



Sobre estas líneas, Wim van der Loo, director de Hortifair, a la izquierda, observando el pin con el símbolo de Almería, el índalo, que le entrega Fernando Ruano, director-gerente de la Cámara de Comercio de esta provincia española. Una delegación de directivos de la feria Expoagro Almería visitó Hortifair para aumentar la relación entre ambos encuentros.

A su izquierda El stand de Brasil, una de las 49 nacionalidades presentes en Hortifair.

Como podemos apreciar en la instantánea, año tras año aumenta el número de expositores y visitantes de Oriente.

Hortifair 2008

Bajo el lema de la sustentabilidad creciente

- A las áreas temáticas que ya se vieron en ediciones previas, se sumaron el Pabellón de la Logística, la Casa del Software y el Pabellón Good & Green

Alicia Namesny

agrocon@ediho.es

Casi 48.000 visitantes profesionales es el cómputo final realizado por los organizadores de la feria Hortifair, que tuvo lugar en sus nuevas fe-

chas, a inicios de octubre, del 14 al 17. Un 50% de los visitantes procedía de Holanda, y el resto de todo el mundo, con predominancia de países del Este de Europa y de Medio Oriente. La entrada a la feria fue gratuita para los profesionales que recibieron entradas a

Ferias

través de la prensa especializada.

El director, Wim van der Loo, indica que se realizaron más de 900 negocios en los que intervinieron 49 países durante los días de la feria. En los pasillos la afluencia de visitantes pareció menor que en otros años, pero muchos expositores coincidieron con la evaluación de los organizadores sobre su calidad. Según una encuesta independiente, un 65% de ellos tienen capacidad de decisión o toman parte de las decisiones. Las instalaciones donde tiene lugar la feria ocupan 80.000 m².

Temas y actividades

A las áreas temáticas que ya se vieron en ediciones pre-

vias, se sumaron el Pabellón de la Logística, la Casa del Software, el Pabellón Good & Green (Bien y Verde); también ha aumentado el número de actividades que se realizan paralelamente, ya sea en el propio recinto de la feria como fuera. Es el caso de la exposición que realizan en paralelo en los recintos de la actual subasta FloraHolland, en Aalsmeer (FloraHolland es la entidad que surge de la fusión de la subasta de Aalsmeer y Flo-



Vista general de uno de los pabellones, donde se puede apreciar la afluencia de visitantes.

A las áreas temáticas que ya se vieron en ediciones previas, se sumaron el Pabellón de la Logística, la Casa del Software, el Pabellón Good & Green (Bien y Verde); también ha aumentado el número de actividades que se realizan paralelamente

raHolland); los productos más novedosos se pudieron ver también en Amsterdam en el stand de la subasta. Una lanzadera unía ambos puntos para facilitar a los visitantes el desplazamiento. Marius Varekamp, presidente de Hortifair, se congratula de que el alto poder de atracción de la feria y estas actividades demuestren la posi-



NOVEDAD

¡Encaja perfectamente!



Solicítelo ya:
¡Ha salido el nuevo
TEKU® catálogo!

NORM PACK® ahora en **TEKU®**.

TEKU® es ahora aun mejor! Con NORM PACK® completamos nuestro programa. Todavía más servicio y la calidad de siempre desde una sola fuente. Descubra la nueva TEKU® variedad y concierte una cita con uno de nuestros comerciales, quien le presentará las nuevas bandejas NORM PACK®. También puede pedir muestras gratuitas junto con nuestro actual TEKU® catálogo llamando al:

☎ **93 754 09 20**

TEKU® – uno para todo.



PÖPPELMANN

TEKU®: UNA MARCA DE PÖPPELMANN

Pöppelmann Ibérica S.R.L.U.

Plaça Vicenç Casanovas, 11-15

08340 Vilassar de Mar (Barcelona)

Tel. 93 754 09 20 | Fax 93 754 09 21

teku-es@poepelmann.com | www.teku.com



Las originales ideas de marketing son una de las apuestas de Hortifair; en la imagen superior, un atractivo packaging para hacer ineludible el llevarse la planta a casa.

En la imagen superior de la dcha. se puede observar la importancia del marketing que el sector ornamental otorga a sus productos. Debajo, el vistoso stand con el que la empresa de sustratos Jiffy participó en esta edición.

En la página siguiente, una de las reuniones de negocio, que siguen consolidando a Hortifair como un referente comercial en el mundo ornamental.

ción de liderazgo que sigue ostentando su país en la horticultura mundial.

La Casa de la Tecnología puso el énfasis en la energía; el hilo conductor es un mejor aprovechamiento de ella, con el invernadero como fuente de energía como uno de los objetivos finales. Se presentaron desarrollos concretos como iluminación LED, disminución de emisiones, cultivo acondicionado en invernaderos semi-cerrados y materiales para cubiertas que ayudan a conservar la energía.

La iluminación LED fue también objeto de uno de los desayunos de trabajo; en el debate, en holandés, los ponentes fueron empresas proveedoras de materiales de iluminación e investigadores. Uno de los ponentes planteó que se introdujeran "un año antes" de lo que hubiera debido ser, segura-



mente en relación a los costes de la energía.

En la Casa del Software se vieron propuestas para salvar los menores niveles de estandarización que tienen los productos hortícolas comestibles (frutas, hortalizas, patatas) si se los compara con los ornamentales; igualmente se pudieron ver propuestas en cuanto al uso de RFID, identificación por radiofrecuencia, para facilitar las operaciones comerciales y su logística.

Florecom, el estándar internacional XML, uno de los principales productos en la Casa del Software, está destinado a facilitar el negocio digital de la floricultura, incluyendo el envío de imágenes.

El Pabellón de la Logística, identificable por un contenedor de Maersk, ofreció presentaciones sobre transporte de productos en fresco durante las horas de la feria. Uno de los intervinientes fue George Staby, de Perishables Research

La Casa de la Tecnología puso el énfasis en la energía; el hilo conductor es un mejor aprovechamiento de ella, con el invernadero como fuente de energía como uno de los objetivos finales



Organization, especialista en poscosecha de ornamentales y animador de la web especializada en poscosecha de ornamentales www.ChainOfLife-Network.org. El énfasis de este año estuvo puesto en el transporte marítimo pero para el próximo se incluirán también el transporte terrestre y aéreo. La Casa de la Calidad tuvo 1.200 inscritos, una cifra similar a la del año anterior; en ella pudieron observarse las variedades que se proponen para flor cortada y patio. Las más abundantes fueron alstroemerias, gerberas, asters, phalaenopsis en maceta y kalanchoes. Un jurado integrado por unos 200 profesiones emite su fallo que se materializa en la concesión de la copa Interpolis. El logotipo para flores y plantas provenientes de "comercio justo" ("Fair flowers, fair plants") fue introducido en 2005 y contaba

Oficialmente se han registrado más de 400 novedades, según información proporcionada por Hortifair; una buena parte de los cuales corresponden a nuevas variedades de especies para flor cortada

INVERNADEROS

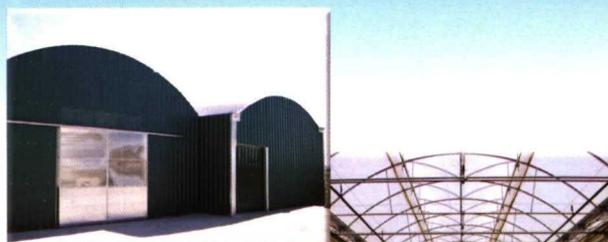


INDUSTRIAS METÁLICAS AGRICOLAS, S.A.

Pol. Ind. COMARCA-2, calle F, nº 12 · 31191 BARBATAIN (NAVARRA)

Tel.- (+34) 948 184 117 · Fax- (+34) 948 184 668

ima@invernaderosima.com · www.invernaderosima.com

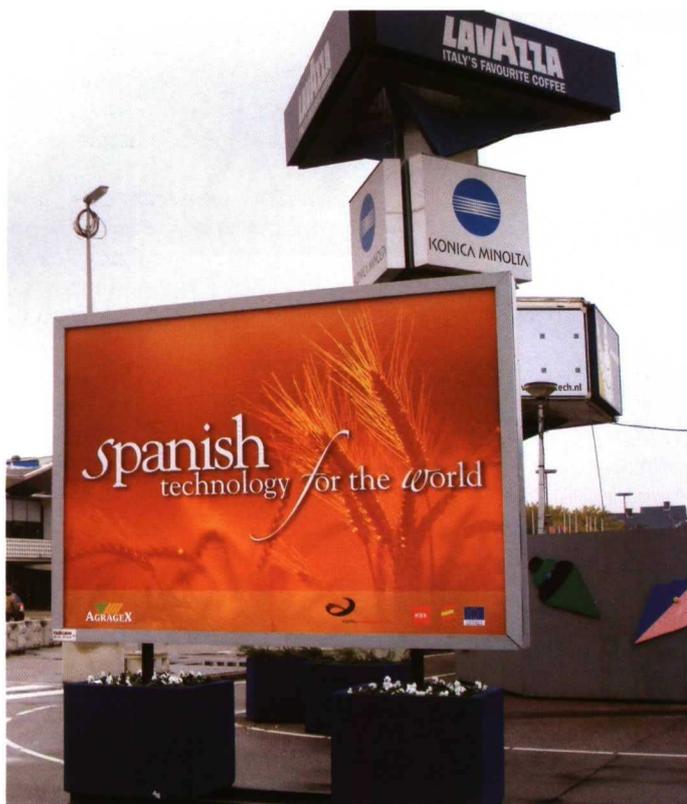


Exportación: GRUPO MSC

www.grupomsc.com

Tel.- (+34) 954 129 138





El cartel de Agragex anuncia "tecnología española para el mundo".

Imagen de uno de los expositores del stand de Ecuador.

con fondos para tres años, que prácticamente ya han transcurrido, para su implantación en Alemania, Suiza, Austria y Reino Unido. La gerente del proyecto, Regina Dinkla, se muestra muy satisfecha de los resultados obtenidos ya que "cada año son más los representantes del comercio y de la prensa que se interesan en el tema". Dinamarca es el próximo país en que se dará a conocer y próximamente se trabajará con este fin en Francia y Holanda.

Novedades y premios

Oficialmente se han registrado más de 400 novedades, según información pro-

porcionada por Hortifair; una buena parte de los cuales corresponden a nuevas variedades de especies para flor cortada. Las novedades se dividen en cuatro categorías y el premio se otorga a una propuesta de alguna de ellas. Se trató de Retail Inspiration, inspiración para el detallista, por "Be Aware Get Better" (ser consciente funciona), un conjunto de seis propuestas que tienen en cuenta la sustentabilidad: Sé Verde, Sé Positivo, Sé Justo, Sé Feliz, Sé Puro, etc...

Los ganadores de las otras categorías fueron Vitro-Plug 126, de Vitro Plus (categoría Suministros), producción de helechos en cultivo in vitro

El énfasis de este año estuvo puesto en el transporte marítimo pero para el próximo se incluirán también el transporte terrestre y aéreo



en bandejas de 126 alvéolos utilizando fibra de coco como sustrato estéril y que se suministran directamente del laboratorio al productor; la caja ecológica Knook Ecoo Box, de Knook Energy, de Knook Energy Solutions International fue la ganadora de categoría Tecnología.

Se trata de un nuevo proceso de captura de CO2 que utiliza un solvente biodegradable, no volátil, estable y no corrosivo, que además redonda en un menor uso de calor. Esto permite obtener gas 100% CO2 puro "in situ". Lisianthus (*Eustoma russellianum*) Adom Red Picotee, de la empresa Combinations, ganó en la ca-

tegoría Productos, que engloba flor cortada y planta en maceta. Es un Lisianthus de flor simple con un color "único", de pétalos con bordes blancos con rojo oscuro. También destacó en esta misma categoría la serie Florini de Anthirrium, presentada por la nueva empresa Hilverda Kooij (resultante de la fusión de la actividad comercial de Hilverda y Kooij & Zonen); se caracteriza por el atractivo de sus flores, bicolors, erectas y uniformes, y el prolongado período de floración.

La feria premia a la empresa que mejor sabe utilizar los medios que los organizadores ponen a su disposición; en esta ocasión, se trató de BVB Substrates. El año pasado el galardonado había sido Priva. El jurado valoró también la forma atractiva de presentar los sustratos y la segmentación del mercado que esto representa. También recibieron una distinción en esta

categoría Peat for People y Koppert Biological Systems. La primera tiene una muy atractiva línea de materiales para garden, desde ropa hasta herramientas; Koppert fue galardonada por presentar a los “bichos” de forma atractiva y por hacer demostraciones de cocina en su stand, que constituyeron un punto de atracción para los visitantes.

La empresa Priva convoca sus propios galardones para promover que los agricultores planifiquen desde el inicio de la toma de decisiones las instalaciones que construirán, bajo el asesoramiento de los técnicos de la empresa.

La Copa de Calidad Interpolis se la llevó la empresa Ermelo por una begonia Beleaf que participó con el nombre de “Jungla Africana”; el jurado valoró especialmente el brillante colorido de los márgenes

Las zonas temáticas también tienen sus premios; el de la Casa de la Genética era a “quién desvelaba el código del DNA”; este fue uno de los pabellones preferidos por estudiantes y científicos

de las hojas, lo que la transforma en una planta con más atractivos para la decoración de interiores que las variedades convencionales.

El Trofeo Csizik para el mejor arreglo floral fue para la empresa que diseñó el stand de Anthura, Zuidkoop Natural Projects, de De Lier.

Las zonas temáticas también tienen sus premios; el de la Casa de la Genética era a “quién desvelaba el código del DNA”; este fue uno de los pabellones preferidos por estu-

diantes y científicos. Este espacio estuvo dedicado especialmente a la horticultura comestible, enfatizando en los compuestos con propiedades nutricionales (alimentos funcionales).

MPS, el sello de calidad holandés, creó recientemente el certificado MPS-Packers, para almacenes de confección. Se otorga a los que cumplan las especificaciones sobre medioambiente, calidad del producto, aspectos sociales y trazabilidad. La primera empresa en

hacerse acreedora de este distintivo de calidad fue Celieplant / The Flowery, miembro de Dutch Flower Group, y lo recibió también durante los días de la feria.

La cooperación entre instituciones holandesas no acaba con la fusión de subastas de la que resultó la actual Flora Holland; el recinto ferial de Rotterdam, Ahoy, y Horti Fair, planean un nuevo evento de la horticultura, destinado al mercado local. “Horti Fair Customer Days”, los días del consumidor de Horti Fair, están previstos para el 16 a 18 de marzo 2009.

Para saber más...

www.hortifair.com

cebollas auténticamente dulces!
Premium imported sweet onions

agriset
SEMILLAS HÍBRIDAS

Casa nova Sweet
CERTIFIED SWEET

Plaza Mayor, 2 // 46120 Alboraya (Valencia-Spain) Tel.: +34 96 372 04 21 www.agriset.es // agriset@agriset.es