



## Ferias

Macfrut

## Enfoque multidisciplinar del camino del valor

- En las frutas y hortalizas del mercado de Milán ya no se habla ni de estación, ni de temprano; el negocio está globalizado y el origen es variado



*En una de las sesiones de "convegni" de Macfrut se resaltaron los aspectos del sabor de la fruta para los consumidores. Fueron los ponentes de una sesión dedicada a IV gama los que señalaron que, también en fruta cortada y lista para comer, los compradores prefieren marcas que les aseguren la calidad organoléptica. La tecnología actual de poscosecha permite controlar este tipo de calidad de forma no destructiva.*

Pere Papasseit

ppt@ediho.es

En Macfrut, para los participantes cada año ocurren dos cosas: una es la oportunidad de conocer de cerca la innovación y oferta de los fabricantes de maquinaria de poscosecha hortícola más inquietos, y otra es una ocasión para el debate de los agentes de la cadena frutícola italiana con sus organizaciones y profesiones de la industria hortícola.

Los alimentos hortícolas son el segundo valor de consumo de los italianos. En cuota de mercado europeo, Italia tiene un porcentaje del 28%, seguido de España con 21% y, a mayor distancia, Francia. La tradición hortícola, según Silvana Nicola, es uno de los "convegni" que Macfrut propone a los visitantes; se concentra en 50 especies y su estrategia es promover la diferenciación comercial, especialización poscosecha y aumentar su capacidad de innovación; el otro reto es integrarse mejor en la cadena de distribución mayorista y minorista.

### MelaMangio con gusto

La promoción del consumo de frutas y hortalizas, según Luciano Trentini, es "un gran desafío para la salud pública de los europeos" y, a la vez, una oportunidad para la promoción de las regiones. En Macfrut, como en Sifel, donde se mostró la iniciativa "mitad y mitad", se presentó la de Emilia Romagna, "Frutta Snack, MelaMangio con gusto".

En casi todas las regiones europeas se producen frutas y hortalizas, pero España, Italia, Francia, Portugal y Grecia en donde está el 74% de la producción de fruta y el 66% de hortaliza, y los socios reunidos en la AREFLH, Assemblee des Regions Europeennes Fruitie-

res, Legumieres et Horticoles, [www.areflh.com](http://www.areflh.com), representan a 636.000 agricultores.

El proyecto de la Frutta Snack en Macfrut lo explicó Tiziana Nasolini y consiste en una experiencia de distribución en máquinas de vending con frutas y productos "listos para tomar" seleccionados de casi 100% de fruta, en colegios y centros universitarios. El proyecto tiene de partner a una distribuidora de vending,

centros de educación, alumnos y a la región Emilia Romagna.

### La hortofruticultura es una oportunidad

Los italianos quieren que frutas y hortalizas sean bellas, buenas y sostenibles; además quieren innovación en productos y servicios a los clientes. En la horticultura italiana quieren crear una "nueva calidad", simplificar los cultivos, reducir costes e introducir "know-how" en el sistema de comercio.

En 1950, el 43,9% de los empleos en Italia estaban en la agricultura y en 1995 el 7,2%. Ahora, la opinión pública critica la intensificación de la horticultura contagiados por las crisis alimentarias y la sensibilidad hacia la preocupación medioambiental; el objetivo ya no es sólo la eficacia

**Para la producción hortofrutícola italiana en Macfrut, "el tema del valor está dramáticamente abierto y habrá que resolverlo", según apunta Paolo Bruni de Fedagri**



de producir más, se exige la producción integrada.

La hortofruticultura es una oportunidad para el sistema económico italiano, como para el español. Hay 800.000 empleos en las fincas agrícolas, 1/3 del trabajo del sistema agroalimentario. Pero el análisis económico de un sector que parece brillante tiene fuertes contradicciones. Mientras crece el valor de la calidad certificada desciende el de las ventas del conjunto de productos hortícolas. "El tema del valor de las frutas y hortalizas está dramáticamente abierto y habrá que resolverlo", dice Paolo Bruni de Fedagri.

La imagen de las frutas y hortalizas en una encuesta reciente señala resultados muy satisfactorios. Un 84% de los encuestados ven estos alimentos como "sanos"; el 58% de las familias tienden a comer más y sólo un 10% opina que las frutas y hortalizas de hoy son mejores que en el pasado, lo que indica que no se ha sabido "vender el progreso".

¿Qué prefieren los clientes de frutas y hortalizas? Se-

**Durante la presentación del proyecto Frutta Snack en Macfrut. Una experiencia de distribución en máquinas de vending con frutas y productos "listos para tomar" en colegios y centros universitarios.**

gún los italianos, lo que más interesa a un 69% es la calidad; la fruta o verdura estacional, 62%; el precio para el 39% y la información interesa a un 31%; conocer el origen interesa a un 32%, más que la categoría de producto normalizado y certificado, 28%; la seguridad alimentaria le preocupa al 21% y la marca tiene valor para el 9%.

**Seguridad alimentaria, comunicación y distribución**

Los italianos ven su fruta más segura, 71% frente a 25% que la ven igual de segura que los frutos importados. Los productos de procedencia europea son más seguros para el 56% de los encuestados frente a un 25% que manifiestan te-

Feria internacional de planta y flor mediterránea, tecnología y jardín.

**Iberflora**  
**2006** 18 al 20 octubre  
VALENCIA  
ESPAÑA

Iberflora da un nuevo paso adelante en su 35ª edición.

Las nuevas características del mercado y las necesidades de expositores y visitantes, exigen una Iberflora con mayor carácter internacional. [25% más de expositores extranjeros, y 10% más de visitantes profesionales extranjeros], con más oferta en planta y flor mediterránea, con más tecnología y jardín, con más actividades de divulgación e información.

Todo ello para seguir siendo el certamen más importante del mundo en oferta de planta y flor mediterránea, en tecnología para su producción y jardín.

Es, por tanto, el punto de encuentro del sector y sigue siendo el referente y la cita obligada para los profesionales que quieren conocer novedades, realizar contactos o ver hacia dónde se mueve el sector.

Certamen simultáneo con

EUROBRICO  
SALÓN PROFESIONAL DEL BRICOLAJE

Feria Valencia: Avenida de las Iberias, s/n E-46035 Valencia (España)  
Apdo. (P.O.Box) 4765-4280 Valencia • Tel. 96 3585 1100 • Fax 96 353636 (111-98) 614054  
E-mail: ferivalencia@ferivalencia.com • Internet: http://www.ferivalencia.com

FERIA  
VALENCIA

# Comunicación

ner igual confianza en cuanto a seguridad alimentaria de las que vienen de terceros países.

En una sesión de Calidad y Seguridad patrocinada por Bayer, Piero Cravedi explicó que entre 40 y 90% de los cultivos hortícolas practican la lucha integrada. En los últimos 40 años se duplicó la población mundial y los productos fitosanitarios se convirtieron en más selectivos con mecanismos de acción propios para cada especie o grupos de especies y "sólo el 2,9% en los análisis de muestreos en productos hortícolas dieron resultados con niveles de residuos por encima de los mínimos permitidos"

"En alimentación, explica Danielle Tirelli, vivimos en la sociedad de la sobreabundancia" y para la promoción de frutas y hortalizas falta una política de producto: la uva



mejora sus características y ya no tiene pepitas, el kiwi cada vez es más sabroso, incluso el amarillo, y con la lógica aplicada al producto y con información se puede convencer al consumidor.

Las ventas de frutas y hortalizas en un 60, 80% en Italia, acaban en la distribución organizada, en donde estos alimentos se ven "como un com-

modity", dice Renzo Piraccini.

En Macfrut hay tiempo para el debate sobre ventas y consumo, pero también para presentar aspectos puntuales sobre normalización, seguridad alimentaria y certificación. Este año, los mercados mayoristas presentaron ponentes con propuestas para prevenir tiempos de crisis y analizar proyectos de mercados mayo-

*Ésta ha sido la 23ª edición de Macfrut como feria especializada en poscosecha y acondicionamiento para la distribución de frutas y hortalizas.*

ristas; en algún caso se marcó como ejemplo a seguir a Mercabarna de Barcelona.

Ésta ha sido la 23ª edición de Macfrut como feria especializada en poscosecha y acondicionamiento para la distribución de frutas y hortalizas, el 17º Salón Agro Bio Fruit, que contiene materiales de producción como semillas, plantas de vivero, fitosanitarios, abonos, etc, y la 11ª ocasión que presentan una exposición de productos "biológicos del mediterráneo".



IMPORTACION Y EXPORTACION DE PLANTAS, ESQUEJES, SEMILLAS Y ARBOLES TROPICALES

CONTACT:  
TEL: +31 297 388 888  
FAX: +31 297 388 800  
E-MAIL: INFO@LASPALMAS.NL

**LAS PALMAS**

INTERNATIONAL TRADE B.V.

AALSMEER - HOLANDA

WEB: WWW.LASPALMAS.NL