



Al lado, «Almaverde» es la marca bajo la cual la cooperativa ApoFruit, de Cesena, comercializa parte de su producción. Se trata de la que proviene de cultivo integrado, con un empleo mínimo de fitosanitarios en campo y nulo en posrecolección, y cosechada en el punto óptimo de madurez para garantizar las mejores características organolépticas y nutricionales. El auge del cultivo integrado y restantes medidas en pro de fruta sana y atractiva, tanto por su aspecto como por su sabor y sanidad, se evidencia por la multiplicidad de marcas que ponen de relieve estas características como principal argumento. Varias son las compañeras de viaje de Almaverde: «SoloSole», del Grupo Fruttadoro de Romagna; «Alegra», de Conerpo; «Nature», de Fruttadoro di Romagna; «Naturissima», de Generalfruit; «Vitalia», de Corer...

Arriba, «Melinda» es una marca desarrollada para promocionar manzanas; la campaña publicitaria que la soporta se considera un ejemplo a seguir en otros productos y fue objeto de una de las conferencias que tuvieron lugar durante Macfrut'94.

Macfrut, AgroBioFrut, TransWorld

La apuesta de la principal región hortícola italiana por la actividad económica de su zona

“ Avanzando por la transectoria que forma la vía de tren entre Bolonia, el aeropuerto más cercano, con Cesena, el punto de destino, distante unos 85 kilómetros, comienza a quedar claro el significado de la horticultura en la economía local. Aún cuando la presencia de la fruticultura es evidente no bien iniciado el recorrido, cerca de Bolonia los huertos están entre campos de cereales. Paulatinamente, la situación se invierte y el cereal queda reducido a parcelas entre otras con pera-

les, melocotoneros, albaricoques, perales, viñas y kiwis. Con un claro predominio de sistemas en espaldera entre los frutales de hueso y pepita y sistemas en «telégrafo» para el

caso de la vid. Peral y melocotonero dentro de los frutales y fresa entre las hortícolas, son las especies más importantes de la zona.

La ciudad anterior a Ce-

“ La organización de las ferias Macfrut, AgroBioFrut, TransWorld está a cargo de AgriCesena. Su trabajo cuenta con el apoyo claro de dos administraciones -las de Cesena y Forli- que apuestan por la fruticultura de la zona, la Emilia-Romagna.”

sena en la vía del tren es Forli, ambas enclavadas en plena Emilia-Romagna, la primera región productora de frutos no cítricos de Italia. Hace ya más de una década que la Cámara de Comercio de Forli y el Municipio de Cesena decidieron unir sus esfuerzos en pro de la economía de la región, convocando, a través de la entidad organizadora **AgriCesena**, la feria Macfrut, que en mayo de 1994 celebró su edición número 11. Dedicada a la tecnología de producción y manipulación hortícola, se ha visto enriquecida en este período con dos ferias adicionales que se celebran en los mismos días, también en el recinto ferial de Cesena, y que completan la oferta de productos y servicios exhibidos.

AgroBioFrut es una de ellas y está enfocada las tecnologías alternativas de

producción. La edición de este año es ya la 6ª, demostrando el temprano interés de la horticultura italiana por métodos de producción tanto amistosos con el medio ambiente como con el consumidor.

Por último, hace cuatro años se celebró por primera vez Trans World, dedicada al transporte de productos agroalimentarios y que ocupa mayoritariamente el espacio descubierto del recinto ferial.

Aún estando en el extremo de esta zona productora, Bolonia, con su Universidad, una de las más antiguas del mundo (1253), aporta su correspondiente Facultad de Agronomía, de presencia muy activa en Cesena-Forlì. Igualmente sus equipos de investigación, entre los que destacan los grupos abocados al estudio del almacenamiento de frutas y hortalizas, así como los que se ocupan de las nuevas agriculturas (ecológica, biológica, lucha integrada...).

En la edición 1994, el denominador común del programa de conferencias paralelas fue, como en otros años, el medioambiente y los métodos hortícolas alternativos. El diario La República, en su sección sobre Bolonia, cubriendo la feria de Cesena, evidencia la preocupación de los italianos por el tema residuos, informando de los resultados de la campaña 1993. El porcentaje de muestras libre de residuos fue del 56%, un avance significativo frente a los años 91 y 92 en que no se llegó a la mitad. El 39% de la fruta examinada mostró niveles dentro de los límites admitidos, mientras que sólo el 5% de las muestras los superó. Este último, un avance



La marca es un elemento diferenciador y, bien entendida, debe garantizar una determinada calidad. La potenciación de las estrategias marquistas es uno de los elementos por los que aboga el sector hortícola italiano, como demuestra la inclusión de esta temática dentro del programa de actos organizado por AgriCesena.



La Emilia-Romagna, donde se enclavan Forlì y Cesena, es una zona eminentemente hortícola en que perales, melocotoneros y fresas son los cultivos dominantes. La semana en que tuvo lugar Macfrut '94 comenzaba la recolección de fresa al aire libre; en el caso del cultivo de la foto, se tratan de los primeros frutos de la temporada. Los precios que habían alcanzado los de cultivo protegido no justificaron la mayor inversión requerida, mientras que, por el contrario, las expectativas para los de aire libre eran muy promisorias.



Arriba, una feria con un componente frutícola claramente dominante, como Macfrut, es cita obligada para las empresas fabricantes de maquinaria de almacén. Entre las presentes, Aweta, cuya nueva línea de acondicionamiento, de mayor rendimiento, fue una de las vedettes.

Al lado, dentro de las empresas extranjeras presentes en Macfrut, debe destacarse el grupo de Lérida, Ponent Export, fruto de la unión de las empresas Actel y Frulesa de cara a los mercados exteriores. La producción que agrupa alcanza las 600.000 toneladas, con un 45% de la producción española de peras, un 36% de la de manzanas y un 15% de la de melocotones. Su presencia en la feria italiana demuestra la voluntad de las empresas españolas por potenciar sus ventas en los mercados extranjeros.

**Cuadro 1:
Sectores presentes en Macfrut'94
y número de expositores
en cada uno de ellos**

Asociaciones de productores	11
Investigación y experimentación	3
Carretillas elevadoras	21
Cámaras frigoríficas prefabricadas y puertas estancas	7
Componentes mecánicos, accesorios, repuestos	15
Cooperativas de producción y comercialización	5
Organismos oficiales	6
Envases de cartón corrugado	20
Envases de madera	5
Envases de plástico	21
Sistemas de atmósfera controlada	7
Tratamiento del agua	4
Instalaciones frigoríficas industriales	7
Sistemas refrigerantes	8
Importadores y Exportadores de Frutas y Hortalizas	8
Informática: hardware y software	3
Bancos	6
Líneas de confección para cítricos	13
Líneas de confección para frutos secos	4
Máquinas envolvedoras y pesadoras para fruta	25
Sistemas de procesamiento para frutas y hortalizas	33
Máquinas para envasado y materiales para pallets	17
Máquinas industriales para limpieza	4
Material de envasado	24
Pallets y contenedores	7
Paneles aislantes y aislamientos térmicos	2
Balanzas	7
Servicios varios	8
Expedidores	2
Prensa especializada	13

frente a los resultados de 1992, en que un 13% de las muestras tenían niveles de residuos mayores a los admitidos, pero aún un resultado peor al de 1991, en que únicamente el 4% de la fruta muestreada tuvo residuos altos.

El otro tema al que se asignó una importancia prácticamente igual al de la sanidad fue el marketing de la fruta. Ya no basta una fruta «buena» para garantizar el éxito sino que hay que saber adaptarse a las necesidades de la

distribución, así como a una oferta abundante e internacional. Una de las medidas, la identificación de la fruta como forma de añadirle valor. Como ejemplo

**“ Estrategias de marca.
Métodos de producción
y posrecolección alternativos.
Globalización del comercio mundial.
Tales los temas que constituyeron el
denominador común de las ferias de
AgriCesena que reunieron a un total de
500 expositores en una superficie que
ronda los 60.000 metros cuadrados.”**

**Cuadro 2:
Sectores presentes en TransWorld'94
y número de expositores en cada uno de ellos**

Equipos especiales para transporte por raíles, mar y aire	1
Camiones, trailers y vehículos usados	6
Vehículos refrigerados	6
Empresas de transporte	1
Componentes, repuestos y accesorios	1
Furgonetas	11
Transporte combinado	2
Refrigeración para trailers y contenedores	7
Trailers y semi-trailers	4
Servicios informatizados	1
Expedidores y servicios varios	1
Vehículos para aplicaciones industriales especiales	8
Vehículos industriales	6
Otros no incluidos en los anteriores	4

**Cuadro 3:
Sectores presentes en AgroBioFrut'94
y número de expositores en cada uno de ellos**

Biofábricas y sistemas de control biológico	5
Productos agrícolas biológicos	5
Productos no químicos y complementarios	7
Maquinaria y equipos para la agricultura biológica	4
Mejora genética de las especies cultivadas	1
Laboratorios y cultivo «in vitro»	4
Instal. técnico-científicas para equipamiento de laboratorios	2
Nueva química y uso más eficiente de los pesticidas disponibles	3
Agrometeorología	2
Informatización, telemática y robótica	1
Organismos y servicios públicos	3
Otros no incluidos en el listado anterior	11
Prensa especializada	2
Viveros	7

de esto último una de las ponencias versó sobre las manzanas Melinda. **Maurizio Rossini**, del Centro Operativo Melinda, explicó la estrategia utilizada en el

desarrollo de esa marca.

Contrastando, al menos dialécticamente, con otros países comunitarios, la internacionalización del comercio mundial, incluyendo el hortícola, se da por asumida en Italia. No se analiza la justicia o no de esto para con sus agricultores sino que se está en la etapa de ver cómo sacarle más partido a un hecho consumado, ya sea haciendo uso de lo que aún se pueda de las políticas de la UE o bien poniéndose a la altura de las circunstan-



Arriba a la izq., G.C. Pratella, profesor de la Universidad de Bolonia, especialista en posrecolección, fue el coordinador científico de la jornada que dedicó AgriCesena a ese tema. Especial atención merecieron dentro de ella las vías alternativas de actuación, de residuos bajos o nulos, así como los métodos de conservación en atmósferas modificadas y controladas, el «frio inteligente», la ralentización de los procesos de maduración y las técnicas de conservación guiada.

En la fotografía central, la conservación bajo atmósfera controlada es uno de los pilares de la moderna fruticultura. Sobre ella habló P. Mattè (en la foto) y a ella se dedica su empresa, Fruit Control. I. Villa, de Isolcell, también dedicada a la fabricación de equipos para cámaras frigoríficas, fue otro de los conferenciantes de Macfrut '94.

Arriba a la dcha., Domenico Scarpellini, Presidente del Comité de Gestión de AgriCesena, estuvo presente durante gran parte del programa de conferencias acompañando a los ponentes.

cias, caso de las estrategias de marca y sanitarias.

Las figuras que ilustran este artículo muestran los sectores presentes en las tres ferias. Como es lógico, el evento es cita obligada para los constructores de maquinaria de acondicionamiento. Entre las presentes, firmas locales con proyección internacional, como **O.c.i.F.** (Oficina de construcción de instalaciones de Fruta); **Uni-Tec**, con maquinaria tanto de confección de fruta fresca como para industrialización; **ITO**, la rama italiana de la norteamericana **DW**, Durand Wayland; más específica, con maquinaria para el preenvasado tanto de hortalizas como de productos industrializados, la canadiense **PFM**, a través de su representante en Italia...

Las organizaciones de productores tuvieron una presencia fuerte, con stands de gran superficie en los que se dejaba claro

su convencimiento que Macfrut es su feria y que ellos debían ser uno de sus pilares. Es el caso de la cooperativa local **Apo-Fruit**, detentora, de la marca «Almaverde», bajo la que se venden manzanas, kiwis, peras, melocotones, albaricoques, limones, uva y hortalizas, cultivados con métodos de lucha integrada y sin tratamientos posrecolección. **Corer**, Consorcio Ortofrutícola Regional de la Emilia-Romagna, una asociación de cooperativas que suman un total de 72.000 hectáreas distribuidas por toda Italia, la fruta calidad standard se comercializa bajo el nombre igualmente de «Corer», mientras que es «Vitalia» la marca que se reserva para el obtenido mediante métodos de lucha integrada. Además de este factor en su publicidad para los países nórdicos, se hace énfasis en una característica climática anhelada por sus habitantes, como es la alta insolación

de Italia, utilizando el lema «crecida a la luz del sol». **ANEIOA** es la Asociación Nacional de Exportadores e Importadores de Productos Hortícolas y Agrios y agrupa no sólo al tipo de empresa indicada por su nombre, sino también al sector industrializador de estos productos. Entre otras, está adscrita a organizaciones como **EU-COFEL**, la Unión Europea del Comercio Mayorista, de la Exportación y de la Importación de Productos Hortícolas. Parte de los miembros de ANEIOA están agrupados en **CIDE-POA**, Consorcio Italiano de Exportación de Productos Hortícolas y Citrícolas, que comercializa sus productos haciendo también referencia a la calidez del clima italiano, bajo la marca «Sunfruit». **Generalfruit**, otra cooperativa presente, tiene a «Naturissima» como su marca insignia ecológica.

Uno de los sectores de

suministros con oferta más abundante fue el de los envases: tanto los plásticos, como la madera y el cartón contaron con stands de múltiples firmas.

El control climático fue otro de los grandes insumos presentes. Tanto para almacén, a través de firmas como **Isolcell** o **Fruit Control**, especializadas tanto en temperatura y humedad como en el establecimiento de atmósferas modificadas para la conservación de frutas de pepita. Entre los constructores de cámaras frigoríficas, también **Frigo Tecnica Internazionale**, con instalaciones distribuidas en todo el mundo. **Artic**, una firma local especializada en paneles frigoríficos, operativa en toda Italia. Para el transporte, los equipos **Thermo King**, estuvieron entre los expositores de TransWorld. »

ALICIA NAMESNY