

IDEAL

The
heartbeat
of the fresh produce business

FRUIT LOGÍSTICA



Messe Berlin

Berlin
7/8/9 Feb
2024

Almería & Granada



Contenidos en
español e inglés



Andalucía
ORIENTAL
en **Berlín**

PAC 2024

Te tramitamos y anticipamos las ayudas de la PAC

Domicilia, ahora, la PAC
y llévate¹ un kit de
herramientas
(30.000 unidades)



“Lo bueno de tener
a alguien cerca es
que te escucha”



AgroBank

1. Promoción válida del 1-2-2024 al 31-8-2024 o hasta agotar existencias (30.000 unidades). A efectos fiscales, esta promoción tiene la consideración de remuneración en especie, no existe pago en efectivo y está sujeta a ingreso a cuenta. Oferta para domiciliaciones de expedientes de la PAC con un importe estimado superior a 1.250 €. NRI: 6180-2023/09681

IDEAL

EDITA

Corporación de
Medios de Andalucía

DIRECTOR GENERAL
Antonio González

DIRECTOR
Eduardo Peralta de Ana

DELEGADO EN ALMERÍA
Miguel Cárceles

COORDINACIÓN EDITORIAL
Inmaculada Acién

TEXTOS
Inmaculada Acién,
José María Granados

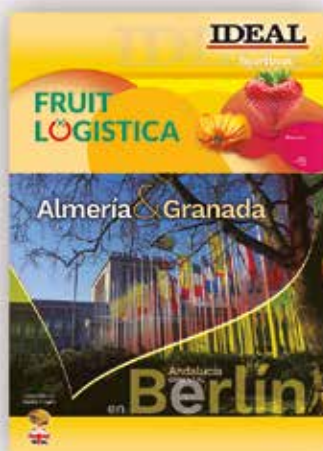
TRADUCCIÓN AL INGLÉS
Alba Segura

DISEÑO & MAQUETACIÓN
Rafael Márquez González

PUBLICIDAD

COORDINA
Consuelo Pérez

Jesús Durbán, 2 · 5ª planta
04004 Almería
Teléfono: 950.264.768
e-mails: cperez@ideal.es
publialmeria@ideal.es



vocento

CONTENIDOS

1 Alemania tiene sabor andaluz.	P.4
2 Entrevista con Silvia de Juanes, Directora de Comunicación para España y Latinoamérica	P.8
3 Inteligencia Artificial VS Inteligencia Natural (Programa de actividades)	P.14
4 Fruit Logistica incorpora un nuevo evento escénico: Farming Forward	P.18
5 Alfombra roja para pasar del presente al futuro	P.21
6 El valor de la producción: cuando menos es más (evolución de la exportación en el último año)	P.23
7 Almería comienza a ganar el pulso al rugoso	P.26
8 Almería: cuando la conciencia sobre el agua se convierte en futuro garantizado	P.30
9 Sostenibilidad y responsabilidad con el Medio Ambiente: La nueva certificación mundial en Agricultura Regenerativa nace en Almería	P.34
10 El otoño marca la primavera	P.38
11 El sector prevé un incremento del 15% en la campaña de aguacate	P.42
12 La producción de espárrago verde de Granada volverá a descender	P.46
13 La provincia de Almería incrementa ligeramente los datos de aceite de 2022	P.50
14 Nutrición: Economía frente a salud ¿rival o complementarios?	P.56
15 Cajamar apoya al sector hortofrutícola en Fruit Logistica	P.60
16 Diputación arropará al agro almeriense en Fruit Logistica	P.64
17 La Diputación de Granada y el sector agroalimentario granadino unidos para fijar población y crear riqueza	P.68



Alemania tiene **sabor** a n d a l u z

1

**Más de 60
empresas e
instituciones
con sede en
Andalucía
estarán desde
hoy presentes
y hasta el
viernes
en Fruit-
Logistica
2024**

Texto: Inmaculada Acién Fernández

Vuelve la feria internacional más importante a nivel europeo para el sector hortofrutícola almeriense y andaluz. Fruit Logistica 2024 arranca hoy y durante tres días, hasta el viernes 9 de febrero, centrará las miradas de medio mundo de la mano de un sector que tiene como gran objetivo alimentar a una población cada vez más creciente.

Durante tres días Berlín se convertirá en epicentro de la generación de negocio entre agentes de más de 140 países del ámbito de la producción, la logística, la distribución y la industria auxiliar, entre los que se encuentran todo tipo de insumos, así como el creciente ámbito de la tecnología y la digitalización, elementos indispensables para que el sector tenga futuro.

Si el pasado año Fruit Logistica recuperaba su fecha original de celebración, el mes de febrero, una vez superada la pandemia, y volvía de nuevo a cifras prepandemia con 2.600 expositores procedentes de más de 120 países diferentes mostrando sus novedades en productos, tecnología y digitalización, y compartiendo reflexiones, líneas de innovación de futuro, así como soluciones a los problemas de presente y futuro del sector en los 27 pabellones de la Feria, este año esas cifras siguen creciendo.

Este año, Fruit Logistica contará con 2.750 empresas. Una cifra que demuestra que el sector no solo no se para, sino que sigue cogiendo impulso y que está muy vivo pese a todas las dificultades que se le plantean en el camino, tanto a nivel de legislación como económicos, climatológicos o en forma de efectos colaterales de la compleja y delicada situación geopolítica existente.



En la edición de 2024, Fruit Logistica crece en número de países participantes, más de 140, recuperando además países de Asia que el pasado año aún no pudieron participar por la situación sanitaria que aún tenían, derivados de la pandemia de la covid-19.

Un incremento de países y expositores que amplía las zonas expositivas, si bien se mantienen los 27 pabellones de feria.

Y en este contexto, Andalucía desembarca en Messe Berlín, un año más con una gran presencia. Más de sesenta empresas e instituciones de la comunidad andaluza estarán presentes este año en la feria, con Almería, Huelva y Granada como las provincias más representativas. Solo la provincia de Almería aglutina más de un tercio de toda la representación andaluza con cifras similares de participación a las del pasado año.

A nivel general, entre todos los países participantes destacará la participación española que sigue situándose en el tercer cajón del podio de países que tienen una mayor representatividad en Fruit Logistica, con una cifra que se sitúa cercana a las 350. De esta manera, en esta edición volverá a haber varios pabellones reservados exclusivamente a las empresas e instituciones españolas.

No obstante, a todas ellas hay además que unir todas aquellas que no dispondrán de stand propio aún este año, pero que sí acudirán con agenda cerrada de reuniones a la feria, así como todas las casas de semillas que pese a que tienen su sede principal fuera de Andalucía e incluso de España, sí cuentan con centros de investigación en la provincia de Almería. Y es que España volverá a ser una edición más uno de los mercados más importantes en términos de visitantes profesionales.

Participación de Almería y Granada

En el caso concreto de la provincia de Almería no faltarán empresas como Agroponiente, Biosabor, CASI, Hispatec, o Unica, así como Anecoop, de la que forman parte varias empresas almerienses, entre otras muchas. Entre las casas de semillas también estarán presentes prácticamente todas, tales como Rijk Zwaan, Axia, Bejo, Gautier, Bayer, Fitó, Sakata, Top Seeds, Syngenta, Takii o Yuksel, entre otras.

Hasta un total de 29 empresas andaluzas irán bajo el paraguas de Andalucía TRADE, seis más que en la edición de 2023. De ellas, 11 corresponde a la provincia de Almería como son Zoi Agrícola, Vicasol, Toledano Agrícola, Primaflor, Nature Choice, Cuadraspania, KopAlmería, Inagroup, Frutas Hortisol, Biorizon y Almagro Nature.

En el caso de Granada será también once las empresas participantes, prácticamente todas de la mano de Andalucía Trade. Todas ellas serán Campos de Granada, Centro Sur, Cosafra, Espárrago de Granada, Fulgencia Spa, Granada la Palma, Los Gallombares, Mafa Bioscience, Autoridad Portuaria de Motril, Procama y San Isidro de Loja.



Germany has an Andalusian flavor



More than 60 companies and institutions based in Andalusia will be present from today until Friday at Fruit Logistica 2024

The most important international fair in Europe for the horticultural sector in Almería and Andalusia returns. Fruit Logistica 2024 starts today and for three days, until Friday, February 9, it will be the focus of attention for half the world, led by a sector that aims to feed an increasingly growing population.

For three days, Berlin will become the epicenter of business generation among representatives from more than 140 countries in the field of production, logistics, distribution, and the auxiliary industry, including all types of inputs, as well as the growing areas of technology and digitization—essential elements for the sector's future.

If last year Fruit Logistica regained its original celebration date, February, once the pandemic was overcome, and returned

to pre-pandemic figures with 2,600 exhibitors from over 120 different countries showcasing their innovations in products, technology, and digitization, and sharing insights, future innovation trends, as well as solutions to the present and future problems of the sector in the 27 pavilions of the fair, this year those numbers continue to grow.

This year, Fruit Logistica will feature 2,750 companies. A figure that demonstrates that the sector not only does not stop but continues to gain momentum and is very much alive despite all the difficulties it faces along the way, be it legislative, economic, climatological, or in the form of collateral effects from the complex and delicate geopolitical situation.

In the 2024 edition, Fruit Logistica is growing in the number of participating countries, exceeding 140, also recovering Asian countries that could not participate last year due to the health situation they still faced, resulting from the COVID-19 pandemic.

An increase in countries and exhibitors that expands the exhibition areas, although the 27 fair pavilions are maintained.

And in this context, Andalusia lands in Messe Berlin, one more year with a large presence. More than sixty companies and institutions of the Andalusian community will be present this year at the fair, with Almería, Huelva and Granada as the most representative provinces. The province of Almería alone accounts for more than a third of all the Andalusian representation, with figures similar to those of last year.



At a general level, among all participating countries, Spanish participation stands out, consistently ranking in the third position for countries with the highest representation at Fruit Logistica, with a figure close to 350. In this edition, there will once again be several pavilions exclusively reserved for Spanish companies and institutions.

However, to all of them we must also add all those that will not have their own stand yet this year, but that will come with a closed agenda of meetings at the fair, as well as all the seed houses that despite having their headquarters outside Andalusia and even Spain, do have research centers in the province of Almería. Spain will once again be one of the most important markets in terms of professional visitors.

Participation from Almería and Granada

In the specific case of the province of Almería, companies such as Agroponiente, Biosabor, CASI, Hispatec, or Unica will be present, as well as Anecoop, which includes several Almería-based companies, among many others. Almost all seed companies will also be present, such as Rijk Zwaan, Axia, Bejo, Gautier, Bayer, Fitó, Sakata, Top Seeds, Syngenta, Takii, or Yuksel, among others.

A total of 29 Andalusian companies will fall under the Andalucía TRADE umbrella, six more than in the 2023 edition. Of these, 11 are from the province of Almería, including Zoi Agrícola, Vicasol, Toledano Agrícola, Primaflor, Nature Choice, Cuadraspania, KopAlmería, Inagroup, Frutas Hortisol, Biorizon, and Almagro Nature.

In the case of Granada, there will also be eleven participating companies, virtually all under Andalucía Trade. These include Campos de Granada, Centro Sur, Cosafra, Espárrago de Granada, Fulgencia Spa, Granada la Palma, Los Gallombares, Mafa Bioscience, Autoridad Portuaria de Motril, Procam, and San Isidro de Loja.



en agricultura

Vícar
es mucho



2

The
heartbeat
of the
produce business

ENTREVISTA

Silvia De Juanes,
Directora de Comunicación
de Fruit Logística para
España y Latinoamérica

“El año pasado tuvimos un récord de participación por parte de España y este año lo mantenemos”

Texto: Inmaculada Acién Fernández

Fruit Logística crece este año y lo hace con respecto a las cifras del pasado año con números importantes. Un espacio de reunión, pero también donde abordar temas que preocupan y ocupan al sector, y donde conocer hacia dónde apunta el futuro.

-El año pasado Fruit Logística ya volvía a su fecha de febrero y este año ya se puede decir que se recupera la normalidad total. ¿Hay crecimiento en cifras para este año?

-Sí. En 2023 tuvimos 2.610 expositores y este año mínimo van a ser 2.750, porque muchas vienen dentro de una región específica y hasta última hora no se dan de alta realmente en el sistema online, por lo que las cifras no se cierran hasta última hora. No obstante, lo importante no es el número sino que haya expositores y visitantes, y que esos pasillos estén llenos y además llenos de gente de calidad. Siempre en las encuestas que hacemos constatamos que de los visitantes profesionales, más del 80% tienen capacidad

de decisión, capacidad de compra. Y eso es clave y es un valor añadido de la feria.

-¿Qué previsión de visitantes tienen?

-La entrada a la feria es una de las cosas que se hace casi de lo último, me atrevería a decir, porque como es online y, bueno, te metes en un momento en la página web y sacas la entrada, pues las cifras no las sabremos hasta el final. Lo que sí sabemos, por ejemplo, es que países como India o otros de la zona de Asia que necesitan tener la entrada con antelación para poder pedir el visado, van a aumentar en participación. La presencia asiática que en general había disminuido mucho porque todavía estaban con las fronteras cerradas el año pasado, ya este año ha aumentado.

-Eso significa más espacio.

-Sí. De hecho, el pabellón 27 lo hemos tenido que agrandar. Le hemos tenido que volver a dar espacio a esas empresas asiáticas.



SIN AGUA NO HAY

AGRICULTURA



Almería, donde el sol es generoso pero la lluvia es escasa.

El cambio climático y la sequía son algunos de los principales desafíos del sector agrícola almeriense, a los que nos enfrentamos con determinación, implementando sistemas de gestión del agua de última generación para asegurar un uso eficiente y sostenible, garantizando que cada gota cuente y que nuestro campo siga aportando productos de máxima calidad.



ALMERÍA
CIUDAD

FRUIT
LOGÍSTICA

   @aytoalm
www.almeriaciudad.es



-¿Cuál es el área de la feria que más crecimiento tiene?

-Son varios, pero quizás la más importante es el área de logística, porque al final la gestión logística de un producto perecedero es importantísima y es muchas veces clave. Tú puedes tener un producto maravilloso pero como tengas un mal partner en logística, llegará mal al punto de venta.

-¿Y la tecnología?

-También. La gestión de maquinaria y tecnología también crece porque cada vez es más importante poder vender por calibres, por color, poder identificar enfermedades con antelación, etc. sin tener que dañar la fruta. El tema de tecnología está súper avanzado y la zona de Smart Agri ha duplicado su tamaño con respecto a 2023.

-La tecnificación del sector cada vez es más importante.

-Y se puede tecnificar a muchos niveles. Desde la mano de obra, que ya no solo es que sea más barato o más cara, sino que la puedas conseguir. Esa dependencia del factor humano al final puede ser un problema en un momento dado. Y luego también conseguir, por ejemplo, utilizar menos insumos para abaratar costes. Si utilizas menos ayudas durante la producción, pues eso que estás ahorrando. La reutilización de aguas... Hay muchos puntos en los que se pueden tecnificar, ayudarte de la inteligencia artificial y que al final contribuye a tener una mejor y más barata producción.

-Este año el eslogan que han escogido ha sido 'El latido del negocio de productos frescos'. ¿Qué quieren transmitir con ello?

-Exacto. Se trata un poco de reflejar el sentimiento de sentir el pulso de la industria, valga la redundancia. En Berlín, Fruit Logística ayuda a

marcar el ritmo donde todo fluye, como el corazón que hace fluir nuestra circulación y, en este caso, ser el corazón del comercio.

-¿Cómo va la presencia de Andalucía y de Almería concretamente, ya no solo como zona productora sino también por la creciente importancia de su industria auxiliar?

-El año pasado tuvimos un récord de participación por parte de España y este año lo mantenemos. Además, conseguimos, a través de la presencia de maquinaria, logística, smart data, es decir, todos esos sectores auxiliares de los que hemos estado hablando, probablemente crezcamos un poco, aunque los números finales, hasta que no pase la feria, no los tendremos. Además, este año entre los nominados a los FLIA tenemos una empresa almeriense.

-Un producto de UNICA estará en los Fruit Logística Innovation Awards.

-Sí, el Zucchini y para mí es un orgullo. El año pasado tuvimos el Broccoli de Anecoop y este año tenemos el Zucchini de UNICA. Es verdad que viendo los cinco productos que se presentan no va a ser sencillo, pero hay que luchar por ello.

-La elección del ganador corresponde directamente a los visitantes.

-Exacto. Al final es un premio que da el sector al propio sector. Eso es lo que le hace ser tan especial y tan importante. Durante los primeros días de feria se puede ir a la zona que está en el pabellón 21 y puedes ver todas las innovaciones

La zona de Smart Agri ha duplicado su tamaño con respecto a 2023



en producto como en tecnología, que es el primer año que tenemos el FLIA de tecnología.

-El ecológico está viviendo un momento complicado: los costes de producción se están incrementando más que en convencional y el coste en punto de venta también hace que esas ventas se estén estancando. ¿Esto se nota en feria en cuanto a participación de ecológico?

-Nosotros tenemos nuestra ruta ecológica de todos los expositores que tengan certificados al día sobre la producción ecológica y seguimos teniendo números parecidos. No hemos visto que haya menos producción, al revés, igual es justamente en tiempos difíciles cuando tiene más sentido aumentar esa visibilidad para buscar nuevas oportunidades de negocio, nuevos clientes y socios que puedan sacar nuestro producto ecológico con los mayores beneficios.

-¿Cuál es la mayor novedad que trae esta edición?

-Pues la mayor novedad de este año es el formato del evento de Farming Forward, que se centra, de nuevo, en los temas que hemos hablado hace un ratito: digitalización, automatización de la producción, las tecnologías de invernadero y la agricultura en ambiente controlado. Además, contamos con una alianza, con un partner importante de la Alianza CEA (Consejo de Empresas Americanas) de Estados Unidos, que se centra exactamente en el tema de la agricultura medioambiental controlada, invernadero verticales, etcétera.

-¿Y qué temas se van a abordar en el programa de conferencias en un año que está siendo un poco convulso a nivel internacional también?

-Bueno, la verdad es que llevamos ya unos cuantos años teniendo

Más del 80% de los visitantes profesionales tienen capacidad de decisión, capacidad de compra



una situación internacional complicada. Siempre nos sorprenden eventos internacionales que nos influyen de manera indirecta, por lo menos. Está claro que siempre hay repercusiones de este tipo de eventos en los mercados de venta, en las rutas de transporte... Pero que es precisamente por ello también por lo que viene bien reunirse con el sector y debatir en común y abordar conjuntamente estos problemas y dar soluciones. Al final lo que necesitamos es apoyarnos unos en otros y crecer juntos. Y eso es lo que desde luego se ofrece en Fruit Logística.

Por ejemplo, el año pasado, que justo empezó la guerra de Ucrania tres semanas antes del evento, pues la última semana nos abordó la asociación ucraniana de Berlín con mujeres que habían salido del país y que muchas de ellas estaban en Alemania. Se reunieron con 18 expositores y estuvieron presentes como imagen y para que no se nos olvidara. Y este año ya son una parte integrante de Fruit Logística, como lo era antes. Y desde luego estamos muy felices por ver que sigue la actividad y que hay muchas partes de Ucrania que siguen desarrollándose con normalidad.

-Ahora tenemos también el conflicto de Israel. ¿Va a influir de alguna manera en Fruit Logística en cuanto a participación de empresas o temáticas que se vayan a abordar?

-Pues tenemos una fuerte participación de Israel, como en años anteriores. Con más de 20 expositores. Y sigue estable. Yo creo que también la situación es un poco parecida en cuanto a que las empresas en general siguen produciendo, siguen exportando y siguen moviéndose. Y ellos desde luego son un país que es muy fuerte en cuanto a movimiento económico. Y siguen apostando por ello.

BOUQUET
bouquet.es

Comprando **BOUQUET** das más

RACIONES DE VIDA PARA EL CAMPO

Y más valor a lo nuestro. A lo tuyo.

Anecoop

PRODUCCIÓN 100% NACIONAL

5 al día aconseja el consumo diario de 5 raciones de frutas y verduras

Afianzas la POBLACIÓN al MEDIO RURAL

Limitas el ABANDONO de CAMPOS

Facilitas el RELEVO GENERACIONAL

INTERVIEW

Silvia De Juanes,
Communications
Director for Fruit
Logística in Spain
and Latin America

**“Last year,
we had a record
participation
from Spain,
and this year,
we maintain it”**



Fruit Logística is growing this year, and it does so with significant numbers compared to last year. It is not just a meeting space but also a place to address issues that concern the industry and to understand where the future is heading.

-Last year, Fruit Logística returned to its February date, and this year, it can be said that complete normality is restored. Is there growth in numbers for this year?

-Yes. In 2023, we had 2,610 exhibitors, and this year, it will be a minimum of 2,750 because many come within a specific region, and they don't register in the online system until the last minute. Therefore, the figures are not finalized until the last moment. However, the important thing is not the number but to have exhibitors and visitors, and for the aisles to be full, filled with quality people. In the surveys we conduct, we always find that more than 80% of professional visitors have decision-making and purchasing capabilities. And that is key and adds value to the fair.

-What visitor forecast do you have?

-Registering for the fair is one of the last things done, I would dare to say, because since it's online, and well, you just go to the website and get your ticket, the numbers won't be known until the end. What we do know, for example, is that

countries like India and others in the Asian region that need to have the ticket in advance to apply for a visa will increase their participation. Asian presence, which had generally decreased a lot because the borders were still closed last year, has increased this year.

-Does that mean more space?

-Yes. In fact, we had to enlarge Hall 27. We had to give space again to those Asian companies.

-Which area of the fair has the most growth?

-There are several, but perhaps the most important is the logistics area because, in the end, the logistical management of a perishable product is crucial and often key. You can have a wonderful product, but if you have a bad logistics partner, it will arrive poorly at the point of sale.

-And technology?

-Also. Machinery and technology management also grow because it is increasingly important to be able to sell by sizes, by color, to be able to identify diseases in advance, etc., without damaging the fruit. The technology aspect is highly advanced, and the Smart Agri zone has doubled in size compared to 2023.

-The technification of the sector is becoming increasingly important.

The Smart Agri zone has doubled in size compared to 2023

More than 80% of professional visitors have decision-making and purchasing capabilities



-And it can be technified at many levels. From labor, which is not only about being cheaper or more expensive but also about being available. Dependence on human factors can ultimately be a problem at some point. And then also achieving, for example, using fewer inputs to reduce costs. If you use fewer aids during production, you are saving money. Water reuse... There are many points where you can technify, use artificial intelligence, and ultimately contribute to better and cheaper production.

-This year, the slogan you have chosen is 'The heartbeat of the fresh produce business.' What do you want to convey with that?

-Exactly. It's a bit about reflecting the feeling of sensing the pulse of the industry, pun intended. In Berlin, Fruit Logistica helps set the rhythm where everything flows, like the heart that circulates our blood, and, in this case, being the heart of commerce.

-How is the presence of Andalusia and specifically Almería, not only as a producing region but also due to the growing importance of its auxiliary industry?

-Last year, we had a record participation from Spain, and this year, we maintain it. Additionally, through the presence of machinery, logistics, smart data, in other words, all those

auxiliary sectors we've been talking about, we will likely see some growth, although the final numbers won't be available until after the fair. Also, this year, among the FLIA nominees, we have a company from Almería.

-A UNICA product will be in the Fruit Logistica Innovation Awards.

-Yes, the Zucchiniolo, and I am very proud of it. Last year, we had Anecoop's Brocomole, and this year we have UNICA's Zucchiniolo. It's true that, looking at the five products being presented, it won't be easy, but we have to fight for it.

-The winner is directly chosen by the visitors.

-Exactly. In the end, it's an award that the sector gives to the sector itself. That's what makes it so special and important. During the first days of the fair, you can go to the area in Hall 21 and see all the innovations in both products and technology. This is the first year we have the FLIA Technology.

-The organic sector is going through a challenging moment: production costs are increasing more than in conventional, and the cost at the point of sale is also causing sales to stagnate. Does this reflect in the fair regarding organic participation?

-We have our organic route for all exhibitors with up-to-date certifications for organic production, and we still have similar numbers. We haven't seen a decrease in production; on the contrary, it may be precisely in difficult times when it makes more sense to increase visibility to seek new business opportunities, new clients, and partners who can market our organic product with the greatest benefits.

-What is the main novelty of this edition?

-Well, the biggest novelty this year is the format of the Farming Forward event, which focuses, again, on the topics we discussed a little while ago: digitization, production automation, greenhouse technologies, and controlled environment agriculture. Additionally, we have formed a partnership with a significant partner from the American Companies Council (CEA) in the United States, which focuses precisely on the topic of controlled environmental agriculture, vertical greenhouses, etc.

-And what topics will be addressed in the conference program in a year that is also being a bit convulsive at the international level?

-Well, the truth is that we have been experiencing a complicated international situation for quite a few years now. International events always surprise us and indirectly affect us, at least. It's clear that there are always repercussions from these types of events on sales markets, transportation routes, etc. But that's precisely why it's good to gather with the sector, discuss common issues, and collectively address these problems and provide solutions. In the end, what we need is to support each other and grow together. And that's precisely what Fruit Logistica offers.

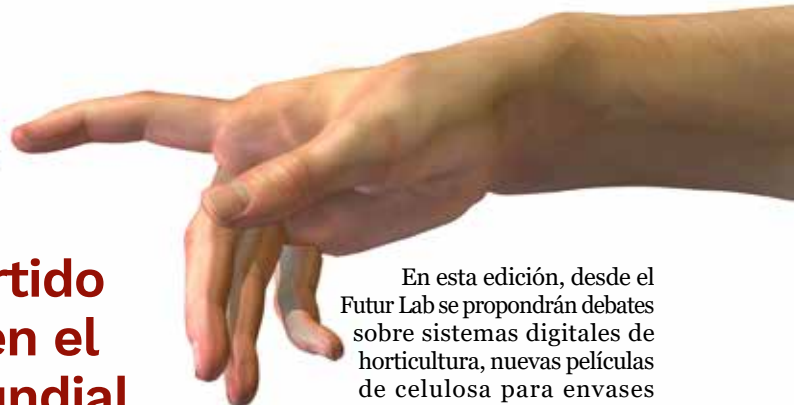
For example, last year, just three weeks before the event, the war in Ukraine began, and the Ukrainian association in Berlin approached us with women who had left the country, many of whom were in Germany. They met with 18 exhibitors and were present as a symbol to ensure we didn't forget. And this year, they are already an integral part of Fruit Logistica, as they were before. And, of course, we are very happy to see that activity continues and that many parts of Ukraine are still developing normally.

-Now we also have the conflict in Israel. Will it influence Fruit Logistica in terms of company participation or the topics to be addressed?

-Well, we have strong participation from Israel, as in previous years, with more than 20 exhibitors. It remains stable. I think the situation is somewhat similar in that companies, in general, continue to produce, export, and move forward. Israel is undoubtedly a country with a strong economic presence, and they continue to invest in it.

Inteligencia Artificial VS Inteligencia Natural

3



La tecnología se ha convertido en el elemento disruptor en el sector agroalimentario mundial, su uso y avance es fundamental puesto que a su alrededor gira la mejora del sector y sus posibilidades de futuro

Texto: Inmaculada Acién Fernández

Y es que la tecnología tiene que ayudar a dos aspectos fundamentales y que además van unidos inexorablemente como son ser más sostenibles, es decir, producir con el mínimo impacto sobre el medio ambiente, pero también a reducir los costes de producción, siendo más eficientes en todos los ámbitos, desde el uso de fitosanitarios, pasando por el agua, o por la reducción de la mano de obra poco cualificada, cuando el coste de mano de obra es el principal coste de producción para el campo almeriense.

La digitalización y el trabajo con datos, junto a la inteligencia artificial son elementos ya sin los que no se concibe el campo a nivel mundial, para conseguir ese doble objetivo de producir más con menos y con el mínimo impacto sobre el entorno.

Pero junto a la inteligencia artificial no es menos importante la inteligencia natural, un concepto con el que se podría definir el control biológico, que desde el momento en que comenzó a usarse y a extenderse en el campo, se convirtió en una auténtica revolución y que gana peso ante la constante aparición de nuevas plagas y la constante y paulatina reducción de materias activas que se pueden usar para combatirlas.

Y entre ambas, no se puede olvidar a la ciencia, cuya misión también es proveer a través de las casas de semillas, de variedades cada vez más resistentes a los nuevos virus, plagas y enfermedades fúngicas, y que también desde la semilla se contribuya a buscar variedades más rústicas, adaptadas a todo tipo de condiciones y que requieran de menor consumo de agua, pero sin sacrificar la producción.

Retos de los que sin duda se hablarán durante estos tres días en Fruit Logistica a través de su programa de conferencias, que un año más contará con áreas diferenciadas como son el Futur Lab, en el Hall 7.2A; el Tech Stage, en el Hall 5.1; el Logistics Hub, en el Hall 26; el Fresh Produce Forum, en el Hall 23; el Startup Stage, en el Hall 5.1; y la nueva área de Farming Forwards, en el Hall 3.1.

En esta edición, desde el Futur Lab se propondrán debates sobre sistemas digitales de horticultura, nuevas películas de celulosa para envases alimentarios sostenibles, el control de datos, desafíos para la cadena de suministro de productos frescos y soluciones o el cultivo de plantas en el espacio, entre otros.

Bajo el lema 'Disrupt Agriculture', el viernes volverá a celebrarse el Startup Day de Fruit Logistica, un formato especial para startups que desarrollan productos, proyectos e ideas innovadoras.

En el área de Tech Stage se hablará del futuro en la industria auxiliar del plástico y las propuestas para el sector, de mejoras en la conservación de alimentos durante el transporte, software de previsión y planificación, sistemas para la reducción de desperdicio alimentario, uso del ozono en la potabilización del agua, y el uso de la inteligencia artificial para mejorar los sistemas de envasado, sensorización y soluciones postcosecha.

Por otra parte, el mercado de frutas y hortalizas frescas es un negocio global, por lo que la logística frigorífica internacional también desempeña un papel central. Por ello en el Logistic Hub se realizará un análisis estratégico por parte de los expertos sobre el negocio del transporte marítimo refrigerado, para obtener una imagen más clara de lo que se avecina. Los operadores líderes opinarán sobre el futuro de la logística de productos frescos y se presentará un nuevo modelo de logística para productos exóticos como es el Fruit Service Collective, que abrirá sus puertas en mayo de 2024, se abordará por qué fracasan tantas reclamaciones, por qué algunos exportadores ya no aseguran la carga y cómo se pueden minimizar esas pérdidas en el futuro.

Además y entre otros asuntos, se presentará un adelanto de una nueva investigación sobre el impacto a largo plazo del Brexit en las cadenas de suministro de productos frescos y uno de los expertos en productos frescos con más experiencia de la región de Medio Oriente informará desde Arabia Saudita sobre las nuevas inversiones en infraestructura de cadena de frío que tienen el potencial de poner el comercio de frutas y verduras frescas de la región en una vía rápida hacia el crecimiento.

En cuanto al área de Fresh Produce también aquí la inteligencia artificial tendrá un fuerte protagonismo, analizando el impacto que tendrá en los diferentes niveles del comportamiento del comercio minorista y del consumidor, sin olvidar el uso de datos ambientales en tiempo real, la sanidad vegetal para mejorar el rendimiento y el manejo de las plantas o los aspectos de IA de las soluciones digitales, la previsión de cultivos y la gestión del rendimiento.

El cambio climático está obligando a la agricultura a adaptarse como nunca antes, un tema que estará presente en el Fresh Produce, como también lo hará el marco legal actual y las nuevas legislaciones o el desperdicio alimentario, entre otros.

Amplía horizontes

Especialistas en la
financiación a medida de
transmisión y reconversión
de fincas rústicas



Artificial Intelligence VS Natural Intelligence



Technology has become the disruptive element in the global agri-food sector, and its use and progress is fundamental, as the improvement of the sector and its future possibilities revolve around it

Technology must contribute to two fundamental and interconnected aspects: sustainability, meaning producing with minimal impact on the environment, and reducing production costs by being more efficient in various areas, from the use of pesticides to water management, and the reduction of unskilled labor, especially when labor costs are the primary production cost for the Almerian field.

Digitization and working with data, along with artificial intelligence, are now indispensable elements in the global agricultural landscape to achieve the dual objective of producing more with less and with minimal impact on the environment.

However, alongside artificial intelligence, natural intelligence is equally important—a concept that could be used to define biological control. Since its inception and widespread adoption in the field, biological control has become a genuine revolution. It gains significance in light of the constant emergence of new pests and the gradual reduction of active substances that can be used to combat them.

Between both, science also plays a crucial role, with its mission being to provide, through seed companies, increasingly resistant varieties to new viruses, pests, and fungal diseases. From the seed, science also contributes to the search for more robust varieties adapted to various conditions and requiring less water consumption, without sacrificing production.

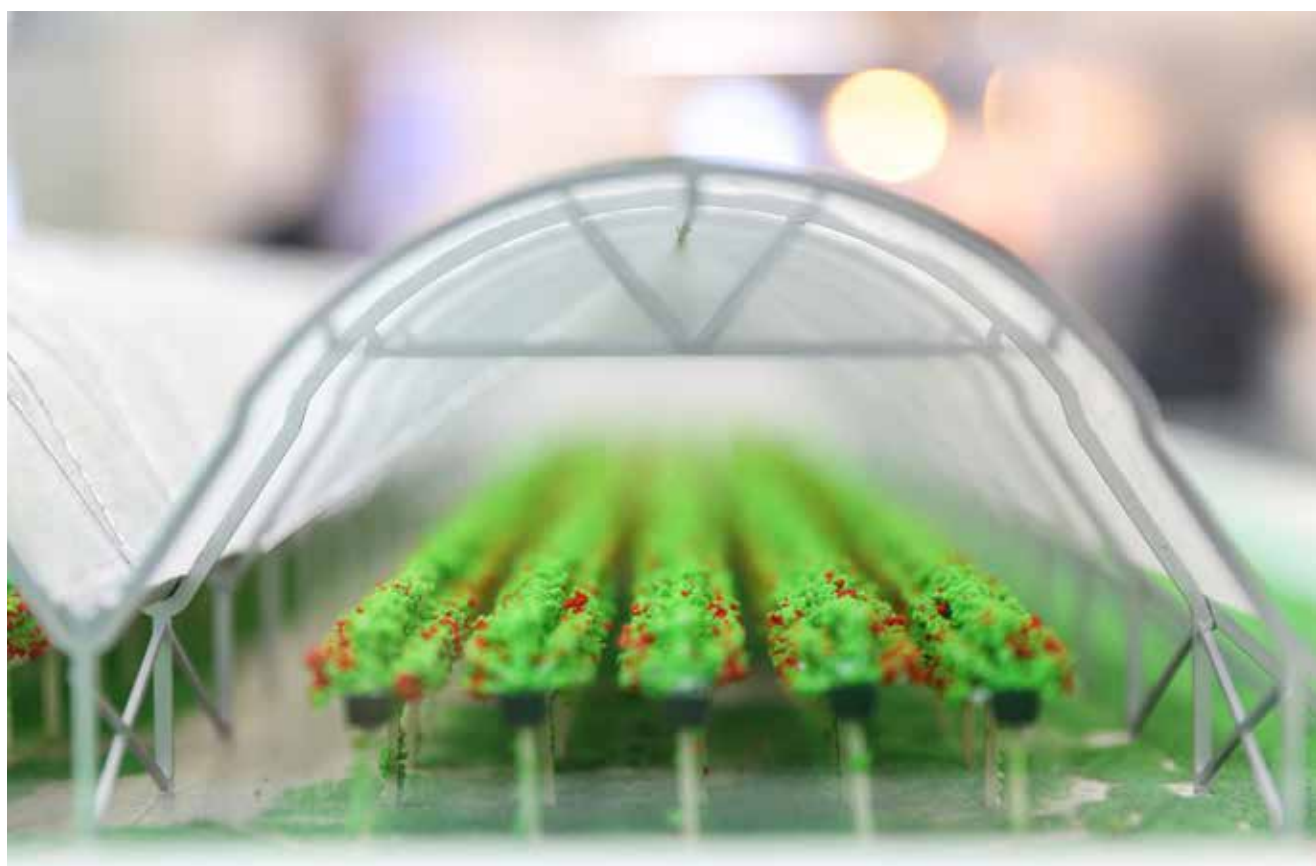
Challenges like these will undoubtedly be discussed during these three days at Fruit Logistica through its conference program, which, once again, will feature distinct areas such as Futur Lab in Hall 7.2A, Tech Stage in Hall 5.1, Logistics Hub in Hall 26, Fresh Produce Forum in Hall 23, Startup Stage in Hall 5.1, and the new Farming Forwards area in Hall 3.1.

In this edition, Futur Lab will host discussions on digital horticulture systems, new cellulose films for sustainable food packaging, data control, challenges for the fresh produce supply chain and solutions, and plant cultivation in space, among other topics.

Under the theme 'Disrupt Agriculture,' the Startup Day of Fruit Logistica will take place on Friday, featuring a special format for startups developing innovative products, projects, and ideas.

In the Tech Stage area, discussions will revolve around the future of the plastic auxiliary industry and proposals for the sector. Topics include improvements in food preservation during transportation, forecasting and planning software, systems for reducing food waste, the use of ozone in water purification, and the application of artificial intelligence to enhance packaging systems, sensorization, and post-harvest solutions.

On the other hand, the fresh fruit and vegetable market is a global business, so international refrigerated logistics also plays a central role. This is why the Logistic Hub will feature a strategic analysis by experts on the refrigerated shipping business to get a clearer picture of what is to be expected. Leading operators will give their views on the future





of fresh produce logistics and a new logistics model for exotic products such as the Fruit Service Collective, which will open its doors in May 2024, will be presented, why so many claims fail, why some exporters no longer insure cargo and how such losses can be minimized in the future.

Additionally, a preview of new research on the long-term impact of Brexit on fresh produce supply chains will be presented. One of the most experienced fresh produce experts in the Middle East will report from Saudi Arabia on new investments in cold chain infrastructure that have the potential to propel the region's trade in fresh fruits and vegetables toward rapid growth.

In the Fresh Produce area, artificial intelligence will also play a significant role, analyzing its impact on different levels of retail and consumer behavior. Topics will include the use of real-time environmental data, plant health for improved performance and plant management, as well as the AI aspects of digital solutions, crop forecasting, and performance management.

Climate change is forcing agriculture to adapt like never before, a theme that will be present in the Fresh Produce area, along with discussions on the current legal framework, new legislations, food waste, and other relevant topics.



En Níjar sabemos cuidarte

Porque donde disfrutas y veraneas también
producimos saludables hortalizas



Ayuntamiento de Níjar

Fruit Logistica incorpora un nuevo evento escénico:

Farming Forward

Texto: Inmaculada Ación Fernández

Fruit Logistica cuenta este año con un nuevo espacio denominado Farming Forward. Ubicado en el Hall 3.1, empresas innovadoras presentarán a los visitantes profesionales soluciones digitales para la agricultura sostenible en el campo y tecnologías revolucionarias para la Agricultura Ambiental Controlada (ACE), es decir, aquella agricultura cuya producción de cultivos se realiza en espacios cerrados como invernaderos, granjas de interior, incluida producción vertical, y cámaras de crecimiento.

Un espacio donde la atención se centrará en la inteligencia artificial y los sensores, la tecnología y la ciencia, la eficiencia y las condiciones de cultivo controladas, con presentaciones de no más de 15 minutos cada una, en forma de toma de contacto y para garantizar la agilidad del evento.

Así, durante los tres días de la feria, los expositores del área Smart Agri presentarán tecnologías digitales para la agricultura, como la fotografía espectral, tecnología de inteligencia artificial (IA) para estimar el rendimiento de las frutas, monitoreo y pronóstico digital de insectos, plataformas inalámbricas para automatizar riego, control de calidad poscosecha con inteligencia artificial, drones que están revolucionando la agricultura y digitalización dentro de la cadena de suministro de productos frescos.

Concretamente, durante la jornada de hoy, la primera de feria, se hablará de la robotización y de las dificultades de los robots para la manipulación precisa, de la sostenibilidad en la cadena de suministros, del poder de la inteligencia artificial y de la digitalización dentro de la cadena de suministro de productos frescos o cómo la IA potencia el control de calidad poscosecha de alto rendimiento.

Soluciones digitales para la agricultura sostenible en el campo y tecnologías revolucionaria para la Agricultura Ambiental Controlada

Asimismo, se presentarán proyectos como el 'Spectre Top Down' que incide en cómo el tamaño temprano de la fruta, detectada por IA, ofrece una ventaja de mercado a las principales emparadoras del mundo o el 'Smart-Eyes', que permite el crecimiento basado en datos, además de una plataforma de automatización de riego inalámbrico, que ahorra un 50% de agua y aumenta el rendimiento del cultivo en un 30%, entre otros.

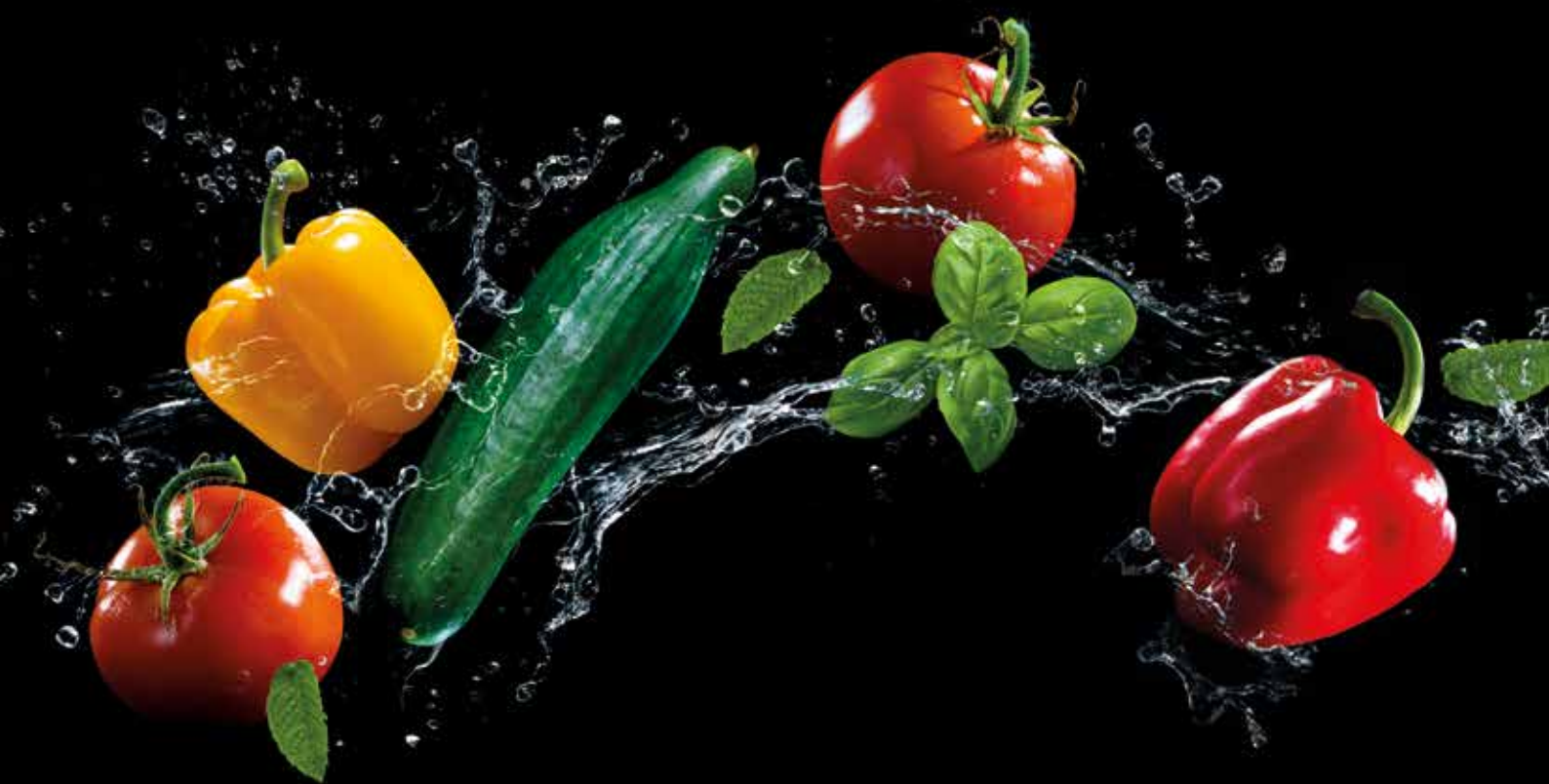
En la segunda jornada, la de mañana, en este mismo espacio se hablará de mejores prácticas de monitoreo y pronóstico digital de insectos, de cómo aumenta la rentabilidad aprovechando el aprendizaje automático o de la reducción de costes operativos en el campo a través de la tecnología. Agricultura de precisión o embalajes activos para mejores resultados de productos frescos en almacenamiento o tránsito prolongado, serán también algunos de los temas que se mostrarán y debatirán. Y es que el embalaje activo es un sistema de packaging que incorpora componentes que absorben o liberan sustancias en los alimentos envasados. De esta forma, los envases activos tienen la función de extender la fecha límite de consumo del alimento o de mejorar las condiciones de los alimentos envasados.

La tercera jornada y última estará centrada en un Simposio Científico de la Universidad de Wageningen, en el que se tratarán aspectos como el monitoreo de enfermedades, insectos y seguridad alimentaria, automatización y robotización, o evaluación de calidad.

Por otra parte, las tardes de hoy y mañana se destinarán a talleres de la Alianza del Consejo de Empresas Americanas (CEA) en los que se ofrecerá información sobre este sector de rápido crecimiento de la industria de productos frescos. Workshops con temas específicos, desde tecnologías emergentes hasta estrategias de rentabilidad y perspectivas minoristas, en los que los asistentes pueden profundizar en lo último en agricultura en ambientes controlados. En este punto, un aspecto interesante será el debate sobre el impulso de la rentabilidad mediante la estandarización en la agricultura vertical.

VICASOL

**“Casi 1000 familias de agricultores de nuestra cooperativa
cultivan cada día frutas y verduras para ti”**



Fruit Logistica introduces a new stage event: **Farming Forward**

Digital solutions for sustainable agriculture in the field and revolutionary technologies for Controlled Environmental Agriculture



This year Fruit Logistica has a new space called Farming Forward. Located in Hall 3.1, innovative companies will present digital solutions for sustainable agriculture in the field and revolutionary technologies for Environmental Controlled Agriculture (ECA), which means agriculture where crop production takes place in closed spaces such as greenhouses, indoor farms, including vertical production, and growth chambers, to professional visitors.

This space will focus on artificial intelligence and sensors, technology and science, efficiency and controlled growing conditions, with presentations no more than 15 minutes each, as a way of making contact and to ensure the agility of the event.

Thus, for the three days of the fair exhibitors in the Smart Agri area will showcase digital technologies for agriculture, such as spectral photography, artificial intelligence (AI) technology to estimate fruit yield, digital monitoring and forecasting of insects, wireless platforms for automated irrigation, post-harvest quality control with artificial intelligence, drones revolutionizing agriculture, and digitization within the fresh produce supply chain.

Specifically, during today's opening day of the fair, discussions will focus on robotization and the challenges robots face in precise manipulation, sustainability in the supply chain, the power of artificial intelligence, and digitization within the fresh produce supply chain, including how AI enhances high-performance post-harvest quality control.

Projects such as 'Spectre Top Down' will be presented, emphasizing how early fruit size, detected by AI, provides a

market advantage to the world's leading packers. Additionally, 'Smart-Eyes' will be introduced, enabling data-driven growth, along with a wireless irrigation automation platform that saves 50% of water and increases crop yield by 30%, among other innovations.

On the second day, tomorrow, in the same space, discussions will cover best practices for digital monitoring and forecasting of insects, increasing profitability through machine learning, and reducing operational costs in the field through precision agriculture technology. Precision agriculture or active packaging for improved results of fresh produce in storage or extended transit will also be among the topics showcased and discussed. Active packaging is a packaging system that incorporates components that absorb or release substances into the packaged food. In this way, active packaging serves to extend the food's shelf life or improve the conditions of packaged foods.

The third and final day will focus on a Scientific Symposium hosted by Wageningen University, addressing aspects such as disease monitoring, insect control, and food safety, as well as automation, robotization, and quality assessment.

Furthermore, the afternoons of today and tomorrow will be dedicated to workshops by the American Business Council Alliance (CEA), providing information on this rapidly growing sector in the fresh produce industry. Workshops will cover specific topics ranging from emerging technologies to profitability strategies and retail perspectives, allowing attendees to delve into the latest developments in controlled environment agriculture. An interesting aspect to be discussed is the debate on enhancing profitability through standardization in vertical farming.



Alfombra roja para pasar del presente al futuro

UNICA se convierte en la única empresa española que llega a la fase final de los Fruit Logistica Innovation Awards con un nuevo y original producto

Texto: Inmaculada Acien Fernández

Fruit Logistica, la feria comercial líder para el negocio mundial de productos frescos expone desde hoy los nominados a sus Fruit Logistic Innovativo Awards (FLIA), en un área de exposición exclusiva de FLIA entre los pabellones 20 y 21, así como los que optan a la primera edición de los premios FLIA tecnológicos, que se podrán conocer entre los pabellones 1.1 y 2.1.

Se trata de los premios más importantes para toda la industria hortofrutícola internacional, ya que premia las innovaciones más destacadas en toda la cadena de



Confianza y Calidad
Vertrauen und Qualität
Quality and Reliability



JOSÉ Y PACO S.L.

Ctra. de Guardias Viejas, 247 - 04715 El Ejido, Almería
Tel.: +34 950 48 91 13 - Fax: +34 950 48 91 19
joseypaco@joseypaco.com - www.joseypaco.com

> suministro de frutas y verduras, desde la producción hasta el punto de venta y, en esta edición, también las innovaciones más destacadas en el campo de la maquinaria y la tecnología, con los FLIA Technology.

Cinco nominados en cada categoría y entre ellos un único producto español, el que ha presentado una cooperativa de segundo grado de origen almeriense como es UNICA Group, con un original y curioso nuevo alimento: el Zucchiniolo. Un producto que se asemeja a una calabaza por fuera y a un pepino por dentro. Con un peso de 250 gramos, se puede consumir fresco y crudo en una ensalada, similar a un pepino, o se puede cocinar como un calabacín o una berenjena.

De piel muy brillante, lisa y firme, pero suave para poder consumirla en fresco, y con una pulpa crujiente y muy ligera, Zucchiniolo destaca además por su elevada conservación y versatilidad.

Además, el cincuenta por ciento de los ingresos por sus ventas se dona a causas sociales como la lucha contra el cáncer.

Una original innovación que competirá con otras destacadas apuestas como un aguacate pelado perfectamente maduro

con fecha de caducidad de un mes, un nuevo precursor en la producción de calabacines y una versión moderna de sandía y de cebolla de color rojo rosado, naturalmente dulce.

En el ámbito de las innovaciones dentro del campo de la maquinaria y la tecnología, entre los nominados se encuentran un pelador de espárragos autoservicio más pequeño del mundo, una aplicación móvil que hace recuento precosecha de la fruta, un método natural para prevenir el daño de la mosca blanca en los vegetales de invernadero que llega de la mano de Koppert, una podadora de cultivos habilitada con inteligencia artificial y un exoesqueleto robótico para los trabajadores en los centros de envasado.

Los ganadores serán elegidos exclusivamente por los visitantes profesionales de Fruit Logistica 2024, que podrán votar durante toda la feria en la zona de exposición de los FLIA, mientras que la ceremonia de entrega de premios tendrá lugar el viernes 9 de febrero a las 14.30 horas. en el área de exposición especial FLIA Technology entre los pabellones 1.1 y 2.1.

Red carpet to transition from present to future



UNICA becomes the only Spanish company to reach the final stage of the Fruit Logistica Innovation Awards with a new and original product



Fruit Logistica, the leading trade fair for the global fresh produce business, is showcasing the nominees for its Fruit Logistic Innovation Awards (FLIA) starting today in an exclusive FLIA exhibition area between pavilions 20 and 21. The fair also presents those competing in the first edition of the FLIA Technology awards, which can be explored between pavilions 1.1 and 2.1.

These awards are among the most significant for the entire international horticultural industry, recognizing outstanding innovations throughout the supply chain of fruits

and vegetables, from production to the point of sale. In this edition, they also acknowledge outstanding innovations in machinery and technology with the FLIA Technology category.

In each category, five nominees are competing, and among them is a single Spanish product presented by a second-degree cooperative from Almería, UNICA Group, with an original and intriguing new food item: the Zucchiniolo. This product looks like a pumpkin on the outside and a cucumber on the inside. Weighing 250 grams, it can be eaten fresh and raw in a salad, similar to a cucumber, or it can be cooked like a zucchini or an eggplant.

With a very shiny, smooth, and firm skin, yet soft enough for fresh consumption, Zucchiniolo stands out for its crisp and light pulp, along with its excellent preservation and versatility.

Furthermore, fifty percent of the revenue from its sales is donated to social causes such as the fight against cancer. This unique innovation will compete with other notable entries, including a perfectly ripe, pre-peeled avocado with a one-month expiration date, a pioneering approach to zucchini production, and a modern version of watermelon and red-pink onions, naturally sweet.

In the realm of innovations within machinery and technology, the nominees include the world's smallest self-service asparagus peeler, a mobile application for pre-harvest fruit counting, a natural method to prevent whitefly damage in greenhouse vegetables by Koppert, an AI-enabled crop pruner, and a robotic exoskeleton for workers in packing centers.

The winners will be exclusively chosen by professional visitors to Fruit Logistica 2024, who will be able to vote throughout the fair in the FLIA exhibition area. The award ceremony is scheduled for Friday, February 9, at 2:30 PM in the special FLIA Technology exhibition area between pavilions 1.1 and 2.1.

El valor de la producción: cuando menos es más

6

Pese a que el rendimiento de las explotaciones en las provincias de Almería y Granada bajó entre enero y octubre de 2023 con respecto a 2022, el precio se incrementó, aportando un crecimiento general

Texto: Inmaculada Acién Fernández

Andalucía es la comunidad autónoma española líder de exportaciones en hortalizas. Así lo afirman los datos registrados entre enero y octubre de 2023, en los que se refleja una factura total de 3.181 millones de euros y una subida del 4% interanual.

Según los informes de Andalucía TRADE-Agencia Empresarial para la Transformación y el Desarrollo Económico

de la Junta de Andalucía, los datos avalan que la comunidad mantiene su liderazgo de exportaciones hortícolas y concentra, además, el 47% del total de ventas de España, 25 puntos por delante de la segunda más exportadora, que es la Región de Murcia con el 22,1% del total, lo que supuso 1.495 millones; y 34 puntos por encima de la tercera, la Comunidad Valenciana, con el 13,2% y unas ventas de 894 millones.

Estos datos generaron un superávit comercial de 2.931 millones de euros, y una tasa de cobertura del 1.273%, 771



+34 950 607 777 · info@naturechoice-sat.com

**FRUIT
LOGISTICA**

7/8/9 Febrero 2024
BERLIN. Hall 18, Stand B-14

Your Fresh
Produce
Provider





> puntos por encima de la tasa nacional, lo que implica que Andalucía vendió hasta 13 veces más de lo que compró al exterior entre enero y octubre de 2023.

Tres son los capítulos que suman el mayor peso en las ventas andaluzas al exterior en términos generales como son las hortalizas, que ocupan el segundo puesto con 3.256 millones de euros exportados y suponen el 10,3% de las ventas totales, con un crecimiento del 4,6%; las frutas, que supusieron 2.408 millones de euros de ventas, el 7,6% del total y con una bajada del 7,5%, desde el cuarto lugar; mientras que el aceite de oliva supuso unos ingresos de 2.663 millones de euros. De hecho el aceite de oliva supone el 74% de todo lo que se vende en España, pese a registrar una bajada del 5,5%.

Pero pese a que las cifras económicas reflejan un continuo crecimiento tanto andaluz como concretamente almeriense, la realidad es que el precio de las hortalizas crece mientras la producción descende. Un descenso de producción que también se está experimentando en otros países europeos y en otras zonas de producción extracomunitarias. El cambio climático y la escasez hídrica son dos de los factores que están afectando a la producción en muchos rincones del mundo y también concretamente a la producción en Andalucía.

Así, en las dos últimas campañas, la provincia de Almería está experimentando un descenso en cuanto a producción. Solo entre enero y octubre del pasado año 2023 el volumen de toneladas exportadas fue de 1,96 millones, lo que supuso un descenso del 6,9% con respecto a 2022, cuando se registraron unas exportaciones de 2,1 millones de toneladas.

Pese a ese descenso en la cantidad de producción de frutas y hortalizas, el volumen de facturación se incrementó en 2023 con respecto a 2022. El pasado año, entre enero y octubre, Almería llevó a cabo exportaciones de frutas y verduras por valor de 2,9 millones de euros, con un incremento del valor del 1,39% con respecto al mismo período de 2022.

Por productos, en el caso de Almería, el pimiento es el principal responsable de las exportaciones, aglutinando el 26,8% y creciendo un 12%. Le sigue el tomate con el 18,3% y un crecimiento del 2,4%, misma subida que experimentó el pepino como responsable del 17,2% de las exportaciones. La principal bajada en 2023 la experimentó la sandía que perdió un 10% de exportaciones, afectando de manera directa a esa reducción de los volúmenes de producción totales.

The value of production: when less is more



Despite a decrease in yields in the provinces of Almería and Granada between January and October 2023 compared to 2022, prices increased, contributing to overall growth

En el caso de Granada también los datos de exportación muestran una bajada de la producción de un 10,4% y de un 2,7% en cuanto a precio, lo que indica que pese a que se vendió más caro, ese incremento no compensó la fuerte caída, que en el caso de la provincia se debió a la drástica reducción de aguacate en hasta un 38,9%, responsable del descenso de los datos.

En cuanto al aceite de oliva, se trata de un producto que forma parte del capítulo de grasas y aceites vegetales en cuanto a exportación andaluza, tercero del ranking, que cae un 7,5% y alcanza una factura de 3.093 millones (9,7% del total). La sequía es uno de los componentes que está afectando gravemente este año a la producción agraria de la comunidad y, en menor medida, a las exportaciones, especialmente a las de aceite de oliva.



Andalusia is the leading autonomous community in Spain for vegetable exports. This is confirmed by data recorded between January and October 2023, reflecting a total revenue of 3,181 million euros and a 4% year-on-year increase.

According to reports from Andalucía TRADE - Business Agency for the Transformation and Economic Development of the Junta de Andalucía, the data supports that the community maintains its leadership in vegetable exports, concentrating 47% of Spain's total sales, 25 points ahead of the second-largest exporter, the Region of Murcia, with 22.1% of the total, amounting to 1,495 million; and 34 points above the third, the Valencian Community, with 13.2% and sales of 894 million.

These data generated a trade surplus of 2,931 million euros and a coverage rate of 1,273%, 771 points above the national rate, implying that Andalusia sold up to 13 times more than it bought from abroad between January and October 2023.

Three chapters account for the most significant weight in Andalusian exports in general, such as vegetables, ranking

second with 3,256 million euros exported and representing 10.3% of total sales, with a growth of 4.6%; fruits, which accounted for 2,408 million euros in sales, 7.6% of the total, with a decrease of 7.5%, falling from the fourth position; while olive oil generated revenues of 2,663 million euros. In fact, olive oil represents 74% of everything sold in Spain, despite registering a 5.5% decrease.

But despite the economic figures reflecting continuous growth in Andalusia and specifically in Almería, the reality is that the price of vegetables is rising while production is decreasing. A decline in production is also being experienced in other European countries and in other extracommunity production areas. Climate change and water scarcity are two factors affecting production in many corners of the world and specifically in Andalusia.

In the last two campaigns, the province of Almería has experienced a decrease in production. Only between January and October of the past year 2023, the volume of exported tons was 1.96 million, representing a 6.9% decrease compared to 2022 when exports were 2.1 million tons.

Despite this decrease in the quantity of fruit and vegetable production, the turnover volume increased in 2023 compared to 2022. Last year, between January and October, Almería carried out fruit and vegetable exports worth 2.9 million euros, with a 1.39% increase in value compared to the same period in 2022.

In terms of products, in the case of Almería, peppers are the main driver of exports, accounting for 26.8% and growing by 12%. It is followed by tomatoes with 18.3% and a growth of 2.4%, the same increase experienced by cucumbers, responsible for 17.2% of exports. Watermelon experienced the main decline in 2023, losing 10% of exports, directly affecting the reduction in total production volumes.

In the case of Granada, export data also show a 10.4% drop in production and a 2.7% drop in price, indicating that although it was sold at a higher price, this increase did not compensate for the sharp decline, which in the province was due to the drastic reduction in avocados by up to 38.9%, responsible for the decline in the data.

As for olive oil, it is a product that is part of the chapter of fats and vegetable oils in Andalusian exports, ranking third, which falls by 7.5% and reaches a turnover of 3.093 million (9.7% of the total). Drought is one of the components that is seriously affecting agricultural production in the community this year and, to a lesser extent, exports, especially those of olive oil.



CALIDAD
SE ESCRIBE CON **Q**



**Aumenta los
grados Brix
de tus frutos**

**Incrementa la vida
postcosecha de
tus cultivos**

*Oficina central / Headquarters:
Avda. Carlos III, nº80 - Roquetas de Mar 04721 (Almería)

*Fábrica / Factory:
Paraje Los Benitos 22, salida 669 Autovía A7 - Huércal Overa 04690 (Almería)

www.agri-nova.com

Almería comienza a ganar el pulso al rugoso

El virus se ha extendido más lentamente por el campo almeriense que en otros países, aguantando lo suficiente para ver llegar las primeras variedades resistentes

Texto: Inmaculada Ación Fernández

El virus del rugoso se ha convertido en la mayor pesadilla de los productores de tomate a nivel mundial. Ya en 2019 se avisó de que el virus rugoso del tomate estaba presente en España. Previamente ya se había detectado y estaba provocando pérdidas en las cosechas en otros países. Sin embargo, la incidencia de este virus en otros territorios parece haber sido más severa que en España. En países como Holanda, Turquía, Sicilia, Israel o México llegó a convertirse en tal problema, que se abandonaban cultivos. También en Marruecos o Grecia la incidencia había llegado al umbral del desastre. En España y concretamente en Almería, mientras tanto, parece que el virus ha ido entrando más lentamente y los daños, pese a ser importantes en algunos

cultivos, permiten continuar apostando por este producto en campo y obteniendo buenos rendimientos económicos, especialmente en las dos últimas campañas, donde los precios han acompañado ante una menor oferta a nivel internacional.

Entre los motivos que pueden explicar el hecho de que Almería se haya convertido casi en un pequeño oasis, donde la incidencia ha sido más contenida, puede estar precisamente en el Modelo Almería. Ese modelo propio que tiene el sector de la provincia, que lo ha hecho tan especial y distintivo, como es el de contar con productores minifundistas, frente a empresas y grandes propietarios, también ha ayudado a controlar el avance de un virus letal para el cultivo de tomate.

En el caso del sector hortofrutícola almeriense, el productor tiene extensiones de terreno pequeñas, una plantilla fija que no suele rotar por otras fincas o empresas, por lo que la propagación de un virus que tiene un fácil contagio por contacto, se limita.

No obstante, el término prevención se repite hasta la saciedad desde hace años. Dotarse de un protocolo de higiene se convierte en factor clave: desinfección de ropa (con lavados a más de 60 grados para garantizar la eliminación del virus), uso de guantes, alfombrilla desinfectante para el calzado a la entrada del invernadero, son algunas de las recomendaciones para conseguir mantener el virus a raya.

Junto a las medidas de profilaxis que ya comienzan a extenderse por el campo almeriense, se une la disponibilidad, desde esta campaña, de variedades que ya cuentan con resistencias intermedias o altas al virus del rugoso del tomate.





Una carrera de fondo que han emprendido las casas de semillas y que comienza a dar sus resultados con variedades no solamente con resistencia a rugoso, sino que además mantienen las características en cuanto a sabor, producción, color, pero también en cuanto al resto del paquete de resistencias.

Unas resistencias a rugoso que han llegado en el momento idóneo para el campo almeriense y que están generando una gran expectación sobre todo ante el reto de que sean variedades que además de la resistencia a rugoso mantengan precisamente el resto de resistencias y que no se vean afectada ni en producción, ni en calidad, color o sabor.

Y es que por el momento no existen métodos químicos capaces de proteger los cultivos de una infección y evitar su posterior propagación, por lo que estas prácticas o protocolos de higiene son fundamentales en las distintas etapas del cultivo del tomate: pretrasplante, durante el cultivo y postcosecha.

Por otra parte y aunque el virus del rugoso se contagia por contacto y afecta a la parte aérea de la planta y a los frutos principalmente, es importante hacer una apuesta segura desde todos los ámbitos y el tomate es una planta que se injerta en un porcentaje elevado.

Disponer de un portainjertos resistente es un complemento perfecto y se convierte en una garantía más de conseguir llevar el cultivo a término, puesto que el virus se almacena en el suelo y puede quedar en él por un período largo de tiempo. En este sentido, también hay ya portainjertos en el mercado que cuentan con resistencias intermedias a rugoso.

La implementación de un buen protocolo de higiene junto con el uso de variedades resistentes es la estrategia más eficaz para combatir el ToBRFV. En Almería lo saben y ya trabajan para comenzar a ganarle el pulso al rugoso y seguir respondiendo a las necesidades y demandas del mercado.

EL SABOR DE SER ÚNICO

La gama de pimiento cónico extra dulce **Sweet Palermo®** ha sido galardonada por cuarto año consecutivo como el sabor preferido por los consumidores.

Es dulce, sin apenas semillas, versátil y con alto contenido en vitamina C.
¡Una gran experiencia para los sentidos!

¿Lo has probado ya?
Descubre #TheSweetExperience



Descubre #TheSweetExperience
Descubre Sweet Palermo®



Sweet Palermo®
www.sweetpalermo.com



Almería is beginning to win the battle against the rugose virus



The virus has spread more slowly in the Almería region than in other countries, holding out long enough to see the arrival of the first resistant varieties

The rugose virus has become the biggest nightmare for tomato producers worldwide. As early as 2019, warnings were issued that the tomato rugose virus was present in Spain. It had already been detected and was causing crop losses in other countries. However, the impact of this virus in other territories seems to have been more severe than in Spain. In countries like the Netherlands, Turkey, Sicily, Israel, or Mexico, it became such a problem that crops were abandoned. In Morocco and Greece, the incidence had reached the threshold of disaster. Meanwhile, in Spain, specifically in Almería, it seems that the virus

has entered more slowly, and the damage, despite being significant in some crops, allows for continued investment in this product in the field, yielding good economic returns, especially in the last two campaigns, where prices have been favorable due to lower international supply.

Among the reasons that may explain why Almería has become almost a small oasis, where the incidence has been more contained, is precisely the Almería Model. This unique model in the province's sector, which has made it so special and distinctive, involves having small-scale producers rather than large companies and landowners. This model has also helped control the spread of a lethal virus for tomato cultivation.

In the case of the Almería horticultural sector, producers have small land extensions and a fixed workforce that does not usually rotate to other farms or companies, limiting the spread of a virus that easily spreads through contact.

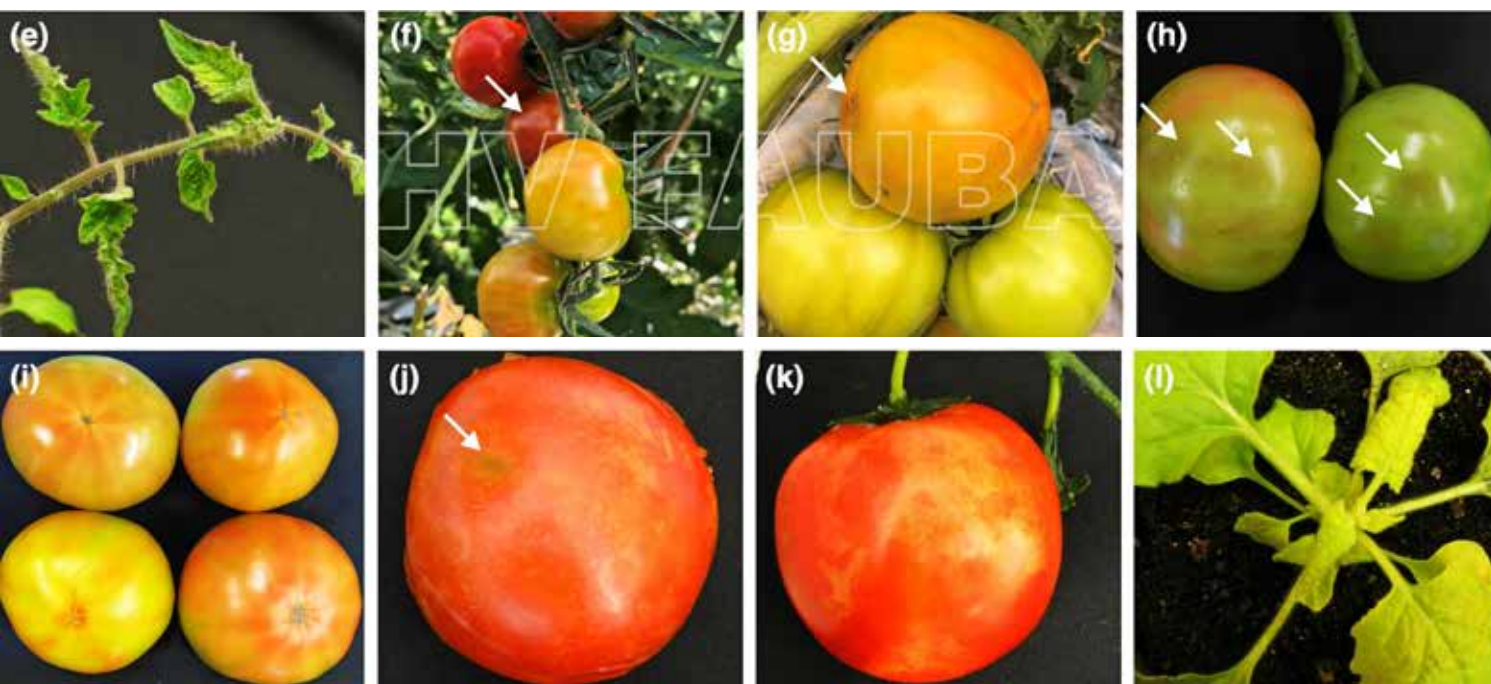
However, the term "prevention" has been repeated ad nauseam for years. Equipping oneself with a hygiene protocol becomes a key factor: disinfection of clothing (with washes at over 60 degrees to ensure the virus's elimination), use of gloves, a disinfectant mat for footwear at the entrance of the greenhouse, are some of the recommendations to keep the virus at bay.

Alongside the prophylactic measures that are already beginning to spread throughout the Almería countryside, the availability, from this season, of varieties that already have intermediate or high resistance to the tomato brown rugose fruit virus is added. A marathon that seed companies have undertaken and that is beginning to yield results with varieties not only resistant to rugose but also maintaining characteristics in terms of taste, production, color, but also in terms of the rest of the resistance package.

These ruggedness resistances have arrived at the ideal moment for the Almería crop and are generating a great deal of expectation, especially in view of the challenge of making varieties which, as well as their resistance to ruggedness, maintain precisely the rest of the resistances and are not affected in terms of production, quality, colour or flavour.

By now, there are no chemical methods capable of protecting crops from infection and preventing its subsequent spread. Therefore, these hygiene practices or protocols are crucial at different stages of tomato cultivation: pre-transplant, during cultivation, and post-harvest.





On the other hand, even though the rugose virus is transmitted by contact and affects the aerial part of the plant and the fruits mainly, it is important to make a secure bet from all angles, and tomatoes are often grafted at a high percentage.

Having a resistant rootstock is a perfect complement and becomes an additional guarantee of successfully bringing the crop to term since the virus is stored in the soil and can remain in it for a long period. In this regard, there are also

rootstocks already on the market that have intermediate resistances to rugose.

The implementation of a good hygiene protocol along with the use of resistant varieties is the most effective strategy to combat the ToBRFV. In Almería, they know this and are already working to start gaining the upper hand against the rugose and continue to meet the needs and demands of the market.


Agrobío



equilibrio natural
agrobio.es



7 | 8 | 9 FEB 2024, BERLIN

Agrobío, a la vanguardia del Control Biológico

Soluciones biológicas para una agricultura sostenible pero altamente productiva.



Almería: cuando la conciencia sobre el agua se convierte en futuro garantizado

La provincia tiene una huella hídrica hasta 20 veces menor que la agricultura española y es de la más bajas del mundo



Texto: Inmaculada Acién

La escasez de recursos hídricos se está convirtiendo en un problema para el sector hortofrutícola no solo a nivel andaluz, sino a nivel mundial. Una escasez de recursos hídricos que es ya estructural en la provincia de Almería, una región donde hace muchos años que se concienciaron de la necesidad de cuidar cada gota de agua y aprendieron a sacarle el máximo rendimiento. Tal es así que en unos años en los que muchas zonas están sufriendo restricciones de agua y sufriendo ante la falta de este recurso básico, la provincia de Almería tiene en general garantizada la cantidad necesaria para que el sector hortofrutícola pueda seguir produciendo durante toda la campaña sin

problemas, dando así además una garantía adicional a los mercados y a los clientes de que el producto del campo almeriense no va a faltar en los lineales.

De hecho, hace ya más de medio siglo que la agricultura bajo plástico en Almería comenzó a utilizar los sistemas de regadío. Fue el primer paso para aprovechar mejor el recurso hídrico. Poco a poco, los sistemas de riego se han ido mejorando, modernizando y haciéndose más precisos y eficientes, pero también desarrollando acciones paralelas como el trabajo en localización y reducción de pérdidas de agua en redes, calibración a través de los sensores y la inteligencia artificial de la demanda real de agua por los cultivos, además de la propia formación del agricultor y técnicos, y la investigación y desarrollo, de la mano, por ejemplo, de las casas de semillas, que avanzan cada vez

en la búsqueda de variedades que requieran de menos aportes hídricos.

En la provincia de Almería, en la actualidad existen alrededor de 75.000 hectáreas de regadío de las que cerca de 33.000 hectáreas son de invernaderos solares, el auténtico núcleo de producción dedicado a cultivos hortícolas como pimiento, tomate, pepino, calabacín, berenjena, melón y sandía, entre otros.

La producción vegetal de Almería ronda los 3 millones de toneladas y supera los 3.000 millones de euros. Una producción con la que se alimenta no solo a muchos europeos, sino incluso de otros puntos del mundo, y que van a poder seguir alimentándose con las frutas y hortalizas almerienses por ese buen uso del agua.

Y es que Almería es una de las provincias españolas con menos consumo en metros cúbicos per cápita (1,69%), lo que la sitúa muy por debajo de otras zonas agrícolas importantes como Valencia, con 5,39%, o Murcia, con un 3,79%.

De hecho, la huella hídrica de la provincia y el volumen total de agua utilizada para producir los bienes y servicios consumidos por un individuo, grupo de personas o por un país, es de 44'14 metros cúbicos per cápita, mientras que la media de España es de 844,69 metros cúbicos.

Para conseguir la productividad que el sector hortofrutícola tiene en Almería y que se ha incrementado paulatinamente campaña tras campaña, pese a que las dos últimas las cifras de producción se hayan reducido ligeramente, han sido fundamentales distintas fuentes hídricas entre las que se encuentran tanto las que ofrece el subsuelo, como el agua desalada, a la que se ha unido el agua depurada o regenerada, unas aguas que emergen como una poderosa combinación para garantizar la sostenibilidad agrícola y la seguridad alimentaria.

Una combinación que permite tener la certidumbre de que los invernaderos de la provincia seguirán proveyendo de frutas y hortalizas de la máxima calidad a los mercados.

"Del campo a la mesa"



TOLEDANO *hortícola* **Bio**

www.toledanohorticola.com





Almería: When Water Consciousness Becomes Guaranteed Future

The province has a water footprint up to 20 times smaller than Spanish agriculture and is among the lowest in the world

Water scarcity is becoming a problem for the horticultural sector not only at the Andalusian level but worldwide. Water scarcity is already a structural issue in the province of Almería, a region that became aware many years ago of the need to care for every drop of water and learned to get the maximum benefit from it. So much so that in a time when many areas are facing water restrictions and struggling due to the lack of this basic resource, the province of Almería generally has the necessary quantity guaranteed for the horticultural sector to continue producing throughout the season without problems. This also provides an additional guarantee to markets and customers that products from Almería will not be missing from the shelves.

In fact, more than half a century ago, plastic greenhouse agriculture in Almería began using irrigation systems. It was the first step to better utilize the water resource. Gradually, irrigation systems have been improved, modernized, and made more precise and efficient. They have also undertaken parallel actions such as working on locating and reducing water losses in networks, calibration through sensors and artificial intelligence for the real water demand by crops, farmer and technician training, and research and development. Seed companies are also actively involved in developing varieties that require less water.

Currently, there are around 75,000 hectares of irrigated land in the province of Almería, of which nearly 33,000

hectares are solar greenhouses, the true production nucleus dedicated to horticultural crops such as peppers, tomatoes, cucumbers, zucchini, eggplants, melons, and watermelons, among others.

The plant production in Almería reaches around 3 million tons and exceeds 3 billion euros. This production not only feeds many Europeans but also people from other parts of the world. They will continue to enjoy Almería's fruits and vegetables due to the efficient use of water.

Almería is one of the Spanish provinces with the lowest water consumption per capita (1.69%), placing it well below other important agricultural areas such as Valencia, with 5.39%, or Murcia, with 3.79%.

In fact, the water footprint of the province, representing the total volume of water used to produce goods and services consumed by an individual, group, or country, is 44.14 cubic meters per capita, while the Spanish average is 844.69 cubic meters.

To achieve the productivity that the horticultural sector has in Almería, which has gradually increased from season to season, different water sources have been essential. These include groundwater, desalinated water, and, more recently, reclaimed water. Reclaimed water has emerged as a powerful addition to ensure agricultural sustainability and food security.

This combination provides the certainty that the province's greenhouses will continue to supply markets with high-quality fruits and vegetables.

Roquetas de Mar

AGRICULTURA *con sello de calidad*



AYUNTAMIENTO DE
ROQUETAS DE MAR

Síguenos en nuestras redes sociales:



@AytoRoquetas



@AytoRoquetas



@roquetasdemar

La nueva certificación mundial en **Agricultura Regenerativa** nace en Almería



La provincia marca el ritmo en materia de sostenibilidad y responsabilidad con el Medio Ambiente

Texto: Inmaculada Ación Fernández

La provincia de Almería ha demostrado a lo largo de las últimas décadas ser un espejo en el que mirarse para el sector hortofrutícola de muchas partes del mundo y que marca el ritmo de los avances del sector.

Su apuesta por la sostenibilidad es cada vez mayor, conviviendo en perfecta comunión con el entorno. No en vano, la agricultura almeriense cohabita con parques naturales como el de Cabo de Gata o reservas naturales como la de Punta Entinas Sabinar. Algo que solo es posible por tratarse de un sector que parte del cuidado del suelo y del entorno para producir más y mejor, haciendo uso de técnicas naturales y respetuosas con su entorno.

De hecho, los invernaderos solares de Almería reciben esta denominación porque a diferencia de los invernaderos de otros países del centro y norte de Europa donde se requiere el uso de energías fósiles para hacer crecer las plantas y generar producción, los invernaderos del sur de España solo requieren de la luz solar para su funcionamiento, por lo que no se produce generación de CO₂ en su producción.

Asimismo, el uso del control biológico fue una auténtica revolución para el campo hace más de 20 años, desde entonces su utilización no ha dejado de crecer, convirtiéndose en referentes para otras muchas zonas productoras.

El control de la huella hídrica y su certificación también tuvo sus raíces en la provincia de Almería. En mayo de 2020 surgió el esquema de certificación H3. Mediante la certificación de ese protocolo los productores recibían un certificado en el que se indicaba la huella hídrica de cada uno de los productos, utilizando una metodología avalada por un desarrollo realizado durante dos años por un proyecto de investigación denominado 'Agricultura de precisión como ventaja competitiva del sector hortofrutícola', en el que participaron Coexphal, Proyecto Ingenio, Wise Irrisystem y Grupo Caparrós.

Son muchos los pasos que ha ido dando el campo almeriense y que se han convertido posteriormente en desarrollos que el sector hortofrutícola ha podido aprovechar para mejorar.

Entre ellos, el último en sumarse a esa larga lista ha sido la certificación de 'Agricultura Regenerativa' que presentó hace tan solo unos meses AENOR, conforme al modelo almeriense Epigen Healthy Bite, que pone el foco en el suelo como elemento clave en la producción agrícola.

Un suelo sano es la base para producir alimentos de máxima calidad y la agricultura regenerativa es un sistema de producción que contempla la regeneración de los suelos para mantener e incrementar su fertilidad.

La certificación evalúa ese conjunto de técnicas de cultivo que tienen como propósito incrementar la fertilidad del suelo, aumentar el microbioma nativo, es decir bacterias, hongos, y

demás microorganismos del suelo, y lograr un nuevo equilibrio en el ecosistema suelo-planta.

Algunas de esas técnicas son el laboreo y gestión de malas hierbas, eficiencia en el uso de agua de riego, planificación de siembras y cultivos, rotaciones, fomento de la biodiversidad en el entorno de producción, gestión de la nutrición vegetal y control de enfermedades y plagas.

En el proceso de certificación, los expertos de AENOR evalúan la mejora continua en los suelos, lo que incluye la toma de muestras de este y la medición de carbono capturado en el suelo.

El Modelo EpigenHealthy Bite de Agricultura Regenerativa está basado en la ciencia y la experiencia y ya ha sido testado en el cultivo y plantaciones de sandía, tomate, pimiento rojo, pepino o lechuga, así como entre otros productos como cereza, uva de mesa, melocotón, naranja, fresa, arándanos o plátano de Canarias.

“Esta metodología ha sido un hito ya que se ha mostrado al mundo que hay mucha microbiología que no depende de la materia orgánica y puede hacer el efecto contrario: fijar carbono y liberar oxígeno”, afirma Francisco del Águila, CEO de Epigen Healthy Bite, al tiempo que incide en que sobre “un suelo agotado se pueden ver cambios positivos desde el minuto uno, pero los suelos tienen memoria y la inercia de estos no hay que perderla de vista, es un trabajo de maratón, lento y constante”.

En este sentido, Epigen Healthy Bite ha demostrado que los frutos generados a través de la agricultura regenerativa tienen unos beneficios para el organismo mayores. “Por enumerar algunos, tomate y lechuga en ácido clorogénico, pimiento en ácido oleico o melocotón en ácido quínico”, apunta Del Águila.

Una nueva aportación de la provincia de Almería al sector para conseguir una agricultura más natural y que ofrezca al consumidor productos cada vez de mayor valor nutritivo y calidad.

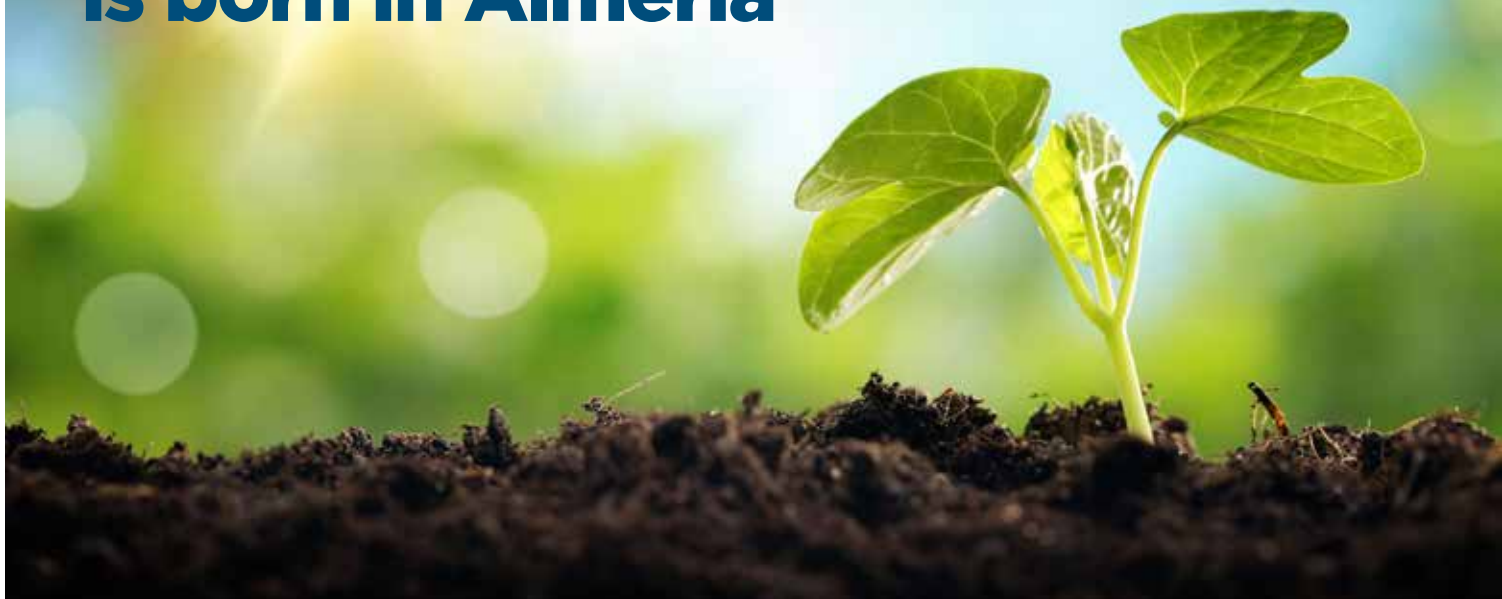
Semilleros Monteplant

MÁS DE 30 AÑOS CULTIVANDO DE FORMA
ECOLÓGICA Y SOSTENIBLE



WWW.MONTEPLANT.ES

The new global certification in Regenerative Agriculture is born in Almeria



The province sets the pace for sustainability and environmental responsibility



Over the past few decades, the province of Almeria has proven to be a role model for the horticultural sector in many parts of the world, setting the pace for industry advancements. Its commitment to sustainability is increasing, coexisting in perfect communion with the environment. Notably, Almeria's agriculture coexists with natural parks such as Cabo de Gata and natural reserves like Punta Entinas Sabinar. This is possible because it is a sector that prioritizes soil and environmental care to produce more and better, using natural and environmentally friendly techniques.

In fact, Almeria's solar greenhouses are named as such because, unlike greenhouses in other countries in central and northern Europe where fossil fuels are required to grow plants and generate production, the greenhouses in southern Spain only require sunlight for operation, resulting in no CO₂ generation during production.

Likewise, the use of biological control was a true revolution for the field over 20 years ago, and since then, its use has continued to grow, becoming a benchmark for many other producing areas.

The control of water footprint and its certification also had its roots in the province of Almeria. In May 2020, the H3 certification scheme was introduced. Through the certification of this protocol, producers received a certificate indicating the water footprint of each product, using a methodology developed over two years by a research project called 'Precision Agriculture as a Competitive Advantage in the Horticultural Sector,' in which Coexphal, Proyecto Ingenio, Wise Irrisystem, and Grupo Caparrós participated.

There have been many steps taken by the Almerian countryside that have subsequently become developments that the horticultural sector has been able to leverage for improvement.

The latest addition to this long list is the certification of 'Regenerative Agriculture,' presented just a few months ago by AENOR, following the Almerian model Epigen Healthy Bite, which focuses on soil as a key element in agricultural production.

A healthy soil is the foundation for producing high-quality food, and regenerative agriculture is a production system that focuses on the regeneration of soils to maintain and increase their fertility.

The certification evaluates this set of cultivation techniques aimed at increasing soil fertility, enhancing the native microbiome—bacteria, fungi, and other soil microorganisms—and achieving a new balance in the soil-plant ecosystem. Some of these techniques include tillage and weed management, efficient use of irrigation water, crop planning and rotations, biodiversity promotion in the production environment, plant nutrition management, and disease and pest control.

In the certification process, AENOR experts assess continuous improvement in soils, including soil sampling and measuring carbon captured in the soil. The EpigenHealthy Bite Regenerative Agriculture Model is based on science and experience and has already been tested in the cultivation of watermelon, tomato, red pepper, cucumber, lettuce, as well as other products such as cherries, table grapes, peaches, oranges, strawberries, blueberries, and Canary Islands bananas.

"This methodology has been a milestone since it has shown the world that there is a lot of microbiology that does not depend on organic matter and can have the opposite effect: sequestering carbon and releasing oxygen," says Francisco del Águila, CEO of Epigen Healthy Bite. He emphasizes that on "exhausted soil, positive changes can be seen from minute one, but soils have memory, and their inertia should not be lost sight of; it is a marathon, slow, and steady work."

In this regard, Epigen Healthy Bite has demonstrated that fruits generated through regenerative agriculture have greater benefits for the body. "To name a few, tomatoes and lettuce contain chlorogenic acid, peppers contain oleic acid, and peaches contain quinic acid," notes Del Águila. This is a new contribution from the province of Almeria to the sector to achieve more natural agriculture that offers consumers increasingly nutritious and high-quality products.



UNIVERSIDAD DE ALMERÍA

LIDERANDO TU FUTURO

www.ual.es



GENERANDO TALENTO



La UAL con la Agricultura

La Universidad de Almería es referente mundial en agroalimentación. Nuestro crecimiento ha sido paralelo al desarrollo hortofrutícola de la provincia, siempre anticipándose a las necesidades del sector.

Investigamos en toda la cadena de valor, con proyectos nacionales e internacionales en agricultura intensiva y biotecnología y seguridad agroalimentarias.

Colaboramos en I+D+i con instituciones y empresas del sector. Juntos tenemos el éxito garantizado.

Ofrecemos una formación de calidad con una completa gama de titulaciones de agronomía y contribuimos al aprendizaje del personal científico-técnico y de los productores mediante cursos de formación específicos.

El sector agrícola no se entiende sin la Universidad de Almería, ni ésta sin el sector más importante de la provincia, auténtico motor de su crecimiento socioeconómico y demográfico.

Visítanos: Ctra. de Sacramento s/n
04120 - La Cañada de San Urbano - Almería
+34 950 215 000



El otoño marca la primavera

10

Los problemas en calabacín y pimiento en la zona del Poniente hacen apostar por un nuevo cultivo para cerrar la campaña

Texto: Inmaculada Acién

La provincia de Almería ha vuelto a vivir un inicio de campaña complejo, en el que las altas temperaturas que se han alargado en el tiempo hasta el mes de diciembre han tenido su efecto sobre los cultivos de otoño, acortando en algunos casos su vida útil y en otros haciendo inviable el continuar con su producción. El resultado es que los productores ya miran a la primavera con nuevos cultivos en el horizonte.

En este sentido, cuando se piensa en primavera en Almería se piensa en cultivos de sandía y melón, pero la realidad es que esta opción es la de los más previsores. Para quienes intentan aguantar el cultivo y esperan hasta el último momento para decidir si apuestan por una primavera o optan por acabar una

campaña de forma temprana, existen cultivos como el calabacín o el pepino, que en primavera, también ganan terreno.

Sin datos aún oficiales, sino solo estimaciones, para la organización agraria Asaja Almería se espera una reducción aproximada del 10% en la superficie destinada al cultivo de la sandía en la próxima primavera. Este descenso se registra, principalmente, en el Poniente almeriense. En la zona de Almería y Níjar, en general, se prevé la misma superficie de sandía que en la campaña anterior. En lo que respecta a la fecha de siembra en la zona de Níjar se mantiene la temprana.

En cuanto a la superficie dedicada a la producción de melón, desde Asaja Almería prevén que se mantenga similar a la de la campaña pasada. Con estas previsiones la superficie de sandía y melón en invernaderos para este 2024 se situará en las 8.100 y 2.500 hectáreas, respectivamente.



De esta manera, la principal zona productora de sandía, como es la vega de Almería y el campo de Níjar sí continúan con una superficie similar a la pasada campaña, aunque las plantaciones de tomate tardío y las cotizaciones de este frenan la expansión de la sandía en esta campaña. Por otro lado, los trasplantes extratempranos y tempranos mantienen la misma superficie que en 2023.

ASAJA-Almería destaca que, en cuanto al cultivo de melón, las variedades piel de sapo y amarillo siguen siendo las preferidas por los agricultores, y cada vez son menos recurrentes las plantaciones de los tipos Galia y Cantaloup. “La falta de precio de las últimas campañas en las especialidades de melón hace que los agricultores se decanten por las variedades tradicionales”, apunta Adoración Blanque, Presidenta de Asaja Almería.

Sin embargo, en la zona de Poniente, la incidencia que ha tenido la virosis sobre el cultivo de calabacín durante el otoño ha provocado que algunos productores opten por un cultivo de sandía para la primavera, pensando en el momento en el que las temperaturas vuelvan a ser elevadas y en cómo pueden afectar a los cultivos de calabacín.

En pimiento, las elevadas temperaturas que se han alargado en el tiempo y las plagas también han provocado daños en los cultivos, lo que ha conducido a que haya cultivos que se encuentren agotados o dañados y que los productores hayan optado por un cultivo de primavera como la sandía.

Así, desde el semillero de Campoejido señalan el incremento con respecto al año pasado de demanda de sandía media, como consecuencia de las circunstancias descritas.

Una situación a la que también apunta Alfonso Moreno, Ingeniero Agrónomo, que vaticina un ligero incremento de las plantaciones de sandía y melón con respecto al año pasado en la zona del Poniente almeriense, por la incidencia que han tenido virus y plagas sobre los cultivos de otoño.

juntos hacia el éxito
together towards success

Frutas Luna
import export



Importación y exportación de hortalizas y verduras de calidad

Avda. del Sabinal, 253 • 04740 Roquetas de Mar, Almería - España
Tel. +34 950 178 653 • Fax. +34 950 321 586 - www.frutasluna.com



Autumn Marks Spring

Issues with zucchini and peppers in the Poniente region lead to a shift towards a new crop to conclude the season



The province of Almería has once again experienced a challenging start to the season, where prolonged high temperatures until December have affected autumn crops. This has shortened the lifespan of some crops and made the continuation of their production unfeasible in certain cases. As a result, producers are now looking towards spring with new crops on the horizon.

When thinking about spring in Almería, watermelon and melon crops often come to mind. However, this choice is for the more foresighted. For those who try to endure the crop and wait until the last moment to decide whether to opt for a spring crop or conclude the season early, crops like zucchini or cucumber also gain ground in spring.

Although official data is not yet available, only estimates, the agricultural organization Asaja Almería expects an approximate 10% reduction in the area dedicated to watermelon cultivation next spring. This decrease is mainly observed in the Poniente region of Almería. In the Almería and Níjar area, the overall expectation is for the same watermelon cultivation area as the

previous season. Regarding the sowing date in the Níjar area, early planting is maintained.

Regarding the area dedicated to melon production, Asaja Almería anticipates it will remain similar to that of the previous season. With these projections, the area of watermelon and melon in greenhouses for 2024 is expected to be 8,100 and 2,500 hectares, respectively.

In this way, the main watermelon-producing area, such as the Vega de Almería and the Níjar region, continues with a similar surface area to the previous season, although late tomato plantations and their market prices are hindering the expansion of watermelon in this season.

On the other hand, extra-early and early transplants maintain the same surface area as in 2023. ASAJA-Almería highlights that, regarding melon cultivation, Piel de Sapo and Yellow varieties remain the favorites among farmers, and plantations of Galia and Cantaloup types are becoming less common. "The lack of prices in recent campaigns for melon specialties leads farmers to choose traditional varieties," notes Adoración Blanque, President of ASAJA Almería. However, in the Poniente region, the impact of a virus on zucchini crops during the fall has led some producers to opt for watermelon cultivation in spring, considering the moment when temperatures rise again and how they can affect zucchini crops. For peppers, the prolonged high temperatures and pest infestations have also caused damage to crops, leading to some crops being exhausted or damaged, and producers have chosen a spring crop like watermelon. Thus, from the Campoejido seedbed, they note an increase compared to last year in the demand for medium-sized watermelons, due to the described circumstances. A situation also pointed out by Alfonso Moreno, an Agronomical Engineer, who predicts a slight increase in watermelon and melon plantations compared to last year in the Poniente region of Almería, due to the impact of viruses and pests on fall crops.



Disfruta lo bueno de Almería

La Diputación Provincial de Almería viaja a Berlín para apoyar a las empresas agroalimentarias almerienses en la Feria Internacional de Frutas y Hortalizas Fruit Logística 2024
7-9 DE FEBRERO - BERLÍN

**FRUIT
LOGÍSTICA**


**DIPUTACIÓN
DE ALMERÍA**


**sabores
ALMERÍA**

El sector prevé un incremento del 15% en la campaña de aguacate

En chirimoya la campaña se adelantó tres semanas, con estabilidad en precios y con segunda floración en la que se esperan mejores cotizaciones

Texto: Inmaculada Acién Fernández

Mango, aguacate y chirimoya son tres cultivos que cuentan con una importante extensión en la costa de Granada, si bien son aguacate y chirimoya los que se reparten la mayor parte de extensión.

En el conjunto de Andalucía y aunque los datos se van incrementando continuamente debido a que en la zona occidental de la región (Cádiz y Huelva) se están implementando nuevas plantaciones a un ritmo importante, existen unas 20.000 hectáreas de subtropicales entre mango y aguacate.

Concretamente el mango ha experimentado un fuerte desarrollo en los últimos 20 años, contando actualmente con una superficie superior a las 5.000 hectáreas que continua incrementándose anualmente. Solo la zona de la costa granadina representa alrededor del 9% de la superficie cultivada en Andalucía, con 452 hectáreas y una producción de 4.687 toneladas, según datos del Observatorio de Precios y Mercados de la Junta de Andalucía correspondientes a 2022.

En la última campaña y como apuntaban las previsiones iniciales, los datos fueron un auténtico desastre a causa del clima y de la falta de agua, que en el caso de la costa granadina afectó especialmente a las producción del margen derecho. Y es que de las alrededor de 9.000 hectáreas de subtropicales que hay en Granada, unas 4.000 se concentran en esa zona, donde los recursos hídricos son especialmente reducidos.

“La producción de mango en la pasada campaña cayó en torno a un 80% respecto al anterior y en ningún caso superó las 15.000 toneladas, cuando en las campañas buenas se podía estar en torno a 40.000 toneladas”, apuntan desde la Asociación Española de Tropicales, el colectivo sectorial más importante a nivel nacional en el agro especializado, al tiempo que inciden en que “fue una campaña muy corta, también condicionada



por las temperaturas atípicas y con precios que, en líneas generales, estuvieron por encima del euro”.

No obstante, la producción de mango se localiza en más de un 90% en la provincia de Málaga.

Aguacate

En Andalucía, como en el resto del mundo, el cultivo del aguacate mantiene una tendencia creciente favorecida por la amplia demanda mundial y el buen nivel de precios para productores y empresas comercializadoras.

En 2022, todas las provincias productoras incrementaron la superficie destinada al cultivo del aguacate. Según los datos del Observatorio de Precios y Mercados de la Junta de Andalucía, Granada contaba la campaña 21/22 con 2.733 hectáreas y obtuvo una producción de 17.275 toneladas.

La campaña de comercialización del aguacate andaluz se desarrolla de septiembre a mayo, escalonándose entre las diferentes variedades que componen la oferta, pero entre la que destaca en Granada principalmente la variedad Haas.

En este sentido, Andalucía está posicionado como uno de los principales proveedores de la Unión Europea, ya que el 92% de sus exportaciones van a países europeos. A nivel nacional, Andalucía con el 84% del volumen de las exportaciones españolas, se erige como principal región exportadora.

“Teniendo en cuenta que la campaña pasada fue un auténtico desastre con una caída sin precedentes en la producción; en esta se espera una leve mejoría que en cualquier caso no será superior al 15% respecto al año pasado”, señalan desde la Asociación Española de Tropicales.

Un crecimiento que, sin embargo, no amortiguará toda la caída de la pasada campaña, donde hubo pérdida de un 60% de la producción, que rondó las 50.000 toneladas. Desde la asociación afirman que la provincia de Málaga es la que más ha sufrido por los efectos devastadores de la sequía “por la falta de infraestructuras hídricas que se tendrían que haber puesto en marcha para paliar esta situación”.

Una demanda que inciden desde la asociación que llevan advirtiendo en el último lustro.

Esta situación ha provocado, según alertan desde la asociación, “hasta un 30% de abandono en cultivos como el aguacate”.

En cuanto a los precios, prevén que serán mejores que los de la



pasada campaña, donde se situaban de media en torno a 2,60€ el kilo “y este año repuntarán en torno a un 10%”.

Según el informe sobre Perspectivas Agrícolas 2021-2030 de la OCDE y la FAO, el aguacate se convertirá en la fruta tropical más comercializada en el 2030. Año en el que se prevé una producción mundial de 12 millones de toneladas, de las que se exportarán sobre 3,9 millones. Sin embargo, estas previsiones dependerán de los recursos hídricos con que cuenten las zonas productoras.

Chirimoya

La chirimoya es el producto subtropical más importante en Granada. Según datos del Observatorio de Precios y Mercados, en la campaña 21/22 Granada era el mayor productor andaluz de chirimoya con 2.903 hectáreas y una producción de 41.545 toneladas.

Y en este caso, la campaña en chirimoya ofrece buenas previsiones. La temporada comenzó alrededor de tres semanas antes de lo previsto con estabilidad en precios. Ahora, en la segunda floración, la perspectiva de la Asociación Española de Tropicales es que ofrezca los mejores precios. En cuanto a producción, se estima un crecimiento de entre el 10% y el 15% con respecto al año anterior, con una previsión de superar las 50.000 toneladas de producción.

La chirimoya se comercializa fundamentalmente en el mercado nacional, con una cuota entre el 80-90% de la producción anual. Su distribución se realiza mayoritariamente a través de los hipermercados (81%) y la campaña comprende de septiembre a mayo. Y es que las técnicas desarrolladas por los agricultores de chirimoya andaluces les ha permitido alargar la campaña, incrementando la producción y manteniendo una excelente calidad.

Cabe recordar que el sector cuenta con el reconocimiento de la denominación de calidad diferenciada de la Denominación de Origen Protegida (DOP) “Chirimoya de la Costa Tropical de Granada-Málaga”, que ampara la chirimoya de la variedad local Fino de Jete destinada a consumo en fresco de las categorías I y Extra. El ámbito geográfico de su cultivo comprende en la provincia de Granada los municipios de Motril, Vélez de Benaudalla, Los Guájares, Ítrabo, Molvízar, Salobreña, Almuñécar, Jete, Lentejil y Otívar.





The sector foresees a 15% increase in the avocado campaign

In cherimoya, the campaign started three weeks early, with price stability and a second flowering expected to bring better quotations

Mango, avocado, and cherimoya are three crops with significant cultivation along the coast of Granada, although avocado and cherimoya share the majority of the land. In the whole of Andalusia, and although the data is continually increasing due to the implementation of new plantations in the western region (Cádiz and Huelva), there are about 20,000 hectares of subtropical crops, including mango and avocado

Specifically, mango has experienced strong growth in the last 20 years, currently covering an area of over 5,000 hectares that continues to increase annually. The coastal area of Granada alone represents around 9% of the cultivated area in Andalusia, with 452 hectares and a production of 4,687 tons, according to data from the Price and Market Observatory of the Junta de Andalucía for the year 2022.

In the last campaign, as initial forecasts indicated, the data was a real disaster due to the weather and lack of water, especially affecting the right bank's production on the Granada coast. Of the approximately 9,000 hectares of subtropical crops in Granada, about 4,000 are concentrated in that area, where water resources are particularly limited.

"The mango production in the last campaign fell by around 80% compared to the previous one and did not exceed 15,000 tons in any case, while in good campaigns, it could reach around 40,000 tons," points out the Spanish Association of Tropical Fruits, the most important sectoral collective at the national level in specialized agriculture, emphasizing that "it was a very short campaign, also conditioned by atypical temperatures, with prices generally above one euro."

However, more than 90% of mango production is located in the province of Málaga.

Avocado

In Andalusia, as well as the rest of the world, avocado cultivation maintains a growing trend favored by the broad global demand and the good price levels for producers and trading companies. In 2022, all producing provinces increased the area dedicated to avocado cultivation. According to data from the Price and Market Observatory of the Junta de Andalucía, Granada had 2,733 hectares dedicated to avocado cultivation in the 21/22 season, producing 17,275 tons.

The marketing season for Andalusian avocados runs from September to May, staggered among different varieties in the offering, with the Haas variety being prominent in Granada.





In this regard, Andalusia is positioned as one of the main suppliers to the European Union, with 92% of its exports going to European countries. At the national level, Andalusia, contributing 84% of the volume of Spanish exports, stands out as the main exporting region.

“Considering that the last season was a real disaster with an unprecedented drop in production, a slight improvement is expected this year, which will not exceed 15% compared to the previous year,” state the Spanish Association of Tropical Fruits. However, this growth will not offset the entire drop from the last season, which saw a 60% loss in production, around 50,000 tons. The association asserts that the province of Málaga has suffered the most from the devastating effects of drought “due to the lack of water infrastructure that should have been implemented to alleviate this situation.” This demand, the association emphasizes, has been made clear over the last five years.

This situation has led to, as warned by the association, “up to a 30% abandonment of crops such as avocados.” Regarding prices, they expect them to be better than those of the previous season, where the average was around €2.60 per kilogram, “and this year they will increase by around 10%.”

According to the OECD and FAO report on Agricultural Outlook 2021-2030, avocados are projected to become the most traded tropical fruit by 2030. In that year, a global production

of 12 million tons is expected, with approximately 3.9 million tons being exported. However, these forecasts will depend on the water resources available to the producing areas.

Cherimoya

Cherimoya is the most important subtropical product in Granada. According to data from the Price and Market Observatory, in the 21/22 season, Granada was the largest producer of cherimoya in Andalusia with 2,903 hectares and a production of 41,545 tons.

In this case, the cherimoya season offers good prospects. The season started about three weeks earlier than expected with stable prices. Now, in the second flowering, the Spanish Association of Tropical Fruits anticipates that it will offer the best prices. Regarding production, growth of between 10% and 15% is estimated compared to the previous year, with a forecast to exceed 50,000 tons of production.

Cherimoya is primarily marketed in the domestic market, with a market share between 80-90% of annual production. Its distribution is mainly through hypermarkets (81%), and the season runs from September to May. The techniques developed by Andalusian cherimoya farmers have allowed them to extend the season, increase production, and maintain excellent quality.

It is worth noting that the sector has the recognition of the Protected Designation of Origin (PDO) “Cherimoya from the Costa Tropical of Granada-Málaga,” which covers cherimoya of the local variety Fino de Jete intended for fresh consumption in the I and Extra categories. The geographical scope of its cultivation includes the municipalities of Motril, Vélez de Benaudalla, Los Guájares, Ítrabo, Molvízar, Salobreña, Almuñécar, Jete, Lentejé, and Otívar in the province of Granada.

No renunciamos a nuestra tradición,
pero tampoco nos quedamos atrás.
Apostamos por el relevo generacional,
por dar voz y oportunidad a los jóvenes.

Dueños de la tierra.
Dueños de lo que producimos.

DUEÑOS DE NUESTRO FUTURO.



M^a ÁNGELES, PAQUI, RAMÓN,
MIGUEL ÁNGEL, TAHIRI, JESÚS, MIGUEL,
ROSENDO, M^a ISABEL AND JUAN.
AGRICULTORES.

FOTOGRAFÍA. RODRIGO VALERO



VISÍTANOS EN
EL PABELLÓN 18
STAND A20

FRUIT LOGISTICA

INNO
VATION
AWARD'24
NOMINEE



PRUEBA
Y VOTA
A ZUCCHIOLO
EN EL ESPACIO
ENTRE LOS
PABELLONES
20 Y 21



ZUCCHIOLO®

Es una hortaliza que marca el comienzo de una nueva categoría de producto en el mercado europeo. Cruda o cocinada, destaca por su versatilidad. En un producto con un marcado carácter social, donde el 50% de los que se recauda de sus ventas se destina a fines sociales, como la investigación en la lucha contra el cáncer.



RESPONSABILIDAD SOCIAL
Fundación Celibites

El 50% de los que se recauda de sus ventas se destina a fines sociales, como la investigación en la lucha contra el cáncer.



La producción de espárrago verde de Granada volverá a descender

12

La campaña que arrancará en los primeros días de marzo prevé reducciones de las cosechas debido a la sequía del pasado año

Texto: Inmaculada Acién Fernández

Granada es la principal productora de espárrago verde de España con unas 7.000 hectáreas en producción, de las cuales un importante porcentaje se encuentra en secano. Ante episodios de sequía este tipo de producción se resiente de manera directa tanto en crecimiento vegetativo de cultivo como de niveles de producción.

En una campaña normal, la provincia produce cerca de los 35 millones de kilos, pero lleva sobrellevando varias campañas en las que la producción está sufriendo importantes mermas por la situación de sequía que padece el campo. Una situación especialmente complicada en la pasada campaña, donde pese a que fue la de mejor liquidaciones de precios para el agricultor, se produjo una reducción del 45% con respecto a una campaña normal.

Sin embargo, el principal temor del campo granadino es que la sequía no solo perjudique la producción de la campaña, sino que dañe la garra y se pierda, “porque si desaparece la garra, la nueva plantación tendría que esperar en torno a otros 5 u 8 años”, explica Nicolás Chica, secretario general de UPA Granada y director gerente de Agrolachar.

Y es que la peculiaridad de las plantaciones de espárragos verdes es que las garras duran ocho años y pasado ese tiempo, la tierra tiene que descansar otros ocho años antes de poder recibir otra nueva plantación, por lo que el desastre para el agricultor podría ser mayúsculo. “Nosotros, los agricultores, estamos más preocupados por garantizar ya la explotación que por saber la cantidad de kilos que vamos a tener en el mes de marzo”, reconoce Chica.

No obstante, ya se barajan los datos de producción para esta nueva campaña, que arrancará en los primeros días de

marzo. Datos que no son halagüeños y que apuntan a una nueva campaña de descenso de producción. “Todo hace pensar que, aunque llueva, nosotros vamos a tener una próxima campaña con una reducción de producción también muy importante”. Y es que los turiones, futuros espárragos, se hacen entre septiembre y diciembre. Pasado ese tiempo, ya se puede saber la producción que habrá y solo quedará por ver el tamaño y calibre de los espárragos. Un tema que también preocupa, puesto que en Europa, el calibre preferente es el grueso y con ausencia de lluvias el calibre también merma.

De hecho, cerca del 70% de la producción de espárrago de Granada se destina a exportación, donde se paga un precio superior al del mercado nacional. Además, la imagen y el reconocimiento internacional que tiene el espárrago verde lo convierte en un producto muy demandado. Un reconocimiento que ha llevado a la provincia de Granada a exportar su espárrago verde incluso a los Países Nórdicos, si bien su principal país de destino sigue siendo Alemania. Francia, Italia o Bélgica también son grandes consumidores e importadores del espárrago verde de Granada.

“Sabemos que es un producto de referencia, que tiene un reconocido prestigio en las mesas de cualquier restaurante, tanto a nivel nacional como internacional, sabemos que hay determinados momentos en los que no podemos abastecer las necesidades y las demandas de nuestros clientes. Por ello, nuestra principal preocupación es darle servicio para que no sean otros los que se los den”, subraya Chica.

Por otra parte, el cultivo de espárrago verde tiene un importante componente social. Y es que la producción se comercializa en alrededor de un 60% a través de cooperativas. “También la presencia femenina es importante. Si acudimos durante la campaña a un almacén donde se manipula y se transforma, veremos que el 95% de las personas que allí están trabajando son mujeres. Se ha dado la posibilidad de que la mujer se incorpore al mercado laboral en el medio rural. Hasta ahora, ningún otro cultivo había ofrecido esas posibilidades”, explica Nicolás Chica, secretario general de UPA Granada y director gerente de Agrolachar.





Green Asparagus Production in Granada to Decline Again



The campaign, which will start in early March, anticipates reductions in harvests due to last year's drought



Granada is the main producer of green asparagus in Spain, with around 7,000 hectares in production, a significant percentage of which is rain-fed. In episodes of drought, this type of production is directly affected in terms of both crop vegetative growth and production levels. In a normal campaign, the province produces close to 35 million kilograms, but it has been enduring several campaigns in which production has suffered significant losses due to the drought conditions in the region. The situation was particularly challenging in the last campaign, where, despite being the one with the best price settlements for farmers, there was a 45% reduction compared to a normal campaign.

Nevertheless, the main concern in the Granada countryside is not only that the drought may harm this campaign's production but also that it damages the crowns, potentially leading to their loss. "If the crowns disappear, new plantations would have to wait for another 5 to 8 years," explains Nicolás Chica, general secretary of UPA Granada and managing director of Agrolachar. The peculiarity of green asparagus plantations is that the crowns last for eight years, and after that period, the land has to rest for another eight years before a new plantation can be established, so the disaster for farmers could be substantial. "We, the farmers, are more concerned about ensuring the exploitation than knowing the quantity of kilograms we will have in March," acknowledges Chica.

However, production data for the upcoming campaign, which will begin in early March, are already being considered. The outlook is not promising, pointing to another campaign with a significant production decline. "Everything suggests that, even if it rains, we will have another campaign with a very significant reduction in production." The shoots, future asparagus, develop between September and December. After that time, the production can be estimated, leaving only the size and caliber of the asparagus to be seen. This is also a concern since, in Europe, the preferred caliber is thick, and without rain, the caliber also diminishes.

In fact, almost 70% of the asparagus production in Granada is destined for export, where a higher price is paid compared to the domestic market. Moreover, the international recognition and image of green asparagus make it a highly sought-after product. This recognition has led the province of Granada to export its green asparagus even to the Nordic countries, although its main destination remains Germany. France, Italy, and Belgium are also major consumers and importers of green asparagus from Granada.

"We know that it is a reference product, with a recognized prestige on the tables of any restaurant, both nationally and internationally. We are aware that there are certain moments when we cannot meet the needs and demands of our customers. Therefore, our main concern is to provide service so that others do not take our place," emphasizes Chica.

On the other hand, green asparagus cultivation has a significant social component. The production is marketed through cooperatives, accounting for around 60%. "The presence of women is also important. If we visit a warehouse during the campaign where asparagus is manipulated and processed, we will see that 95% of the people working there are women. It has provided an opportunity for women to join the job market in rural areas. Until now, no other crop had offered these possibilities," explains Nicolás Chica, general secretary of UPA Granada and managing director of Agrolachar.



Motril en

FRUIT LOGÍSTICA

8|9|10 Febrero 2024
Berlín



AYUNTAMIENTO DE
MOTRIL

un Ayuntamiento a tu servicio



La provincia de Almería incrementa ligeramente los datos de **aceite** de 2022

La previsión de Jaén también apunta a incrementos en esta campaña, pero aún lejos de las cifras de una campaña normal

Texto: Inmaculada Ación

El aceite de oliva andaluz supone el 19% de la producción mundial, según datos proporcionados por la Junta de Andalucía a través del Observatorio de Precios y Mercados con respecto a la campaña 2022-2023, y dentro de esos datos la provincia más productora y relevante es Jaén.

En este sentido, Andalucía es la principal región productora del país y representa 77 % de la producción nacional de aceite y el 37% de la producción de la UE. Es por ello que la situación que lleva dos años atravesando el sector preocupa mucho en la comunidad autónoma.

Pese a que no hay aún unos datos reales de final de campaña de recolección de aceituna, el aforo que estimó en el mes de octubre el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) para esta campaña 2023/2024 a nivel nacional fue de 765.300 toneladas, un 15 % más que la producción de la temporada anterior, que se quedó en 664.000 toneladas.

No obstante, se trata de unas cifras que aún así mostraban un descenso del 34% con respecto a la media de las últimas

cuatro campañas a nivel nacional. La estimación del sector pese a no ser tan optimista como la del Gobierno central, seguía mostrando un alza con respecto al año pasado, al situarse alrededor de las 755.000 toneladas.

En el caso de la comunidad autónoma andaluza, el primer aforo del olivar de Andalucía para 2023-2024, mostraba la previsión de una leve subida del aceite de oliva respecto a la campaña anterior. En concreto, se esperaba recoger alrededor de 2,8 millones de aceitunas para molturar, de las que se obtendrían unas 550.600 toneladas de aceite de oliva.

Unas cifras similares a las de la campaña anterior, ya que durante la campaña 2022-2023 se molturaron en Andalucía un total de 2,80 millones de toneladas de aceituna, de las cuales se obtuvieron 514.004 toneladas de aceite de oliva. Unas cifras que ya un 55,5% de reducción con respecto a la obtenida en la campaña 2021/22, y un 55,6% también inferior a la media de las cuatro campañas anteriores.

El valor de la producción de aceite de oliva durante la campaña 2022/23 ascendió a 2.860 millones de euros. Y es que el precio medio en origen del aceite de oliva ha mostrado una tendencia creciente en las cinco últimas campañas, ya en la pasada se situó en 5,67 euros el kilo, un incremento debido principalmente al descenso de la producción como consecuencia de la sequía. Por ese mismo motivo, el precio del aceite de oliva ha continuado creciendo durante esta campaña y aún podría dejar algunas nuevas subidas.

De hecho, durante la semana 1 de 2024 los precios medios registrados en origen en las provincias de Córdoba, Granada, Jaén y Sevilla estuvieron entre 9,127 y 9,150 euros el kilo en virgen extra, en 8 euros el kilo en virgen, y entre 6,900 y 8,600 euros el kilo en lampante.

El impacto de la sequía y las temperaturas superiores a la media marcaron esta campaña, como hicieron en la anterior, si bien las lluvias de mayo en algunas zonas de Andalucía aliviaron en parte la situación del olivar, ayudando a la floración y al engorde de los frutos.





13



EL EJIDO
gourmet QUALITY

www.elejido.es

> Por otra parte y por provincias, las previsiones apuntan a un aumento de la producción de aceite de oliva en Jaén cercano al 20%, de manera que se alcanzarían las 215.000 toneladas, mientras que la campaña anterior acabó con cerca de 180.723 toneladas. Una provincia que cuenta con 587.901 hectáreas en producción.

Importante también la subida prevista en Almería, donde el volumen de aceite de oliva se podría elevar en un 19.9% en comparación con el año anterior y alcanzaría las 13.000 toneladas, frente a las 10.849 del año anterior. La provincia de Almería cuenta con una extensión de 21.727 hectáreas de olivos.

Sin embargo y a falta de datos definitivos, los que maneja el sector no son tan optimistas y en la provincia de Almería la

cifra definitiva se situará alrededor de las 11.000 toneladas, lo que supondría un pequeño incremento, mucho más ligero del previsto inicialmente.

Cítricos

Andalucía es la segunda comunidad autónoma en producción de cítricos de España y cuenta con unas 89.700 hectáreas de este cultivo. Una extensión con la que la Junta de Andalucía prevé que esta campaña se rondan los 1,86 millones de toneladas de producción por lo que, como señaló la consejera de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural, Carmen Crespo, “será una campaña similar a la anterior excepto en provincias como Sevilla o Córdoba, donde se registra una bajada de la producción”. La consejera subrayó que “Andalucía va a producir este año el 32% de los cítricos de toda España y el 44,6% de las naranjas”.

Almería cuenta con unas 10.000 hectáreas de cítricos, de las cuales el 54% se corresponden con naranja dulce, el 24% son de mandarina y el 20% de limón, mientras que el 2% restante son de pomelo y lima. Con estos datos, Almería se



sitúa como la tercera provincia andaluza en extensión, con un 11,6 % de la producción total y esta campaña la previsión de aforo marcaba una cosecha un 25,4 % superior a la anterior campaña (216.330 toneladas). Por especies, sobre la producción de naranja dulce y mandarina se estimaba un incremento desde la Junta de Andalucía de un 24,1 % y 30,7 % respectivamente, mientras que en limón subiría el 23,8 %.

Pese a las previsiones de aforo, desde Asaja Almería apuntan que a estas alturas de campaña ya se puede constatar que no se llegará a las producciones fijadas a priori y publicadas en septiembre.

La climatología y la falta de agua en períodos clave han afectado a esta merma de producción que se registra, sobre todo, en las producciones de naranja dulce, en las que ronda una disminución del 15% de la producción. Reducciones que también se producirían en mandarina y limón.

En cuanto a precios, el mes de diciembre dejaba preocupación entre los productores de limón ante los márgenes económicos del limón andaluz, lo que unido al aumento de costes de producción ponían en alerta a los profesionales del

sector que se planteaban incluso no recolectar la fruta. Por su parte, el precio de la naranja y mandarina seguía siendo elevado y la demanda fluida, principalmente el de la naranja de industria. Pero diciembre también era la fecha de inicio de la campaña de la naranja de Egipto que ha incrementado sus exportaciones a Europa considerablemente en los últimos años, convirtiéndose en competidor nato en el mercado europeo e internacional.

Las lluvias de final de año frenaron la recolección de los cítricos y el inicio de año no fue positivo para los precios según apuntan desde Asaja Almería, puesto que se confirma una caída en relación a los registrados en la campaña pasada. En el caso de la naranja está cotizando actualmente en origen a unos 0,0 euros el kilo, similar a los precios de la pasada campaña, pero en el caso de la mandarina 2024 comienza con cotizaciones a la baja y caídas de precio a la mitad, cotizando alrededor a los 0,35 euros el kilo.

Unas cotizaciones que desde el sector esperan que se recuperen en las próximas semanas, poniendo en valor la calidad del producto nacional.





The province of Almería slightly increases the olive oil data for 2022

The forecast for **Jaén** also points to increases in this campaign, but still far from the figures of a normal campaign

Andalusian olive oil accounts for 19% of global production, according to data provided by the Junta de Andalucía through the Observatory of Prices and Markets for the 2022-2023 season. Within these data, the most productive and relevant province is Jaén.

In this regard, Andalusia is the main producing region in the country, representing 77% of the national olive oil production and 37% of the EU production. This is why the situation that the sector has been going through for the past two years is a cause for concern in the autonomous community.

Although there are no real end-of-harvest data yet, the forecast made by the Ministry of Agriculture, Fisheries, and Food (MAPA) in October for the 2023/2024 campaign at the national level was 765,300 tons, a 15% increase from the previous season's production of 664,000 tons.

However, these figures still showed a decrease of 34% compared to the average of the last four campaigns nationally. Despite not being as optimistic as the central government's estimate, the sector's forecast continued to show an increase from the previous year, reaching around 755,000 tons.

In the case of the Andalusian autonomous community, the first estimate for the olive groves in Andalusia for 2023-2024 indicated a slight increase in olive oil compared to

the previous campaign. Specifically, it was expected to harvest around 2.8 million olives for milling, resulting in approximately 550,600 tons of olive oil.

Similar figures to those of the previous campaign, as in the 2022-2023 campaign, a total of 2.80 million tons of olives were milled in Andalusia, producing 514,004 tons of olive oil. These figures already represented a 55.5% reduction compared to the campaign in 2021/22 and a 55.6% decrease from the average of the previous four campaigns.

The value of olive oil production during the 2022/23 campaign amounted to 2,860 million euros. The average price at the origin of olive oil has shown an increasing trend in the last five campaigns, reaching 5.67 euros per kilo in the past, mainly due to the decrease in production as a result of drought. For the same reason, the price of olive oil has continued to grow during this campaign and could still see some new increases.

In fact, during week 1 of 2024, the average prices recorded at the origin in the provinces of Córdoba, Granada, Jaén, and Seville ranged from 9,127 to 9,150 euros per kilo for extra virgin olive oil, 8 euros per kilo for virgin olive oil, and between 6,900 and 8,600 euros per kilo for lampante olive oil. The impact of drought and above-average temperatures marked this campaign, as it did in the previous one, although

the May rains in some areas of Andalusia partially alleviated the olive grove's situation, aiding in flowering and fruit development.

On the other hand, by province, forecasts indicate an increase in olive oil production in Jaén by around 20%, reaching 215,000 tons, compared to the previous campaign's 180,723 tons. Jaén has 587,901 hectares under production. There is also a significant expected increase in Almería, where the olive oil volume could rise by 19.9% compared to the previous year, reaching 13,000 tons, compared to the previous year's 10,849 tons. Almería has an extension of 21,727 hectares of olive trees.

However, despite the optimistic forecasts, sector insiders are less positive, and in the province of Almería, the final figure is expected to be around 11,000 tons, representing a slight increase, much lighter than initially anticipated.

Citrus fruits

Andalusia is the second autonomous community in Spain for citrus production, with about 89,700 hectares dedicated to this cultivation. The Junta de Andalucía expects production to reach around 1.86 million tons this season. As stated by the Minister of Agriculture, Fisheries, Water, and Rural Development, Carmen Crespo, "it will be a campaign similar to the previous one, except in provinces like Seville or Córdoba, where a production decrease is recorded." The minister emphasized that "Andalusia will produce 32% of all citrus fruits in Spain this year and 44.6% of oranges."

Almería has about 10,000 hectares of citrus, with 54% dedicated to sweet oranges, 24% to mandarins, and 20% to lemons, while the remaining 2% consists of grapefruits and limes. With these figures, Almería ranks as the third

Andalusian province in extension, contributing to 11.6% of the total production. This season's forecast suggested a harvest 25.4% higher than the previous campaign (216,330 tons). The Junta de Andalucía estimated a 24.1% increase in sweet orange and a 30.7% increase in mandarin production, while lemon production was expected to rise by 23.8%.

Despite the forecast, Asaja Almería points out that at this point in the campaign, it is evident that the initially set production figures published in September will not be reached. Weather conditions and a lack of water during critical periods have affected this production decline, mainly in sweet orange production, which experiences around a 15% reduction. Reductions are also expected in mandarin and lemon production.

Regarding prices, December brought concerns among lemon producers about the economic margins of Andalusian lemons. This, coupled with an increase in production costs, alerted professionals in the sector who even considered not harvesting the fruit. On the other hand, the price of oranges and mandarins remained high, and demand was fluid, especially for industrial oranges. However, December also marked the start of the Egyptian orange campaign, which has considerably increased its exports to Europe in recent years, becoming a direct competitor in the European and international markets.

Late-year rains slowed down citrus harvesting, and the start of the year was not positive for prices, according to Asaja Almería. It confirms a decline compared to those recorded in the previous campaign. Oranges are currently quoted at around 0.0 euros per kilo, similar to prices from the last campaign. Still, for mandarins in 2024, prices are starting to decline, halving and quoting around 0.35 euros per kilo.

Sector representatives hope that these quotations will recover in the coming weeks, emphasizing the quality of the national product.



hispattec
agointeligencia

La digitalización que se toca

ERPago

- Gestión de transformadoras y comercializadoras
- Control de costes y trazabilidad
- Apps: socios, empleados, producción

Control Tower PRO

- Plataforma global e independiente
- Optimización y control de la logística
- Control de calidad y gestión del transporte

Efemis

- Gestión agronómica integral, web y app
- Multi-territorio y con productores asociados
- Sensores, satélites, vademecum, cuaderno de campo

Margaret

- Inteligencia Artificial para la agricultura
- Modelos predictivos: producción, pedidos, etc.
- Integración con múltiples dispositivos

30 países
con nuestros
sistemas implantados

600 clientes
en todo el mundo

28.000 millones
de euros comercializados
por nuestros clientes

38.000 envíos
gestionados en 2022

FRUIT
LOGISTICA
7|8|9 FEBRUARY 2024, BERLIN

Pabellón 23
Stand C-35

+34 950 28 11 82
hispattec.com

Nutrición: Economía frente a salud ¿rivaless o complementarios?

**Texto: Ana
Cabrera Sánchez**
I Analista de
Plataforma Tierra

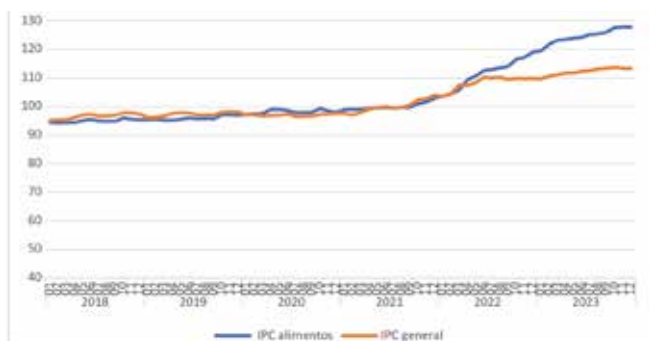
Desde el inicio de la pandemia, en el mundo han sucedido una serie de cambios sociales, económicos y geoestratégicos que han supuesto una aceleración de los niveles de incertidumbre global.

Después del levantamiento de las restricciones y la recuperación de la actividad económica se generó un desequilibrio entre la oferta y demanda de energía que aumentó los precios de esta e impulsaron el incremento de los precios en general.

Esta situación que se esperaba fuese temporal y durase unos pocos meses, comenzó a frenar la economía.

En 2022, la invasión de Rusia a Ucrania convirtió el alza de los precios de la energía en una situación más permanente de lo esperado, provocando un crecimiento aún mayor del Índice de Precios al Consumo (IPC) y un aumento del IPC de los alimentos aún mayor.

El despegue del precio de los alimentos por encima del IPC general ha tenido lugar, además de por la situación energética, de costes y económica general, por el efecto negativo de la meteorología en los rendimientos de la actividad agrícola.



La elevada duración del conflicto bélico y sus consecuencias han provocado una desaceleración de la economía europea y nacional, así como un deterioro del poder adquisitivo de la población. Esto ha influido en las pautas de consumo en general, y en el consumo de frutas y hortalizas en particular.

Así, el volumen consumido en los hogares españoles de frutas y hortalizas disminuyó en 2022 respecto a 2018 un -10,3 %, frente al -6,2 % del total de la alimentación.

El volumen máximo de frutas y hortalizas consumido en los hogares españoles alcanzó los 7,6 millones de toneladas en 2020, coincidiendo con el inicio de la pandemia. A partir de entonces, estos volúmenes han presentado una tendencia descendente del consumo, en concordancia con la situación de desaceleración económica y pérdida del poder adquisitivo por parte del consumidor.

Asimismo, como consecuencia del contexto inflacionista y la disminución de los rendimientos de cultivo por las incidencias meteorológicas, el valor de las frutas y hortalizas consumidas en el conjunto de hogares españoles aumentó un +10,2 % en 2022 respecto a 2018.

Si se analiza el gasto per cápita, tuvo lugar un incremento del mismo del +8,33 % en 2022 respecto a 2018 y de enero a septiembre de 2023 aumento un +5 % respecto a 2022.

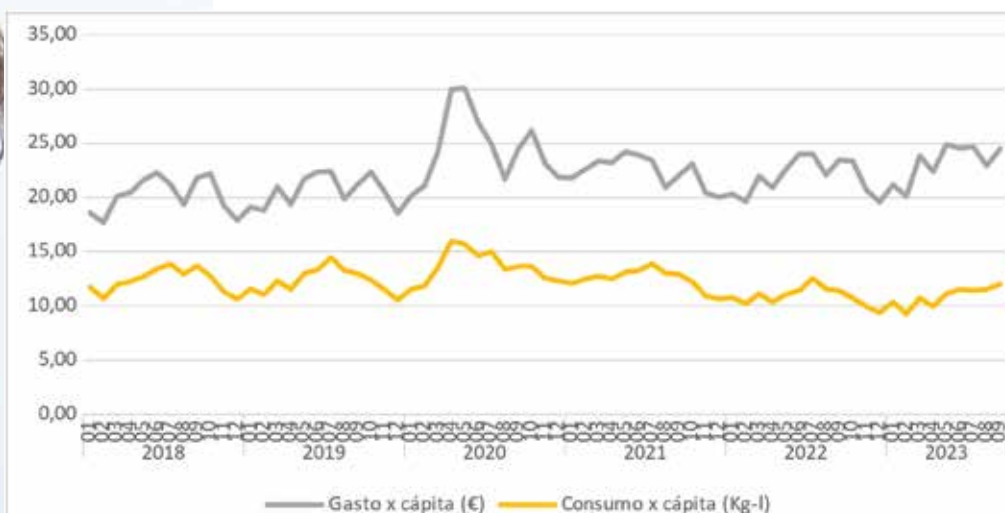
Estas cifras muestran que, si bien el incremento de los precios está afectando al consumo de frutas y hortalizas al disminuir los volúmenes adquiridos por las familias, también es cierto que hoy el consumidor gasta más en la adquisición de estos productos que hace 5 años.

La analista de Mercados de Plataforma Tierra, Ana Cabrera Sánchez, examina el efecto de la inflación en el consumo de frutas y hortalizas



Teniendo en cuenta que los datos per cápita no dejan de ser ratios medios, y que detrás de ellos hay muchas realidades según familias, la tendencia muestra que el consumidor está dispuesto a realizar un esfuerzo económico para adquirir al menos un mínimo de estos productos frescos.

Esto también nos lleva a la creciente importancia que tiene la salud en las decisiones de compra por parte del consumidor y a la necesidad de seguir proporcionando información respecto a la interrelación entre el consumo de frutas y hortalizas y el bienestar, sin olvidar su grata experiencia de consumo.



Comprometidos con la calidad

En Indasol, llevamos 30 años cuidando y mimando nuestro compromiso con la calidad y el sabor de nuestros productos, para que lleguen al consumidor con todas las garantías.



INDASOL
www.indasol.es



Nutrition: Economy versus Health, Rivals or Complementary?



Market Analyst at Tierra Platform, Ana Cabrera Sánchez, examines the effect of inflation on fruit and vegetable consumption

Since the outbreak of the pandemic, the world has witnessed a series of social, economic, and geostrategic changes that have led to an acceleration of global uncertainty levels.

Following the lifting of restrictions and the recovery of economic activity, an imbalance between the supply and demand for energy occurred, leading to increased energy prices and driving up overall prices.

This situation, initially expected to be temporary and last a few months, began to slow down the economy.

In 2022, Russia's invasion of Ukraine turned the rise in energy prices into a more permanent situation than expected, causing an even greater surge in the Consumer Price Index (CPI) and a higher increase in the food CPI.

The surge in food prices above the general CPI has occurred not only due to the energy situation, costs, and general economic conditions but also because of the negative impact of weather on agricultural yields.

The prolonged duration of the armed conflict and its consequences have led to a slowdown in the European and national economies, as well as a deterioration of the purchasing power of the population. This has influenced

consumption patterns in general, including the consumption of fruits and vegetables.

In 2022, the volume of fruits and vegetables consumed in Spanish households decreased by -10.3% compared to 2018, as opposed to the -6.2% for total food consumption. The maximum volume of fruits and vegetables consumed in Spanish households reached 7.6 million tons in 2020, coinciding with the beginning of the pandemic. Since then, these volumes have shown a downward trend in consumption, in line with the economic slowdown and loss of purchasing power by consumers.

Additionally, due to the inflationary context and the decrease in crop yields due to weather incidents, the value of fruits and vegetables consumed in Spanish households increased by +10.2% in 2022 compared to 2018.

If we analyze per capita spending, there was an increase of +8.33% in 2022 compared to 2018, and from January to September 2023, it increased by +5% compared to 2022. These figures show that, while the increase in prices is affecting the consumption of fruits and vegetables by reducing the volumes purchased by families, it is also true that today consumers spend more on acquiring these products than they did 5 years ago.

Considering that per capita data are just average ratios and that behind them there are many realities depending on families, the trend shows that consumers are willing to make an economic effort to acquire at least a minimum of these fresh products. This also highlights the growing importance of health in consumer purchasing decisions and the need to continue providing information regarding the interrelation between the consumption of fruits and vegetables and well-being, without forgetting their pleasant consumption experience.





Cajamar, apoya al sector hortofrutícola en Fruit Logística

Una delegación del consejo rector y de directivos se desplaza a la feria junto a las empresas y cooperativas presentes en este certamen

Texto: Inmaculada Acién Fernández

Un año más, una delegación del consejo rector y de directivos de Cajamar acompaña a las empresas y cooperativas del sector hortofrutícola que se han desplazado hasta Berlín para participar en Fruit Logística, consolidada como la feria internacional líder para el comercio mundial de frutas y hortalizas, que da cobertura a toda la cadena de valor del sector.

La delegación está encabezada por el presidente de Cajamar, Eduardo Baamonde, junto a José Luis Heredia, vicepresidente, y el director territorial de Almería, Sergio Ruiz, entre otros directivos.

Apoyo a la comercialización

El compromiso de Cajamar con el sector agroalimentario se pone de manifiesto un año más en Fruit Logística a través de su apoyo continuo a las empresas y organizaciones asociativas y profesionales del sector, a las que acompaña en sus iniciativas y acciones de comercialización, y en sus proyectos empresariales de futuro.

Como entidad financiera, aporta productos y servicios financieros adaptados a las necesidades de cada momento

de la campaña, al tiempo que promueve acciones sociales y de transferencia de conocimiento desde el ecosistema de innovación que conforman los dos centros experimentales especializados en agricultura mediterránea ubicados en Almería y Valencia.

Por otra parte, desde su Plataforma Tierra, que concentra las actividades de análisis, divulgación y formación, incide en la mejora de la competitividad, la sostenibilidad y la gestión de las explotaciones agropecuarias; mediante programas de asesoramiento técnico especializado y de transferencia de conocimiento a las empresas, las cooperativas y los agricultores, entre ellos, el cuaderno de campo digital CX Tierra; a la que se une Cajamar Innova, la incubadora de empresas de alta tecnología para la optimización y gestión del agua y la eficiencia del regadío.

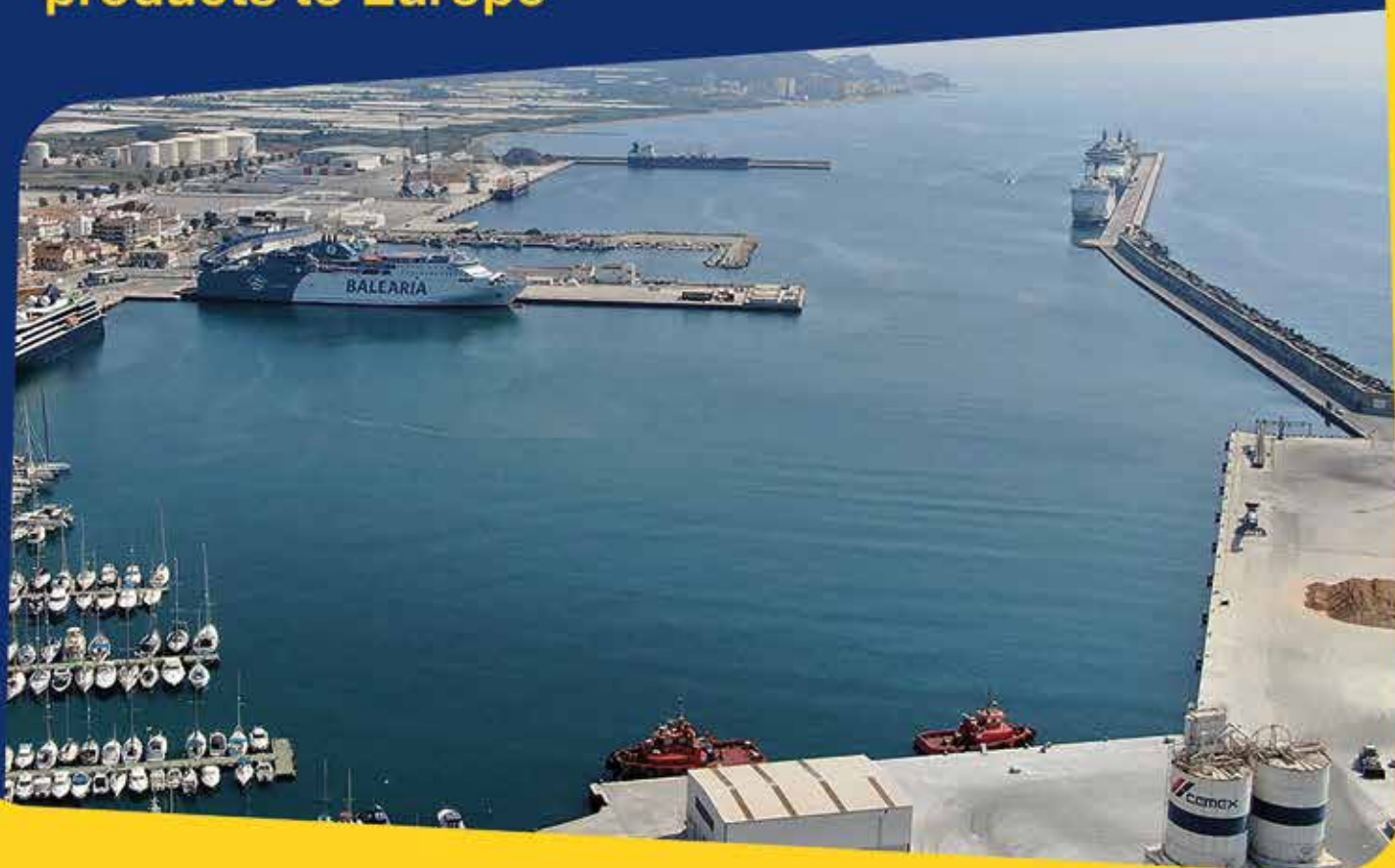
Además, Cajamar facilita las gestiones correspondientes para el acceso a los fondos europeos Next Generation y ofrece soporte financiero y asesoramiento técnico a las operaciones de comercio internacional, la modernización de explotaciones agrarias y el desarrollo de nuevos productos y formatos agroalimentarios sostenibles y de alto valor añadido orientados a la mejora de la rentabilidad de los productos hortofrutícolas.

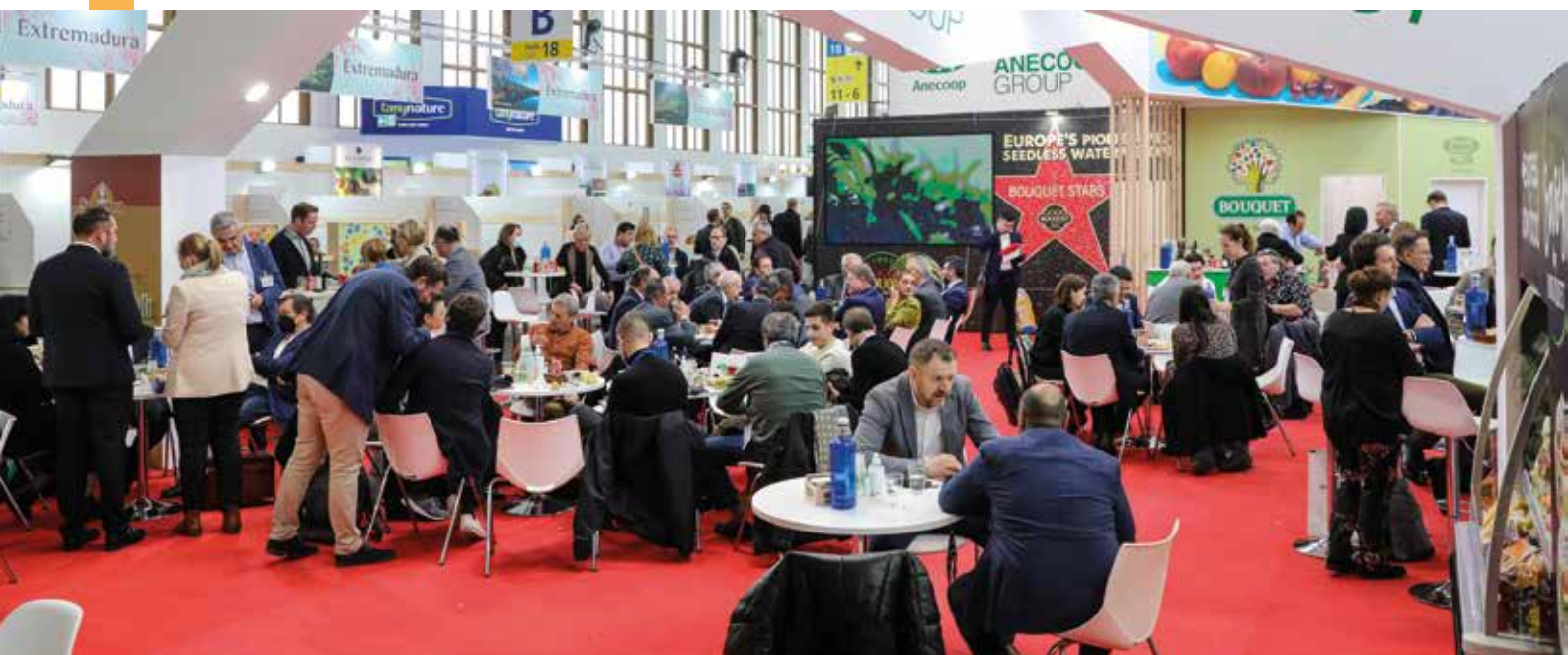


SUSTAINABLE
DEVELOPMENT
GOALS

FAIR LOGISTIC PORT **LOGISTIC PLATFORM**

The best option to distribute your
products to Europe





Cajamar supports the horticultural sector at Fruit Logistica



A delegation from the board of directors and executives travels to the fair along with the companies and cooperatives present at this event

Once again, a delegation from the board of directors and executives of Cajamar accompanies the companies and cooperatives from the horticultural sector that have traveled to Berlin to participate in Fruit Logistica, established as the leading international fair for the global trade of fruits and vegetables, covering the entire value chain of the sector. The delegation is led by the president of Cajamar, Eduardo Baamonde, along with José Luis Heredia, vice president, and the territorial director of Almería, Sergio Ruiz, among other executives.

Support for Commercialization

Cajamar's commitment to the agri-food sector is evident once again at Fruit Logistica through its continuous support for companies and associative organizations and professionals in the sector. It accompanies them in their initiatives and commercialization actions, as well as in their future business projects.

As a financial institution, Cajamar provides products and financial services tailored to the needs of each campaign

moment. It also promotes social actions and knowledge transfer from the innovation ecosystem represented by the two specialized experimental centers in Mediterranean agriculture located in Almería and Valencia.

Furthermore, through its Tierra Platform, which focuses on analysis, dissemination, and training activities, Cajamar emphasizes improving the competitiveness, sustainability, and management of agricultural and livestock farms. This includes specialized technical advisory programs and knowledge transfer to companies, cooperatives, and farmers, such as the digital field notebook CX Tierra. Cajamar Innova, the high-tech business incubator for water optimization, irrigation efficiency, and agrifood product development, is also part of these efforts.

Cajamar facilitates the necessary procedures for accessing the Next Generation European funds and provides financial support and technical advice for international trade operations, the modernization of agricultural holdings, and the development of new, sustainable agri-food products and formats with high added value, aimed at improving the profitability of horticultural products.





LO QUE NOS ALIMENTA

Es hacerlo bien

Nos alimenta, nos motiva y nos enorgullece cultivar de forma sostenible, saludable y sabrosa.

En Cooperativa La Palma trabajamos para hacerlo bien y asegurar la agricultura y el futuro con calidad, con respeto y con conocimiento.



Diputación arropará al agro almeriense en FruitLogística

16

La Diputación Provincial arropará a las empresas del campo almeriense que participan en la nueva edición de Fruit

La Institución impulsará en Berlín la actividad de las empresas de la provincia y la marca gourmet 'Sabores Almería'

Logística, una de las ferias profesionales del sector más importantes del mundo, que se celebra en Berlín desde hoy y hasta el viernes 9 de febrero. Una delegación de la institución viajará a la capital alemana para apoyar e impulsar el trabajo de las empresas agrícolas almerienses, así como para intensificar y consolidar la internacionalización de la marca 'Sabores Almería'.

Fruit Logística se convierte en una cita clave ya que congrega a las principales compañías de la agricultura de todo el mundo y, además del volumen de negocio que genera, sirve como foro para mostrar, debatir y analizar las tendencias y retos del sector a nivel internacional. En este sentido, y como ocurre desde hace muchos años, la provincia de Almería volverá a contar con una amplia participación que rubrica su liderazgo en este ámbito como una de las agriculturas más innovadoras y eficientes del mundo.

Texto: Inmaculada Ación Fernández



El diputado de Promoción Agroalimentaria, Comercio y Consumo, Carlos Sánchez, explica que la asistencia de Diputación a esta feria tiene una doble vertiente: “Por un lado, arroparemos la actividad de las empresas de la provincia. A la hora de establecer cualquier acuerdo o nuevos proyectos éstas sentirán nuestro respaldo. Somos líderes en agricultura y este evento pone de manifiesto el importante papel del campo almeriense con un modelo agrícola cada vez más admirado e imitado. Es un motivo más para sentirnos profundamente orgullosos de ser almerienses”.

Asimismo, como apunta Sánchez, se trata de “una nueva oportunidad para seguir consolidando la internacionalización de la marca ‘Sabores Almería’”. En Fruit Logística mantendremos una amplia agenda de reuniones con distribuidores y otros destacados agentes del sector que nos ayudarán a continuar abriendo la marca a nuevos mercados y países. Este año va a ser el de la revolución de ‘Sabores Almería’ y la internacionalización y las nuevas vías de comercialización son dos aspectos claves que nos van a permitir seguir creciendo”.

Por último, el diputado subraya que la imagen de ‘Sabores Almería’ estará presente en diferentes stands de la feria y reitera el compromiso de la institución provincial con el sector agrícola almeriense. Un apoyo que, como enumera Sánchez, se articula a través de acciones como las continuas mejoras en infraestructuras hídricas, la mejora de los caminos rurales e higiene rural en los entornos agrícolas, la apuesta por el eje estratégico de agua, energía y alimentos, el apoyo a las reivindicaciones del sector o el impulso de campañas de promoción del consumo de productos almerienses y de la marca ‘Sabores Almería’.

LA MOJONERA

CAPITAL AGRÍCOLA DEL PONIENTE

Con una ubicación estratégica, somos uno de los municipios más jóvenes de Andalucía y el que tiene mayor porcentaje de superficie invernada.

Somos un municipio emprendedor y dinámico, con cuatro grandes polígonos industriales especialmente centrados en la agricultura auxiliar.



Ayuntamiento de
La Mojonera





The Provincial Council will support Almería's agriculture at Fruit Logistica

The institution will promote the activity of the province's companies and the gourmet brand 'Sabores Almería' in Berlin



The Provincial Council will support companies from the agricultural sector in Almería participating in the new edition of Fruit Logistica, one of the world's most important professional fairs in the sector, held in Berlin from today until Friday, February 9. A delegation from the institution will travel to the German capital to support and promote the work of Almerian agricultural companies, as well as to intensify and consolidate the internationalization of the 'Sabores Almería' brand.

Fruit Logistica becomes a key event as it brings together the main companies in agriculture from around the world and, in addition to the business volume it generates, serves as a forum to showcase, discuss, and analyze trends and challenges in the sector at the international level. In this sense, and as has been the case for many years, the province of Almería will once again have broad participation, reaffirming its leadership in this field as one of the most innovative and efficient agricultures in the world.

Carlos Sánchez, the deputy for Agri-food Promotion, Commerce, and Consumption, explains that the Provincial Council's attendance at this fair has a dual aspect: "On the one hand, we will support the activity of the province's companies. When establishing any agreements or new projects, they will

feel our support. We are leaders in agriculture, and this event highlights the important role of Almerian agriculture with an increasingly admired and imitated agricultural model. It is one more reason to feel deeply proud of being from Almería."

Moreover, as Sánchez points out, it is "a new opportunity to continue consolidating the internationalization of the 'Sabores Almería' brand. At Fruit Logistica, we will have an extensive schedule of meetings with distributors and other prominent figures in the sector who will help us continue opening the brand to new markets and countries. This year will be the revolution of 'Sabores Almería,' and internationalization and new marketing channels are two key aspects that will allow us to continue growing."

Finally, the deputy emphasizes that the image of 'Sabores Almería' will be present at different stands at the fair and reiterates the Provincial Council's commitment to the Almerian agricultural sector. Support that, as Sánchez enumerates, is articulated through actions such as continuous improvements in water infrastructure, the enhancement of rural roads and rural hygiene in agricultural environments, the commitment to the strategic axis of water, energy, and food, support for the sector's demands, and the promotion of campaigns to encourage the consumption of Almerian products and the 'Sabores Almería' brand.

Ahora todos quieren ser como nosotros siempre hemos sido.

Caja Rural Granada
FIELES A NUESTRAS RAÍCES



Cercanía



Sostenibilidad



Responsabilidad
Social



Empatía

Nuestro compromiso con la agricultura está en nuestro ADN. Ponemos a tu disposición un equipo de profesionales para hacer realidad tus proyectos ofreciéndote líneas especiales de financiación, seguros agrarios, o asesoramiento especializado de la PAC. Además, contamos con cursos formativos con las últimas novedades del sector para ayudarte a crecer.

Visita nuestras oficinas o escanea este QR y descubre todo lo que podemos hacer por ti.



La Diputación de Granada y el sector agroalimentario granadino unidos para fijar población y crear riqueza



17

El presidente Francis Rodríguez traslada el compromiso y apoyo de la institución a un sector clave para la economía de la provincia

Texto: R. I.

Un año más, Fruit Logística, el escenario mundial para nuevas ideas, nuevos impulsos, nuevas soluciones del ámbito agroalimentario, se convierte en un magnífico escaparate del destacado sector agrícola de la provincia de Granada.

Y ahí está la Diputación de Granada implicada de forma prioritaria en la promoción y el reconocimiento del gran valor que aporta a la economía granadina sus cooperativas agrarias. “Estamos respaldando su actividad en la que es una de las principales ferias del mundo en el sector agroalimentario”, ha dicho el presidente provincial, Francis Rodríguez, que ha destacado la gran labor que realizan favoreciendo la fijación de la población al territorio y también creando nuevas oportunidades para el conjunto de la provincia.

Este año la Diputación acompaña a las 8 cooperativas de la provincia que participan en la Feria Internacional de Frutas y Hortalizas Fruit Logística: Los Gallombares, San Isidro de

Loja, Centro Sur, Espárragos de Granada, y Procam, además de La Palma, El Grupo y Cosafra que están presentes en un evento que se ha convertido en referencia mundial en el ámbito de la comercialización de productos frescos.

En el caso de nuestra provincia, la exquisitez y la alta calidad son el principal hecho diferencial. Los principales productos que llevamos a Fruit Logística son tomate, pepino, sandía, cereza, frutos subtropicales y el espárrago verde que, además, en una de sus variedades, cuenta con Indicación Geográfica Protegida (IGP) de Huétor Tájar. Todos ellos productos de excelencia.

“Los datos de las cooperativas granadinas nos deben ayudar a dimensionar la importancia de este sector, al tiempo que provocarnos un gran orgullo como tierra”. Las cooperativas de la provincia dedicadas a la producción de frutas y hortalizas facturaron en 2022 casi 338 millones de euros. “En si la cifra ya es importante, pero quiero poner el acento en el crecimiento experimentado en el último año, que se sitúa en el 7% respecto a la campaña anterior. Esto

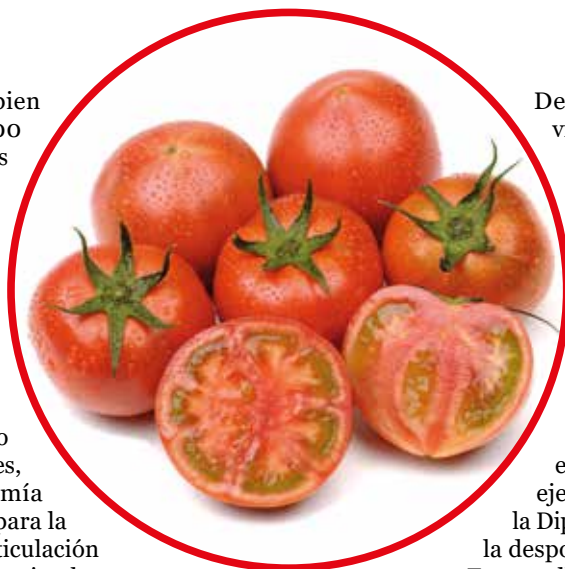
solo puede ser el fruto del trabajo bien hecho, el que realizan las casi 8.000 personas que emplean las cooperativas granadinas”.

Otro de los galones que la provincia de Granada muestra en Berlín, es el pujante modelo cooperativo: colaborativo, solidario, sostenible, innovador, democrático, moderno y arraigado al territorio. Un total de 27 cooperativas de la provincia y 6.000 agricultores producen frutas y hortalizas con un sabor extraordinario y numerosas propiedades nutricionales, dando así ejemplo de que la economía social es una fórmula de éxito tanto para la economía provincial como para la articulación de la economía de los territorios donde se implantan.

Nuestras cooperativas cada día dan muestra de su compromiso con el entorno y con el medio rural. Es destacable también que para situarse en el nivel que tienen apuestan por la innovación, con ello logran que sea posible ofrecer productos naturales, frescos o en conserva, y dar respuesta a las necesidades y gustos de un consumidor cada vez más exigente, no solo en el entorno inmediato sino a nivel internacional.

Frescura, sabores nuevos y únicos, y métodos sostenibles forman parte de las demandas de los compradores, que además de buscar la calidad tienen en cuenta el cuidado del medio ambiente.

“Desde la Diputación de Granada mantenemos un firme compromiso con la mejor agricultura de nuestra provincia, la que representan nuestras cooperativas, y lo hacemos con el impulso a la marca promocional que lideramos, Sabor Granada.



De su mano trabajamos para dar visibilidad a los excelentes y variados productos que dan los campos granadinos para así potenciar su comercialización. Y es que una agricultura productiva y rentable es generadora de riqueza y de empleo, y por tanto un elemento clave para arraigar población en el medio rural. De esta forma, además de apoyar uno de los principales baluartes económicos de nuestra provincia, estaremos influyendo en uno de los ejes de nuestro proyecto al frente de la Diputación provincial, la lucha contra la despoblación”.

Es por ello, por lo que el presidente de la Diputación ha trasladado el firme compromiso para que la industria agroalimentaria crezca y deje todo el valor añadido posible en la provincia con un “decidido” apoyo a la economía social del medio rural que representan las cooperativas.

“Desde la Diputación tenemos la firme convicción de que el trabajo que hacen nuestros agricultores, las empresas transformadoras y las cooperativas tiene una extraordinaria calidad que se debe dar a conocer. Además de ser esencial para la economía provincial, todo el trabajo que desarrollan, en la mayoría de casos en el medio rural, contribuye al crecimiento de nuestros pueblos”.

Eventos como Fruit Logística se convierten en citas imprescindibles en las que el sector agrícola granadino muestra su potencial con el respaldo y el apoyo de la Diputación Provincial de Granada.



30 años
Y parece que fue ayer

Fue en 1993, cuando nuestro sueño comenzó a convertirse en realidad. Cultivar nuestros propios productos y abastecer los mercados más exigentes.

Hoy, 30 años después, esa ilusión permanece intacta. Con trabajo y esfuerzo seguimos avanzando hacia nuevos retos.

ORGULLOSOS DE NUESTROS PRODUCTOS Y DE NUESTRO ORIGEN.

MP MERCOPHAL
CALIDAD DESDE EL ORIGEN

www.mercophal.com | VÍCAR (Almería) | ESPAÑA

The Provincial Council of Granada and the agrifood sector in Granada join forces to stabilize the population and generate wealth

President Francis Rodríguez conveys the institution's commitment and support to a key sector for the province's economy

Once again, Fruit Logística, the global stage for new ideas, new impetus, and new solutions in the agrifood sector, becomes a magnificent showcase for the outstanding agricultural sector in the province of Granada.

The Provincial Council of Granada is actively involved in promoting and recognizing the significant value that its agricultural cooperatives contribute to the Granada economy. "We are supporting their activity at one of the world's leading fairs in the agrifood sector," said the provincial president, Francis Rodríguez, highlighting the great work they do, promoting population stability in the region, and creating new opportunities for the entire province.

This year, the Provincial Council accompanies the 8 cooperatives from the province participating in the Fruit and Vegetable International Fair, Fruit Logística: Los Gallombares, San Isidro de Loja, Centro Sur, Espárragos de Granada, and Procam, as well as La Palma, El Grupo, and Cosafra. These cooperatives are present at an event that has become a global reference in the marketing of fresh products.

In the case of our province, excellence and high quality are the main differentiators. The main products presented at Fruit Logística are tomatoes, cucumbers, watermelons, cherries, subtropical fruits, and green asparagus, which, in one of its varieties, has a Protected Geographical Indication (IGP) from Huétor Tájar. All of these are excellent products.

"The data from Granada's cooperatives should help us understand the importance of this sector, as well as fill us with great pride as a land." The cooperatives in the province dedicated to the production of fruits and vegetables invoiced nearly 338 million euros in 2022. "While the figure is already significant, I want to emphasize the growth experienced in the last year, which stands at 7% compared to the previous campaign. This can only be the result of well-done work, the work carried out by the almost 8,000 people employed by Granada's cooperatives."

Another of Granada's distinctions showcased in Berlin is the thriving cooperative model: collaborative, supportive, sustainable, innovative, democratic, modern, and rooted in the region. A total of 27 cooperatives in the province, with 6,000 farmers, produce fruits and vegetables with an extraordinary taste and numerous nutritional properties, setting an example that social economy is a successful formula for both the provincial economy and the development of the territories where they are implemented.

Our cooperatives demonstrate their commitment to the environment and rural areas every day. It is also noteworthy

that, to attain their current level, they invest in innovation, enabling them to offer natural, fresh, or preserved products and meet the needs and tastes of an increasingly demanding consumer, not only in the immediate environment but also internationally. Freshness, new and unique flavors, and sustainable methods are part of the demands of buyers who, in addition to seeking quality, consider environmental care.

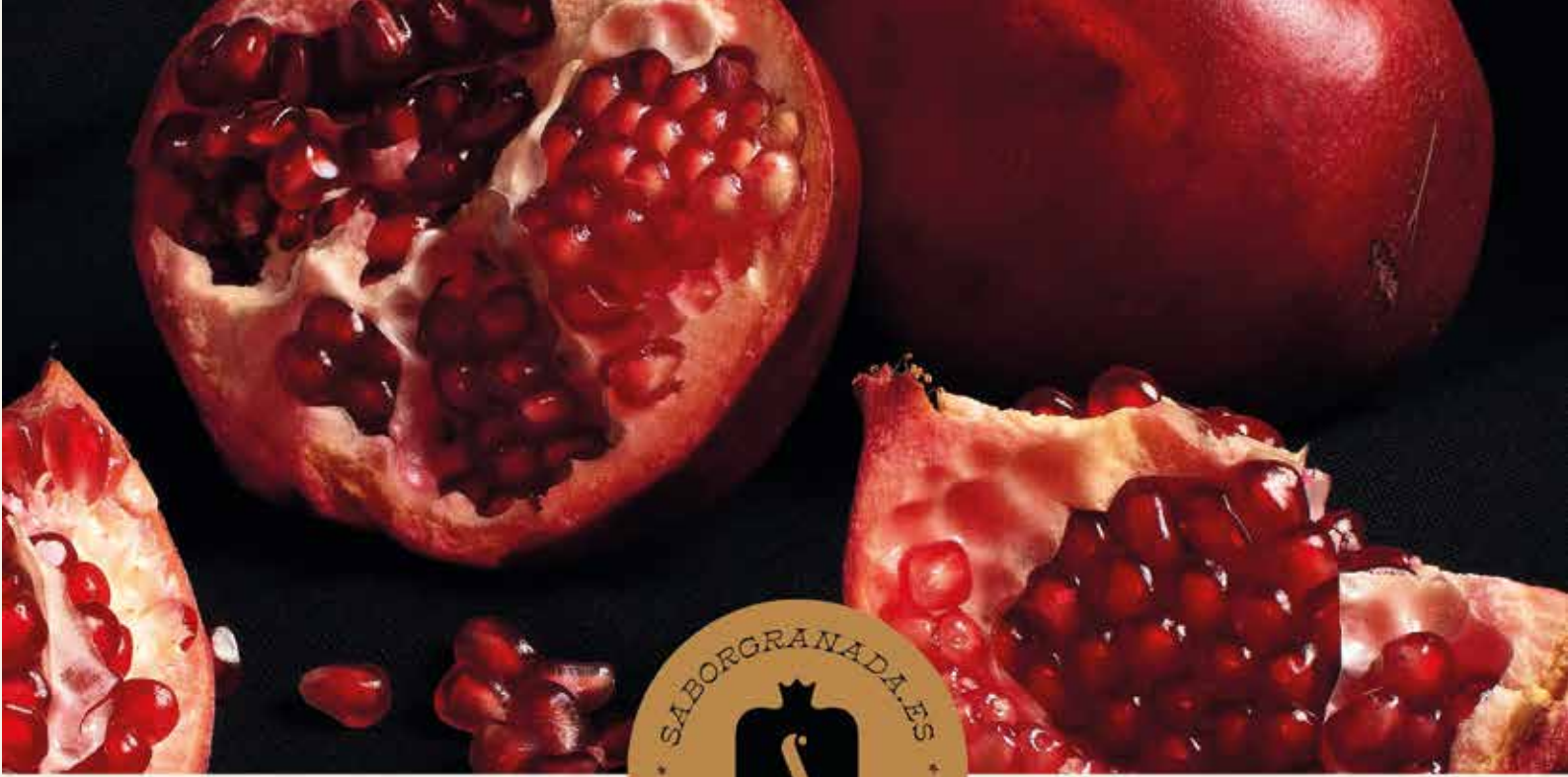
"At the Provincial Council of Granada, we maintain a strong commitment to the best agriculture in our province, represented by our cooperatives. We do this by promoting the leading brand, Sabor Granada. Alongside them, we work to showcase the excellent and varied products from the fields of Granada to enhance their marketing. Productive and profitable agriculture generates wealth and employment, making it a key element in rooting the population in rural areas. In this way, in addition to supporting one of the main economic pillars of our province, we will be influencing one of the key aspects of our project at the head of the Provincial Council: the fight against depopulation."

Therefore, the president of the Provincial Council has expressed a firm commitment to the growth of the agri-food industry and leaving as much added value as possible in the province by providing decisive support to the social economy of rural areas represented by cooperatives.

"At the Provincial Council, we firmly believe that the work done by our farmers, processing companies, and cooperatives has extraordinary quality that needs to be showcased. In addition to being essential for the provincial economy, all the work they carry out, mostly in rural areas, contributes to the growth of our towns."

Events like Fruit Logística become essential gatherings where the agricultural sector in Granada showcases its potential with the backing and support of the Provincial Council of Granada.





*Gastronomía de nuestra tierra,
diversidad de nuestra cultura
y tradición de nuestra historia.
Granada llena de vida.*

Somos la manifestación de la identidad gastronómica de Granada.
Difundimos la esencia de nuestra tierra a través de productos
que cuentan la historia de una tierra rica en tradición.
Somos Sabor Granada.



Diputación
de Granada

SABOR GRANADA

Mayo, 2022



**MÁS SOSTENIBILIDAD
Y MÁS DIGITALIZACIÓN
PARA MÁS RENTABILIDAD
EN NUESTRO CAMPO.
MÁS CONOCIMIENTO,
MÁS PARA TI.
MÁS CERCA
Y MÁS CONTIGO.**

ADN AGRO

 **cajamar**
CAJA RURAL

Así somos nosotros.
Puro ADN Agro.

