

TECNO Garden

Revista Profesional de Jardinería

Nº 185 · Abril 2016 · Año XXII · www.tecnogarden.es

PVP: 10 €



PÁGINA 41

ENTREVISTA

● **Francesc Llauradó**,
presidente de AEPLA,
Asociación Empresarial para la
Protección de las Plantas

TRIBUNA

● Nos vamos de feria. Por
Marc Daro, especialista en
bricolaje

MOBILIARIO DE EXTERIOR

● Los más indispensables, los
clásicos, los más atrevidos, los
más sostenibles...

ESPECIAL FITOSANITARIOS E INSECTICIDAS

● Datos de mercado
● Escaparate de productos
● Opinión de los profesionales
del sector

HERRAMIENTAS Y BRICOLAJE

Escaparate de productos



NOVEDAD

KB TRIPLE ACCIÓN

Tratamiento Total con 3 acciones eficaces



INSECTICIDA

(pulgones, cochinilla, trips, mosca blanca...)



FUNGICIDA

(oidio, royas, manchas negras...)



ACARICIDA

Acción sistémica

Formulación de última generación
sin clasificación toxicológica

Autorizado en Jardinería Interior
e Exterior doméstica

Acción rápida:
resultados
en 24 horas
sobre pulgones.

Composición:
Acetamiprid
+ Trifonazol



ibercampo

Agricultura, Jardinería y Paisajismo, S.L.
Calle Cavanilles nº 33-1ºD - 28007 Madrid
Tel: +34 912836644
www.ibercampo.es





¡Diferenciación y valor añadido para su negocio!

Substrato universal Floragard

- Óptima absorción del agua gracias a Aqua-Plus®
- Plantas sanas y robustas gracias al valioso abono natural de guano
- Crecimiento vigoroso y duradero con abono Premium

Flora  gard

Dar lo mejor. ¡Desde 1919!

www.floragard.de · Tel. +49 (0) 441-2092-0



IBERCAMPO

Agricultura, jardinería y paisajismo
C/ Cabanilles, 32. 1º D
28007 Madrid
Tel.: 91 283 66 44
www.ibercampo.es
info@ibercampo.es



Entrevista

**Francesc Llauredó,
presidente de AEPLA**

"Los fitosanitarios, las medicinas de las plantas, resultan esenciales para la viabilidad del actual sistema de agricultura productiva sostenible".

30



Tribuna

22

Nos vamos de feria. Por Marc Daro, especialista en el mercado del bricolaje.



Mobiliario exterior

26

Los más indispensables, los clásicos, los más atrevidos, los más sostenibles...



Fitosanitarios/insecticid.

34

Escarapate de productos y opinión de los profesionales.

Sumario

08 **ACTUALIDAD**

14 **IBERFLORA**

16 **SMAGUA**

18 **INFORME PISCINA**

20 **GARDENA/MCCULLOCH**

24 **HERRAMIENTAS
Y BRICOLAJE**

Jardineros

42. Actualidad

44. Tribuna: Mucho más que un festival, un futuro más verde para nuestra sociedad. Por la organización de FIXA

46. Balance FIMA

48. Agragex en FIMA

50. JCB

51. Claydon

52. Un jardín "pixelado" para un centro comercial de lujo

56. El rincón de Fernando Pozuelo: *La sostenibilidad de los espacios verdes resurge en la ciudad*

CONSEJERO DELEGADO JOSÉ MANUEL GALDÓN

DIRECTOR GENERAL COMERCIAL

David Rodríguez
drodriguez@grupotpi.es



DIRECTORA

Marisa Sardina - marisa.sardina@grupotpi.es
Avda. Manoteras, 26. 3ª planta.
28050 Madrid
Tel.: 91 339 86 26
Fax: 91 339 60 96

PUBLICIDAD

Ángel Luis Lara
angel.lara@grupotpi.es
Tel.: 91 339 86 99 / Móvil 618 732 312

SUSCRIPCIONES Y DISTRIBUCIÓN

Marta Jiménez
marta.jimenez@grupotpi.es
Tel.: 91 339 67 30

IMPRESIÓN Impresos y Revistas, SA

DISTRIBUCIÓN POSTAL



DEPÓSITO LEGAL M-27952-1993

Prohibida la reproducción total o parcial de los contenidos aparecidos en esta publicación sin previa autorización por escrito. Las opiniones y artículos publicados son responsabilidad exclusiva del autor, sin que esta revista las comparta necesariamente.

Premio Editor de Publicaciones
Profesionales 2012





Huerto Urbano

AMOR POR LO NATURAL, PASIÓN POR LO AUTÉNTICO.

- Rápido y efectivo
- Contrasta las principales plagas en plantas ornamentales
- 100% Materias primas naturales



Contra Pulgones,
ácaros y
cochinillas



SÍGUENOS EN NUESTRO CANAL YOUTUBE
www.compo.es



En el centro está la virtud

El cambio climático provocará cambios tanto en el ambiente exterior como en el interior, incluyendo variaciones en las temperaturas, lo que conllevará un incremento de plagas y enfermedades infecciosas que derivará en un aumento en el riesgo para la salud de las personas, según publica la Comisión Europea en su boletín *Science for Environment Policy*.

En esta nueva edición, Tecnogarden dedica algunas de sus páginas al área insecticidas y fitosanitarios, con un escaparate de productos, la opinión de destacados profesionales del sector, datos de mercado y una entrevista con Francesc Llauredó, actual presidente de AEPLA, Asociación Empresarial para la Protección de las Plantas.

Y en este escenario es nuestro deber reconocer el compromiso de esta entidad con la promoción, la gestión ética y el uso apropiado de este tipo de productos. Con pilares como este, vamos evolucionando y dejando atrás períodos donde el criterio principal era la productividad para abrazar conceptos más integrados donde el respeto al medio ambiente, y la seguridad tanto para el operario como para el consumidor de los alimentos, son cada vez más evidentes. Fruto de esta progresión son los nuevos productos fitosanitarios, más específicos, más respetuosos y con menor riesgo.

Si partimos del axioma de que una agricultura biológica no sería capaz de alimentar a la población mundial actual, resulta imprescindible la buena gestión del uso de los productos fitosanitarios y el enfoque de un futuro con la perspectiva de una agricultura integrada, esa que se encuentra a medio camino entre la agricultura ecológica y la agricultura industrial o convencional, permitiendo la utilización racional y razonable de productos agroquímicos de síntesis. *In medio virtus*, rezaba una expresión latina, queriendo decir que “en el centro está la virtud”. No es necesario explicar el significado de esta premisa, sobre todo, si lo extrapolamos a este contexto que nos ocupa.

ÍNDICE DE ANUNCIANTES

Arval.....	33
Mudanza de las Naciones.....	37
La parrilla de Juan Adán.....	40
Compo.....	4
Floragard.....	Interior portada
Ibercampo.....	Portada
Iberflora.....	15
Ilaga.....	43
Infertosa.....	Contraportada
Journées des Collections.....	11
Kyocera.....	29
Neudorff.....	13
Northgate.....	Interior contraportada
Nutri Plant.....	9
Pindstrup.....	27
Semillas Batlle.....	7

¡Reserve ya su ejemplar!

**INFORMACIÓN ÚTIL
Y RENTABLE PARA
SU NEGOCIO**

**SUSCRÍBASE AHORA Y ASEGURE LA RECEPCIÓN
DE SU REVISTA TODOS LOS MESES POR SÓLO**

IVA y gastos de transportes incluidos.

73€



Solicite ya su suscripción:

📞 91 339 67 30

🌐 www.grupotpi/suscripciones

@ suscripciones@grupotpi.es

✉ TPI Edita, SA. Dpto. Suscripciones. Avda. Manoteras 26, 3ª planta. 28050 Madrid

GRAN RENTABILIDAD

PRODUCTOS BATLLE
**HUERTO
Y JARDÍN**
LO QUE NECESITAS
para hacer
**CRECER
TUS
VENTAS**

SEMILLAS



SUSTRATOS



ABONOS



FITOSANITARIOS



La completa gama de productos Batlle para el Huerto y el Jardín, es justo lo que necesitas para satisfacer la creciente demanda del mercado y para dinamizar tus ventas y tus beneficios.

En Batlle, tenemos lo que te beneficia.



NOTICIAS

Grupo TPI, premio a la Trayectoria Profesional por la AEEPP



La Asociación Española de Editores de Publicaciones Periódicas (AEEPP) ha premiado el pasado 14 de febrero al Grupo TPI en la categoría de Trayectoria Profesional, en su X edición de los Premios AEEPP, por su capacidad de transformación del negocio editorial y adaptación a las nuevas necesidades de comunicación. Carlos Astiz, secretario del jurado y secretario general de la AEEPP, afirmó que el jurado ha sabido reconocer, entre las 115 empresas editoras asociadas a la AEEPP, la labor del Grupo TPI por adaptarse a los tiempos y estar en vanguardia, especialmente en lo que concierne a la celebración de eventos como parte de su modelo de comunicación global. Una labor que ha marcado su trayectoria y que el jurado de estos premios reconoció durante la ceremonia de entrega de premios, que tuvo lugar en el Palacio de Correos de Madrid, sede de la presidencia de la Comunidad de Madrid.

David Rodríguez, director general comercial del Grupo TPI, fue el encargado de recoger el galardón durante la ceremonia presidida por Cristina Cifuentes, presidenta de la Comunidad de Madrid, quien resaltó "el esfuerzo y el mérito de los editores españoles" y definió el periodismo y los medios de comunicación como "uno de los pilares imprescindibles de la democracia en una sociedad libre". Por su parte, Rodríguez quiso destacar el esfuerzo de todo el equipo del Grupo TPI "para lograr nuestras metas", y poder convertir a la compañía en un intermediario eficaz y comprometido entre la oferta y la demanda, a través de productos de comunicación rigurosos e innovadores.

**Productos para
jardinería doméstica**

**Vital
Plant**



Fungicida Anti Hongos
Listo al uso 750 ml.



Insecticida GERANIOS
Listo al uso 750 ml.



Insecticida ACCIÓN TOTAL
listo al uso 750 ml.



**Anti Caracoles y
Babosas en Gránulos**



Anti Avispas y Nidos
Jet 4 metros distancia

Abonos, fitosanitarios, biocidas y especialidades

www.vital-plant.es

952.348.479 - Málaga

Relevo en la dirección de Piscina & Wellness Barcelona



Ángel Celorrio ha sido nombrado máximo responsable del salón Piscina & Wellness Barcelona, cuya próxima edición tendrá lugar en octubre de 2017, substituyendo a Josep Jonàs, quien se centrará exclusivamente en la dirección de la Unidad de Negocio de Sostenibilidad e Infraestructuras de Fira de Barcelona. La implicación de Ángel Celorrio en Piscina & Wellness Barcelona se inició en marzo de 2015 como responsable de la gestión integral del proyecto. Junto a Josep Jonàs, se encargó del reposicionamiento del salón y la coordinación organizativa, contribuyendo especialmente al aumento de la presencia del *wellness* y a la creación del espacio expositivo

Wellness Experience de la pasada edición. "Nuestro compromiso con el sector es permanente para crear entornos que contribuyan a resolver sus retos más inmediatos y que promuevan la expansión de la piscina y el *wellness*, aglutinando sinergias, tendencias, actores clave, empresas y profesionales", asegura Celorrio. En este sentido, su próximo proyecto es la celebración en noviembre de este año del Foro Piscina & Wellness, un congreso para debatir temas de interés para el desarrollo de esta industria, organizado en colaboración con la Asociación Española de Profesionales del Sector Piscinas (Asofap).

Goizper Group, Premio a la Internacionalización 2016

Goizper Group ha sido galardonada por la Cámara de Comercio de Gipuzkoa con el Premio a la Internacionalización 2016, por su apuesta estratégica de expansión internacional. Las exportaciones de la firma en estos últimos años suponen el 80 % de sus ventas. Con una implantación productiva del negocio industrial en China, 14 delegaciones propias en otros tantos países y una importante red de distribución, los productos de Goizper se venden en más de un centenar de países. Según señalan responsables de la empresa, su estrategia se basa "en tener presencia en países donde aún no se comercializan nuestros productos o donde las ventas son poco representativas. Cabe destacar el enfoque específico y diferencial que se realiza en cada mercado para adaptar la forma de abordaje al sector, cultura, producto, desarrollo de proyectos con valor añadido gracias a I+D+i".



Ferroforma 2017 se celebrará del 23 al 25 de mayo



Ferroforma, Feria Internacional de ferretería, Bricolaje y Suministro industrial, se celebrará del 23 al 25 de mayo de 2017 en Bilbao Exhibition Centre. A diferencia de otras ediciones, este

año ajusta sus fechas a tres días de celebración, con el fin de que los expositores y visitantes optimicen su asistencia al certamen que, como en anteriores ocasiones, estará sectorizado. El evento reunirá durante tres días a diferentes subsectores, como son la cerrajería, fijaciones, herramientas electroportátil y manual, maquinaria para madera, mantenimiento industrial, suministro industrial y, por otra parte, decoración, iluminación, ferretería y hogar, jardinería, menaje textil y baño, entre otros. El equipo comercial de Ferroforma se ha desplazado a la International Hardware Fair 2016 de Colonia, con el fin de presentar las bases de la próxima edición a todos los profesionales, y celebrar reuniones con asociaciones europeas de fabricantes, revistas especializadas, visitantes internacionales y expositores del sector que allí se congregan.

LA FERIA DE REFERENCIA EN FRANCIA PARA LOS PROFESIONALES DEL JARDÍN



Jardinería



Vivir en el Jardín



Construye tu Terraza

Tres excelentes razones participar en la feria:

- Desarrolle sus negocios con los proveedores franceses ;
- Descubra las tendencias actuales en el sector del Jardín en Francia ;
- Facilite su visita gracias a una organización de los espacios en 3 universos



Para visitar, regístrese ahora:
www.journeesdescollections.com
Code : TG



Para más información, contacte:

Adriana Rodriguez
arodriguez@infopro-digital.com

Leroy Merlin crece en España y consolida su estrategia digital

Leroy Merlin España ha presentado sus resultados anuales con el resultado de una facturación de 1.778 millones de euros en 2015. Esta cifra representa un incremento del 10,7 % con respecto al año anterior. Este volumen de ventas ha supuesto un beneficio neto de 88,72 millones de euros. Además, gracias a un profundo proceso de transformación tecnológica, la compañía dispone a día de hoy de un modelo de negocio digital, que se adapta a las necesidades del consumidor actual. En palabras de Ignacio Sánchez Villares, director general de Leroy Merlin España, "estamos consiguiendo el reto de transformarnos en un modelo de negocio digital que mejora cualitativamente la experiencia del cliente con nosotros. Por ello el pasado año aumentamos un 54 % las ventas a través de nuestra tienda *online*".

En 2016, Leroy Merlin abrirá cuatro nuevos puntos de venta en España, concretamente en A Coruña, Madrid, Finestrat-Benidorm y Jaén. Además, llevará a cabo ocho grandes ampliaciones y 31 remodelaciones de tiendas, lo que supondrá una inversión total de 172 millones de euros. Gracias a este plan, Leroy Merlin creará más de 500 puestos de trabajo directos e indirectos para sus nuevas tiendas.



Cuenta atrás para la segunda edición de las Jornadas Retos del Bricolaje

El próximo 31 de marzo, la Asociación de Fabricantes de Bricolaje y Ferretería (AFEB) y la Asociación de Distribuidores de Ferretería y Bricolaje (ADFB) organizarán la segunda edición de las Jornadas Retos del Bricolaje en el hotel Auditorium (Madrid), donde se reunirán los responsables de compra y de ventas de las principales empresas distribuidoras y fabricantes del sector.

Oracle Ibérica, especializada en el sector de la tecnologías y soluciones para empresas ha sido una de las últimas firmas en incorporarse al panel de expertos que aportarán su visión y experiencia en esta segunda edición. Su director de Seguridad Digital, Mauricio Gumiel, explicará a los asistentes, los actuales peligros que se tienen en un entorno de negocios cada día más conectado con los clientes (omnicanalidad) y lo que supone la entrada de la conectividad y domótica en los domicilios.

Vuelven las Rutas Míticas de WD-40 Este año, la Ruta Transcanadiense

Un año más, WD-40 lanza su campaña promocional Rutas Míticas. En esta ocasión, la temática es la Ruta Transcanadiense, por lo que el premio final consistirá en un apasionante viaje que atravesará Canadá de costa a costa. Registrándose de forma gratuita en www.rutasmiticas.wd40.es, WD-40 sortea un viaje por la Ruta Transcanadiense para dos personas, valorado en 7.000 euros. Además los participantes po-

drán saber al instante si han ganado alguno de estos magníficos premios: entradas de cine, cheques gasolina y cámaras Go-Pro. Desde el 1 de marzo hasta el 31 de diciembre 2016, se podrá participar en el concurso, pudiendo además participar una vez al día. De este modo, cuantas más veces se participe más posibilidades habrá de ganar alguno de los premios y llevarse el Viaje por la Ruta Transcanadiense.





Disfruta del Jardín y Huerto Ecológico



Gama Insecticidas Acaricidas

Spruzit®



Teléfono: 902 024 874
neudorff@seipasa.com

Descubre mucho más en
www.neudorff.es



Iberflora prevé incorporar nuevos sectores en su escaparate

Iberflora ha realizado una encuesta entre todos sus expositores, cuyas conclusiones confirman los ejes prioritarios establecidos por el comité organizador para la próxima cita: incrementar la oferta, reforzar las acciones promocionales y contribuir al fomento de la cultura verde. De esta forma, los expositores consideran imprescindible ganar poder de convocatoria. Y, con ese objetivo, Iberflora prevé incorporar nuevos sectores en su escaparate, como la maquinaria y herramienta de jardinería, el vestuario, las tecnologías de la producción, la decoración exterior, el ocio al aire libre, los productos de temporada, los huertos urbanos, los *grows* y todo lo relacionado con el mundo de las mascotas. Pero además, la próxima edición, que se celebrará del 28 al 30 de septiembre en Feria Valencia, constituirá un gran evento ferial, gracias a la celebración conjunta de Iberflora con las ferias Vegetal World, Eurobrico -Salón Internacional del Bricolaje-, Ecofira, Egética y Laboralia, en un escaparate global que rondará los 800 expositores y se prevé que atraiga a más de 30.000 visitantes.

Por otro lado, en la encuesta elaborada por Iberflora los expositores abogan mayoritariamente por que el certamen realice un mayor esfuerzo promocional, una exigencia en la que la feria ya se ha puesto a trabajar. De hecho, el comité organizador ha aprobado un incremento consi-

derable de los recursos destinados tanto a las acciones de comunicación y marketing, como a las distintas acciones comerciales que se están realizando ya, tanto en el mercado nacional como en los mercados extranjeros más importantes para el sector.

Asimismo, los encuestados defienden que Iberflora debe participar en el fomento de la cultura verde. En este sentido, el certamen está programando también distintas actividades paralelas que pretenden acercar la feria al consumidor final, promover el consumo de flores de plantas y todo lo relacionado con el ocio verde.

Como principal motivación para asistir a Iberflora, los expositores subrayan el *networking* por encima de otras razones como la presentación de novedades o las ventas directas. De ahí que Iberflora mantenga su propósito de ser mucho más que un mero escaparate comercial y promueva actividades de valor añadido que faciliten las relaciones profesionales.

Por otro lado, la gran mayoría de expositores de Iberflora 2015 han manifestado su intención de repetir en la próxima edición, incluso de recomendar a otras personas que formen parte de la cita.

Respecto a los canales más importantes, los expositores incluyen desde los centros de jardinería, floristerías y el canal generalista, hasta los bazares chinos y *growshops*, aunque, lógicamente, con niveles muy dispares de importancia. Al-

go más de la mitad de los expositores tiene al mercado nacional como objetivo, pero casi otro 50% busca también potenciar su negocio en el extranjero. Al respecto, cabe destacar que el comité organizador de Iberflora está preparando, con la colaboración de expositores y de las principales asociaciones sectoriales, su plan de captación de compradores extranjeros.

Por último, algunos clientes proponen también que se establezcan nuevos formatos de participación, más sencillos y económicos, con presupuestos cerrados que incluyan todos los gastos. La atención al cliente y la facilidad de contratación son dos de los aspectos más valorados de Iberflora. Por el contrario, la mejora en servicios como el acceso a internet constituye uno de los aspectos a mejorar en cuanto a organización.

Según explica Miguel Bixquert, director de Iberflora, "siguiendo las directrices del comité organizador, e incorporando las aportaciones de esta encuesta realizada a nuestros clientes, Iberflora ha completado un ambicioso Plan Estratégico para 2016. La finalidad es conseguir un evento ferial referente e imprescindible para los profesionales vinculados con el sector verde; una apuesta que, según señalan los responsables del certamen "ya se está desarrollando con acciones concretas en todos los ámbitos".



IBERFLORA

Feria Internacional de Planta y Flor, Paisajismo, Tecnología y Bricojardín

www.iberflora.es

Pasión por el verde



Planta



Flor



Paisajismo



Tecnología



Bricojardín



Temporada

VALENCIA

28 al 30

Septiembre 2016



Feria coincidente con:



SMAGUA RECIBE A MÁS DE 32.800 VISITANTES

Los profesionales y las empresas apuestan firmemente por Smagua. Esta es, sin duda, la conclusión de la celebración de la 22 edición del Salón Internacional del Agua, que cerró sus puertas el pasado 11 de marzo en Feria de Zaragoza, tras cuatro jornadas de amplia actividad –tanto en el plano expositivo y comercial, como en lo relativo a jornadas y ponencias técnicas-. El balance final arroja unos datos alentadores: más de 32.800 personas han pasado por los pabellones 3, 4 y 9, en los que se han dado cita 780 empresas de 35 países y en el que se han inscrito profesionales de más de 45 países.

Encuentros internacionales

Con el objetivo de potenciar el intercambio exterior, así como favorecer los contactos entre las firmas expositoras y los mercados emergentes internacionales, Smagua ha albergado una serie de encuentros internacionales, en los que han participado un total de 130 delegaciones de 11 nacionalidades, y que han contribuido a fortalecer los lazos comerciales entre España y el resto de países con interés en nuestros productos. Las misiones comerciales son de una de las actividades más influyentes que se desarrollan en el marco del Salón Internacional.

Nuevos proyectos tecnológicos

Investigación, innovación y profesionalidad han sido las claves del éxito de esta edición que, una vez más, ha mostrado las tendencias y nuevos proyectos tecnológicos relativos a las industrias del agua y del medio ambiente. En este sentido, cabe resaltar la competitividad y la gran calidad de las 26 innovaciones técnicas que se han premiado en esta convocatoria y que buscan mejorar los procesos hídricos basados en el tratamiento y gestión del agua.

Las redes también han tenido un papel relevante en esta edición, en la que, por primera vez, se ha puesto en marcha una



aplicación para móvil (en sistema Android como iOS), que ha sido un éxito de descargas, con comentarios referidos a su utilidad y dinamismo a la hora de facilitar la visita, tanto a la zona expositiva como a las jornadas.

Intensos debates

No solo el alto potencial tecnológico expuesto en el certamen ha sido el protagonista en Smagua. El potente programa de jornadas técnicas y reuniones, acompañado por las presentaciones comerciales y los encuentros de misiones extranjeras, ha convertido a la 22 edición del salón en un evento de destacado nivel internacional con gran calidad y cantidad de sesiones *be to be*.

Tal y como avanzó el director comercial y de marketing de Feria de Zaragoza, Alberto López, las ferias cuentan con un elemento diferenciador y muy relevante que le otorga utilidad frente a otras herramientas de promoción, que no es otro que “la posibilidad de conocer y de acercarse a los productos con total disponibilidad y profesionalidad”. Además, “las ferias hemos apostado por dar un mayor valor añadido mediante la puesta en marcha de *workshops*, asambleas y jornadas que contribuyen en el desarrollo del sector y en la mejora del rendimiento que presenta el mercado”.

Para el director general de Feria de Zaragoza, Rogelio Cuairán, Smagua es sinónimo de “tecnología e innovación” y, durante cuatro jornadas, ha sido capaz de exhibir la importancia del agua para la vida de los ciudadanos. “Se trata de un bien —el agua— común que constituye un elemento de vertebración del territorio”, ha expresado el responsable ferial a lo largo de sus intervenciones en los distintos encuentros celebrados en el marco del certamen.

Smagua 2016 ha servido para resaltar la importancia del agua y de los avances llevados a cabo por el segmento hidráulico para el conjunto de la sociedad y, por ende, de la economía. Feria de Zaragoza, entidad organizadora del evento se prepara ya para la próxima edición del salón, que se repetirá en marzo de 2017 para pasar, desde ese



momento, a celebrarse en los años impares. Se trata de una apuesta estratégica de la dirección del certamen a fin de reposicionarlo en el calendario ferial europeo y dotarlo de mayor contenido sectorial. Se trata de una decisión aplaudida por las empresas y organismos que, en un número importante, ya han

asegurado su presencia en la celebración de 2017. Feria de Zaragoza pone de manifiesto, de este modo, “la relevancia y preponderancia que el Salón Internacional del Agua tiene para la institución y el papel que juega el agua como elemento de cohesión territorial y económica”, concluyen sus responsables.

CONOCIMIENTO Y FORMACIÓN, claves para el desarrollo del sector piscina

Buenas perspectivas y oportunidades de crecimiento para el sector español de la piscina, así como nuevos retos para sus profesionales y empresas, como la actualización de la formación y el conocimiento de las necesidades del consumidor.

Casi 75.000 piscinas se reformarán en España en los próximos cinco años, incorporando mejoras constructivas y de equipamiento relacionadas con la automatización, la sostenibilidad, la domótica y la integración de las nuevas tecnologías. Esta modernización implicará también la progresiva externalización y profesionalización de todas las tareas de mantenimiento, que hoy realizan domésticamente el 71% de los hogares con piscina. La Asociación Española de Profesionales del Sector Piscina (ASOFAP) recoge estas previsiones en un estudio realizado a partir de una encuesta a un millar de viviendas unifamiliares con piscina con el fin de conocer cómo piensan y actúan sus propietarios, así como para identificar demandas a las que dar respuesta. El informe fue presentado el pasado 3 de marzo en Fira de Barcelona en el marco de las Segundas Jornadas Abiertas de ASOFAP a las que asistieron más de 200 profesionales. En el encuentro también se analizó la situación de los mercados español y francés de la piscina y sus respectivas necesidades formativas, y se dieron a conocer las últimas normativas aplicables a

la piscina privada, el estado de la formación profesional y la creación del Foro Piscina & Wellness donde se tratarán temas de interés para el desarrollo sectorial.

Piscinas privadas españolas

El profesor de ESADE y consultor de marketing estratégico, Ivo Güell, presentó el estudio de la piscina privada, que da continuidad a informes anteriores promovidos por ASOFAP para conocer la realidad cambiante del sector, profundizando en el análisis del cliente, sus hábitos, tendencias y comportamientos de compra.

Para el sector de la piscina, España es el segundo mercado a nivel europeo (superado por Francia) y tercero a nivel mundial (tras Estados Unidos y Francia). Cuenta con un parque de 1,1 millones de piscinas, con una antigüedad media de 17,9 años. Se calcula que la cuarta parte del total de piscinas privadas españolas ha sido objeto de algún tipo de reforma, porcentaje que sube al 40% en el caso de piscinas con más de 25 años.

Las piscinas enterradas de hormigón copan el 88,60% del parque instalado, siendo el

gresite el revestimiento mayoritario (79,90%) y, en menor medida, la fibra (9,10%), la pintura (5,50%) y el liner (5,20%). Se aprecia, asimismo un aumento de la instalación de piscinas prefabricadas. Actualmente el 71% de los hogares se ocupa de la puesta a punto, limpieza y desinfección de su piscina, exceptuando la reparación de aparatos. Apenas el 6,50% de los propietarios delega las tareas de mantenimiento a una empresa o profesional externo. La dosificación manual de productos químicos es el sistema más utilizado (75,90% de las viviendas con piscina), pero se aprecia un espectacular incremento (40%) de la cloración salina para el tratamiento del agua.

Los problemas más comunes que declara una quinta parte de los propietarios de piscinas y que suelen resolverse inmediatamente o durante la temporada están relacionados con la limpieza y desinfección y en menor medida con fugas y reparaciones de equipos. Por otro lado a la hora de comprar equipos y accesorios de piscina, los consumidores prefieren las tiendas especializadas (68% de cuota de mercado), aunque ganan peso las grandes superficies (más del 30%).

El estudio recomienda a las empresas del sector piscina orientar su negocio a la reconversión de espacios libres (terrazas y jardines) de viviendas residenciales ya construidas, tanto unifamiliares como colectivas, y muy especialmente al mercado de la rehabilitación y reacondicionamiento del envejecido, obsoleto y poco equipado parque de piscinas.

El mercado español de la piscina

El presidente de ASOFAP, Pedro Arréola, presentó las cifras del sector español de la piscina del ejercicio 2015 en el que operan 2.500 empresas que emplean a



unos 64.000 trabajadores. El pasado año se construyeron 18.500 piscinas nuevas (+11% respecto a 2014). El volumen de negocio en el mercado interior rondó los 700 millones de euros, mientras que las exportaciones sumaron 250 millones de euros.

Asimismo, la facturación del sector en 2015 creció un 10% en comparación con el año anterior. El 80% de las ventas van dirigidas al mercado de la rehabilitación y el resto a piscina nueva. Otros datos que refrendan el afianzamiento de la recuperación son las ventas de 120.000 bombas; 20.400 unidades de electrólisis salina; y 21.000 unidades de robots. Arrébola predijo que el crecimiento del sector en 2016 estará en torno al 10% debido a las oportunidades ligadas a la renovación y modernización del parque de piscinas español y a coyuntura de mejora económica y de consumo al alza. Otros factores que auguran un buen 2016 para el sector son el ciclo constante de buenas temperaturas; el reinicio de la construcción de viviendas; mayor inversión (menor ahorro contenido); creciente demanda inmobiliaria doméstica y del extranjero; caída del tipo de interés (dinero muy barato); situación de inestabilidad política-social en los países competidores y la conversión de España en la Florida del Sur de Europa.

Francia, ejemplo a seguir

Pese a ser muy positivos, los datos del mercado español aún están lejos de los de Francia, país invitado a las Segundas Jornadas Abiertas de ASOFAP. Según expuso el tesorero de la Federación de Profesionales de la Piscina de Francia (FPP), Stéphane Figueroa, en el país vecino se vendieron 35.000 piscinas en 2014, y eso que las ventas han caído un 13% en los últimos 3 años. A estos vasos se deben sumar 2.700 spas, un segmento en constante crecimiento (+23% en 3 años). El volumen de negocio del país galo alcanza los 907 millones de euros, con una exportación del 19%, mientras que su inversión en I+D es de 7,2 millones. Francia cuenta con más de 3.800 empresas y casi 25.000 empleados en el sector piscinas. El parque de piscinas francés alcanza los 1,8 millones de piscinas, que se dividen en 1,1 enterradas y 0,7 elevadas, según datos de 2015.



La formación marcará la diferencia

Precisamente el tema de la formación centró parte de las ponencias de la jornada. El consultor de Market ADD, Joan Oliva, presentó un informe sobre las necesidades formativas de la industria de la piscina española en el que se detectan cinco grandes áreas de mejora para la actualización de conocimientos de perfil técnico y del ámbito gerencial: tratamiento de agua, química y desinfección (26,1%); productos y materiales (16,7%); técnicas de montaje y construcción de piscinas (12,8%); marketing, ventas y comercial (12%) y mantenimiento de la piscina: (10,7%).

También interesan a los profesionales temas relacionados con redes sociales, gestión, prevención de riesgos laborales y contabilidad/finanzas. Desde ASOFAP apuntan que el asociado muestra más interés por diversas temáticas, tanto técnicas como gerenciales, mientras que el no asociado prioriza claramente los aspectos técnicos, de lo que se desprende que el asociado parece tener un grado superior de profesionalización. En cuanto al formato, el informe muestra la

preferencia por la formación presencial, pero con interés muy significativo del aprendizaje *on line*.

Nueva normativa

Finalmente, el miembro de la junta directiva de ASOFAP, Alfonso Ribarrocha, explicó la última normativa europea aprobada en relación a las piscinas de uso doméstico, la UNE EN 16582:2015, con requisitos generales y específicos para piscinas enterradas; y sobre el suelo. Esta normativa detalla condiciones de estanqueidad, de estructura de la piscina, materiales de construcción y revestimiento, accesibilidad y seguridad ante resbalones, señalizaciones de seguridad, etc. Ribarrocha resaltó el alcance de estas normas, destinadas solo a la familia e invitados del propietario/ocupante/operador de la piscina, incluyendo el uso relacionado con el alquiler de casas para uso familiar. Por tanto, no es aplicable a las piscinas de uso público; a los spas de uso privado o público (normas en fase de redacción); o a las piscinas para niños, que siguen la norma UNE-EN 71-8 sobre juguetes.

Gardena y McCulloch

presentan sus novedades 2016

El campo de golf del Olivar de la Hinojosa de Madrid ha sido el escenario de lujo elegido por Husqvarna Group España División Consumer para la presentación de las novedades 2016 de sus dos marcas de jardinería, Gardena y McCulloch.

Un año más, las firmas Gardena y McCulloch han mostrado su capacidad no solo para desarrollar innovaciones con éxito, sino, sobre todo, su marcada conciencia de implementar mejoras frecuentes. Y a la vista de los resultados, lo vienen consiguiendo, gracias a una organización sistemática y flexible, así como a una clara disposición para transferir efectivas soluciones al mercado en forma de nuevos productos basados en desarrollos tecnológicos eficientes. “El que manda es el cliente. Casi la mitad de nuestra inversión está dedicada a nuestro Departamento de I+D+i”, así lo reconocía Carlos del Piñal, responsable de Husqvarna División Consumer, durante la presentación de las novedades 2016 de Gardena y McCulloch, en un evento al que también ha asistido José Luis Velasco, jefe de producto. Esa capacidad de reconocer las señales del entorno y su proactividad a la hora de diseñar productos de nueva tecnología, así como la esmerada proximidad al cliente hacen que estas dos firmas sorprendan cada año en la presentación de sus catálogos. “Gardena sigue apostando por España, Italia, Portu-

gal y Francia como países estratégicos de cara a los próximos años. El año pasado la firma creció un doble dígito en las categorías de riego y en McCulloch se ha crecido en torno al 4-5 %”, ha explicado Carlos del Piñal, quien ha destacado también su fuerte inversión en televisión e internet, con promociones de descuento y una batería de experiencias para regalar al consumidor final en muchos de los productos: “Gardena va a esponsorizar la sección del tiempo en dos cadenas, concretamente en Cuatro y en La Sexta”.

La irrupción en los últimos años de un escenario caracterizado por el dinamismo del avance tecnológico, la entrada de nuevos y numerosos competidores, la rápida renovación del conocimiento y la reducción del tiempo de desarrollo del producto ha llevado a empresas como Husqvarna a poner en práctica mecanismos de adaptación a este proceso con innovaciones que se han posicionado con gran éxito en el mercado. “Presentamos cada año productos nuevos y Gardena no para de crecer. Hacemos este año 40 años de Combisystem (sistema que permite combinar diferentes mangos con

diversas herramientas para cubrir fácilmente muchas aplicaciones en el jardín. Un mismo mango puede utilizarse para diferentes herramientas). Apostamos con fuerza por el eléctrico así como por uno de nuestros productos estrella como es el robot cortacésped”, puntualiza Del Piñal.

Robot cortacésped

La gama de robots cortacésped sigue creciendo y aumentan los metros cuadrados en cuanto a áreas de trabajo. Este año Gardena ha lanzado un nuevo modelo, el Sileno +, recomendado para praderas grandes de aproximadamente 1.300 m². Con dos ruedas traseras y dos delanteras. Su sistema SensorCut permite una siega regular, proporcional y a la altura deseada. Diseñado con tres cuchillas para un corte uniforme en todas las direcciones.

Recortabordes

Equipado con un mecanismo de avance de hilo semiautomático, se presenta el recortabordes SmallCut 300 de Gardena con dos modelos para adaptarse a la altura del usuario. Recomendado en traba-





jos ligeros de acabado del jardín. Se utiliza con ambas manos, por lo que su manejo es fácil y seguro. El interruptor de seguridad previene el encendido accidental. El anclaje para cable garantiza una sujeción segura del mismo. Presenta la ventaja de que si se rompe un trozo pequeño del hilo, el usuario puede seguir cortando, con lo que se consigue un considerable ahorro de este. El recogedor para el hilo ofrece una mayor protección. El cambio de los carretes de hilo (1,5 mm de ancho y 10 m de longitud) es muy sencillo y no se requieren herramientas para montar el protector. Incorpora motor de 300 W de potencia y alcanza un diámetro de corte de 230 mm.

Tijeras cortacésped y recortasetos Accu

Cuentan con la precisión de corte de unas tijeras tradicionales para hierba o arbustos, pero con la comodidad añadida de funcionar con batería. Posicionadas en un modelo Confort y Premium de Gardena, ahora se incorpora el modelo Classic, cómodo y ligero para el cliente, con algo menos de potencia pero con un precio asequible. En definitiva, un gran todoterreno para el recorte del césped o arbustos. Con autonomía de unos 40-50 minutos y un tiempo de carga de dos horas.

Recortasetos y sierras telescópicas

Se amplía también la gama de cortasetos y sierras Gardena, con modelos eléctricos para clientes que demandan mayor potencia y autonomía. Con una potencia de 500 W en el recortasetos y 700 W en la sierra, con

20 cm de trabajo. Se espera que lleguen al mercado antes del verano.

Pistolas de riego

Este año Gardena también ha renovado su emblemática gama Micro Drip de riego por goteo y sus innovadores terminales de riego, con su nueva Confort con toberas de plástico, que ofrecen la ventaja de que si se atascan se pueden limpiar fácilmente, y sistema antiheladas. Con diferentes formas y características para cada tipo de aplicación: 1) Fusil para cestas colgantes, con la cabeza giratoria. 2) Pistola de riego para macizos con ajuste único de chorro de agua para adaptarse al tamaño de los macizos de flores. Con función anti-goteo, que evita el goteo del agua que queda en los cabezales de riego después de regar. 3) Pistola de riego para plantas sensibles con pulverización fina extra y ducha spray suave para regar las plantas sensibles y plantas de semilleros o jardineras. 4) Fusil de riego con la cabeza giratoria para hacer todos los trabajos de riego o la limpieza a distancia en y alrededor del jardín.

Motosierras McCulloch

También las innovaciones técnicas siguen caracterizando a la marca McCulloch, que cada año mejora su gama de productos con diseños más robustos y resistentes. En motosierras la firma innova con dos nuevos modelos: 400 y 360T. Estos representan una gama intermedia. Con una longitud de espadín de 16" y una cilindrada de 40 y 36 cm³.

Cortacésped

En cuando a novedades de cortacésped, McCulloch ha lanzado una gama clásica

con motor McCulloch. Se trata de tres nuevos modelos, M46-110R, M40-110 y M51-150WF. Este último con 150 cc de cilindrada y 2,5 Kw de potencia a 2900 rpm, tiene tracción delantera, permite un ancho de corte de 51 cm, unas alturas de corte de 30 a 90 mm, su cesto puede almacenar hasta 64 L y resulta especialmente manejable gracias a sus grandes ruedas traseras.

Soplador

El nuevo GBV 345 de McCulloch realiza tres funciones en una: aspirado, soplado y triturado. Se trata de un modelo intermedio entre el 345 y el 320. Se presenta con la misma potencia de motor pero la diferencia está en la turbina, con un diámetro un poco más reducido para poder posicionarse en un precio intermedio.

Tractores

La novedad de este año de McCulloch es el tractor M145-107T Powerdrive, con plataforma de corte de 107 cm y salida lateral. Menos mantenimiento y menor posibilidad de avería. Con potencia de 8,9 KW a 2.600 rpm. Estructura de acero monobloque, con seis alturas de corte (38 a 102 mm). Nuevas velocidades de avance variables (transmisión variable continua). Recomendado para superficies de siega de 3.500 m².

En definitiva, nuevos productos y técnicas mejoradas que Husqvarna Group España División Consumer, con sus marcas de jardinería Gardena y McCulloch, incorpora en su catálogo 2016, dejando constancia de su cultura de innovación, que le lleva a trabajar con éxito aún en tiempos de crisis.

MARC DARO,

ESPECIALISTA EN EL MERCADO DEL BRICOLAJE.

NOS VAMOS de feria

SI NOS VAMOS DE FERIA, pero no la Sevilla, la de Abril... Se abre la temporada de feria, Expocadena 88, Sicur, Colonia, Profer, etc. Parece que la salud del sector ferretero, bricolaje y jardinería ha recuperado su color más carnoso, para poder acudir a tantos certámenes. Pero además parece que sea con buen tono de ánimo, con buen volumen de negocio. Con más visitantes, con más transacciones de negocio. Pero sobre todo con más alegría.

Más allá de los bailes de números de visitantes y posibles pedidos, lo que se valora más es el tono y el carácter del visitante. Que se anima a acudir a la feria, en lugar de enviar pedidos de algún modo. Que incluso cierra su negocio porque entiende que es algo útil, necesario, y que resulta saludable ver cómo está el mercado, así como las oportunidades que se presenta para lograr más negocio, más cosas a innovar.

Esto hace tan solo un par de años era impensable, las ferias eran un deambular de expositores aburridos, de *stands* vacíos, de gente que acudía por obligación más que por convicción.

No sé si será por los brotes verdes, por la buena voluntad de todo el mundo, consumidores y clientes. Todos entendemos que si no es por nosotros mismos, ningún mágico salvador y recaudador de votos, vendrá a hacerlo.

Este país está demostrando que necesita lo justo a políticos que no aportan nada, que somos un pueblo que puede salir del bache por sí mismo.

Ver *stands* llenos, con gente haciendo colas, con proveedores superocupados, haciendo pedidos, y con nuevos clientes, llena de alegría al sector, mas allá de llenar las cuentas de resultados.

Pero hemos de ser capaces de vencer los miedos, las malas energías, los malos pensa-



mientos y pensar si podemos con esto, si queremos cambiar el sino de los tiempos.

Nos vamos de feria, sí, pero con alegría, con ilusión, con la mente abierta, porque queremos y podemos darle la vuelta a la nueva situación de las ventas y las compras.

La crisis ya no es una excusa, quien se quiera apuntar al carro de la nueva situación posi-

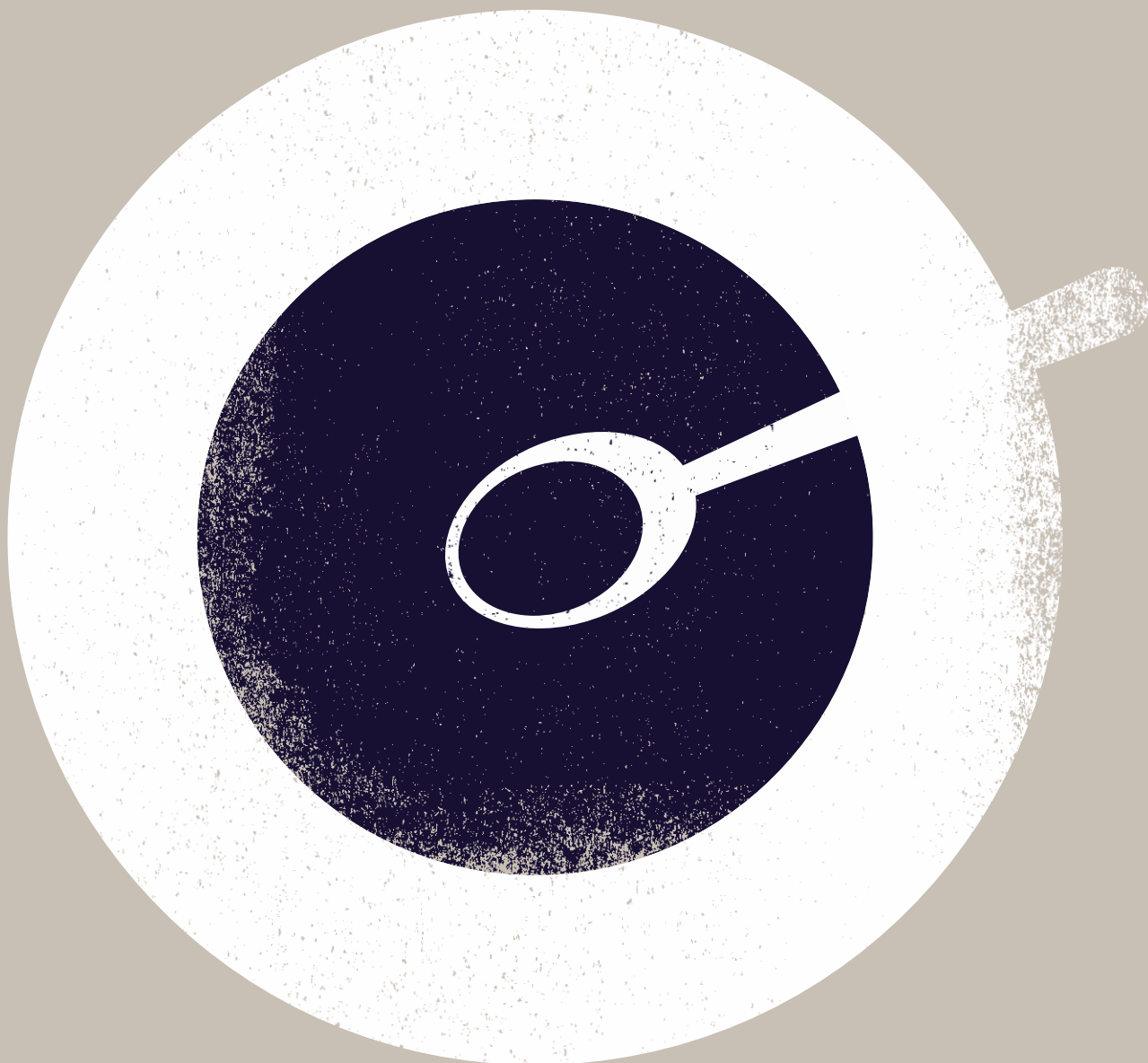
va, que lo haga en la feria que quiera, desde Expocadena a Eurobrico, pero que lo haga, para no pensar en lo que se perdió y sí en lo que ganó.

Nos vamos de feria sí, pero con la sonrisa de quien lleva la maleta llena de nuevos proyectos.

Nos vamos de feria ¿y tú?



FUNDACIÓ
BANC DELS ALIMENTS
BARCELONA



+130.000
beneficiarios

La Fundació Banc dels Aliments de Barcelona es una entidad benéfica, independiente y sin ánimo de lucro que desde el año 1987 lucha contra el despilfarro alimentario y el hambre de aquí, recuperando excedentes de alimentos consumibles pero no comercializables de la industria alimentaria, la agricultura y el comercio. Haciéndolos llegar a los más necesitados de nuestro entorno a través de una red de entidades benéficas. **Lo damos todo contra el hambre de aquí. Ayúdanos.**

www.bancdelsaliments.org / info@bancdelsaliments.org / Tel 93 346 44 04



Bruguer amplía su gama de colores

Bruguer ha presentado el nuevo destino de su gama Colores del Mundo: Escandinavia, compuesto por una paleta de tonos neutros, con el gris como protagonista. Además, la firma incorpora a los diferentes destinos un nuevo tono, el Matiz, e incluye un nuevo color en el destino Alaska, el blanco cálido. De este modo, la compañía refuerza su colección con una amplia gama de color inspirada en lugares emblemáticos alrededor del mundo: Alaska, Patagonia, Nepal, Perú, Kenia, Egipto, India, Sahara, Amazonas, Caribe, Mediterráneo, Japón, Colorado, Toscana, y ahora Escandinavia.

www.bruguer.es

Sistema FlexiClick de Bosch

Atornilladores y taladros que pueden usarse con cuatro accesorios diferentes. Sistema formado por el atornillador GSR 18 V-EC FC2 profesional más los accesorios: portabrocas, martillo perforador SDS-plus, excéntrico y angular. Además, Bosch ofrece un accesorio para transformar el atornillador en un martillo perforador, lo que convierte al FlexiClick en un sistema versátil de atornilladores a batería.

www.bosch.com



Adhesivo de aplicación sencilla y homogénea

Ultrabond Eco S948 1K de Mapei es un nuevo adhesivo monocomponente fabricado con polímeros modificados con silanos, exento de disolventes e isocianatos, listo para usar y con bajo nivel de emisión de compuestos orgánicos volátiles.

Baja viscosidad, lo cual permite una aplicación sencilla y homogénea, Presenta variedad de acabados (coloreado, aceitado y cepillado).

Facilita la limpieza del parqué una vez aplicado.

Su retención de la cresta y tiempo abierto aseguran el requerimiento de la humectación homogénea del dorso de las piezas instaladas.

www.mapei.es

Impermeabiliza, repara y sella

Reparador Teja es un *spray* bituminoso que arregla filtraciones, fugas y grietas con una sola pulverización.

Se introduce en agujeros, fisuras y fracturas, protegiendo del aire y de la humedad.

Una vez seco, la superficie aparece totalmente sellada y con un acabado óptimo.

Gracias a su innovadora fórmula patentada, es compatible con la mayoría de los soportes.

Un *spray* Reparador Teja cubre desde 1 a 3 m².

Su nuevo color teja es ideal para aplicaciones en tejados de teja, tiestos o jardineras, entre otros elementos.

Indicado para reparar también bajantes, juntas de estanqueidad, salidas de ventilación o placas de cerámica, entre otros.

www.dhazeplastique.com



Hidrolimpiadora de alta presión

Hidrolimpiadora Karcher k3 car&home+t50 de alta presión.

Para labores de limpieza, como vehículos, fachadas de viviendas, piscinas, zonas pavimentadas, equipos y herramientas de jardín, muebles de exterior, escaleras...

El kit incluye dos lanzas, cepillos rotativo T50 para el suelo, cepillo suave y detergente. 130 bares de presión. PVP 199 €. Disponible en Bauhaus. www.bauhaus.es



Limpia y mejora el deslizamiento del corte

Para limpiar las herramientas, Flower recomienda su limpiador de herramientas de jardín, que consigue, además de limpiar las herramientas, desinfectarlas. "Antes de utilizar las tijeras de podar, se recomienda limpiarlas bien con este producto, y después de la faena también. Además de limpiar las herramientas, también previene su desgaste y mejora el deslizamiento del corte", explican responsables de la firma.

www.productosflower.com



Bienvenida primavera

Legó la primavera y con ella el momento de poner a punto el exterior del hogar. Para grandes terrazas o pequeños balcones, para los amantes de lo clásico o para los más atrevidos... para todos los gustos y tamaños, Bauhaus cuenta con una amplia gama de mobiliario de exterior con el que dar la bienvenida a la estación.

Los indispensables

En un amplio jardín es preciso contar con una gran mesa y varias sillas, el lugar perfecto para celebrar reuniones con amigos y familia, un espacio donde comer los domingos o cenar los días más calurosos. El conjunto Dalia de Bauhaus, fabricado con madera de eucalipto, cumple todos los requisitos para convertirse en el comedor al aire libre imprescindible en el exterior de tu hogar.

Las sobremesas primaverales son también momentos necesarios de disfrute y relax. El conjunto Sheila, de madera de acacia en color miel, compuesto por un sofá, dos sillones



nes y una mesa, se convertirá en el rincón perfecto donde pasar largas horas de descanso. Otra opción, ideal para grandes familias, es el conjunto Sidney, que, compuesto por un sofá esquinero de cuatro piezas y una mesa, proporcionará el espacio necesario para disfrutar en reunión. Además, es de fácil mantenimiento y con cojines lavables, por lo que siempre estarán impecables.

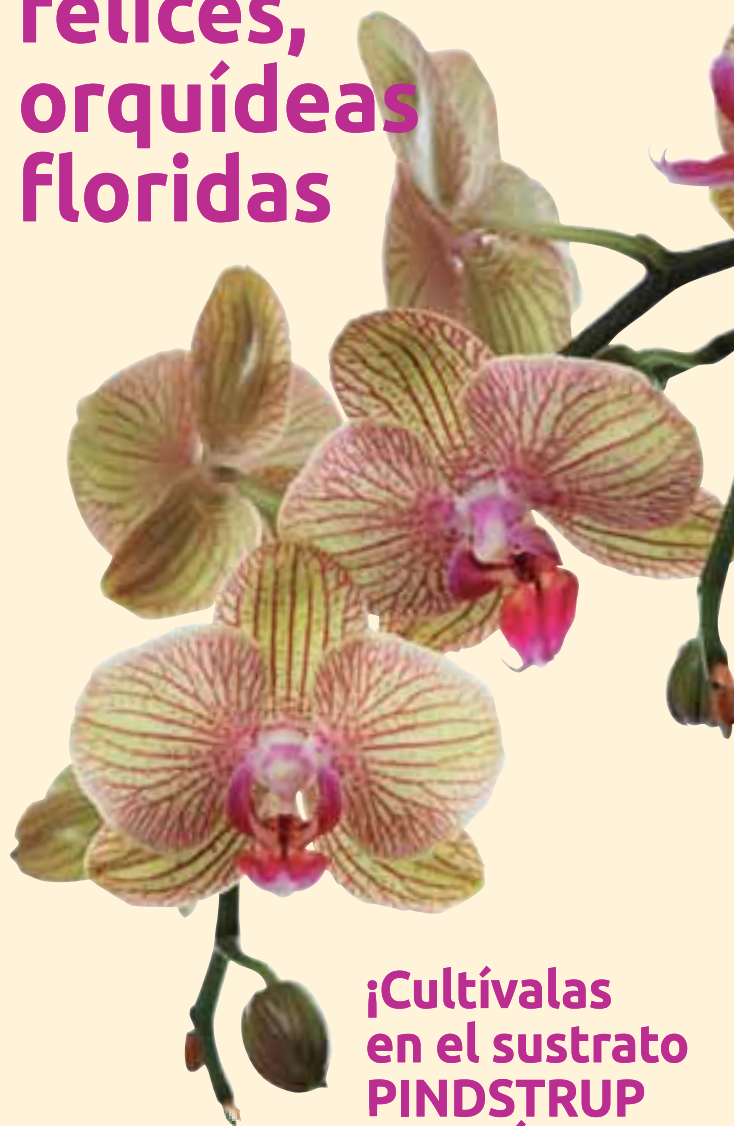
Si por el contrario, no se dispone de un amplio espacio, no habría por qué renunciar a disfrutar del buen tiempo. La mesa balcón de la colección Diana es una pieza ideal para balcones estrechos, ya que se adapta a la mayoría de barandillas y es plegable. Con ella, ya no hay excusas para disfrutar del exterior.

Un clásico

Contar con un balancín donde ojear el periódico, leer una novela o simplemente relajarse con un leve balanceo es un placer que no pasa de moda. El modelo de balancín Diana, apto para exterior, se convertirá en ese espacio tan especial donde todo el mundo quiere estar.



Orquídeas felices, orquídeas floridas



¡Cultívalas en el sustrato PINDSTRUP ORQUÍDEAS!



SU ESTRUCTURA POROSA Y SU ALTO CONTENIDO EN FÓSFORO FAVORECEN EL DESARROLLO DE LA RAÍZ TRAS EL TRASPLANTE

Una vez que se hayan marchitado las flores, **trasplanta la orquídea siguiendo las instrucciones del saco.** ¡Conseguirás una abundante refluoración!

EN SACOS DE 10 Y 40 LITROS

Fabricado en España por Pindstrup con **tecnología danesa**



PINDSTRUP

www.pindstrup.com

Para los que apuesten por exteriores de diseño clásico, Bauhaus cuenta con la mesa, la silla y el banco de la colección Linda, de hierro pintado en color blanco antióxido. El conjunto logra aportar a la terraza ese aire tradicional que no pasa de moda.

Los más atrevidos

El mobiliario de madera es también un clásico en el exterior. De fácil mantenimiento y decorativa, la madera es un material que nunca falla. Bauhaus apuesta esta tempo-

“En su compromiso con la sostenibilidad, muchos de los productos de mobiliario de exterior cuentan con el sello ecológico FSC”

rada por aportar a este material la fuerza del color, aunando lo clásico y lo atrevido en su línea Boat. Mesas, sillas y bancos de madera reciclada parcialmente pintados. Se trata de

una apuesta atrevida que busca sorprender al cliente.

Mobiliario sostenible

Más allá de la funcionalidad y diseño, Bauhaus apuesta también por la sostenibilidad, por este motivo sus colecciones de mobiliario exterior como Diana, Boat, Dalia y Sheila cuentan con el sello FSC, que garantiza que están elaborados con madera certificada por el Consejo de Administración Forestal.



¿AÚN TRABAJAS COMO UN DINOSAURIO? PÁSATE A LA OFICINA INTELIGENTE



SMART OFFICE CENTRE son equipos multifunción de última generación inteligentes exclusivos de KYOCERA que, además de realizar lo que se hacía en la época jurásica (imprimir, copiar, escanear), te permiten archivar digitalmente y encontrar en cuestión de segundos tus albaranes, facturas, contratos...

MULTIFUNCIONALES INTELIGENTES
desde solo
29* €/mes



ARCHIVA



BUSCA



GESTIONA



DESDE UN ÚNICO LUGAR
Y EN FORMATO DIGITAL



Si quieres ahorrar tiempo y dinero,
contacta con nosotros y ¡**SMARTIZA** tu negocio!
902 99 88 22
<http://www.smartoffice.es>

Francesc Llauradó,

presidente de Aepla, Asociación Empresarial para la Protección de las Plantas

Acaba de ser nombrado presidente de Aepla y afronta su cargo con la intención de dar continuidad a las acciones emprendidas por su antecesor, Miguel Suárez Cervieri. Entre los objetivos de Francesc Llauradó se encuentra el de “promover un entorno legislativo y reglamentario sólido y estable, basado en criterios científicos que facilite la I+D del sector”. Su labor parte del convencimiento de que “nuestra sociedad desconoce la verdadera realidad de nuestro sector y esta desinformación provoca a menudo un posicionamiento en contra, alimentado por posturas extremistas que tergiversan la realidad sin base científica alguna”.



¿En qué medida Aepla es la voz del sector?

Las empresas asociadas a Aepla representan aproximadamente el 80 % de mercado nacional de productos fitosanitarios. Juntas trabajan por unos objetivos comunes. En primer lugar, ofrecer a los agricultores herramientas innovadoras que protejan sus cultivos de plagas y enfermedades y garantizar así la rentabilidad de sus explotaciones, y por otro, mostrar a la sociedad el importante papel que los productos fitosanitarios desempeñan para garantizar una cantidad suficiente de alimentos frescos y seguros a precios asequibles para todos los ciudadanos.

¿En qué se caracterizan las empresas españolas que desarrollan y trabajan productos fitosanitarios? ¿Cuáles son sus fortalezas y sus puntos débiles?

Nuestras compañías trabajan para desarrollar soluciones fitosanitarias innovadoras que, además de favorecer la rentabilidad de las cosechas, garanticen la seguridad del aplicador y protejan el medio ambiente. La responsabilidad social ha sido el cimiento sobre el que desarrollar todas las acciones emprendidas en los últimos años, principalmente en materia de Buenas Prácticas Agrícolas.

Sabemos que un correcto uso de nuestros productos es clave para garantizar la seguridad de aplicadores y consumidores, protegiendo al mismo tiempo nuestro entorno. Que nuestra sociedad sea consciente de ello, sin duda, es parte de la tarea que nos queda por realizar. Creemos que no existe mejor base sobre la que poder tomar decisiones que un verdadero conocimiento de la realidad de la agricultura de nuestros días. Los ciudadanos deben conocer de manera objetiva la base científica sobre la que se desarrolla el proceso de producción de los alimentos que llegan a su mesa. La información y comunicación marcan las líneas de nuestro trabajo presente y futuro.

Desde un punto de vista de inversión en I+D, ¿cómo viene trabajando el sector?

Actualmente, para desarrollar una nueva molécula, se requiere una inversión de entre 250 y 300 millones de euros y más de 9 años de investigación. Se trata de un enorme esfuerzo que tiene como objetivo conseguir productos eficaces que se ajusten a un estricto marco normativo, y respondan a las exigentes demandas de nuestra sociedad.

¿El énfasis que la legislación pone en la peligrosidad podría provocar una menor inversión en I+D+i?

Un legislación como la que actualmente se está desarrollando en Europa, que pone énfasis en la peligrosidad, sin duda provoca una menor inversión en I+D, y por tanto, limita la disponibilidad de soluciones para proteger los cultivos. El resultado es la pérdida de competitividad de la agricultura. Creemos que las decisiones deben basarse en la evaluación y gestión del riesgo, apoyadas por la evidencia científica y la experiencia. Las políticas y normativas comunitarias deben construirse sobre una correcta evaluación del riesgo, proporcionando así un adecuado marco legal en el que riesgos y beneficios sean sopesados de manera equilibrada.

Datos Estadísticos 20104/2015

		2014	2015	% AA
2015	Insecticidas, acaricidas y nematocidas	250.141,64	265.814,97	6,27%
	Fungicidas	193.483,41	198.093,89	2,38%
	Herbicidas	297.478,59	311.700,09	4,78%
	Varios	80.249,97	83.094,63	3,54%
	Total	821.353,61	858.703,59	4,55%

Europa necesita mejorar la interacción entre ciencia y formulación legislativa si pretende fomentar la innovación y evitar la deslocalización del I+D europeo.

¿Cree que las empresas están suficientemente comprometidas con el cumplimiento estricto de las normativas que nos regulan y trabajando para que se regule de forma responsable lo que todavía no está regulado?

Desde Aepla promovemos un entorno legislativo y reglamentario sólido y estable, basado en criterios científicos que facilite la I+D del sector. Creemos que para garantizar la competitividad agrícola de Europa, crear

puestos de trabajo y ser líderes en innovación, resulta necesario revisar el enfoque de nuestra actual política legislativa, así como el proceso de toma de decisiones. Un marco normativo que fomente y no desaliente la innovación resulta imprescindible para construir una agricultura sostenible, eficiente y productiva.

En el contexto legislativo ¿en qué grado el gobierno favorece y apoya a las empresas fabricantes para desarrollar su actividad en el mercado?

A nivel nacional, nuestro sector se lleva enfrentando desde hace años a un sistema de autorización de productos lento e inefi-

ciente, que ha provocado un inexplicable retraso en la puesta en el mercado de productos, y que no sólo afectan a la industria, sino que supone un claro perjuicio para los agricultores españoles y su competitividad dentro de la Unión Europea y a nivel global. Cuestiones tan sólo de organización administrativa y reparto competencial son la causa principal del problema. Por esa razón apoyamos el modelo de Agencia Única de Evaluación de Productos Fitosanitarios, en línea con la Estrategia Europa 2020 que se ha marcado la Comisión Europea, de armonización de procedimientos entre Estados miembros de la Unión Europea, disminución de la carga administrativa y armoniza-





ción de criterios y de sistemas entre Estados Miembros. Experiencias exitosas como las puestas en marcha en Francia, Austria o Reino Unido, pueden servirnos de ejemplo a seguir en nuestro país.

Se dice que en el marco europeo se regula escuchando en mayor grado las necesidades o requerimientos de los grandes de la industria, ¿está de acuerdo con esta afirmación?

Las instituciones europeas están al servicio de todos los ciudadanos de la Unión y su mayor preocupación es garantizar la seguridad alimentaria con productos seguros, suficientes y de calidad, además de velar por que los agricultores puedan producir estos alimentos en un marco económico y tecnológico adecuado, en este marco se insertan los productos fitosanitarios que producen y comercializan nuestras empresas. Los consumidores europeos pueden confiar en que las autoridades europeas llevan a cabo políticas y acciones para defender a los consumidores y a la industria creadora de empleos y de alimentos seguros.



¿Qué imagen cree que tienen hoy en día las empresas españolas y el sector en general?

Creo sinceramente que nuestra sociedad desconoce la verdadera realidad de nuestro sector. Esta desinformación provoca a menudo un posicionamiento en contra, alimentado por posturas extremistas que tergiversan la realidad sin base científica alguna. Los productos fitosanitarios nos han proporcionado durante décadas una mejor calidad de vida. Sin embargo, rara vez se

exponen la razones que justifican su uso, ni los beneficios que aportan a nuestra dieta, el acceso a una variedad suficiente de alimentos sanos y seguros, que a menudo damos por sentado. Los fitosanitarios, las medicinas de las plantas, resultan esenciales para la viabilidad del actual sistema de agricultura productiva sostenible. Por esa razón, debemos trabajar para explicar a nuestra sociedad los beneficios que las tecnologías agrícolas proporcionan y el papel esencial que estas desempeñan.

LA MEJOR IDEA EN RENTING DE VEHÍCULOS

PARA PYMES Y AUTÓNOMOS. FÁCIL, FLEXIBLE Y ADAPTADO A TI

e
DRIVER

EL RENTING
QUE TE FACILITA
EL DÍA A DÍA



e
EXECUTIVE

EL RENTING
QUE TE OFRECE
TODOS LOS DETALLES



e
BUSINESS

EL RENTING
QUE TE HACE TODO
MÁS CÓMODO



e
PROFESSIONAL

EL RENTING
QUE TE DA
MÁS CAPACIDAD



... y tú, ¿qué PLAN evolution eres?



ARVAL
BNP PARIBAS GROUP

We care about cars. We care about you

arva.es

902 10 15 14 • arvaldirecto@arva.es



Herbicida listo uso

Roundup es un herbicida para eliminar todo tipo de malas hierbas. Contiene glifosato y ácido pelárgonico, que permitirá ver los efectos del herbicida después de seis horas de la aplicación.
www.massogarden.com

Insecticida-acaricida en spray

El Insecticida Natural Neemex, perteneciente a la línea Bioflower de Flower, es un aerosol que actúa por contacto e ingestión sobre diversos insectos, como pulgones, mosca blanca, trips, orugas, araña roja, cochinillas... Su formato en aerosol permite una mayor distribución del producto, así como mayor uniformidad en la aplicación. Se aplica pulverizando directamente sobre las plantas a tratar. Repetir la aplicación a los 8-10 días, según evolución de la plaga o enfermedad.

www.productosflower.com



Insecticida biológico contra orugas

XenTari GD es una solución biológica contra las orugas defoliadoras. Su ingrediente activo está constituido por una subespecie de bacteria denominada *bacillus thuringiensis aizawai*, que no se encuentra modificado genéticamente. Insecticida específico que actúa por ingestión sobre larvas de lepidópteros y muy especialmente contra Spodoptera. Una vez ingerido, la oruga cesa de alimentarse y no causa más daño a la planta. No ejerce ningún efecto sobre los huevos ni sobre los adultos.

www.kenogard.es

Insecticida-Acaricida

Insecticida-Acaricida Spruzit RTU 500 ml listo para usar. Gracias a la combinación de las dos sustancias activas que incorpora, es capaz de eliminar por completo todo el ciclo del insecto (huevos, larvas y adultos). Efecto inmediato y máxima eficacia. Certificado en agricultura ecológica, aportando así las máximas garantías al cliente de que es un producto que cumple la normativa vigente. Rápidamente fotosensible a la luz, no da lugar a resistencias de las plagas y no deja residuos. Efectivo contra las plagas más comunes, como pulgones, mosca blanca, cochinillas y araña roja. Actúa por contacto y con efecto ovicida. Registrado como Producto Fitosanitario Uso Doméstico. www.neudorff.es



Eficacia durante más tiempo

Rapid anti-avispa es una microemulsión insecticida concentrada especialmente indicada por su composición en materias activas y disolventes para el control de avispas, pudiendo actuar eficazmente contra otros insectos voladores. Rapid anti-avispa se formula como aerosol en seco, lo que permite mantener su eficacia durante más tiempo, así como una mayor capacidad de penetración en los sitios típicos de anidamiento de las avispas. www.vitaterra.es



Para aplicación foliar directa

Insecticida Acción Total Vital Plant para aplicación foliar directa en todo tipo de plantas ornamentales. Tiene actividad por contacto e ingestión y también presenta acción repelente. Composición: cipermetrina 0.1%. Registro para jardinería exterior doméstica. www.nutriplant.es



Nueva gama de biocidas

Goizper Biotechnology ha diseñado una nueva gama de biocidas, Prevalien Pro, adaptada a las necesidades y formatos del consumidor doméstico, amateur.

La gama consta de: insecticidas, raticidas, molusquicida y matacarcoma.

www.prevalien.com



Amplio rango de acción con baja toxicidad



Total Batlle es un insecticida-acaricida que actúa por contacto. Con efecto inmediato y fulminante, de acción duradera y baja toxicidad.

Efectivo contra todo tipo de insectos y ácaros, como pulgón, cochinilla, mosca blanca, araña roja y trips. Su presentación en formato aerosol lo convierte en un producto cómodo de aplicación y muy efectivo gracias a la nebulización en su aplicación. Esta aplicación se debe realizar durante un período de tiempo de unos dos o tres segundos a una distancia de aproximadamente 40 o 50 cm de las hojas. Autorizado para jardinería exterior doméstica. Actualmente se comercializa en envases de 250 ml o de 500 ml.

www.semillasbatlle.com

Fungicida Polivalente



Fungicida Polivalente sistémico listo al uso para aplicar directamente pulverizando sobre las plantas.

Eficaz contra oídio, royas, manchas negras y antracnosis. También se puede usar como preventivo.

Además está disponible como fungicida polivalente concentrado que se aplica por pulverización, previa disolución en agua. Actúa sobre las mismas enfermedades que el anterior, presentes en cultivos de flores y arbustos ornamentales.

www.ibercampo.es



Las Naciones



www.mudanzaslasnaciones.com

Cambiamos su idea de Mudanza



**Teléfono Gratuito
900 102 770**



Opinan los profesionales del sector

"La demanda en el *garden* tiende hacia productos específicos y eficaces para combatir la mayor parte de insectos y enfermedades. Por lo que respecta a los abonos, tienden a venderse aquellos con una buena relación calidad/precio. Hay un aumento considerable de los abonos autorizados en agricultura ecológica. Avanza y crece de manera considerable el desarrollo de nuevos productos. Notamos un optimismo por lo que respecta al sector, el mercado no decrece como en los últimos siete años, sino que desde 2014 vemos una mejora en las ventas y, en consecuencia, la creación de nuevos productos".

Jaume Racó, de Massó Garden

"Los cambios normativos y regulatorios conllevan un coste para la industria, como la aplicación del RD 1311/2012, por el que se establece un marco de actuación para conseguir un uso sostenible de los productos fitosanitarios, así como la Nueva clasificación y etiquetado de productos químicos Reglamento CLP, que garantiza un nivel elevado de protección humana y del medio ambiente, armonizando los criterios para la clasificación de las sustancias y mezclas, representan un coste adicional para las empresas. Pero, al mismo tiempo, plantean nuevas oportunidades para el agricultor, que deberá cumplir las exigencias, mejorando el rendimiento económico y ambiental de su explotación, como para los técnicos y administraciones, que deben ayudarle a conseguirlo.

Con el RD 1311/2012, se ha ido notando un mayor control e inspección de productos no autorizados en puntos de venta de toda España (ya no tan solo en ciertas comunidades autónomas) sobre qué productos se puede comercializar con el ámbito de aplicación en jardinería exterior doméstica. Por otra parte, sería importante agilizar los procesos de registro en este ámbito de ciertos productos para que los amantes del huerto urbano y jardineros dispongan de una oferta adecuada de soluciones para luchar contra las plagas y enfermedades.

Uno de los principales retos de futuro de nuestro sector será la obtención de ingredientes activos eficaces, respetuosos con la fauna auxiliar y el medio ambiente, aportando la máxima seguridad para aplicador y consumidor final".

Guillermo Puyol Rocca, de Kenogard

"Actualmente, todo el sector, tanto los *gardens* como los fabricantes, se han dado cuenta del aumento espectacular en la gama de producto ecológico, tanto a nivel fitosanitario como de fertilizantes. Esto ha sido una sorpresa para muchos, ya que se pensaba que nuestro mercado no estaba lo suficientemente maduro como para demandar esta gama de productos. Desde Neudorff sabíamos que esto no era así, y en cuanto han pasado los años más duros de la crisis, se ha demostrado que el cliente exige, cada vez más, productos ecológicos que respeten el medio ambiente. Los productos que más se demandan son los insecticidas-acaricidas listo para uso, así como antilimacos que sean seguros para las mascotas. Además, el cliente cada vez exige más que los productos estén certificados en agricultura ecológica, para tener máxima confianza en los artículos que está comprando. Están apareciendo nuevos productos de uso doméstico, a los que no les afecta la nueva normativa respecto a fitosanitarios. Los fabricantes explotamos al máximo los envases permitidos, siempre que estén dentro de la legislación. Por otra parte, se continua investigando en nuevas materias activas respetuosas con el medio ambiente, y que respeten también al cliente final para que pueda disfrutar de un jardín y huerto ecológico de forma segura".

Juan Luis de la rosa, de Neudorff

"A pesar que aún no son los más vendidos, la tendencia actual del consumidor es demandar productos orgánicos, también en la gama de fitosanitarios. Este tipo de productos ecológicos son menos contaminantes, los plazos de seguridad se reducen y generan menos residuos. Por estos motivos son altamente valorados.

Especialmente, el consumidor demanda los fitosanitarios o insecticidas biológicos para el cuidado el huerto doméstico.

Por ello, Flower amplía cada año su gama ecológica Bioflower, para el cuidado y protección del jardín y el huerto urbano de manera natural".

David Juanati, de Flower



“Cada vez son demandados en mayor medida los productos de origen natural con una muy baja formulación química. Estaríamos hablando de productos elaborados a partir de productos naturales, abonos orgánicos fabricados con estiércoles y algunos subproductos de la industria alimentaria ecológica. Para fitosanitarios, la demanda del cliente va en la misma línea, quieren productos de bajo impacto ambiental sin plazos de seguridad válidos para producción ecológica. Hasta junio del año 2015, existía un reglamento que permitía y amparaba la investigación y comercialización de productos de esta índole, los fitofortificantes. Estos tuvieron una enorme aceptación entre los clientes, ya que garantizaban productos para la alimentación exentos de tóxicos químicos, pero actualmente dicho reglamento está derogado. Supongo que esta enorme aceptación generó miedo en las multinacionales que controlan el sector y presionaron sobre la administración para acabar con los fitofortificantes. Por otro lado, en cuanto a los tipos de abono más demandados, hace años tenían mucho éxito las especialidades. Actualmente, y supongo que por efecto de la crisis, tan solo la demanda enfocada al huerto urbano tiene cierto tirón, y sobre todo se centra en los productos genéricos tipo multiuso. Desde Vitaterra, hemos apostado por estas dos vías, aumentando la oferta, tanto en la gama de productos para la huerta como en el tipo de presentaciones. Además, actualmente elaboramos una gama de fertilizantes enfocados directamente a promover la recuperación de las plantas tras un ataque de una plaga o una enfermedad, y son productos que disponen del sello ecológico”.

Isidoro Álvarez, de Mirat Fertilizantes

“La tendencia del sector apunta hacia el uso de productos ecológicos, de nulo impacto ambiental y sin utilización de componentes químicos dañinos para los humanos y su entorno. Los fertilizantes orgánicos tienen unas propiedades (físicas, químicas y biológicas) que ejercen unos determinados efectos sobre el suelo, principalmente incrementando la fertilidad de éste. Igualmente, permiten mejorar la estructura y textura del suelo, el drenaje y la permeabilidad, y disminuyen la erosión provocada por el viento y el agua. En cuanto a los fitosanitarios ecológicos, estos representan una nueva dimensión en el concepto de la lucha contra plagas y enfermedades de los cultivos, ya sean utilizados por profesionales del sector o para su uso doméstico. Estos productos permiten establecer un medio de seguridad para las plantas sin afectar a los organismos beneficiosos que existan en el entorno. Actúan de diversas formas, desde inhibiendo el apetito de los insectos, que ven reducida así su capacidad alimentaria y reduciendo en gran parte el daño causado a la planta, o en el caso de las enfermedades, funcionando como elementos persistentes de prevención contra la aparición de hongos en las raíces, hojas y otras partes de la planta.

Por último, y no por ello menos importante, hay que destacar que el uso de estos productos ecológicos no está exento de cumplir con los criterios de dosificación establecidos por las casas comerciales, puesto que el que sean naturales no implica que el exceso no pueda resultar perjudicial o contaminante”.

Gerard Sagués, de Semillas Batlle

“Los productos fitosanitarios más demandados en el sector del *garden* son los listos al uso. El público prefiere la comodidad de no tener que manipular insecticidas concentrados. En cuanto a los fertilizantes, siguen siendo los líquidos los más demandados.

En relación al desarrollo de nuevos productos, considero que hay cierta incertidumbre en el sector de los fitosanitarios con la cantidad de materias activas que van desapareciendo, con lo que todo el mundo está intentando desarrollar nuevos productos en el menor tiempo posible”.

Sandra Pérez Alarcón, de Nutri Plant

La Parrilla de Juan Adán



Especialistas en carnes y pescados

C/ Santa Hortensia, 62
28002 Madrid

Información y reservas: Téf: 91 416 76 53

Jardineros

www.jardineroshoj.es



● Un jardín "pixelado" para un centro comercial de lujo

La nueva plaza principal de 3.000 m² del centro comercial Iguatemi es el último proyecto del arquitecto Eric Carlson, fundador de Carbondale, en la ciudad brasileña de Sao Paulo

● Tribuna

Mucho más que un festival, un futuro más verde para nuestra sociedad. Por la organización de FIXA

● FIMA

La feria cierra sus puertas con el respaldo de 1.357 expositores

● Empresas

- JCB despliega todo su potencial en FIMA
- Claydon muestra sus sistemas de siembra en FIMA

● Agragex en FIMA

La asociación participa en el salón con la última tecnología en equipos

● El rincón de Fernando Pozuelo:

La sostenibilidad de los espacios verdes resurge en la ciudad



JOHN DEERE REÚNE EN LA LOCALIDAD MADRILEÑA DE PARLA A SU RED DE CONCESIONARIOS DE ITALIA, ESPAÑA Y PORTUGAL

John Deere ha reunido en sus instalaciones de Parla (Madrid) a su red de concesionarios de Italia, España y Portugal, con el objetivo de reforzar la importancia de la posventa, así como de conocer nuevas estrategias y trabajar en las claves para el futuro de la misma.

El Centro de Formación y Marketing que John Deere tiene en Parla acogió la Reunión Regional de Posventa bajo el lema *Mejor Juntos*. A ella acudieron los responsables de posventa de 50 concesionarios provenientes de Italia y 70 de la red de España y Portugal.

Durante dos días se impartieron sesiones teóricas y talleres para conocer, junto al personal de John Deere, los tres fundamentos en los que se debe centrar la posventa de hoy y del futuro: las nuevas tecnologías, la maquinaria y una red de concesionarios profesionales.

La reunión regional de posventa *Mejor Juntos* tuvo un objetivo claro: la búsqueda de nuevas y mejores vías para proporcionar al cliente experiencias diferenciadoras a través de los servicios de posventa y repuestos.

Tras su celebración en España, la reunión se trasladó al Forum de John Deere en Mannheim (Alemania), donde asistieron los equipos de posventa de los concesionarios de Francia, Reino Unido, Alemania, Polonia, Holanda y John Deere International.



CÓDIGO DE BUENAS PRÁCTICAS PARA LA PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE VARIEDADES FRUTALES

El Comité de Viveros de Fepex conjuntamente con Anove trabaja en la elaboración de un código de buenas prácticas para la producción y comercialización de variedades frutales. El objetivo es contribuir a mejorar las relaciones entre los distintos eslabones de la cadena de producción de plantas frutales, y cuya aceptación por parte de obtentores y viveristas, que será voluntaria, será una garantía del buen funcionamiento del sector.

El ámbito de aplicación del código será la producción y comercialización de plantas de vivero que se utilicen para la producción de sus frutos y pretende plasmar de manera sencilla las obligaciones derivadas de la legislación vigente con el objetivo de facilitar su cumplimiento.

El código se divide en dos partes. Una primera dedicada a aspectos generales del vivero en la que se contemplan requisitos relativos a los siguientes aspectos: obligaciones relativas al registro para las especies o grupos de especies que produce multiplica o comercializa, localización del vivero, salud y seguridad de sus trabajadores, agua y medio ambiente, uso de productos fitosanitarios y régimen laboral del personal. En la segunda parte se contemplan aspectos específicos de la producción y comercialización estableciéndose requisitos, relativos, entre otros, al material de multiplicación, comercialización y etiquetado.

En la elaboración del código han participado activamente Fepex y sus asociaciones de flores y plantas vivas, Asfplant, Asociaflor, Asocan, Asproga, Federación de Viveristas de Cataluña, y la Asociación de Aragón Navarra, Rioja y Soria.

LAS TRANSFERENCIAS DE EQUIPOS USADOS HAN AUMENTADO SU PRESENCIA EN EL MERCADO

Los fabricantes de maquinaria agrícola están sensibilizados con los principios de sostenibilidad, y por ello adecúan sus diseños y producciones para comercializar equipos que emitan menores niveles de emisiones, que sean más eficientes energéticamente, que mejoren la productividad y la seguridad del operario, y que cuiden especialmente el suelo. Estas son algunas de las temáticas que se han tratado en la Asamblea General que ha celebrado Ansemat, Asociación Nacional de Maquinaria Agropecuaria, Forestal y de Espacios Verdes, celebrada en Santo Domingo de la Calzada, localidad de la comunidad autónoma de La Rioja). A ella han asistido 37 empresas asociadas y se ha aprobado la memoria de actividades de 2015 y el plan de acción para 2016, con la ratificación de seis nuevas empresas asociadas (Herpa, Monmetal 2006, Bison A&I Europe, Simorra, Apollo Vredestein Ibérica y Monosembradora).

Según las últimas cifras, el total de máquinas agrícolas inscritas en 2015 por los asociados de Ansemat supone el 61 % de las que aparecen en el Registro Oficial de Maquinaria Agrícola, con un valor de inversión de 670,8 millones de euros (el 78 % del total).

Durante los últimos cinco años, las transferencias de equipos usados han aumentado su presencia en el mercado en un 31 %, a lo que hay que sumar el 39 % que ha crecido el número de equipos usados de importación.

Ante esta situación, el presidente de Ansemat, Julio Gil, comenta que “estamos padeciendo una situación de falta de inversión por parte de nuestro consumidor final, que está esperando a que mejore la situación, utilizando equipos más envejecidos y obsoletos, que no cumplen la nueva legislación, ni en seguridad, ni en ergonomía ni en sostenibilidad”. Ansemat considera que es necesario analizar cuáles son los efectos reales de las medidas políticas, y por ello, Julio Gil ha señalado que le gustaría “llamar la atención de las autoridades competentes sobre esta preocupación que mantenemos y que hace cada día más difícil nuestra supervivencia, ya que los fabricantes cumplimos las medidas políticas, pero después no se analiza si los agricultores pueden adaptar su demanda a estas nuevas exigencias”.

Fuente: Ansemat.

LA MEJOR OFERTA EN MAQUINARIA PARA LA REALIZACIÓN, CUIDADO Y MANTENIMIENTO DE LAS ÁREAS VERDES



¡DESHIDRATADORES Y QUEMADORES DE MALAS HIERBAS!



Equipos acorde al RD 1311/2012 para eliminación del uso indiscriminado de productos fitosanitarios

Marcas de referencia. Marcas de confianza.



En Barcelona, en C/ Ali Bei 27
www.ilaga.es

YouTube

www.youtube.com/ILAGAdesde1930



93 232 74 11



93 232 40 31



ilaga@ilaga.es

SERVICIO Y COMPROMISO

Suministros
I.L.A.G.A.
ilaga.es 85 años

85 años equipando a los
Profesionales del Jardín

MUCHO MÁS

que un festival, un futuro más verde para nuestra sociedad

EL FESTIVAL INTERNACIONAL de Jardines de Allariz (FIXA) prepara ya su recinto para acoger la séptima edición de este encuentro del paisajismo y la jardinería. Un evento único en nuestro país que nos invita a reflexionar sobre la importancia de la fuerte apuesta que nuestro pequeño Concello de Allariz hizo por esta vía “verde” de desarrollo.

Aunque muchos no lo tengan muy presente, son pocos los que dudan de que el futuro pasa por un cuidado mayor de nuestro entorno. El futuro tendrá que ser sostenible o no será. Pero, más allá de este hecho tan patente, la jardinería y zonas verdes urbanas aportan una serie de beneficios para la sociedad que merece la pena defender. No slo ambientales (mejor aire, mayor control de la temperatura, reducción del efecto isla de calor, aislamiento, formación de brisa), también para la salud de las personas (desde una simple percepción de mejor salud donde más vegetación hay, hasta la reducción real y medida del gasto sanitario en urbes con zonas verdes); sociales (se favorece el contacto y la cohesión social, se anima la vida en los barrios) y, punto importante, económicos. En este sentido, el Festival supone un claro ejemplo de decisión política a favor de estos principios de desarrollo verde. Las ciudades con mejores paisajes y zonas verdes se aprovechan del turismo que atraen. En Francia, Alemania o Inglaterra hay desarrollada toda una industria de turismo de paisaje para visitar enclaves especiales, jardines históricos, etc. Algo que contribuye de manera inequívoca a la economía local. Allariz lo vio claro y, además de buscar el



desarrollo de las zonas verdes de su núcleo urbano, para que sus ciudadanos pudieran beneficiarse de todo lo bueno que pueden aportar, fue más allá y puso en marcha su festival, con gran esfuerzo e implicación por parte de su equipo municipal. Porque los jardines los instalan los propios trabajadores municipales del departamento de Parques. Y de su organización y desarrollo nos ocupamos, durante todo el año, desde el alcalde a los técnicos municipales de turismo y promoción.

Así, cada año, se convoca un concurso en el que se reciben propuestas de paisajistas, jardineros y hasta aficionados de todo el mundo. Un jurado profesional, con representación de las principales organizaciones del paisajismo en España, decide cuáles serán los finalistas cuyos jardines se harán realidad en el recinto de Allariz para competir por los votos de los alrededores

40.000 visitantes anuales que recibe el Festival durante los seis meses que permanece abierto.

Allariz continúa apostando por este evento como uno de sus actividades más destacadas y lo celebra este año bajo el lema *Los jardines del futuro*. Toda una declaración de intenciones que pone de manifiesto la puesta en valor de la jardinería y el paisajismo como vía de desarrollo para las urbes. En sus bases, el FIXA remarca el objetivo de “favorecer y facilitar la sensibilidad hacia el arte de los jardines, así como la importancia que tiene la valoración de los espacios verdes en la mejora de la calidad de vida de la ciudadanía”.

Ojalá cunda el ejemplo con iniciativas que apuesten por poner en valor el beneficio que aporta el desarrollo de las áreas verdes y la jardinería, para lograr entre todos un futuro más verde.



Premio 2012 a la Mejor Editorial
Profesional del año, por la Asociación
Española de Editoriales de
Publicaciones Periódicas (AEEPP)



Líderes en comunicación profesional



**Grupo de comunicación especializado en información
para los principales sectores económicos**

Grupo TPI, *partner* indispensable para empresas y
profesionales, ofrece:

- La información más útil y práctica para empresas y profesionales
- Los mejores soportes para lograr sus objetivos comerciales:
revistas en papel y *on-line*, boletines, *mailing* y redes sociales
- Diseño de estrategias de comunicación adaptadas a cada
necesidad: jornadas, premios, ferias, congresos, encuentros, etc.

C/ Avda. Manoteras, 26 - 3ª planta. 28050 Madrid
Tel: 91 339 86 26. Fax: 91 339 60 96
www.grupotpi.es. info@grupotpi.es

FIMA CIERRA SUS PUERTAS

CON EL RESPALDO DE 1.357 EXPOSITORES

FIMA cerró las puertas de su 39 edición con el respaldo de más de 227.000 visitantes, lo que supone una media de más de 45.000 profesionales al día.

TRAS CINCO JORNADAS, FIMA, Feria Internacional de Maquinaria Agrícola y “punta de lanza del sector agroalimentario”, como la calificó el presidente del Gobierno de Aragón, Javier Lambán, en la jornada inaugural, ha mostrado la buena salud del sector agroalimentario y de la maquinaria.

Las cifras de participación de 1.357 firmas expositoras y más de 150.000 metros cuadrados de superficie, junto a las 154 delegaciones de misiones comerciales y la presencia de visitantes de más de 50 países de los cinco continentes confirman la pujanza del certamen dentro del sector.

La edición de 2016 ha servido para demostrar la implantación de nuevas herramientas para el desarrollo agrícola. Y es que el uso de drones, sistemas de realidad virtual o GPS forman parte del quehacer diario de los profesionales agrícolas.

Las buenas vibraciones protagonizadas por FIMA quedaron patentes ya desde la primera jornada, con un buen volumen de visitantes y que, contó además con el anuncio, por parte de la ministra de Agricultura, Isabel García Tejerina, de la puesta en marcha de un plan PIMA (Plan de Impulso al Medio Ambiente).

FIMA: exposición y debates

En el marco de la celebración, han tenido lugar múltiples actos y conferencias en las que se ha puesto de relieve la importancia del mercado agrícola para el desarrollo económico.

El Foro de Desarrollo Rural destinó su quinta edición en profundizar acerca de los retos a los que se enfrentan los nuevos agricultores. El Encuentro Nacional de Operadores de Cereal sirvió para po-

ner en valor la importancia de los cereales, como *commodities* importantes para la pirámide alimentaria, tanto animal como extranjera.

La agricultura de precisión, las plántulas, la seguridad o el medio ambiente han sido algunos de los temas que han centrado el debate.

La empresa Servicios Integrales Yago Aznar ha sido la primera galardonada con el Premio a la Excelencia de FIMA, que este año celebraba su primera edición, y que ha querido distinguir la pujanza empresarial y el compromiso por los valores vinculados con el desarrollo y la innovación.





Actividades en el marco de la feria

FIMA también ha sido el marco elegido para la entrega del VI Premio Ansemat, que ha sido concedido a la profesora de Ingeniería Agroforestal de la Escuela de Ingenieros Agrónomos de Madrid, Pilar Linares, por su trayectoria en favor del desarrollo de la mecanización agrícola, gracias a su constante búsqueda en la aplicación de nuevas tecnologías y en la colaboración junto a las empresas comercializadoras de maquinaria agrícola nacional e internacional.

Misiones comerciales

Una de las actividades más valoradas y con mayor repercusión internacional es el programa de misiones comerciales que, durante dos jornadas, atrae la atención de delegaciones de compradores extranjeros con el objetivo de conectar y abrir nuevos mercados entre las firmas españolas presentes en el salón. En esta edi-

ción, han participado 154 delegaciones de 37 países. El objetivo máximo de esta acción es impulsar las relaciones y el negocio entre los importadores nacionales y el resto de países, con especial incidencia en los mercados emergentes. Esta actividad se lleva a cabo con la colaboración de las Oficinas Comerciales de las Embajadas y el Instituto de Comercio Exterior (ICEX), así como de la asociación Agragex. En este sentido, durante la celebración de FIMA, se ha firmado un acuerdo entre Feria de Zaragoza y Agragex que permita continuar con las acciones de apoyo entre ambas instituciones.

FIMA, solidaria

La sensibilidad de las empresas también está presente en FIMA, donde las firmas participan en actividades solidarias que sirvan para favorecer a las personas. En esta edición, varias han sido las marcas que han puesto en

marcha acciones relacionadas con la solidaridad. El Banco de Alimentos de Aragón y Aspanoa son dos de las entidades que han estado presentes en el certamen y que se han visto favorecidas por la visita de los profesionales. En el caso del Banco de Alimentos, la entidad social ha puesto a disposición un vaso solidario por valor de 1 euro y una de las firmas expositoras se encargaba de la bebida. Los beneficios obtenidos durante el certamen por esta acción servirán para dotar de fondos y alimentos a un buen número de familias en la Comunidad.

En el caso de Aspanoa, la Asociación de Padres de Niños Oncológicos de Aragón, ha recibido un cheque por valor de casi 7.000 euros, por una acción en la que un expositor regalaba un balón de fútbol por el donativo de, al menos, un euro. La iniciativa ha sido todo un éxito y en los cinco días se han repartido 6.500 pelotas.

AGRAGEX PRESENTA EN FIMA 2016

LOS PRINCIPALES DATOS DE LA EXPORTACIÓN EN EL SECTOR

Las empresas asociadas a Agragex contaron con una amplia presencia en la Feria Internacional de Maquinaria Agrícola (FIMA). En esta edición se han dado a conocer sus últimos avances en tecnología e innovación con la marca "Fabricada en España", que se exporta a todo el mundo.

AGRAGEX (Asociación Española de Fabricantes-Exportadores de Maquinaria Agrícola y sus Componentes, Invernaderos, Protección de Cultivos, Sistemas de Riego, Equipamiento Ganadero, Salud y Nutrición Animal, Maquinaria Forestal, de Biomasa y de Postcosecha) ha contado con una presencia destacada en FIMA y, además de acompañar con un espacio propio en la feria a las numerosas empresas asociadas que participan en la misma, ha formado parte del programa de actividades del certamen con la organización de una nueva edición de sus Misiones Inversas. Además, aprovecha este punto de encuentro del sector para presentar los datos anuales referidos al sector y una nueva edición de su catálogo de empresas.

Exportaciones españolas

Las exportaciones españolas de equipamiento agropecuario han alcanzado la cifra de 1.878.705.374,88 € hasta noviem-

bre de 2015, un 11,02 % más que durante el mismo periodo de 2014.

Comportamiento subsectores

Por lo que se refiere a los distintos subsectores se puede decir que el de Salud y Nutrición Animal es que más exportaciones ha registrado, alcanzando los 569.810.516,25 €. Países Bajos, Italia y Francia son los principales países importadores de estos productos. El de Protección de Cultivos ha sido el segundo en registrar el mayor volumen de exportaciones, alcanzando los 558.520.428,26 €, con Francia, Portugal y Alemania como principales países destinatarios. A este le sigue el de Postcosecha (postcosecha, almacenaje y manutención) con 313.672.258,87 €, un 12,94 % más que durante el mismo periodo de 2014, y con Francia, Marruecos y Alemania como destacados países importadores.

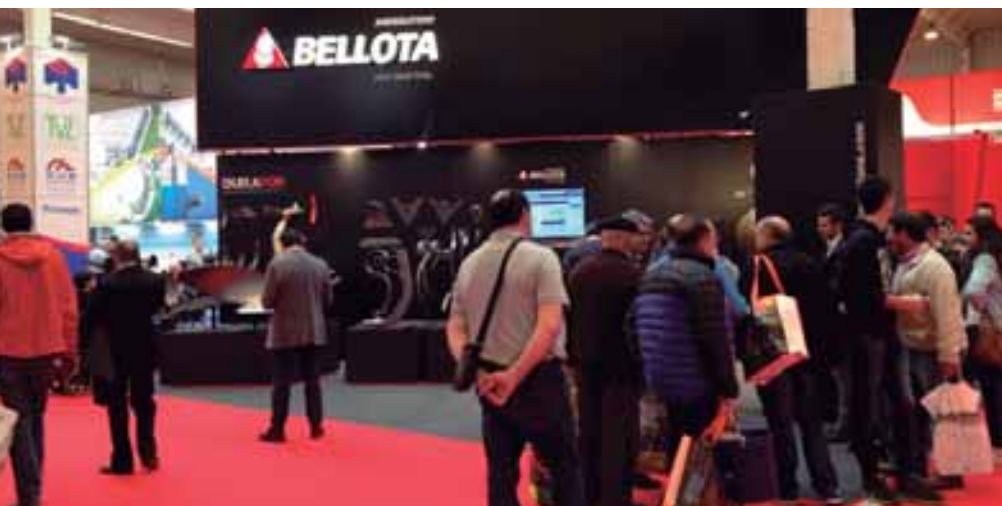
El de equipos ganaderos exportó, hasta noviembre de 2015, 139.115.839,67 €, un 14 % más que en el mismo periodo de 2014, con Francia, Marruecos y Portugal como principales importadores. Las exportaciones de Componentes fueron de 89.248.375,50 €, un 16,46 % más que en 2014, con Francia, Alemania y Portugal como principales destinos y el de Maquinaria agrícola exportó 70.826.891,10 € a Francia, Portugal y Marruecos.

Por zonas geográficas

La Unión Europea es el principal cliente, ya que engloba cerca del 58 % de las exportaciones, con un total de 1.080,03 millones de euros. A Europa le sigue Latinoamérica con un 12,71 % (238,70 mill €), Magreb con el 9,57 % (179,72 %), Asia con el 8,73 % (164,05 mill €), África con un 3,13 % (58,73 mill €), Norte América con el 2,15 % (40,41 mill €) y Oceanía con el 0,81 % (15,19 mill €).

Principales países importadores

En cuanto a los países, los principales importadores han sido Francia, con un 12,90 % del total (242,33 mill €), Portugal con un 9,44 % (177,27 mill €) e Italia, que alcanzó el 6,07 % del total (114,09 mill €). A estos tres les sigue Alemania, que representa un 5,98 % (112,38 mill €), Países Bajos, un 4,76 % (89,44 mill €), Marruecos, con el 4,62 % (86,75 mill €), Reino Unido, con el 4,48 % (84,14 mill €), México, con un 3,60 % del total (67,57 mill €), Argelia, un 2,59 % (48,71 mill €) y Bélgica, con un 2,52 % (47,25 mill €).



Las Inversas, ejemplo de ayuda a la exportación

Aragrex organiza, también en el marco de la feria FIMA en Zaragoza, una nueva edición de “Misiones Comerciales Inversas” donde se dan cita 70 invitados de 28 países. El objetivo es facilitar a sus asociados las relaciones profesionales con importadores, distribuidores y empresas. Unos contactos que les permiten establecer relaciones con mercados extranjeros y conocer sus demandas y necesidades, para impulsar así las ventas gracias a la exportación. Esta edición cuentan con la participación de Argentina, Bolivia, Colombia, Cuba, Ecuador, Guate-mala, Perú y Uruguay, Serbia, Ucrania, Turquía, Vietnam, Tailandia, Irán, Sudáfrica, Sudán, Etio-pía, Egipto, Túnez, Argelia, Marruecos, Senegal, Camerún y Costa de Marfil.

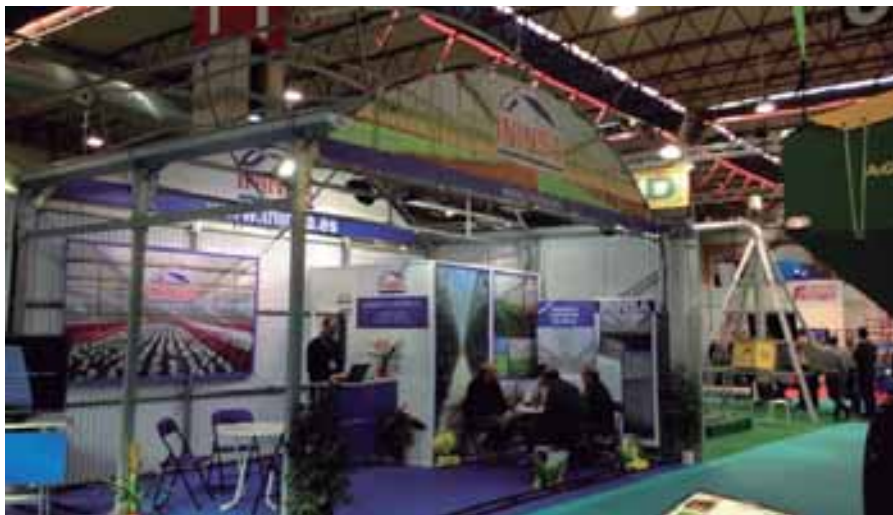
El encuentro incluye visitas a las instalaciones de algunas empresas asociadas que se encuentran cerca del recinto de la feria FIMA en Zaragoza con el fin de mostrar el sector agropecuario español, su apuesta por la innovación, su versatilidad y su capacidad de dar respuesta a las demandas más exigentes.

Nuevo Catálogo 2016-2018

Aragrex lanza asimismo en FIMA 2016 su nuevo catálogo 2016-2018, con las últimas actualizaciones de los datos sobre sus empresas asociadas. Esta publicación se ha convertido ya en un referente del sector, no en vano las empresas de Agragex representan más del 90 % del total de exportaciones españolas de equipamiento agropecuario.

El catálogo es una de las herramientas más útiles para estar al día acerca de lo que la industria española ofrece para el desarrollo del sector a nivel mundial, e incluye, entre otras, índice alfabético de empresas, mapa de situación, listado de productos, características destacables e imágenes.

El catálogo de Agragex se distribuye entre miles de empresas de todo el mundo y se edita también en formato multimedia, con vídeos, y enlaces web. La versión 2016-2018 estará, en breve, disponible online para su descarga o consulta *online* desde la propia web de Agragex.



Empresas asociadas a Agragex en FIMA 2016

AGRATOR	IMASA	SANTA MARIA MERINO
AGRIA HISPANIA	ININSA	SEMRADORAS GIL
AGUIRRE	JUMAR	SERRAT 7
ARCUSIN	JYMPA	SILOS CORDOBA
AZUD	LA MAGDALENA	SIMEZA
BELAFER	LA PIÑA	SISTEMES E. PROGRES
BELLOTA	M GONZALEZ	SOLÁ
CICROSA	MARTINEZ	SOLANO HORIZONTE
CUMAR	MORESIL	TARAZONA
GAYSA	NOLI	TATOMA
GPAVAL	OVLAC	TENIAS
GOIZPER	PALAS BMH	TEYME
GRUPO CHAMARTIN	POSVIMAN	TORNILLERA
GRUPO MIRALBUENO	PULMIC (G.SANZ)	ARAGONESA
HERTELL	RKD	ULMA



JCB ATRAE LA ATENCIÓN DE LOS VISITANTES EN FIMA

JCB ha estado presente en FIMA con maquinaria que llamó la atención de los clientes, como el Fastrac 4220, la telescópica 536-70 LP, la pala cargadora 418-S, y la minicargadora 225T con vibrador y paraguas para recoger aceitunas.

CADA DÍA DE FERIA se celebraba el sorteo de una maqueta de Fastrac, que tuvo un gran efecto de llamada para el público, que se acercaba a JCB para participar, e incluso esperaban hasta el cierre de la Feria en el stand para conocer el nombre del ganador.

Entre los atractivos del stand se incluía un photocall con el modelo Fastrac 4000 caricaturizado, que, bajo el lema *Disfruta trabajando*, permitió a los visitantes llevarse una foto de recuerdo. De hecho, son numerosas las instantáneas que se pueden ver en las redes sociales.

Asimismo, una gran pantalla exhibió de manera ininterrumpida las diferentes máquinas de JCB, trabajando en condiciones reales en fincas y granjas del Reino Unido, Francia y España, y fueron muchos los espectadores que disfrutaron de las imágenes, aprovechando su paso por la feria.

Entre las visitas destacadas, JCB recibió a la comitiva de autoridades presentes en el acto de inauguración oficial de FIMA, que, dentro de su recorrido por las instalaciones, realizó una parada en su stand. El presidente del Gobierno de Aragón, Ja-

vier Lambán, junto a la ministra de Agricultura en funciones, Isabel García Tejerina, y el presidente de la Feria, Manuel Teruel, entre otras autoridades, intercambiaron impresiones y conversaron con la directora General de JCB, Brunhilde Rygiert que destacó “que los agricultores españoles valoran mucho la tecnología que incorpora nuestra maquinaria, y les da mucha confianza que la producción sea británica”, al tiempo que hizo entrega a la ministra de una maqueta de Fastrac como obsequio corporativo de JCB.

CLAYDON MOSTRÓ EN FIMA

LA SATISFACCIÓN DE SUS CLIENTES ESPAÑOLES

CLAYDON DRILLS, ha participado una vez más en FIMA. Este año, fiel a su filosofía de demostrar sus valores a través del testimonio de sus clientes, el fabricante ha contado durante toda la feria con alguno de los agricultores españoles que ya trabajan con el sistema Claydon de siembra. Su testimonio ha sido apreciado por los visitantes interesados en el resultado que esta sembradora está teniendo en nuestras específicas condiciones de suelo y clima.

La sembradora híbrida Claydon de siembra en bandas o "Strip till" es capaz de sembrar directamente sobre el rastrojo sin necesidad de labores previas y proporciona ahorros de costes para el agricultor. Realiza en una pasada la preparación del suelo, la siembra, el abonado y el nivelado, ofreciendo unas mejores condiciones para la germinación.

Francisco Torrego Cardiel, agricultor en Cabañas de Polendos (Segovia), que estuvo en el stand de Claydon durante la FIMA, asegura que "no es solo que en una pasada lo hago todo sino que, además de respetar el suelo, estoy ofreciendo unas condiciones óptimas para que crezca la planta. Esto se traduce en una mejor germinación, más rápida y más uniforme; se pierden muchas menos plantas. Y, lo más importante, la facilidad con que la planta desarrolla raíces mucho más fuertes que con sistemas de siembra convencionales. Es productividad. En un terreno sembrado con la sembradora Claydon crecen más y mejores plantas y todo con un coste mucho menor".

Más tiempo, más rentabilidad

Además de la productividad, el sistema Claydon ofrece también rentabilidad. Francisco Torrego adquirió el equipo para trabajar en su explotación de 64 hectáreas de trigo, cebada, girasol y garbanzo pero pronto descubrió que "empleaba hasta cinco veces menos tiempo en hacer el trabajo", por lo que empezó a trabajar para terceros, algo que no había hecho

antes. Ahora cuenta con ingresos adicionales. Torrego afirma que "antes me llevaba un mes y medio la siembra de mi explotación. Ahora lo resuelvo en unos días, y me dedico a trabajar para terceros y a desarrollar, entre otras actividades, un proyecto de alojamientos rurales. Además de la productividad, el sistema Claydon ofrece también una gran rentabilidad".

Trabajo flexible, recomendado para el campo español

Otra de las ventajas que Torrego explicó detalladamente a los visitantes del stand de Claydon en FIMA fue la flexibilidad a la hora de trabajar. "El hecho –asegura– de que el sistema Claydon pueda trabajar tanto en terreno muy seco como en terreno muy húmedo (por ejemplo durante un día de lluvia),

permite trabajar cuando otros no pueden. Así me han salido trabajos que otros no podían coger. Con mi sembradora Claydon he hecho buenas siembras en situaciones difíciles, he ahorrado costes y preservado bien la humedad del suelo. He sembrado donde y cuando otros medios no podían. Visitar los cultivos es ver estos buenos resultados sobre el terreno".

La sembradora Claydon siembra trigo, cebada, centeno, avena, colza, hierba, trébol, camelina, garbanzo, guisante, lentejas, girasol y hasta maíz porque, aunque no es de precisión, logra un alto ratio de germinación y productividad del cultivo. Además, puede sembrar sin necesidad de labores previas que conllevan una gran pérdida de humedad, lo que es determinante para el buen resultado en cultivos como la colza.



Un jardín "pixelado" para un centro comercial de lujo

La nueva plaza principal de 3.000 m² del centro comercial Iguatemi es el último proyecto del arquitecto Eric Carlson, fundador de Carbondale, en la ciudad brasileña de Sao Paulo. Un moderno espacio con un espectacular lucernario y un jardín central adaptable como puntos de mayor interés.



COMO SEÑALAN desde el estudio, “los centros comerciales son los únicos lugares de Sao Paulo donde los visitantes pueden pasar el día entero en lugares para comprar, cenar, hacer ejercicio o ir al cine en condiciones de seguridad y sin pasar calor”. Iguatemi no solo es considerado el entorno comercial más lujoso de Brasil, sino algo que va más allá, un icono urbano de Sao Paulo de los últimos 50 años.



Una de las soluciones más destacadas de la obra de Carbondale es el techo acristalado que preside toda la plaza principal, ofreciendo un baño de luz a los visitantes bajo una estructura especial. Para la construcción del nuevo lucernario se han eliminado las columnas intermedias que existían con anterioridad. Esta estructura de vanguardia, posible gracias a los avances de la era digital, ha sido desarrollada por Car-

bondale en colaboración con los estudios de ingeniería T/E/S/S atelier d'ingénierie de París y CIA de Projetos en Sao Paulo. Dicha estructura está formada por tres partes básicas: un techo de vidrio horizontal con finos puntales verticales de compresión y una rejilla de acero estructural curva. La malla estructural, inspirada por el patrón de diamante de Iguatemi, se separa del techo de cristal hacia abajo

en el centro, creando una bóveda suntuosa que da más relieve al volumen de la plaza. La estructura de acero suspendida queda finamente vestida con paneles de aluminio blanco mate, y el latón pulido actúa también como un gran deflector de luz que refleja y anima la iluminación natural con las sombras diagonales que van cambiando a lo largo de los días y de las estaciones.



CARBONDALE, PROYECTOS DESTACADOS

Eric Carlson fundó el estudio de arquitectura en Carbondale en el año 2004, en París. Los propietarios de Iguatemi, la familia Jereissati, eligió a Carbondale para renovar y ampliar los espacios públicos del centro debido a la experiencia de Eric Carlson en el diseño y desarrollo de espacios de lujo desde hace más de 20 años y su capacidad para transformar proyectos en destacados hitos urbanos. Algunos de sus proyectos incluyen el Museo Tag Heuer 360 en Suiza; las Brand Houses de BMW en París, Londres o Nueva York; y la Maison Louis Vuitton en los Campos Elíseos parisinos.



Uno de los logros menos visibles a simple vista, pero más importantes en el diseño de la plaza principal y el lucernario, es la creación de un espacio sensible al medio ambiente que ofrece un entorno confortable con ventilación y climatización natural. Este incremento de luz solar provoca mayor calor, pero avanzados modelos térmicos permiten filtrar y aislar la radiación solar con acristalamiento doble y crear corrientes naturales sin necesidad de emplear aire acondicionado.

Un jardín de diseño

En colaboración con los paisajistas Thomas Eschapasse y Alex Hanazaki se creó

“El diseño del jardín está concebido tanto para ser contemplado desde el exterior como desde el interior. Las jardineras modulares permiten su reubicación, ofreciendo mayor flexibilidad para adaptar los entornos a los distintos eventos”

el jardín central pixelado, compuesto por 170 jardineras cuadradas escalonadas y forradas en madera cumarú. La cascada de píxeles vegetales acompaña a los visitantes a lo largo de las rampas que unen los dos niveles principales de compras.

El diseño del jardín está concebido tanto para ser contemplado desde el exterior como para ser disfrutado desde el interior. Además, las jardineras modulares permiten su reubicación, ofreciendo una mayor flexibilidad para adaptar los entornos a los distintos eventos que tengan lugar a lo largo del año.





LA SOSTENIBILIDAD DE los espacios verdes resurgen en la ciudad

Los que vivimos en el pueblo quizá entendamos mejor esta definición, la de huerto ecológico. Una denominación que simplemente se refiere al concepto que alude a la práctica que realiza el hombre para aprovechar al máximo los recursos naturales del medio y reducir al máximo su impacto. Desde nuestra infancia hemos crecido viendo a nuestros abuelos y, en algunos casos, a nuestros padres plantar todo tipo de verduras, frutas y plantas en casa.

PERO CASI SIN DARNOS CUENTA, este concepto tradicional ha ido evolucionando en las grandes ciudades hacia el llamado huerto ecológico urbano. Y es que, la necesidad de apostar por la ecología en la alimentación siempre ha es-

tado presente en la propia naturaleza del ser humano.

Así, los huertos urbanos en nuestro país han dejado de ser un fenómeno testimonial, como ocurría hasta 2006, para convertirse en un movimiento con un

fuerte arraigo en muchas ciudades, donde cada vez más gozan de un importante apoyo. Sin embargo, su desarrollo no se hizo real hasta la última década del siglo XX, con más de un siglo de retraso respecto a otros países europeos, a

pesar de los múltiples beneficios ambientales, sociales y productivos que estos proporcionan a las ciudades donde se implantan. Barcelona, Sevilla, Vitoria-Gasteiz o San Fernando de Henares son ejemplos de la puesta en marcha de las primeras actuaciones de huertos urbanos en nuestro país.

Pero, ¿cómo se generan estos espacios? ¿cómo se cuidan? La verdad es que el huerto urbano se puede establecer en diferentes zonas, desde los exteriores de la ciudades donde se encuentran espacios habilitados para ello hasta entornos privados. Un ejemplo serían los jardines, que dedican un espacio a esta actividad o, en el caso de no tenerlo, se podría realizar la misma función en terrazas, áticos, balcones, etc. La forma en la que se produce también varía en función del entorno en el que se cultivan. Así, la tierra puede estar en un re-

cinto abierto o en macetas o cajoneras donde la mayoría de las especies que se plantan son autóctonas, naturales y se evitan las transgénicas. Además, se evita el uso de fertilizantes y de productos fitosanitarios químicos. Estos últimos se evitan en favor de los abonos orgánicos, naturales y que provienen de procesos de compostaje natural. No hay que olvidar que los huertos ecológicos urbanos permiten el uso de los cultivos cíclicos, que evitan el agotamiento del suelo.

Además, si hablamos sobre los elementos de confinamiento, se pueden definir dos tipos: los naturales, como las traviesas ecológicas o las borduras de madera, y los reciclados. En cuanto a los sustratos, pueden ser de lana de roca o la fibra de coco, entre otros. Por otra parte, en las coberteras naturales encontramos el serrín, las turbas o los re-

siduos de madera. Todos estos elementos facilitan y contribuyen a la creación de estos nuevos espacios.

De esta forma, el auge de los huertos ecológicos en las ciudades es una tendencia en aumento que, sin percatarnos, deja una serie de beneficios tanto para los propios espacios como para las personas, ya que mejora nuestra propia alimentación, haciéndola más natural. La última moda en cuanto a los huertos ecológicos viene de la mano de las comunidades de vecinos o urbanizaciones de alto standing que apuestan por este tipo de servicios como un elemento más de compra que revaloriza la propiedad.

Fernando Pozuelo
Fernando Pozuelo Landscaping
Collection
www.fernandopozuelo.com



JORNADAS RETOS DEL BRICOLAJE

Madrid, España
31.03-2016
www.gartenmesse.at

BLÜHENDES WELS

Wels, Austria
01.04.2016 - 03.04.2016
www.gartenmesse.at

**JOURNÉES DES COLLECTIONS
JARDIN**

Marsella, Francia
05.04.2016 – 07.04.2016
www.journeesdescollections.com

HANDMADE FESTIVAL

Barcelona, España
08.04.2016 – 10.04.2016
www.handmadefestivalbcn.com

IBERFORESTA 2016

Plasencia, Cáceres, España
21.04.2016 - 23.04.2016
www.iber-foresta.com

FIERA CAMPIONARIA

Padova, Italia
14.05.2016 - 22.05.2016
www.campionaria.it

FERROFORMA

Bilbao, España
23.05.2016 - 25.05.2016
www.ferroforma.eu

ESPACIO FERRETERO

Madrid, España
02.06.2016 - 04.06.2016
www.madridespaciosycongresos.com

SPOGA+GAFA

Colonia, Alemania
04.09.2016 – 06.09.2016
www.spogagafa.com

MACFRUIT

Cesena, Italia
14.09.2016 - 16.09.2016
www.macfrut.com

FLORA TRADE SHOW

Rimini, Italia
14.09.2016 - 16.09.2016
www.riminifiera.it

FLORMART

Padova, Italia
21.09.2016 - 23.09.2016
www.flormart.it

IBERFLORA Y EUROBRICO

Valencia, España
05.10.2016 - 07-10-2016
www.iberflora.feriavalencia.com

AGRITECHNICA AGRÍCOLA

Hannover, Alemania
12.11.2017 - 18.11.2017
www.agritechnica.com

*"En mi negocio
mis vehículos de
trabajo están libres
de créditos y plazos
innecesarios"*



Northgate es su solución.

El único renting en el que sólo pagará por lo que usa.



La más amplia gama de vehículos a su disposición



- Devuelva el vehículo cuando no lo necesite, sin ninguna penalización.
 - Si lo vuelve a necesitar en 24h lo tiene.
- Esto no es magia, es Northgate.

SIN BANCOS DE POR MEDIO

Todo en una sola cuota: Mantenimiento y revisiones • Seguro a todo riesgo sin franquicia • Asistencia 24h 365 días al año • Vehículo de sustitución ilimitado • Cambio de neumáticos • Impuestos de matriculación y circulación • Tasas de ITV





INFERTOSA

Especialistas en productos agrícolas
y de jardinería



Crece contigo



Información, teléfono 963 348 305

<http://www.infertosa.com>