



Arriba, packaging de poinsettias en Viveros P. Salvat. Debajo, el Mercat Central de la Flor de Mercabarna en la víspera del día de Sant Jordi, ofertando rosas por ser el típico producto para ese día en Catalunya.

*Mercados del sector ornamental*

## Nuevos mercados, nuevas iniciativas

*Con la adquisición del 76% de las acciones de la subasta Florsureste -Flortal-, el grupo Kirin entra también en el sector de la distribución de flor cortada española.*

El pasado 6 de septiembre se asentó en las antiguas instalaciones de Florsureste, en Lorca, Murcia, el nuevo mercado Flortal, finalizando así el largo período de incertidumbre sobre el futuro de esta subasta del Levante español. La inauguración está prevista para finales del próximo mes de noviembre.

Ha sido la sociedad japonesa Kirin Agribio, sociedad que ya adquirió en 1994 la emblemática empresa vecina Barberet & Blanc y propietaria de otras empresas de selección y distribución ornamental de ámbito mundial, la que ha decidido apostar por la floricultura murciana adquiriendo el 76% de las acciones

del nuevo mercado. El restante 24% de las participaciones siguen siendo de los antiguos propietarios de Florsureste, entre ellos José Sosa, presidente de B & B, quien fue también uno de los principales impulsores de Florsureste.

### Flortal

Flortal, emplazada en Lorca (Murcia), está a 150 Km al sur de Alicante, 160 Km al noroeste de Almería y a 200 Km de Granada. Esta zona de la península es la segunda mayor productora en floricultura, disponiendo de unas 100 ha en flor cortada (75% en clavel, 15% en gladiolo y un 10% de otros tipos de flor).

Flortal nace con una importante vocación exportadora. Prueba de ello es la intensa promoción que ha realizado el nuevo gerente, Ziad al Barazi, durante las primeras semanas al cargo del puesto, dando a conocer el nacimiento del mercado español a numerosas revistas especializadas del sector a nivel europeo.

---

*La propuesta más relevante surgida es, sin duda, la creación de una asociación de mercados mayoristas de flores y plantas que ya tiene nombre: Asoflor.*

---

Además, Flortal dispone de un comprador fijo dedicado al mercado holandés y a varios más para otros mercados europeos, asegurando, de este modo, una salida amplia para la producción española a Francia, Alemania e Inglaterra.

A pesar de esta proyección exterior, el nuevo mercado también quiere captar a numerosos compradores nacionales. A todos ellos les ofrece una amplia oferta de flor cortada, servicio de compra a distancia -por fax- y servicio de embalaje y transporte frigorífico en 24 horas a cualquier punto de España.

Por otro lado, la subasta ofrece numerosas ventajas que acuden con sus productos, como son el pago garantizado mensual, información y ayuda técnica, precio de venta automático (disponible su conocimiento)...

Entre las infraestructuras con las que cuenta la nueva sociedad figuran 12.800 m<sup>2</sup> de superficie, de los cuales 5.600 m<sup>2</sup> están construidos y los restantes corresponden a área de aparcamiento, una sala de subasta con capacidad para 200 personas, una área de recepción y distribución, varios almacenes de mayoristas, locales y cámaras frigorí-

ficas y una cafetería- restaurante.

### Objetivos

Para el grupo Kirin, su participación en Flortal tiene como objetivos, por un lado, suministrar flores españolas de calidad a las distintas empresas distribuidoras del grupo: SPG en Inglaterra, Beheer B.V en Holanda, Hiljo B.V también en Holanda, Flower Gate en Japón y Flortal en España, así como dar salida a las variedades de clavel de B & B a través de la subasta y, por otro lado, desarrollar el volumen de negocios del nuevo mercado extendiendo el área de suministro y venta e incluyendo una importante oferta de hortalizas.

Con la incorporación de este nuevo espacio comercial, el sector ornamental español parece mantener la tónica expansiva de los últimos años. Años en los que se han iniciado nuevas líneas de distribución para el mercado nacional e internacional, se han consolidado otros canales y han surgido iniciativas prometedoras.

### Otros mercados

Los mercados, que, entre otras funciones cumplen perfectamente con el cometido de permitir el intercambio de opiniones entre productores y compradores, parecen ser los principales artífices de esta expansión.

Mercabarna, por ejemplo, se ha convertido ya en un punto de encuentro clásico para los floristas de Catalunya, que se dan cita puntualmente en las «Mercademostraciones» para intercambiar ideas y aprender nuevos usos para la flor cortada. Actualmente ofrece sus servicios a un radio de 150 Km aproximadamente, lo que viene a representar un censo de 2.000 floristas. El Mercat central de la Flor cuenta con 100 empresarios mayoristas que ofrecen una amplia oferta, incluyendo productos de importación.

La consolidación de los procesos de Normalización y Control de Calidad, que llevan funcionando con éxito desde 1990 en el Mercat de la Flor i Planta Ornamental de Catalunya y desde 1994 en el Mercat de la Flor de Mercabarna, demuestra tam-

bién la importancia de estas organizaciones.

Otra iniciativa interesante surgida de un mercado que se ha consolidado estos últimos años es la «Intermediació del Mercat», nacida en Vilassar de Mar en 1992 gracias al espíritu emprendedor de varios socios del «Mercat de la Flor i Planta Ornamental de Catalunya» con el ánimo de exportar plantas del Maresme a la vecina Francia. «Intermediació» no ha dejado de crecer desde entonces, ampliando su oferta a la flor cortada y construyendo, el año pasado, nuevas instalaciones.

socios, con el fin de abastecer al mercado de forma constante, teniendo en cuenta las campañas de mayores consumos y consiguiendo que las producciones salgan de aquellas empresas que mejor calidad aportan al producto final como consecuencia de una especialización.

### Asociación de mercados

La propuesta más relevante surgida recientemente es, sin duda, la creación de una asociación de mercados mayoristas de flores y plantas que ya tiene nombre: Asoflor y estatutos y que, posiblemente, va a iniciar sus activi-



El Mercat de Vilassar en plena campaña del crisantemo; en fechas cercanas a Todos los Santos.

La iniciativa emprendida por Euromar en el Mercado de Flor y Planta de Almería es también importante. Esta es la primera vez en España que un mercado de ornamentales está gestionando por una empresa privada. En estos momentos, según afirma Seraffín Lirola, actual presidente del Mercado de Flor y Planta de Almería, hay 25 socios en el mercado. El potencial productor de estos socios supera 150.000 m<sup>2</sup> de cultivo. La estrategia de este mercado consiste en el sistema de programación de cultivos por especies, formatos y

dades este mismo año.

Con el doble objetivo de crear unas normas de calidad unitarias para la flor española y promocionar el consumo nacional de productos ornamentales, la nueva asociación contará con la presencia de Mercافلор de Mercabarna, el Mercado de la Flor de Mercalicante y el «Mercat de la Flor i Planta Ornamental de Catalunya».