

# Fruit Logistica 2008

## supera el elevado listón de sus expectativas

Con 340 expositores, España se posiciona como el segundo país con mayor participación en la muestra



Óscar G. Coronel. Periodista.

Tras tres frenéticos días de lazos comerciales en los stands de 125 países, Fruit Logistica 2008 certifica su auge como punto de encuentro profesional, con el centro en las frutas y hortalizas. Más de 50.000 visitantes de 125 países han conocido de antemano en Berlín el nuevo marketing de la demanda de consumo de productos envasados y preparados, en el ámbito de Freshconex.

Las ventas del sector hortofrutícola en Alemania son un gran reclamo. Cerca de 18.000 millones de euros en 2006, según la Oficina Central de Agroindustria y Mercados (ZMP, en alemán). Pero a su irresistible polo de atracción para los países productores, ahora se añade el papel de bisagra para los mercados emergentes de la Europa del Este. Así lo han entendido los 2.110 expositores de 68 países, que desde el 7 al 9 de febrero pasados han exhibido sus productos y servicios, de la semilla hasta el envase en el lineal. La respuesta del público ha

I  REV

N O V E D A D  
B E R T H O U D



Uruguay, país que ha representado a Latinoamérica junto a Argentina, Brasil, Chile, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, Colombia, México y Perú.

## La IV gama, protagonista en Freshconex

Paralela a Fruit Logística se ha celebrado por primera vez la muestra Freshconex, una feria monográfica para el sector de los productos agrícolas envasados, cortados y listos para consumir, concentrados en torno a la IV gama, y también de aquellos presentados como platos preparados, esto es, la V gama).

En 2.400 metros cuadrados, casi 70 expositores de 14 países han debatido las nuevas tendencias de los consumidores, cautivos de una aceleración de los hábitos alimentarios, a la vez que de nuevos métodos de con-

crecido un 16% con respecto a 2007.

Habiendo conseguido superar unas elevadas expectativas, el gerente del recinto ferial berlinés, Christian Göke, ha subrayado la vocación internacional de Fruit Logística, con una «participación extranjera que ha ascendido hasta el 88%, y que ha superado a la tradicional Semana

Verde de Berlín». La superficie de exposición se ha dilatado a 81.000 metros cuadrados, o dicho de otro modo, un 12,5 por ciento más que el año pasado.

Si Marruecos ha ejercido como país invitado, en sintonía con su papel como gran productor africano de verduras y hortalizas, y una de las zonas más atractivas para invertir en el sec-

tor primario de la zona mediterránea, Latinoamérica y España han hecho valer la variedad y cantidad de sus productos más frescos. Con casi 340 expositores ha visto aumentar su presencia en la Messe 6% más que en la edición anterior. Por delante sólo está Italia, con 384.

Por primera vez han asistido a la feria, Letonia, Madagascar y

# EVOLUTION



1. Bloque de válvulas DUALMATIC [Exclusivo]
2. Eje autodireccional (opción) [Exclusivo]
3. Suspensión ACTIFLEX 2 (opción) [Exclusivo]
4. Bomba bi-turbina OMEGA 550 litros/min a 3 Bares (según versión) [Exclusivo]

TENOR : cubas de 2800 a 5500 litros. Barras de 24 a 42 metros.

# TENOR

# BERTHOUD®

servación, trazabilidad y mercado ecológico. Ante la tendencia al alza de las verduras y hortalizas en IV gama, la oferta de frutas en este formato apenas está

generalizada, como sí ocurre en España.

En varias sesiones, empresas de IV gama europeas y norteamericanas han debatido la in-

cidencia de los productos envasados en el comercio minorista y sobre todo en el servicio de catering en sus áreas geográficas. Las nuevas oportunidades con

las que se puede generar un valor añadido en todos los eslabones de la cadena de suministro ha sido, sin duda, el punto fuerte de Freshconex. ■

## España no baja la guardia

**En los pasillos de la Messe berlinesa ha corrido la voz del gran esfuerzo del sector hortofrutícola español por superar la presión del aumento de costes de producción y la puntual crisis del pimiento, que enturbió su reputación. España se ha convertido en el segundo país con mayor espacio expositivo en Fruit Logística y con un 6% más de exhibidores, casi 340.**



para desterrar los fantasmas pasados de pesticidas ilegales, en la que pagaron muchos en la agroindustria andaluza por la indolencia sobre seguridad alimentaria de unos pocos.

El control biológico y producción integrada de 11.500 hectáreas de invernaderos en Almería garantizan la seguridad alimentaria del más del 90% de la producción de pimientos, en su mayor parte exportada a Alemania. Ricardo Domínguez, director general de Industrias y Calidad Agroalimentaria de la Junta de Andalucía, ha indicado en Fruit Logística que «se trata del gran paso que era necesario dar para convencer a los compradores internacionales de que la producción andaluza busca la seguridad alimentaria y apuesta por la calidad». La producción integrada exige estrictas normas sobre la forma de empleo, el momento y la cantidad de pesticidas que se pueden utilizar para cada cultivo, así como sobre otros

Según la revista especializada del sector Fruchthandel Magazin, los productores de frutas y hortalizas han aprendido la lección de la campaña pasada: aceptar las reglas de juego de la seguridad alimentaria, buscar nuevos mercados e incrementar la promoción. «De esta manera el consumidor reaccionará». Y con los deberes hechos se han presentado a través de stands oficiales de las Administraciones autonómicas, organismos oficiales, como el ICEX y el MAPA, las más importantes cooperativas, como Anecoop o Coexphal, asociaciones y de empresas expositoras. Más de cinco pabellones han copado la representación española, de tal manera que «España ha sido el país con más metros cuadrados en esta feria internacional y casi en número de expositores, lo que indica que la presencia española en el mercado alemán es muy im-

portante», aseguraba en Berlín Josep Puxeu, secretario general de Agricultura y Alimentación del MAPA.

Al término de los encuentros con autoridades autonómicas españolas hasta allí desplazadas, Puxeu se ha manifestado que «España factura 15.000 millones de euros en el sector de frutas y hortalizas, lo que le convierte en el primer país en cifra de negocio». Además el crecimiento del sector ha sido constante y continuado cerrando una campaña excepcional en precios y en volumen.

### ► Andalucía: el compromiso verde

En la región agrícola más extensa de Europa, la Junta de Andalucía, los productores y comercializadores han aunado esfuerzos



Ricardo Domínguez, director general de Industrias y Calidad Agroalimentaria de la Junta de Andalucía

aspectos como la cantidad de agua o de abono conveniente.

La Junta de Andalucía, que ha invertido en esta transformación del manejo del cultivo nueve millones de euros, espera que para 2010 la producción integrada alcance la totalidad de las 27.000 hectáreas de invernadero. «Se trata de un compromiso verde que nos va brindar pronto el tratamiento de los residuos vegetales sin pasar por la incineración», recalca Juan Deus, delegado de Agricultura y Pesca de la Junta en Almería.

Por otro lado, un total de 48 empresas andaluzas del sector agroalimentario han estado presentes en Fruit Logística 2008. Su presencia de la comunidad cuenta con el apoyo la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte, a través de la Agencia Andaluza de Promoción Exterior (Extenda). El stand ha contado una superficie total de 1.634 m<sup>2</sup> y ha estado localizado en el pabellón 18 del recinto ferial, en el que las empresas procedentes de Almería han representado obviamente un peso muy considerable dentro de la oferta global andaluza.

La comercialización de la Denominación Específica Tomate La Cañada-Níjar ha elegido el salón berlinés como punto de partida de la comercialización, mediante un acto de pegada de la primera etiqueta. Ésta aglutina a seis empresas con una superficie de 830 hectáreas y una producción anual que ronda las 70.000 toneladas.

Por tercer año, un grupo de empresas almerienses e instituciones otorgan tres premios a empresas, asociaciones, medios de comunicación y personas por su labor en el sector de frutas y hortalizas de esta región. Durante la celebración de La Noche de Almería en Berlín se entregaron dichos premios. Los galardonados han sido Greenpeace, ASAJA/COAG/UPA y la Consejería de Agricultura de Andalucía.

## ► Murcia promociona la seguridad alimentaria

El año pasado las exportaciones de frutas y hortalizas de Murcia hicieron caja por un valor superior a los 1.510 millones de euros. Unas cifras significativas que se tornan aún más espectaculares si se consideran que representan el 63% del total de las exportaciones del sector agroalimentario nacional y el 20% del total de las de productos hortofrutícolas españoles.



Ramón Luis Valcárcel, presidente de la Región de Murcia.

Alemania compra frutas y hortalizas de las huertas murcianas por un importe que ronda habitualmente los 400 millones de euros. Y que promete con incrementarse, pero la clave reside en que «el consumidor quiere seguridad y calidad, por lo que el control biológico supone un elemento de valor añadido muy importante para que la agricultura murciana se diferencie de las de otras zonas competidoras», añadía, en Berlín, Ramón Luis Valcárcel, presidente de la Región de Murcia.

La delegación de esta Comunidad en Fruit Logística ha estado compuesta por 300 profesionales que han representado a 11 asociaciones del sector en un stand de 878 metros cuadrados. Entre ellas, la Asociación de Alhóndigas de Murcia, el Consejo de Agricultura Ecológica de la Región de Murcia, el Consejo Regulador de la D.O. Pera de Jumilla, Fecoam, la Indicación Geográfica Protegida Melón de Torre Pacheco, y tres entidades financieras, Cajamurcia, CAM y Cajamar, aparte de cincuenta empresas co-expositoras.

En el marco del stand, situado también en el pabellón 18, se ha presentado ante un representación de importadores de todo el mundo el Plan para la mejora fitosanitaria de la Uva de Mesa, incluido en el programa ¡Agricultura Limpia!, impulsado por el Gobierno regional. Según el consejero de Agricultura, Antonio Cerdá, «es una apuesta por la calidad y la seguridad alimentaria a través del empleo fundamental de la lucha biológica y biotecnológica». El control biológico en Murcia se ha extendido en la actua-

lidad a más de 7.000 hectáreas de cítricos, cerca de 6.000 de pimiento verde, y más de 5.000 de uva, entre otros productos.

## ► Extremadura: calidad medioambiental

El país anfitrión de Fruit Logística es el segundo mercado para los productos agrícolas con origen en Extremadura, por detrás de Portugal. «La variable más importante que podemos ofrecer en los mercados emergentes próximos a Alemania, tanto al este como al oeste, es nuestra biodiversidad y el respeto al medio ambiente», acentuaba María Dolores Aguilar, vicepresidenta segunda y consejera de Economía, Comercio e Innovación de la Junta de Extremadura, en rueda de prensa a los medios internacionales de la feria.

Con el reclamo del sello de calidad Alimentos de Extremadura, el Gobierno de esta región ha participado con un total de diecisiete empresas expositoras, que han aprovechado el tren del éxito de la fruta de hueso en los mercados centroeuropeos, exigentes en seguridad alimentaria.



María Dolores Aguilar, vicepresidenta segunda y consejera de Economía Comercio e Innovación de la Junta de Extremadura.

El reglamento de agricultura integrada extremeño, que fija la sostenibilidad medioambiental y la fijación de la población rural, y la red de centros tecnológicos que dan cobertura a la investigación en los campos son los culpables de la penetración de mercados de la fruta de Extremadura, con una facturación anual de 300 millones de euros. Pero por los productos de IV y V gama pasa el futuro de su comercialización. En cuanto a los cultivos ecológicos, la consejera Aguilar apuntó que Extremadura «es la tercera región española» en la producción de este tipo de productos, entre los que sobresalen los aceites, aceitunas, vino y las frutas de hueso. ■