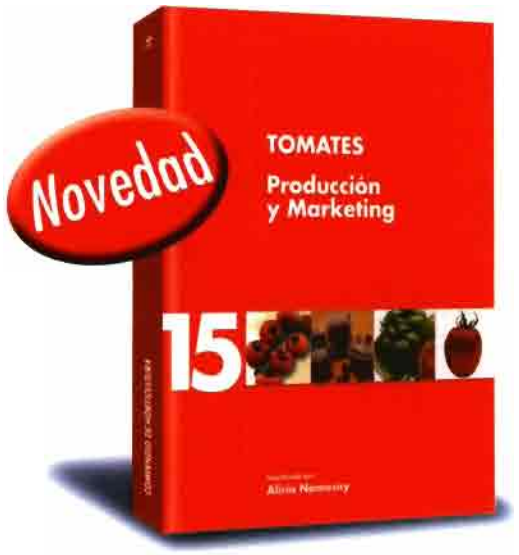
Colección Compendios de Horticultura

Tomates

Un libro sobre la Producción Distribución y Marketing del rey de las hortalizas

... desde el campo hasta la mesa



Reserve ya su ejemplar en Horticom Bookshop

Ref: 4458
Precio: 36 Euros

- Producción
- Poscosecha
- Trazabilidad
- Marketing y distribución
- Empresas
- Aspectos nutritivos y saludables
- Consumo

Disponible a partir de octubre '04

Compra fácil
www.horticom.com/bookshop

Política Económica

Protección de los derechos exclusivos del material vegetal protegido

Sentencia por delito de comercialización de semilla

El pasado 23 de junio de 2004, el Juzgado de lo Penal nº 3 de Pamplona ha dictado sentencia por la que se condena a J.A.C.A., como responsable de las actividades de la empresa "Cereales...., S.A.", a una pena de seis meses de prisión, accesorias y multa de seis meses , con arresto sustitutorio en caso de impago, por la comisión de un delito contra la propiedad industrial del artículo 273,1 del Código Penal.

La sentencia declara probado que el responsable poseía en los almacenes de su empresa, dedicada a la comercialización de semillas, abonos y cereales, una serie de envases de semillas de trigo y cebada carentes de etiqueta o rótulo indicativo del tipo de variedad, preparados para su comercialización sin ningún tipo de certificación oficial, pertenecientes a diversas variedades protegidas, como el trigo Gazul y las cebadas Germania e Hispanic. Para saber más: www.horticom.com?57815.

Mercados y Comercios

Datos del primer trimestre de 2004

Aumenta la exportación española de frutas y hortalizas



La exportación española de frutas y hortalizas en el primer trimestre de 2004 aumentó un 10% en volumen y un 8,5% en valor con relación al mismo periodo de 2003, totalizando 3 millones de toneladas y 2385 millones de euros, lo que se ha debido, en gran parte, al aumento del consumo en los países del Este, según informa Fepex. Por grupos, la exportación de hortalizas registró un aumento interanual del 9% en volumen, totalizando 1,4 millones de toneladas y del 8% en valor, elevándose a 1277 millones de euros. La exportación de frutas ascendió a 1,5 millones de toneladas (+11%) y 1107 millones de euros (+9%). El comportamiento más dinámico ha correspondido a la manzana, con una exportaciones por valor de 11 millones de euros (+95%).

Para saber más...
www.fepex.es

Guía On-Line de Mercados Agroalimentarios
www.ediho.es/mercados

Política Económica

Representante en Bruselas del sector del algodón de CCAE

Cristóbal Bascón, elegido presidente del grupo consultivo de algodón

Cristóbal Bascón ha sido elegido por unanimidad Presidente del Grupo Consultivo de Algodón. Bascón es además, el responsable técnico de la sectorial de algodón de la Federación Andaluza de Empresas Cooperativas Agrarias, Faeca. Su nombramiento supone un reconocimiento internacional de la labor desarrollada por el sector cooperativo español. Para saber más: www.horticom.com?57631.

Para saber más...

www.ccae.es

Mercados y Comercios

España e Italia, las más destacadas

Europa reactualiza las previsiones de cosecha de fruta de hueso a la baja

La producción europea de fruta de hueso, y en especial la española, han reactualizado sus previsiones de cosecha a la baja, siendo el caso de España el más destacado, según datos de Catalonia Qualitat, con una disminución del 20%, lo que representa una bajada de un 15% con lo que en un inicio se había previsto.

Las primeras estimaciones europeas cifraban la previsión en un aumento de la producción alrededor del 36%, y ahora se ha bajado hasta un 31%. Este descenso se debería, principalmente, a las actualizaciones aportadas por España y por Italia, las principales productoras de fruta de verano.







Punto de Venta

Engalanadas para comunicar

Calabazas

Todo necesita de imaginación y el marketing permite que ésta vuele; la calabaza, un "pariente pobre" tanto en los cuentos infantiles como en el comercio..., también ha encontrado una empresa que apuesta por ella. La imagen, tomada en Macfrut 2004, www.macfrut.com, muestra el sistema elegido por una empresa itialiana que tiene en ella uno de sus productos estrella.

La banda de cartoncillo explica las virtudes de esta cucurbitácea.



Punto de Venta

Con look propio

Papayas Calimán

Las papayas Calimán (www.calimanpapaya.com) llevan, individualmente, una etiqueta que además de identificar al productor, trae una breve explicación del producto y el código de barras. Van envasadas en platós de cartón ondulado y éstos a su vez en una caja del mismo material. Esta última se ha elegido como pupitre para explicar al comerciante "porqué (comprar) papaya".

En suma, un argumentario completo para la venta, apoyado por un aspecto atractivo de compra. Para saber más: www.horticom.com?57646.



Punto de Venta

Nueces

Grande y atractivo

Un envase grande, para producto a granel, no significa descuidar su potencial. Lo muestra el saco elegido por Il Noceto, para sus nueces, plastificado y con impresión de alta calidad al que se suma un folleto.



Punto de Venta

Patatas

El envase como broche final

Las patatas de la imagen, según indica una de la leyendas, se cultivaron en forma biológica; las lavaron... se supone que están cosechadas en el momento adecuado, etc.

Lo que les falta es que todo esto luzca en un envase acorde. El de la imagen parece ser así. Al mismo tiempo se cuida que no entre demasiada luz, permite ventilar el interior, y ver el contenido, características que los consumidores saben apreciar.

La imagen fue tomada en Fruit Logística 2004, www.fruitlogistica.com.



