Castellón/Tarragona, en España, o las más recientes y que empiezan a entrar en producción próximas a Lisboa, en Portugal, cuya recolección en el caso de Tang Gold se espera se pueda dar a finales de marzo o incluso primeros de abril.

Por lo mismo, se confía en que la campaña de envíos a Europa procedentes del hemisferio sur arranque también con semanas de adelanto. Algunos de los grandes operadores centroeuropeos que venían trabajando con Tang Gold sudafricana, chilena o peruana han apostado ahora por incorporar a sus lineales también la producción española de esta variedad. De ahí, que el departamento comercial de Tango Fruit tenga previsto aprovechar Fruit Logística para reunirse con todos los operadores que trabajan con esta marca —que está presente en España, Portugal, Italia y Reino Unido— para planificar la transición entre una y otra temporada y para concretar los nuevos programas test que está previsto realizar en nuevos destinos europeos y no europeos para 2024.

De manera paralela, personal de Eurosemillas aprovechará también la cita ferial para dar a conocer y seguir desarrollando proyectos con la nueva mandarina Kinnow LS, que cuando entre en producción permitirá en un futuro estirar la recolección de las mandarinas de segunda temporada como mínimo hasta abril —en zonas tempranas— y llegar incluso a primeros de mayo, en las más retrasadas.

“En campañas normales ya existía un hueco de mercado interesante para la escasa oferta hoy existente para estas mandarinas más tardías. La Kinnow LS, casi no tiene semillas —lo que es una primera ventaja—, es *easy-peeler* y en temporadas como esta también resultaría doblemente interesante por la oportunidad comercial que representa”, describe a este respecto José Pellicer, director de Innovación del grupo español.

## Start-ups presentarán nuevas tecnologías capaces de transformar el sector

Las tecnologías digitales presentadas por las Start-ups en Berlín ofrecen una visión de futuro más rentable y sostenible

### ► VF. REDACCIÓN.

El sector agrario ha tenido que reinventarse con el paso de los años y, por ello, las nuevas tecnologías capaces de transformar el negocio esperan ser descubiertas del 8 al 10 de febrero de 2023 en el marco de Fruit Logística. Según apunta Kai Mangelberger, director de la feria, “los proveedores de frutas y hortalizas de todo el mundo sufren una enorme presión para reducir costos y reducir su impacto medioambiental”. Además, añade que “las tecnologías digitales expuestas en Fruit Logística les ofrecen la oportuni-

dad de que su producción y sus cadenas de suministro sean más eficientes y sostenibles”.

Así, la feria líder para el comercio mundial de productos frescos renueva su apoyo a las cadenas de suministro basadas en datos, la inteligencia artificial, la automatización robótica, la agricultura inteligente y otros sistemas avanzados que desbloquean nuevas oportunidades.

En el pabellón 3.1, las empresas innovadoras presentarán una gama de soluciones digitales en el área Smart Agri, que hizo su debut en Fruit Logística

del año pasado. Estas incluyen cosechadoras robóticas habilitadas para IA (IAV), drones de pulverización de precisión (ABZ Innovation), conceptos de riego avanzados (Irriot y Topraq) y vehículos de campo autónomos (Ant Robotics).

Y el 10 de febrero, bajo el lema Disrupt Agriculture, el Start-up Day de Fruit Logística convertirá el pabellón 2.1 en un centro de redes para innovaciones revolucionarias. 20 de las start-ups tecnológicas más innovadoras de todo el mundo mostrarán sus productos, proyectos e ideas en



Las empresas presentarán sus soluciones digitales en el área Smart Agri. / VF

el Start-up Area. El pabellón 2.1 también alberga el escenario Start-up Stage, donde las empresas de nueva creación y las empresas agrícolas inteligentes presentarán sus ideas comerciales, tecnologías y visiones de futuro en el tercer día de la feria.

Entre las tecnologías que se exhibirán están las plataformas impulsadas por IA que pueden ayudar a predecir el periodo de

conservación (Freshsens), advertir sobre los riesgos de seguridad alimentaria (iComplai) y promover la colaboración entre las cadenas de suministro (Obortech). Además, empresas como 7Sense Agritech, Bluetentacles y Smart Watering Solutions presentarán tecnologías de riego inteligente, cada una con el potencial de reducir drásticamente el consumo de agua y energía.



Este es el diseño del espacio colectivo 'Italia' que ha preparado el CSO Italia para esta edición de Fruit Logistica, con el objetivo común de recuperar el liderazgo del 'Made in Italy'. / CSO ITALIA

# Las frutas y hortalizas italianas, representadas por 40 firmas en el espacio "Italy, The Beauty of Quality"

Organizado por CSO Italia, en esta gran área ubicada en el pabellón 2.2 también participarán los equipos de Fruitimprese, Italia Ortofrutta y Regione Calabria

## ► NR. REDACCIÓN.

Las expectativas de CSO Italia para la edición de 2023 de Fruit Logistica son altas: el objetivo es recuperar el liderazgo del 'Made in Italy', lastrado por los años de pandemia, las graves consecuencias del aumento de los precios de las materias primas y las tensiones geopolíticas.

"Por fin, los espacios ocupados por el colectivo ITALIA, coordinado por CSO Italia con el apoyo de Fruitimprese e Italia Ortofrutta y la participación de las empresas asociadas, son comparables a los de la última edición pre-pandemia", explica con satisfacción el presidente del CSO Italia, Paolo Bruni.

Este colectivo ocupará con el área 'Italy, The Beauty of Quality' una gran parte del pabellón 2.2, donde, en un total de unos 1.100 metros cuadrados, estarán presentes más de 40 empresas,



Paolo Bruni inaugurará el miércoles, 8 de febrero el gran stand de Italia. / CSO

entre las más cualificadas y especializadas del sector hortofrutícola italiano. Empresas que producen y transforman

una amplia gama de productos hortofrutícolas y se caracterizan por su vocación exportadora tanto a Europa como a

los mercados de ultramar, pero también importantes empresas de servicios.

Para enriquecer esta presencia colectiva, la Región de Calabria participará también en el pabellón 'Italia' con una buena representación de empresas calabresas especialmente interesadas en exportar sus productos.

Dos áreas dedicadas a proyectos europeos de promoción de frutas y hortalizas de los que es titular CSO Italia y en los que participan muchas de las empresas presentes en la colectividad completarán el espacio expositivo.

Un rincón informativo dedicado al proyecto 'Made in Nature' promoverá la producción ecológica en Italia, Francia, Dinamarca y Alemania. La campaña 'Made in Nature', ahora en su segundo de los tres años del proyecto, encontrará en Berlín un te-

rreno fértil, ya que las empresas italianas de producción ecológica seleccionadas—Brio, Canova, Ceradini, Conserve Italia, Orogel y Veritas Bio Frutta—podrán reunirse con diversos operadores cualificados.

Por otra parte, se reservará un salón de negocios para reuniones B2B de productos incluidos en el proyecto europeo de promoción de DOP e IGP, destinado a valorizar la excelencia del territorio italiano.

Está previsto que durante los tres días de la feria se realicen degustaciones de los productos ecológicos y certificados DOP e IGP típicos del Bel Paese, que enriquecerán las propuestas de restauración de alta calidad que ya ofrece tradicionalmente el pabellón de Italia, muy apreciadas por los miembros expositores y sus clientes.

Junto a la intensa actividad comercial de las empresas expositoras, no faltarán citas para hacer balance del sector junto a los protagonistas de las frutas y hortalizas italianas. Entre ellos figura el acto inaugural del colectivo ITALIA, previsto para la mañana del primer día de la feria, el miércoles 8 de febrero, centrado en "La importancia del origen para el relanzamiento de las frutas y hortalizas en el mercado mundial". El acto contará con la presencia de distinguidos invitados, cuyos discursos serán coordinados por el presidente de CSO Italia, Paolo Bruni.



## MAGIC CORNER ESPAÑA

Líder de calidad en el mercado

La mejor garantía en la fase de paletización

Carrer de Garbí 18, 46240 Carlet (Valencia) - Tél. 962414941 - Email: info@magiccorner.es



# Y el ganador es...

## Diez finalistas compiten por el Fruit Logistica Innovation Award 2023

### ► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Un total de diez finalistas compiten por el Fruit Logistica Innovation Award 2023, el premio dedicado a la innovación en el negocio de productos frescos de la feria de Berlín. Elegido por un panel de expertos de todos los sectores de la industria, cada nominado se destaca por la ejemplaridad de sus ideas y el ingenio, abundantes en el negocio mundial de las frutas y hortalizas.

Durante los primeros dos días de Fruit Logistica, la feria enfocada al comercio mundial de productos frescos, los visitantes profesionales podrán asistir a cada una de las nominaciones en un área de exhibición ubicada en el pabellón 20 y votar a su favorito. El ganador de este año se conocerá el 10 de febrero y la innovación del año saldrá de estas 10 nominaciones.

### ■ BROCOMOLE ¿Y SI? DE BOUQUET Anecoop, España - pabellón 18, B-01

Una nueva alternativa de dip para los amantes del guacamole. El añadido de brócoli al guacamole reduce la huella de carbono en más del 50%, ya que cultivar brócoli requiere menos recursos hídricos. El brocomole está hecho con un 97% de brócoli fresco y aguacate. Es una fuente de fibra, vitamina C y potasio.  
[www.ysibouquet.com](http://www.ysibouquet.com)



### ■ TATAYOYO

#### Rijk Zwaan, Países Bajos - pabellón 1.2, D-13

Tatayoyo es la marca de pimientos con un sabor distinto y fuerte. Los pimientos son de un tamaño intermedio entre los pimientos en forma de bloque y los pimientos snack. Su sabor especial proviene originalmente de los pimientos silvestres. Ideal como copioso aperitivo.  
[www.rijkszwaan.com/tatayoyo](http://www.rijkszwaan.com/tatayoyo)



### ■ OR APPLE JUICE FILL UP

#### Oranfresh, Italia pabellón 4.1, A-15

Máquina automática de autoservicio que suministra zumo de manzana recién hecho en botellas a partir de manzanas frescas, con una solución añadida de agua y ácido ascórbico (Vitamina C) para evitar la oxidación natural.  
[www.oranfresh.com](http://www.oranfresh.com)



### ■ Q EYE SMART

#### Biometric, Italia pabellón 4.1, B-31

Q Eye Smart es el único escáner completamente basado en una plataforma de inteligencia artificial, lo que permite una clasificación más precisa y automática de la calidad de la fruta. Su tecnología innovadora mejora sustancialmente todo el proceso de clasificación y asegura productos de primera calidad.  
[www.biometric.com/food-inspection-systems/optical-sorter-q-eye-smart](http://www.biometric.com/food-inspection-systems/optical-sorter-q-eye-smart)



### ■ AVISOMO GROWTH STATION

#### Avisomo, Noruega - pabellón 3.1, A-10

La estación de crecimiento Avisomo es un sistema de cultivo vertical completamente modular, escalable, flexible y automatizable. Permite a los agricultores de todo el mundo producir cualquier cultivo sin modificar la infraestructura, en cualquier escala y grado de automatización.  
[www.avisomo.com](http://www.avisomo.com)



### ■ IDEAL MELONS

#### Syngenta Seeds, Países Bajos - pabellón 1.2, C-50

El concepto IDEAL Melons de Syngenta, con su función de indicador de cosecha, presenta una innovación pendiente de patente que señala la disponibilidad en cada paso: cuándo es ideal para cosechar, enviar, almacenar en los estantes y comer. La última novedad en melones ya está disponible.  
[www.syngentavegetables.com/brands/IDEALMelons](http://www.syngentavegetables.com/brands/IDEALMelons)



### ■ LEDFAN GREENHOUSE TOPLIGHT 2022 DESIGN

#### Food Autonomy, Hungria

LEDfan permite ahorrar en costos de iluminación y calefacción a través de un diseño altamente eficiente que utiliza la pérdida de calor con ventiladores



controlados. La lámpara dispone de un sistema de control inalámbrico con posicionamiento BMS basado en cuadrícula y detección de fallas de luz.  
[www.foodautonomy.org/en/products/greenhouse-ledfan](http://www.foodautonomy.org/en/products/greenhouse-ledfan)

### ■ DUTCH PREMIUM QUALITY VANILLA

#### Koppert Cress, Países Bajos pabellón 3.2, C-01

Una gama exclusiva de vainilla holandesa premium de la variedad Planifolia, una especie de orquídea que forma vainas solo después de tres años. Esta vainilla es comparable a una uva moscatel semiseca: sin ser aún una pasa, es mucho más. En principio, se cultiva de la misma forma que la variedad negra, pero debido a que se recolecta mucho más tarde, el sabor es diferente.  
[www.koppertcress.com/en/travel-stories/super-vette-vanille](http://www.koppertcress.com/en/travel-stories/super-vette-vanille)



### ■ PFANNENSPARGEL

#### Märkische Höfe Beelitz, Alemania

#### pabellón 20, A-23

Trozos de espárragos verdes y blancos precocidos en su propio jugo listos para cocinar. Esto le proporciona un sabor más intenso con un período de conservación más largo. Ya sea como plato principal o como guarnición, los espárragos salteados se pueden combinar como se desee y preparar individualmente en poco tiempo.  
[www.spargel.farm/en/about-us](http://www.spargel.farm/en/about-us)



### ■ EVOLUTIONS

#### Packaging Automation, Reino Unido

#### pabellón 2.1, C-01

Mediante el empleo de las nuevas tecnologías Syncro de automatización de envasado, evolutionS optimiza cada paso necesario para sellar una tapa con precisión, fiabilidad y eficiencia. Se considera la máquina selladora de bandejas de un solo carril más avanzada desde el punto de vista técnico y con la velocidad más alta conocida actualmente.  
[www.pal.co.uk/tray-sealing-machines/evolutions](http://www.pal.co.uk/tray-sealing-machines/evolutions)  
[www.pal.co.uk/tray-sealing-machines/evolutions](http://www.pal.co.uk/tray-sealing-machines/evolutions)



Fruit Logistica, además de ser un punto de encuentro para desarrollar relaciones comerciales, es una plataforma que brinda la oportunidad para que las empresas del sector hortofrutícola presenten sus últimas novedades a nivel internacional. Desde variedades recién mejoradas hasta envases sostenibles, desde monitores de producción basados en datos hasta cultivos resistentes a plagas, los visitantes profesionales de la feria pueden descubrir muchos desarrollos novedosos.

# Agroponiente mostrará su transformación en un operador internacional de primer nivel

El Grupo llega a la feria en un claro proceso de crecimiento y consolidación

► VALENCIA FRUITS. REDACCIÓN.

Grupo Agroponiente, como viene ocurriendo desde hace década y media, no falla a la cita de Fruit Logística y en esta edición la empresa almeriense volverá a tener un stand de 48 metros cuadrados, ubicado en el pabellón 8.2, en el área central del gran espacio expositivo berlinés.

El objetivo principal de la compañía es presentar ante el mercado hortofrutícola europeo y mundial todos los avances de la firma en un año con muchas novedades. Los asistentes al stand podrán recibir información a nivel operativo y estructural de Agroponiente, como la relativa a sus nuevas oficinas abiertas en Holanda, desde las que la empresa almeriense está atendiendo al mercado del norte de Europa de una manera más eficaz y directa.

Igualmente, los agentes internacionales podrán conocer la nueva estructura del Grupo, mucho más eficiente y globalizadora, con todos sus servicios y el grueso de su producción centralizado en Almería (España), pero con ramificaciones productivas y operacionales distribuidas por diversos países, tanto de Europa como de África, que ya trabajan a pleno rendimiento para consolidar la oferta global que la empresa se había marcado como objetivo. Junto a estos parámetros, Grupo Agroponiente contará al mundo los resultados de este proceso transformador que ya ofrece resultados concretos: su capacidad de producción y comercialización durante todo el año en óptimas condiciones y su amplitud en el porfolio de productos, tanto tradicionales (tomate, pepino, pimiento, calabacín, berenjena o judía) como frutas de temporada (melón, sandía) y tropicales, así como otras posibilidades en las que la compañía se está consolidando.

Y todo ello bajo una premisa que se ha convertido en una pieza fundamental dentro de la filosofía de Grupo Agroponiente: la transversalidad de la sostenibilidad en todos sus procesos y operaciones, como elemento clave para todos los actores de la compañía. El stand en Fruit Lo-



La compañía almeriense volverá a tener un stand de 48 metros cuadrados en el pabellón 8.2. / GRUPO AGROPONIENTE

## Grupo Agroponiente aprovechará Berlín para presentar sus nuevas oficinas en Holanda

gística hará especial hincapié en trasladar que la empresa ha logrado inyectar la sostenibilidad como un elemento fundamental en todo lo que hace, desde la actividad productiva hasta la logística, pero pasando por todos los pormenores de su actividad. Una política de actuación que le ha llevado a reducir sus emisiones y su huella de carbono en más de un 50% en menos de un año y que ha transformado su estructura productiva y operativa.

En cuanto al stand, albergará una zona de reuniones abierta al público, un área de reuniones privada y un espacio para la exposición del producto, conservándose en sus mejores condiciones. Allí, una expedición compuesta por una quincena de profesionales expertos en el comercio internacional y perfectos conocedores del negocio y la producción, viajan con una cargada agenda de citas y reuniones profesionales, a fin de continuar con el proceso de claro crecimiento comercial que la compañía viene dibujando en el último año.



Esta edición va a ser muy importante para la compañía almeriense. / GA

Al frente de dicha expedición estará el CEO de la compañía, Imanol Almudí, quien ha manifestado que “no cabe duda de que Fruit Logística es, en general, una cita muy importante para el mercado europeo y mundial hortofrutícola. Allí se dan cita cada año todos los operadores y agentes con intereses en este sector y se cierran numerosos contactos, operaciones, relaciones y planificaciones. En Grupo Agroponiente tenemos una amplia experiencia en cómo afrontar esta cita y en cómo aprovechar al máximo la labor allí desarrollada, para obtener rendimiento durante el resto del año. Sin embargo, en esta ocasión, Fruit Logística tiene una especial relevancia para nosotros, puesto que ha llegado el momento de poner en valor todo el trabajo realizado hasta ahora, con el objetivo de transformar la compañía en un operador internacional de primer nivel, un trabajo que ya ha dado resultados en cifras, iniciando un claro proceso de crecimiento y consolidación, que ahora toca trasladar a nuestros partners internacionales y, en general, a todos los operadores del mercado. Va a ser una feria muy importante para nosotros y la vamos a aprovechar como un elemento más de nuestro proceso de crecimiento y expansión internacional”.

[www.manzana-nules.com](http://www.manzana-nules.com)  
 ramon.manzana@manzana-nules.com  
 C/Senda Mitjana 25 Apdo 66  
 12520 Nules (Castellón)

## CONCEBIDAS PARA CUIDAR LA FRUTA

Las heridas causadas por los alicates son uno de los principales causantes de los podridos, disminuyendo los resultados en las empresas citrícolas. Nuestra gama de alicates **FRUIT CARE**, están diseñados para reducir el porcentaje de heridas.

Con la gama **FRUIT CARE** reduzca un **64%** las heridas en la fruta

Hall 3.1 Stand C51  
**FRUIT LOGISTICA**  
 8/9/10 FEBRERO 2023, Berlin

# Valencia Fruits donde y como quieras

Recibe **Valencia Fruits** cada semana.  
 Además, llévalo siempre en tus dispositivos digitales y disfruta de dossiers especiales, nuestra hemeroteca, directorio profesional y toda la actualidad del sector.



El servicio de información hortofrutícola más completo y riguroso

## BOLETÍN DE SUSCRIPCIÓN

valencia  
**fruits**

Valencia Fruits y Anuario\*

- España: 187,50 Euros (IVA incluido)
- Europa: 320,00 Euros
- Resto países: 395,00 Euros

Anuario Hortofrutícola

- Suscriptor VF: 35,00 Euros (+envío)
- No suscriptor VF: 60,00 Euros (+envío)

(Anotar X en la forma elegida)

\* Valencia Fruits incluye el envío del semanario durante un año y del Anuario a la dirección del suscriptor

EMPRESA: \_\_\_\_\_

DE ACTIVIDAD: \_\_\_\_\_ DNI/NIF: \_\_\_\_\_

CON DOMICILIO EN: \_\_\_\_\_ CP: \_\_\_\_\_

CALLE: \_\_\_\_\_ NÚMERO: \_\_\_\_\_ TEL.: \_\_\_\_\_

E-MAIL: \_\_\_\_\_

DESEA SUSCRIBIRSE AL SEMANARIO VALENCIA-FRUIT, POR EL PLAZO DE UN AÑO, HACIENDO EFECTIVO EL IMPORTE DE LA SUSCRIPCIÓN POR:

BANCO/CAJA: \_\_\_\_\_ IBAN Nº \_\_\_\_\_

Firma