

# TECNO Garden

Revista Profesional de Jardinería



## ANIVERSARIO

Especial n°

# 200





**Disfruta de tu tiempo libre y nosotros nos ocupamos de tus plantas**

**Bio mini jardin Floragard sin turba**

- Substrato polivalente bio sin turba listo para el uso para plantar las más diversas plantas ornamentales y de flor y para el cultivo de hortalizas bio
- También para plantar directamente en el saco en balcón, terraza o invernadero
- Abundante cosecha y plantas sanas gracias al abono especial Flora Bio-Mix



**Flora**  **gard**<sup>®</sup>

... ¡y todo florece!

[www.floragard.de](http://www.floragard.de) · Tel. +49 (0) 441-2092-0

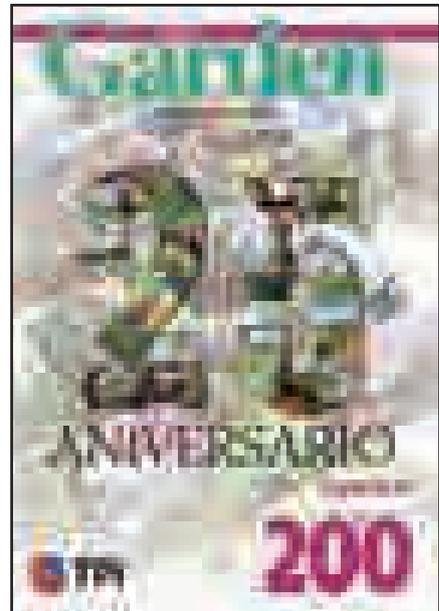
## Sumario

### Editorial

*Tecnogarden*: 25 años y 200 ediciones **4**

### Tribunas

- Un cuarto de siglo comprometidos con el sector verde. Por José Manuel Galdón, consejero delegado de Grupo TPI **6**
- Los *gardens* se están enfocando en crear Experiencias en sus tiendas. Por Santiago director de la AECJ **8**
- El mercado de los fertilizantes, tendencias y normativa. Por Raúl Nehring, director de la APJ **9**
- Principales retos del sector de flores y plantas en el año 2018. Por José María Zalbidea, secretario general de Fepex **10**
- Parques, jardines y áreas verdes sanos y seguros para una mejor calidad de vida. Por Carlos Palomar Peñalba, director general de Aepla **12**
- Iberflora, la casa de todos. Por Oscar Calabuig, presidente de Iberflora **13**
- Viveralia, un referente para el sector viverista nacional. Por Francisco Agulló, presidente de VAME **14**



### Informe del sector

- Flores y plantas **30**
- Consumo ecológico **31**
- Fertilizantes **32**
- Fitosanitarios **32**
- Maquinaria tractores **34**
- Herramientas de mano **35**
- Mascotas **36**

### 25 Aniversario. Nuestra historia y la del sector

Un recorrido por la historia de *Tecnogarden* (1993-2017) **40**



**TPI Edita**  
www.grupotpi.es | Tel. 91 339 67 30  
Avda. de la Industria 6, 1ª planta. 28108 Alcobendas (Madrid)

**CONSEJERO DELEGADO**  
José Manuel Galdón Brugarolas

**DIRECTOR GENERAL COMERCIAL**  
David Rodríguez Sobrino

**DIRECTOR DE INFORMACIÓN**  
José Henríquez | jihenriquez@grupotpi.es

**DIRECTORA**  
Marisa Sardina | marisa.sardina@grupotpi.es  
Tel. 91 339 86 26

**REDACCIÓN Y COLABORADORES**  
Natalia Sánchez Montero, Nuria López,  
Laura García-Barrios, Eduardo Pavón,  
Lucas Varas, Beatriz Miranda

**PUBLICIDAD JEFE DE VENTAS**  
Ángel Luis Lara | angel.lara@grupotpi.es  
Tel.: 91 339 86 99  
Móvil 618 732 312

**DEPARTAMENTO COMERCIAL**  
Teresa del Amo, Luis González e Ignacio Vázquez

**PRODUCCIÓN JEFE DE PRODUCCIÓN**  
Enol Álvarez | enol.alvarez@grupotpi.es

**MAQUETACIÓN Y DISEÑO**  
Eugenia Gonzales-Rubio Exeni

**DEPARTAMENTO DE PRODUCCIÓN**  
Katherine Jácome Hualca, Jaime Dodero

**SUSCRIPCIONES Y DISTRIBUCIÓN**  
Marta Jiménez | marta.jimenez@grupotpi.es  
Tel. 91 339 67 30

**SISTEMAS**  
Joaquín Moll y Felipe Alzate

**BASE DE DATOS**  
Sandra García

**EVENTOS**  
Rocío Navas | rnavas@grupotpi.es

**ADMINISTRACIÓN**  
Susana Sánchez | susana.sanchez@grupotpi.es

**IMPRESIÓN**  
Impresos y Revistas, S.A

**DEPÓSITO LEGAL**  
M-27952-1993

**DISTRIBUCION POSTAL**

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



# Garden

REVISTA DE GARDENING

11 de octubre de 2011



**TISSOT**  
WATCHES

REPOZICJE CESTNICE VODNE — NOVITETA: ALUMINIJUMSKA INŠTANCIJA ZA GARDENING  
INTELEKTUALNA VARNOST PETA — FERRARIJEVA KASNA SE LEMBA  
TRAVNICE — NOVESE LAGOMANOVIC COMITALE — POKROVITELJ

# TECNOGARDEN: 25 AÑOS Y 200 EDICIONES

**T**odos somos herederos de nuestro pasado y el nuestro comenzó en octubre de 1993, año en el que vio la luz *Tecnogarden*, con el objetivo de hablar al sector de sus novedades, empresas y profesionales, derechos, oportunidades, actualidad... 25 años desde que empezamos a escribir nuestra propia historia, que es la historia de nuestro sector. Empezamos con lápiz, papel y el télex, pasamos por la máquina de escribir, llegamos a los ordenadores de sobremesa y desembarcamos en la tecnología más avanzada, la inteligencia artificial como nueva fisonomía de las empresas, las redes sociales, la hiperconectividad, los dispositivos móviles y la aparición de terrenos inexplorados en el mundo digital... realidades que se suceden, coexisten y finalmente se ven fagocitadas por lo inmediato.

La era tecnológica ha venido para quedarse definitivamente entre nosotros, transformando de manera clara y profunda los hábitos, el lenguaje, la vida y las costumbres de muchas personas para crear la cultura digital. Pero entre toda esta vorágine de idas y venidas, hay algo que permanecerá mucho tiempo en nuestras manos: el papel. La inmediatez de la noticia y su transmisión a través de medios digitales no es óbice para que la información de mayor calado, el valor añadido de la misma o la opinión sigan siendo analógicas. Decir que internet va a acabar con los periódicos o revistas es una opinión tan simplista como señalar que la fotografía va a acabar con la pintura, como profetizara Baudelaire a mediados del siglo XIX. Y es que el papel facilita la comprensión de lo leído gracias a su dimensión física..., y por ello el sentido de estas u otras páginas.

Hemos sido testigos de la crisis del 1993 y de la del 2008. Y aterrizamos en el 2018, dejando atrás 25 años en los que hemos ido cumpliendo con nuestro objetivo principal, que no es otro más que informar al sector de todo lo que acontece, al tiempo que ofrecer nuestras páginas para reflejar vuestras opiniones. 25 años... pero seguiremos cumpliendo con la fuerza y la ilusión del mejor emprendedor, con la seguridad del veterano, con la experiencia y el conocimiento de los años, y con la frescura de los jóvenes que se van incorporando y tomando el relevo.

Comienza un nuevo año en el que *Tecnogarden* celebra su 25 aniversario, con 200 ediciones a sus espaldas. Y lo festejamos con este número 200 que tienen en sus manos, haciendo un repaso a las noticias más destacadas que se han ido publicando desde su fundación. *Tecnogarden* ha sido testigo del devenir de muchas empresas y profesionales, cuyas imágenes de entonces permanecen indelebles en nuestras páginas. Algunos de los de entonces ya no están y otros nuevos aterrizaron en este sector, en esta gran familia. Queremos aprovechar este especial momento para hacer un reconocimiento a todos los que, de una u otra manera, han estado ligados a nuestra revista en estos años. Sin ustedes esta publicación no habría llegado a ser lo que es.

Este año más que nunca, os invitamos a participar con vuestras informaciones sobre el lanzamiento de nuevos productos, gamas, servicios, celebraciones de eventos, aniversarios, inauguraciones, nombramientos, informes de empresa o sector, videos. Pueden hacérselas llegar cualquier día y mes de año. Sus noticias podrán ser publicadas en nuestra revista web, boletines semanales, redes sociales y, dependiendo del espacio disponible, también en la revista impresa.

Abonos, fertilizantes, tierras, sustratos, maquinaria, herramienta, riego, iluminación, mobiliario, accesorios, productos para mascotas, piscinas... todo cabe en nuestro temario de este 2018. Con sus informaciones iremos conformando, como hemos hecho ahora, nuestras secciones de Actualidad y Novedades.

**JOSÉ MANUEL GALDÓN BRUGAROLAS,**  
CONSEJERO DELEGADO DE GRUPO TPI



## *Un cuarto de siglo comprometidos con el sector verde*

**D**esde la publicación del primer número de la revista *Tecnogarden* hasta el momento actual, han corrido muchos ríos de tinta bajo los pilares de nuestra casa editorial y de servicios, Grupo TPI. Con esta especial edición, celebramos que, sin casi darnos cuenta, hemos llegado al número 200, lo cual suponen 25 años de andadura por el sector de los espacios verdes. Una verdadera hazaña, sobre todo en un momento en el que el periodismo se encuentra inmerso en una etapa donde la tiranía de la inmediatez se ha ido imponiendo poco a poco en los medios de comunicación.

En nuestra pequeña, pero gran familia, acostumbrada a celebrar aniversarios con cabeceras de diversos sectores, el que este proyecto que vimos nacer, *Tecnogarden*, dedicado a los espacios verdes haya alcanzado una avanzada edad, nos lleva a mirar hacia atrás con cierta nostalgia, pero también con sincero agradecimiento. Rescatamos algunas de las palabras que recogía nuestro primer editorial, allá por el año 1993, que transcribimos literalmente para expresar, una vez más, el objetivo y el fin que siempre ha abanderado esta publicación:

“El lanzamiento de una revista siempre es algo apasionante. Y constituye un acontecimiento de especial importancia para una empresa editorial. Nuestra

filosofía y estrategia editorial ha sido y es la de conectar con las demandas del lector, siendo éste el punto de referencia y de partida. El objetivo son los clientes y sus necesidades, perfecta y exactamente percibidos, valorados e interpretados. Somos conscientes de que las circunstancias económicas actuales no son precisamente las más idóneas para el lanzamiento de un nuevo producto editorial. Pero también sabemos que la inactividad y pasividad, lamentablemente muy de moda en estos tiempos, a medio plazo suponen una pérdida irreparable. Estamos convencidos, después de una profunda investigación del mercado potencial, que existe un espacio no cubierto en el sector al cual se dirige *Tecnogarden*. Para satisfacer este mercado hemos diseñado esta revista, que hoy ve su primer número y que pretende aunar calidad y rigor en el tratamiento de la información con un enfoque práctico, y ser un foro en el que pueda manifestar su opinión a todo el sector cualquier profesional del mismo, sin olvidar un diseño gráfico moderno y agradable”.

Somos conscientes de que “camino sin piedra no es camino”. Pero en este trayecto hemos avanzado siguiendo una ruta segura, la del trabajo y la rigurosidad de la información. Es el momento de echar la vista atrás para advertir lo lejos que quedaron aquellas oficinas de Grupo TPI con olor a ca-

rrete de tinta, donde el repiqueteo de las máquinas de escribir impregnaba el ambiente. Hoy en día la tecnología lo envuelve todo, haciéndonos ganar en eficiencia y productividad, eliminando las dificultades y limitaciones, para poder destacar en este competitivo escenario. El futuro del periodismo está garantizado. Podría ser que las ediciones electrónicas cobren primacía sobre la versión impresa, pero las sinergias entre una y otra manera de informar las harán convivir de modo fraternal y complementarse de forma efectiva.

Corría el año 2014 cuando la Asociación Española de Editoriales de Publicaciones Periódicas (AEEPP) galardona a Grupo TPI, premiando el constante esfuerzo y empeño de todo nuestro equipo por la difusión de la actualidad sectorial, así como la generación y la transferencia de conocimiento. ¿La clave? Quizá nuestra filosofía de trabajo intenso, saliendo de nuestra zona de confort siempre que ha sido necesario. Se trataba del segundo Premio que concedía la AEEPP a nuestro grupo editorial. El primero acaecía dos años antes. Con el impulso que suponían galardones como estos, seguimos poniendo, si cabe aún más, un mayor empeño por mejorar cada día en nuestra labor como empresa editora, incrementando nuestra fuerza productiva, apoyados siempre en una valiosa herramienta tecnológica y humana.



Rendirse no está en las reglas del juego de los que luchan por realizar bien su trabajo. Y por ello "rendirse" es una palabra que dejamos atrás cuando muchas otras editoriales sucumbían a la crisis. El valor inherente explica que en cada producto o servicio hay algo que destaca, y ese "algo"

aquí gracias al prolífico trabajo de otras generaciones que nos han precedido, a nuestra suma de esfuerzo impenitente y a un esmerado espíritu olímpico, que hoy en día nos lleva a conmemorar estos 25 años y 200 ediciones cumplidas. Y por este motivo hemos editado este número

rarse al encuentro de lectores futuros, de lectores de hoy en día, que se sumergirán con nostalgia en este mar de páginas.

Además del repaso a la historia del paisajismo y la jardinería en este último cuarto de siglo, también hemos dedicado un espacio para la publicación de tribunas con la valiosa opinión de algunos de los profesionales más destacados del sector.

Llegar cada día con calidad a nuestros lectores es la verdadera vocación que constituye la esencia de nuestro trabajo. El patrimonio de la credibilidad no se adquiere de la noche a la mañana, sino que viene asociado a una marca que, al ser apoyada y seguida, termina siendo un referente. Y, en mi modesta opinión, creo que lo venimos logrando.

Nos gusta presumir de optimismo y de confianza en el futuro. No ponemos límites a nuestro trabajo, sino una permanente ilusión colectiva. La misma que late en los profesionales a los que se dirige nuestro esfuerzo.

Gracias a los profesionales, lectores y colaboradores por vuestras aportaciones, confianza y apoyo. Gracias por ser tan fieles y críticos con nuestro trabajo, por cuestionarlo a veces y por adheriros a él otras muchas. Gracias a todos los que nos seguís a través de la edición en papel, la página web, los boletines semanales o las redes sociales. Sin vosotros esto no tendría sentido.

Quiero dar las gracias también a todas las administraciones y entidades que nos apoyan, así como a los anunciantes, sin los que no hubiera sido posible realizar nuestro trabajo. Gracias por acompañarnos en este enriquecedor viaje hacia el futuro y animarnos a seguir desempeñando esta labor de divulgación de información dirigida al sector de los espacios verdes, nuestro firme compromiso desde el nacimiento de esta revista en el 1993.

## **Hoy en día la tecnología lo envuelve todo, haciéndonos ganar en eficiencia y productividad, eliminando las dificultades y limitaciones, para poder destacar en este competitivo escenario**

es lo que en este caso queremos enfatizar: nuestro particular modo de trabajar, de forma transparente y sin trucos, defendiendo la veracidad y la calidad de la información, así como el servicio al cliente por encima de cualquier otra prioridad.

En estos tiempos de dificultades para las empresas editoras, donde cumplir años se ha convertido casi en una hazaña, Grupo TPI ha ido buscando estrategias basadas en el esfuerzo, transformando esa amenaza, que es la crisis, en una oportunidad. Y hemos llegado hasta

especial con las noticias más relevantes publicadas desde que Tecnogarden vio la luz. Debido al limitado espacio del papel, muchas otras de valioso interés permanecen en nuestra hemeroteca, quizá pendientes de ser rescatadas en otras efemérides. Pedimos disculpas por ello. Gracias a esta cuidada y custodiada hemeroteca, sobrevive la memoria escrita de este sector de los espacios verdes y la de muchos otros. En ella permanecen latentes miles de noticias que a veces escaparon del lector de antaño para aventu-

**SANTIAGO GONZÁLEZ**, DIRECTOR DE LA  
AECJ, ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE CENTROS DE  
JARDINERÍA



## *Los gardens se están enfocando en crear experiencias en sus tiendas*

**N**o es sencillo definir qué ha pasado en las últimas décadas ya que la evolución de los centros de jardinería ha pasado en muchos casos de ser viveros de producción o empresas de jardinería a puntos de venta especializados en el comercio de plantas y todo tipo de complementos de jardín.

Secciones que hace años eran un éxito en la mayoría, como maquinaria, mobiliario, vallados... han ido perdiendo fuerza por la llegada de grandes empresas de bricolaje. La decoración de casa o jardín, también ha sufrido un cambio al llegar más operadores como Ikea o la venta *on line*.

El corazón de los *gardens* es Verde, es decir, que su mayor fuerza de ventas es el comercio de plantas de todo tipo (exterior e interior) que se mantienen como uno de los motores económicos más importantes.

La labor de la AECJ ha sido defender los intereses de los centros de jardinería y ayudarles dándoles armas de marketing, ideas para mejorar sus instalaciones, servicio personalizado, formación y... *Verde es Vida*.

Nuestra publicación ha pasado de ser una revista usada a ser imprescindible como herramienta de comunicación con el consumidor final. Muchos creían que con la entrada de internet

el papel moriría pero en nuestro caso, no ha sido así. Todo lo contrario. Nuestra revista crece en puntos de venta y en número de ejemplares cada año. La visibilidad de nuestra web moderna y dinámica ha sido de gran ayuda para los aficionados. Facebook es la red más usada por la AECJ para mantener informados a los casi 70.000 seguidores que tenemos y vínculo con los gardens.

En la actualidad, el congreso *Expo-garden* es, sin lugar a dudas, nuestro evento por excelencia que sirve como formación continuada de directivos y propietarios de gardens, interrelación entre ellos y relación con los mejores proveedores del sector. Actualmente la promoción de nuestro canal como especialistas y el incremento del consumo de plantas son nuestros dos grandes objetivos.

El sector de los *gardens* en España está en un continuo cambio y reconvirtiéndose en comercios especializados. Ya no sirve el vender sólo plantas, macetas y tierras... los *gardens* se están enfocando en crear Experiencias en sus tiendas que sean recordadas por sus clientes y muy notorias para hacerles repetir en distintas épocas del año.

Así es fácil encontrar en nuestros gardens demostraciones de barbacoas, talleres para todo tipo de público, cursos de un extenso temario o colabo-

raciones con otros sectores afines a la jardinería.

Nos somos los únicos que vendemos plantas en España... se han sumado además de los *bricos*, cadenas de supermercados, floristerías, agracentros, tiendas asiáticas, mercadillos, etc. Pero (casi seguro) me atrevería a decir que "sólo los gardens pueden aportar la garantía de Calidad de sus plantas ya que se reciben en lugares adecuados, se exponen en las zonas idóneas (las de dentro en el interior y las de exterior, fuera), se mantienen en el *garden* en las condiciones óptimas de agua, luz y humedad Y, son atendidas por auténticos profesionales formados".

Un frutal expuesto en una nave industrial o una planta de interior en la acera de una calle, no ofrece ninguna garantía de éxito.

La AECJ hace muchos años que está invirtiendo del orden de 50.000 euros anuales en campañas genéricas de promoción del uso de plantas como decoración de interior, beneficios en los puestos de trabajo (oficinas), todas las variedades de plantas para el consumo cercano (cítricos, frutales, pequeños frutos, aromáticas y hortícolas) como tendencia a nivel mundial.

¡Felicidades al equipo de *Tecnogarden* por su número 200 y confiamos en seguir colaborando 200 números más!



**RAÚL NEHRING**, DIRECTOR DE LA APJ,  
ASOCIACIÓN DE EMPRESAS PARA EL CUIDADO DE  
PARQUES Y JARDINES

## *El mercado de los fertilizantes, tendencias y normativa*

**D**eseo comenzar felicitando a Tecnogarden por su 25 aniversario, es un hito a tener en consideración y espero que continúe siempre en el mercado de la jardinería muchos años más.

A lo largo de la crisis económica tuvo el consumo de productos de jardinería sufrió un ligero descenso, sin embargo, en los últimos dos años el consumo no solamente despegó, sino que sigue en aumentando. Se ha observado una diversificación en los productos ofrecidos por las empresas para la nutrición y soporte de las plantas, introduciéndose además materiales de cobertura y decoración del suelo.

Actualmente, se observa una tendencia hacia productos naturales que vienen a complementar la actual oferta, poniendo de relieve que el consumidor es cada vez más sensible a los efectos de los productos sobre el medio ambiente.

En Europa los productos fitosanitarios se han convertido en un grupo de productos con altas restricciones legislativas, limitando el número disponible de materias activas al alcance de los usuarios, sin embargo las necesidades permanecen y tienen un consumo estable.

En algunos países europeos se han impuesto legislaciones con cri-

terios más restrictivos en el uso de los fitosanitarios como es el caso de Francia. En España, desde el año 2012 tenemos una legislación que asegura una alta seguridad para las personas y el medioambiente que se comercializan en la jardinería doméstica y los huertos familiares, con una tendencia estable en la adquisición de los mismos por parte de los consumidores.

No obstante, las empresas continúan su reto en la búsqueda de nuevas alternativas y soluciones, en general, para todo el sector de la jardinería, tanto profesional como no profesional. Algunas de ellas pasan por la incorporación de nuevas sustancias insecticidas, y herbicidas como sustitutos del glifosato, los neonicotinoides, etc. Otras alternativas, como es el uso de las denominadas "sustancias básicas" para su uso mayoritario en los huertos domésticos y en plantas ornamentales, han comenzado a implementarse. También se estudia como alternativa el uso de las sustancias clasificadas de bajo riesgo, actualmente limitadas en número, pero que una vez aprobados los usos en la jardinería, se espera que pasen a incorporarse en los catálogos de las empresas. Los fitosanitarios a base de extractos de plantas y microorga-

nismos en el sector de la jardinería, aún no acaban de despegar en su totalidad, quedando como un reto pendiente para las empresas a medio plazo. Finalmente, se está introduciendo el uso de enemigos naturales, feromonas para captura masiva o monitoreo y las trampas en la jardinería profesional.

De cara al futuro, esperamos un crecimiento estable en términos económicos, unido a marcos normativos también estables que impulsen el número de productos que se puedan utilizar en la jardinería tanto doméstica como profesional, manteniendo las garantías de seguridad para las personas, animales y el medioambiente.

Por último, y debido a la reducción de la toxicidad de materias activas fitosanitarias se potenciarán productos alternativos como fertilizantes orgánicos, procedentes de residuos de plantas y animales, y bioestimulantes que incluye sustancias y/o microorganismos que ejercen un efecto sobre el crecimiento, que mejorarán la eficiencia del uso de nutrientes, la tolerancia al estrés abiótico, por tanto, contribuirán a una mejor respuesta de las plantas frente a plagas y enfermedades dando lo mejor de sí tanto en uso como apariencia.

**JOSE MARÍA ZALBIDEA**, SECRETARIO GENERAL  
DE FEPEX, FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE  
PRODUCTORES EXPORTADORES DE FRUTAS,  
HORTALIZAS, FLORES Y PLANTAS VIVAS



## *Principales retos del sector de flores y plantas en el año 2018*

**E**l sector de flores y plantas afronta el año 2018 con optimismo por el aumento del consumo privado y un incremento de la demanda de plantas por parte de Ayuntamientos, empresas de jardinería y obra pública.

El sector tiene grandes retos en el ámbito normativo, la producción y la comercialización derivados principalmente de la sustitución de los canales de distribución tradicionales y de los cambios que se están produciendo en los hábitos de consumo.

En el ámbito normativo, el criterio de reconocimiento de las agrupaciones de plantas vivas y productos de la floricultura aplicados hasta ahora y fundamentalmente la ausencia de un instrumento financiero similar al existente en otros sectores ha imposibilitado una mínima organización de este sector, como lo refleja el hecho de que actualmente la participación de las agrupaciones de productores en la producción de este sector en nuestro país es anecdótica, causando un claro perjuicio económico al sector productor. En este sentido, es prioritario establecer la inclusión de un instrumento financiero, con el objetivo de corregir las desventajas competitivas existentes con relación a otros productores comunitarios, así como favorecer la integración de las estructuras productivas y comerciales para reforzar su posición en el mercado, contrarres-

tando la concentración de las centrales de compras y de la distribución y facilitando un mejor conocimiento y consiguiendo adaptación al mercado.

En el ámbito de la producción es imprescindible acelerar el proceso de innovación de las explotaciones para hacer frente a nuestros principales competidores, por lo que se considera necesaria la adopción de medidas urgentes de mejora de las explotaciones, en línea con la política adoptada por los principales países productores comunitarios. Es necesario también dar respuesta a la escasez y alto coste del agua en las principales zonas productoras. Y en tercer lugar, es prioritario mejorar la disponibilidad de productos fitosanitarios, factor determinante de la competitividad.

En el ámbito de la comercialización el sector debe centrar sus esfuerzos en impulsar acciones de promoción que permitan aumentar el consumo, preferentemente en los *gardens centers*, e iniciar el desarrollo de nuevos canales de comercialización, que ya se encuentran desde hace años en pleno funcionamiento y con enorme éxito en la mayoría de los países europeos, como la venta de flores y plantas en las cadenas de supermercados y de bricolaje.

En este sentido, y dado el interés manifestado por empresas internacionales del sector de flores y plantas en participar en la feria Fruit Attraction 2018, así como la petición expresa

formulada en los últimos años por un gran número de visitantes en las encuestas elaboradas por esa Feria, se ha decidido crear una zona de exposición que se denominará Flower&Garden Attraction

Esta decisión quiera dar respuesta a la petición realizada desde hace varios años por la mayoría de asociaciones de productores de flores y plantas de FEPEX de aprovechar las sinergias de la Feria Fruit Attraction, así como el manifestado por los centros de jardinería como visitantes habituales interesados los diversos *packaging* utilizados para venta en cadenas de distribución y tiendas *gourmets*.

Flower&Garden Attraction va dirigida al canal del *garden* y al canal de las cadenas de distribución entendiendo que éstas son complementarias y con el objetivo que sea un escaparate del sector e impulsar el consumo de flores y plantas. Así mismo, Fepex mantendrá su compromiso de colaboración activa en la promoción y celebración de la Feria Iberflora, a la que seguirá reconociendo como el certamen de referencia en el sector de la jardinería en España y a la que se apoyará en todas aquellas actuaciones que solicite.

Flower&Garden Attraction con un ámbito más específico y de escaparate hacia los *gardens center* y las cadenas españolas e internacionales y la Feria Iberflora, con un ámbito sectorial más



global, son dos certámenes que pueden ser complementarios y colaborar activamente dando respuesta a la demanda actual de algunas empresas del sector

La colaboración en la organización de la próxima edición de la feria Iberflora, que se celebrará en Valencia en el mes de septiembre, así como de Flower&Garden Attraction, que se celebrará en Madrid en el marco de la feria Fruit Attraction del 23 al 25 de octubre, serán uno de los ejes de actuación desarrollados por parte de todo el sector.

Por último hay que destacar el trabajo realizado por la Comunidad Verde, organización sin ánimo de lucro para la promoción y divulgación de los beneficios que aportan la jardinería y las áreas verdes y deportivas, cuyo objetivo es llamar la atención sobre la necesidad de aumentar y mejorar los espacios verdes públicos y privados en las ciudades para propiciar el gran beneficio verde que estos jardines, plantas y árboles aportan a la salud de las personas, al medioambiente, a la economía y a la cohesión social.

En el marco de actuación de La Comunidad Verde y de Fepex, como coordinador, se ha puesto en marcha el proyecto de Villas en Flor, programa de carácter anual y de ámbito nacional que califica y reconoce en forma de galardones la trayectoria y las acciones llevadas a cabo por los municipios españoles en la conservación, la mejora y el desarrollo de las zonas y los espacios verdes urbanos, su gestión sostenible, la educación ambiental y la concienciación ciudadana en el cuidado del entorno. En definitiva este proyecto pretende reconocer a aquellos municipios que tienen una especial implicación en la conservación, la

## **“El sector debe impulsar acciones de promoción que permitan aumentar el consumo, preferentemente en los gardens centers, e iniciar el desarrollo de nuevos canales de comercialización”**

mejora y el desarrollo de las zonas verdes, y lo que ello significa en relación con la mejora de calidad de vida en las ciudades

El proyecto de Villas en Flor ha sido promovido por las asociaciones miembros del Comité de flores y plantas de Fepex, que agrupan a más de 700 productores de plantas de vivero y centros de jardinería, y ha contado en su fase inicial con el patrocinio de Feria Valencia.

El proyecto Villas en Flor se basa en el modelo creado en Francia en el año 1959 de “Villes et Villages Fleuris” y que integra actualmente a más de 11.000 municipios de ese país. En España este proyecto fue iniciado en Cataluña en el año 2012 y promovido por la Confederación de Horticultura Ornamental de Cataluña (CHOC), organización integrada entre otros, por la Federación de

Viveristas de Cataluña, el Mercado de flores y plantas de Villasar y el Gremio de Jardineros, habiendo tenido un éxito notable con la inscripción en la última edición de más de 110 Ayuntamientos

Este proyecto pretende ser un instrumento del sector español para poner en valor la importancia de las plantas, las zonas verdes, los jardines en las ciudades y los efectos positivos que tiene sobre el bienestar de las personas, la convivencia social y el medio ambiente; Y es complementario con otras iniciativas a las que se ha incorporado el sector español, como es el Movimiento Green City Europe en el que diferentes países comparten información para la promoción de la jardinería y zonas verdes públicas y privadas en las ciudades, O la campaña de adhesión ‘Compromiso por el Jardín’ que he comentado anteriormente.



**FRANCISCO AGULLÓ**, PRESIDENTE DE VAME,  
ASOCIACIÓN DE EMPRESAS PRODUCTORAS DE  
PLANTAS DE VIVERO DE LA PROVINCIA DE ALICANTE



## *Viveralia, un referente para el sector viverista nacional*

La última edición de Viveralia, Salón Profesional Internacional de la Planta Ornamental y Afines, confirma que la feria que se celebra en las instalaciones de la Institución Ferial Alicantina (IFA) se mantiene como un referente del sector nacional y que recupera progresivamente su perfil internacional. Los datos indican que unos 5.000 profesionales han visitado esta muestra, en su decimoquinta edición, que se ha celebrado del 30 de enero y hasta el 1 de febrero en la Institución Ferial Alicantina (IFA). Con estos datos se ha mantenido el volumen de visitas alcanzado en 2017, y vuelve a llamar la atención de visitantes extranjeros, en especial de franceses e italianos. En Viveralia 2018 han participado 55 expositores que han mostrado sus mejores ejemplares en los 5.500 metros cuadrados de superficie de la feria.

Esta convocatoria la organización ha centrado su atención en potenciar la exportación en el sector. El 31 de enero se organizó una jornada sobre "¿Cómo conocer a mi competencia en el mercado de destino y a quién vende?", con el apoyo del IVACE, la Generalitat Valenciana y la Cámara de Comercio de Alicante, junto a la organización empresarial del sector de viveros VAME. El taller tuvo como finalidad dar a conocer la competencia de forma minuciosa, con el fin de que los exportadores conocieran a quién vender, a qué precio y cada cuanto tiempo. Se detallaron al completo

**“Este ejercicio, además de la atracción al sector profesional nacional, el salón ha contado con visitantes de multitud de países como Francia, Alemania, Italia, Países Bajos, Bélgica o Rumania”**

los movimientos que hace cualquier competidor en cualquier parte del mundo. Además, fue la primera vez que se organizó para un sector como es el de viveros y plantas, que es tan importante en la provincia de Alicante.

Este ejercicio, además de la atracción al sector profesional nacional, el salón ha contado con visitantes de multitud de países como Francia, Alemania, Italia, Países Bajos, Bélgica o Rumania, muchos de ellos procedentes de los mercados habituales en los que los empresarios españoles, pero fundamentalmente de la provincia, ya se están posicionando desde hace años. La asistencia de este mosaico de nacionalidades se ha interesado por el sector vivero español y acuden a Viveralia por la profesionalidad de

la organización y de los expositores, la experiencia, la variedad de los productos expuestos y por las buenas comunicaciones.

Para el próximo ejercicio ya se está trabajando con la Cámara de Comercio de Alicante y con el IVACE para organizar misiones comerciales desde Emiratos Árabes, Líbano, Croacia y Azerbaiyán, territorios que están mostrando un gran interés por los productos de viveros españoles y que en pocos años se pueden convertir en mercados de referencia para nuestras empresas.

El balance de Viveralia de este año ha sido bueno para los expositores y para el sector. Ahora a pensar en darle una mayor dimensión y proyección internacional a la de 2019 que ya está en marcha.



**CARLOS PALOMAR PEÑALBA**, DIRECTOR GENERAL DE AEPLA, ASOCIACIÓN EMPRESARIAL PARA LA PROTECCIÓN DE LAS PLANTAS

## *Parques, jardines y áreas verdes sanos y seguros para una mejor calidad de vida*

Las áreas verdes, ya sean públicas o privadas, se han convertido en esenciales para garantizar una mejor calidad de vida. Por esa razón ocupan un protagonismo en el día a día de los ciudadanos, tan exigentes con el aspecto estético de las áreas públicas como preocupados por los tratamientos fitosanitarios con los que son protegidos. Los problemas de plagas y enfermedades afectan a las áreas verdes de la misma manera que a los cultivos agrícolas, y por esa razón son tratadas con productos fitosanitarios. Sin embargo, al llevarse a cabo en espacios públicos, existe una regulación muy estricta, que restringe de forma muy importante los tratamientos fitosanitarios a realizar en zonas públicas. La normativa europea establece el marco de actuación para un uso sostenible de los productos fitosanitarios, pero cuenta con problemas que hay que solventar. Entre ellos: la falta de productos, insuficientes usos autorizados para dichos productos, autorizaciones de tratamientos en espacios públicos que no se pueden llevar a la práctica y restricciones adicionales de algunas administraciones públicas, sin base científica y legal que las avale.

Esta normativa establece la Gestión Integrada de Plagas de obligado cumplimiento, exceptuando los espacios de uso privado. Este modelo de gestión establece qué criterios seguir ante diferentes problemas de sanidad vegetal, priorizando medios de defensa no químicos cuando sea posible. Sin embargo, en ocasiones los tratamientos fitosanitarios resultan imprescindibles, y es entonces cuando deben ser

aplicados de manera segura y responsable. Uno de los principales principios de la Gestión Integrada de Plagas, es anteponer, siempre que sea posible, los métodos biológicos, físicos y culturales a los químicos. En todo caso, se emplearán de forma integrada con los productos fitosanitarios cuando no permitan un control satisfactorio de las plagas. En caso de resultar necesaria una intervención con productos químicos, las materias activas a utilizar se seleccionarán siguiendo el criterio de elegir aquellas que proporcionen un control efectivo y sean lo más compatibles posible con organismos no objeto de control, evitando perjudicar a controladores naturales de plagas y a insectos beneficiosos como las abejas.

¿Entonces por qué el empeño desde algunas instituciones públicas en legislar por encima del marco regulatorio ya existente?; ¿acaso será más seguro no usar productos fitosanitarios y dejar que las plagas y enfermedades se adueñen de las áreas verdes públicas?; ¿qué objeto tiene prohibir o recomendar, no usar productos fitosanitarios? Esta postura no cuenta con rigor científico alguno que la justifique, como si lo tienen las autoridades que, basándose en los estudios realizados por los expertos evaluadores, admiten el uso de ciertos productos fitosanitarios para su uso en áreas públicas. Es más, a día de hoy existen fitosanitarios expresamente autorizados (con exigencias y restricciones superiores a los fitosanitarios de usos agrícolas) que diferencian entre usuario profesional y no profesional.

El mantenimiento de espacios verdes, jardines y huertos familiares

requiere el control de plagas y enfermedades. Pero no sólo se trata de mantenerlos sanos, sino también de establecer un adecuado programa de cuidados, con el objetivo de poder disfrutar de estos espacios de forma agradable y segura.

Actualmente, todo lo 'verde', lo 'orgánico' y lo 'natural', está de moda, o lo que se entiende como tales. Por ello, no son pocos los que abogan por eliminar el uso de productos fitosanitarios en áreas verdes. En definitiva, apuestan por lo que ellos identifican como ecológico, desconociendo que incluso en el cultivo ecológico se hace uso de soluciones químicas. Este tipo de decisiones puede generar resultados no deseados, y no será difícil encontrar espacios públicos sin tratar en la que comiencen a proliferar malas hierbas, los árboles se cubran de melaza y sus hojas caigan al suelo. Por todo lo contado hasta ahora, queremos hacer unas propuestas a llevar a cabo para disfrutar de la jardinería con seguridad para las personas y el medio ambiente. En concreto: agilizar el registro de los productos que cumplen las restricciones previstas, facilitar la ampliación de usos menores de productos autorizados, establecer condiciones de uso y mitigación de riesgos razonables de acuerdo con los estudios realizados, simplificar los procedimientos administrativos para el tratamiento de espacios públicos e informar a la opinión pública que la relación beneficios /riesgos de la GIP de nuestros espacios verdes es ampliamente favorable y garantiza su calidad y seguridad.



OSCAR CALABUIG, PRESIDENTE DE IBERFLORA

## *Iberflora, la casa de todos*

Iberflora está trabajando desde hace meses en su próxima edición. Una edición que se celebrará del 3 al 5 de octubre en Feria Valencia y que será una de sus ediciones más ambiciosas.

Superados los años más duros de la crisis y tras varios ejercicios de crecimiento, Iberflora 2019 tiene todo a su favor para convertirse en una feria de récords. Los buenos resultados de las últimas citas están animando a los expositores a confirmar su apuesta por Iberflora y a nuevas empresas, españolas y extranjeras, a sumarse a la convocatoria. El viento, en términos económicos, sopla ya a favor para las empresas. Pero además, Iberflora coincidirá este año con la celebración de Eurobrico, Salón Internacional del Bricolaje, una muestra con la que sin duda compartimos sinergias que debemos aprovechar.

Desde Iberflora estamos convencidos de que la convocatoria conjunta repercutirá de forma positiva en el po-

tencial del escaparate comercial -con 200 expositores más-, multiplicará las oportunidades de negocio y captará la atención de un mayor número de profesionales, convirtiéndose en punto de encuentro ineludible en los ámbitos de planta y flor, paisajismo, tecnología, jardinería, decoración, mobiliario, ferretería y bricolaje. De hecho, esperamos alcanzar la cifra de 15.000 visitantes profesionales y potenciar la internacionalización, de la oferta y de la demanda.

Ese refuerzo del carácter internacional de Iberflora es precisamente uno de los ejes estratégicos establecidos en el comité organizador del certamen. Y, con ese objetivo, hemos doblado esfuerzos en acciones comerciales y de marketing en los mercados prioritarios para el sector, fundamentalmente Francia, Alemania, Holanda, Italia, Bélgica y Reino Unido.

Siempre bajo la premisa de ser la

casa común del sector verde, Iberflora cumple 47 ediciones con nuevas propuestas encaminadas a poner en valor la importancia del "verde" en las ciudades: en los espacios colectivos públicos y privados, las fachadas, los jardines, los parques... Y, en este sentido, vamos a presentar un nuevo proyecto denominado "Urbanismo en Verde" para resaltar las ventajas que aportan el verde urbano en la calidad de vida de las personas, la generación de empleo social y la contribución a la sostenibilidad. Con ello, queremos también potenciar las especies autóctonas y ser impulsores del proyecto Villas en Flor, que se presentó el año pasado en el marco de Iberflora.

En esta edición volveremos a contar con el "Ágora Verde", nuestro espacio de reflexión en torno al paisajismo; la "Ronda de Floristas", el área dedicada a los floristas y sus proveedores; "Inspiratio", el proyecto de análisis de tendencias y nuevos mercados; y también La Noche + Verde, que celebraremos el 2 de octubre como antesala a Iberflora pero, en esta ocasión, como gran fiesta abierta a todos los grupos y colectivos. La convertimos así en la gran gala de todo el sector. Una gala de ocio y networking en Iberflora, en la casa de todo el sector verde.

Y como representante de esta casa, la casa de todos, me gustaría aprovechar esta tribuna para dar la enhorabuena a un medio como *Tecno-garden*, que cumple ya 25 años y 200 ediciones. En mi nombre y en el de todo el equipo de Iberflora, queremos agradecerles sinceramente el respaldo que siempre hemos encontrado en el grupo TPI, un apoyo fundamental para Iberflora y para el sector. Felicidades y suerte para seguir por muchos años más contribuyendo a difundir la cultura verde. Nos vemos en Iberflora 2018.

**“Superados los años más duros de la crisis y tras varios ejercicios de crecimiento, Iberflora tiene todo a su favor para convertirse en una feria de récords. El viento, en términos económicos, sopla ya a favor para las empresas”**



# CRECE A LA VELOCIDAD A LA QUE PIENSAS

La solución inteligente ERP cloud ofrece información y modelos en tiempo real para una escalable y rápida integración de nuevos modelos de negocio, departamentos, compras o fusiones. No solo te ayuda a identificar oportunidades de expansión, sino que puedes aprovecharlas más rápido.

**SAP S/4HANA® Cloud** Run Ahead

**SAP** Run Simple



# Bricomed, el proveedor total para el jardín



**B**ricomed se dedica a la distribución al por mayor de productos para riego de jardín y agricultura. Bricomed forma parte del Grupo Bellviplas, fabricante de plásticos de extrusión para agricultura e industria. Esta empresa familiar con sede en l'Olleria (Valencia) está gestionada por José María Bellver y sus 3 hijos; Alejandro, David y M<sup>ª</sup> Gloria. Empieza su andadura en el 2004 con el auge del bricolaje y el DIY, con la idea de la creación de líneas de producto pensadas para el cliente final y enfocadas al Brico-riego.

## Gran catálogo de productos

En 2006, lanza el primer catálogo de producto y empieza la captación de clientes en el sector de la jardinería, logrando un importante número de clientes, principalmente en la costa mediterránea. Progresivamente se amplía el número de clientes y, por consiguiente, la red comercial, hasta llegar a todas las provincias de España. En la actualidad, Bricomed cuenta con más de 2.000 clientes.

En 2008, Bricomed busca alianzas con empresas de europeas para la distribución en exclusiva de productos específicos, amplía la gama de productos para riego profesional y crea una amplia gama de productos para jardín; herramienta de poda, horticultura, invernaderos y decoración de jardín.

Bricomed continúa su expansión suministrando a centrales de compra y grandes superficies, y continúa la labor de suministro a los centros de distribu-

ción tradicional del canal de Garden Centers, Agri-centros y ferreterías.

**Bricomed ofrece la posibilidad de canalizar todas las compras que un cliente del sector pueda necesitar, con un solo proveedor**

En 2010 Bricomed inicia la fabricación de sus productos, creando una línea de productos propia. El objetivo de este proyecto es ofrecer un producto de calidad y conseguir unos precios más competitivos.

En los últimos años Bricomed incrementa la gama de productos técnicos para agricultura por medio de tutores de bambú y desarrolla una línea de protectores agrícolas y tutores de plástico y metal.

Progresivamente, Bricomed invierte cada vez más en marketing y diseño, tanto en la imagen de la empresa, como en la gama de productos. De este modo, la empresa tiene cada vez más presencia en las revistas y directorios más importantes del país.

La visión comercial de la empresa, hace que Bricomed esté siempre atenta

a las últimas innovaciones del sector, con el objetivo de ofrecer un producto útil y de calidad al cliente final. Es por esto, que el catálogo actual de Bricomed, dispone de más de 2.000 referencias y ofrece 200 novedades cada catálogo.

## El proveedor total

En definitiva, Bricomed dispone de una de las más amplias gamas de producto para riego, jardín y agricultura del mercado. Con esto, Bricomed ofrece la posibilidad de canalizar todas las compras que un cliente del sector pueda necesitar, con un solo proveedor. ●







# Burés, un servicio integral con respuestas a las crecientes demandas



La trayectoria de las empresas Burés se inicia en 1965 por parte de Oleguer Burés Fabregas, precursor en la estabilización de cortezas de pino y estiércoles para su utilización en la obtención de plántulas hortícolas y en el envasado de Tierras de jardín. En la actualidad Oleguer Burés Pastor administra Burés y otras empresas, que también son referente en los sectores de la jardinería y el medio ambiente. La gestión actual de Burés S.A.U. está a cargo de Xavier Giménez que asume el reto desde mediados del 2017.

Con más de diez hectáreas de superficie, Burés, estructura sus instalaciones para ofrecer a sus clientes un servicio integral que contempla desde las oficinas de expediciones, fábrica y laboratorio para control de calidad hasta un cash&carry para venta profesional. La empresa invierte continuamente en la aplicación de nuevos medios que aumenten el rendimiento de su sistema productivo y optimicen la gestión. La incorporación de los últimos avances tecnológicos, ha permitido disponer de una capacidad de producción a más de tres millones de

sacos anuales. Para este año la empresa ha renovado dos de sus líneas de envasado, ha invertido en maquinaria de volteo y en transporte propio para mejora de la atención a sus clientes.

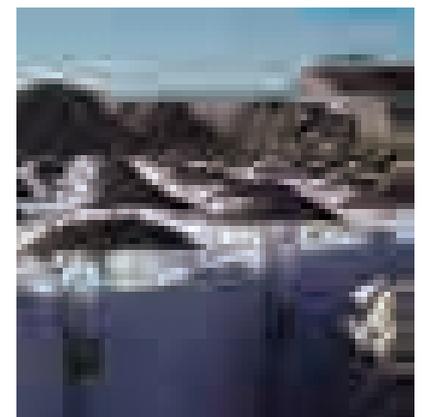
La principal actividad de la empresa se centra en el sector de la jardinería hobby, siendo los centros de jardinería, grandes superficies y las floristerías los principales clientes; y en el sector de la jardinería profesional: grandes y pequeñas empresas de jardinería, empresas de obra pública, ayuntamientos y entidades municipales, ingenierías, paisajistas y decoradores; el sector agrícola y el viverismo hortícola y ornamental.

Los productos Burés son fruto de una selección cuidadosa de materiales naturales que vienen de la tierra, del bosque y contribuyen al bienestar y al disfrute de la jardinería. Están preparados con materiales orgánicos y minerales seleccionados en base a criterios agronómicos y medioambientales. El control del 100 % del proceso ofrece garantías del producto: óptima respuesta en cultivo, adecuada reposición en línea de venta y atención perso-

nalizada por parte de un equipo multidisciplinar que permite un trato más cercano con el cliente. En la actualidad Burés dispone de una gama de productos totalmente renovada, con una imagen en ensacado actual y acorde con el producto.

La calidad es una premisa fundamental en la actividad de la empresa. Burés ha adaptado la mayoría de productos a mezclas con fertilizantes orgánicos ecológicos, tendencia de futuro. Es pionera en la preparación de sustratos para cubiertas ajardinadas, dispone de productos especiales para aplicación como suelos estructurales que van a contribuir en la mejora del arbolado urbano. Continuamente se incorporan en catálogo nuevos productos y se apuesta por nuevas aplicaciones que activan las líneas de investigación.

Burés mantiene viva la inquietud para avanzar hacia una jardinería más adaptada al entorno en el que vivimos y ofrece respuestas a las crecientes demandas del sector profesional: nuevas técnicas de ajardinamiento como son las cubiertas verdes, los jardines verticales, los sistemas de biofiltración de agua y aire, los suelos drenantes y los suelos estructurales, técnicas que comprenden un abanico amplio de actividades centradas en la investigación que se lleva a cabo desde el departamento técnico de la empresa. ●





## ESPECIALISTAS EN SUSTRATOS PARA PLANTAS



Nuestra amplia experiencia como fabricantes de productos orgánicos y sustratos nos permite disponer de una extensa gama con garantías. Más de 50 años en el mercado (desde 1965) avalan la actividad de BURÉS.

*Burés, la buena tierra.*

**Burés S.A.U.**

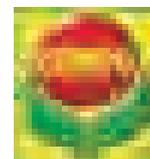
Camí de les Ràfoles, s/n · Apartado de Correos, 174

08830 Sant Boi de Llobregat (Barcelona) Spain

Tel. +34 93 640 16 08 · Fax. + 34 93 640 17 02

buress@buressa.com · [www.bures.es](http://www.bures.es)





## Compo, especialistas en nutrición vegetal

Compo se fundó en 1956 en Münster, Alemania. El primer producto que lanzaron al mercado fue un sustrato pensado para los aficionados, Compo Sana, el primer sustrato que se comercializó embolsado. Posteriormente fue adquirida por la multinacional BASF e integrada en la división de fertilización. En ese periodo Compo unió sustratos y nutrición. BASF tiene dos premios Nobel por su desarrollo de procesos de síntesis de los abonos minerales que basaron las tecnologías de los abonos y fertilizantes Compo. Compo integró estas tecnologías así como los abonos de liberación lenta basados en su fórmula DMPP, y la tecnología de liberación controlada, basadas en la molécula Isodur®.

Siguiendo las tendencias y las necesidades del consumidor, Compo ha conseguido ser una empresa de referencia en Europa. Ofrece un surtido de productos para el cuidado de las plantas en casa y en el jardín, que abarca desde los sustratos, hasta fertilizantes, abonos, semillas de césped y productos de protección de plantas.

Desarrollan continuamente sus productos y formulaciones en abonos, sustratos y productos de protección de plantas, para adaptarse a las necesidades específicas de las plantas y ofrecer so-

luciones innovadoras a sus clientes. En este marco tienen acuerdos con grandes multinacionales, como Syngenta, para la comercialización de productos de protección de plantas. Para asegurar la calidad y el desarrollo de productos innovadores, Compo cuenta, además, con instalaciones de prueba externas y coopera con escuelas e institutos de investigación de referencia en el mundo, para trasladar su conocimiento científico a la práctica del cuidado de las plantas. De esta forma posibilitan a las escuelas investigar de forma práctica.

En España empezaron a comercializar con la marca Compo el año 1983. Actualmente, cuentan con la sede en Barcelona, un almacén logístico en Madrid y una envasadora y comercializadora de abonos en Almería.

Compo dispone de gamas adaptadas para cada tipo de consumidor y canal de comercialización entre los que se encuentran:

- Sustratos especializados y universales (Compo Sana®),
- Abonos granulados de liberación lenta (NovaTec®),
- Abonos de liberación de nutrientes controlada,
- Fertilizantes líquidos adaptados a las principales especies,

- Guano líquido para la floración,
- Los productos de protección de plantas: insecticidas (Axiendo®, Fazilo®), fungicidas (Duaxo®), acaricidas y herbicidas (Resolva®, Herbistop®).

Desde Compo aseguran que “intentamos disponer de las mejores propuestas de valor en todos y cada una de las necesidades de consumo, entre las que destacan nuestros sustratos Compo Sana basado en turba negra de alta calidad, nuestros reconocidos abonos azules, los fertilizantes líquidos y productos de protección de plantas, como el Insecticida Ultra Polivalente Axiendo®. Dos de las estrellas de este año son los productos ecológicos: el Herbicida Herbistop® -basado en ácido pelargónico- y el Antilimacos Biológico”.

Para el próximo curso siguen profundizando en el concepto Huerto Urbano con un abono para huertos de mayores dimensiones con Guano, un sustrato huerto para pequeños usuarios y un Humus Líquido basado en Leonardita, sustancia vegetal procedente de enormes concentraciones de materia orgánica, rica en ácidos húmicos que activan la vida del subsuelo. Por otro lado, completan su portfolio de productos Compo Barrera, con un repelente de perros y gatos desarrollado con extractos naturales. ●



# Huerto Urbano

## AMOR POR LO NATURAL, PASIÓN POR LO AUTÉNTICO

- Garantiza un crecimiento y floración óptima
- Potencia el sabor, color y aroma de los frutos
- Apta para la agricultura ecológica



**Humus de Leonardita** es una sustancia vegetal, procedente de enormes concentraciones de materia orgánica fósil, humificada de forma natural durante millones de años.



SÍGUENOS EN COMPO JARDINERÍA [www.compojardineria.com](http://www.compojardineria.com)



# Floramedia: líder europeo en etiquetado y packaging para el sector verde



**F**loramedia España es una empresa especialista en soluciones de comunicación y marketing, con más de 40 años de experiencia en el mercado nacional, que trabaja para toda la cadena de valor del sector verde: productores, viveros, distribuidores, puntos de venta e industria auxiliar. Forma parte de una multinacional con sede en Holanda, y posee oficinas en otros países europeos, como Francia, Alemania, Reino Unido, Polonia, etc.

El Grupo Floramedia es líder europeo en la producción de materiales impresos para todo tipo de material vegetal, incluyendo etiquetas de plantas, sobres de semillas, cubrebandejas, cubremacetas, cartelería y, en general, cualquier soporte impreso para el etiquetado, envasado y presentación de producto en el punto de venta.

## Banco fotográfico

Este liderazgo está reforzado por el mayor y más completo banco de imágenes del mundo especializado en el sector verde, con más de 220.000 fotografías de horticultura ornamental y jardinería, y que se actualiza cada

año con más de 4.000 nuevas referencias sobre diversas variedades y tendencias. Dicho banco de imágenes puede consultarse libremente en la web [www.floramedia-picture-library.com](http://www.floramedia-picture-library.com)

## Innovaciones

La innovación continua forma parte del ADN de Floramedia. Por ejemplo, innovación en nuevos materiales como el nuevo B500, un material ecológico y biodegradable con base de papel y laminado con una película protectora a partir de caña de azúcar, exclusivo de Floramedia. O innovación en impresión y acabados, como el llamado TTTC (Two Tone Top Coated), que consiste en aplicar sobre el mismo material una capa brillante y otra mate en distintos espacios de la superficie, creando un efecto sorprendente. Y también innovación en nuevos soportes gráficos, como Pot Covers (cubremacetas), que ahorran el proceso de cambio o limpieza de la maceta antes de transportar la planta al punto de venta; o Floratopp, un cartel para colocar en la parte superior de los carrys CC y que se pliega para facilitar su transporte.

## Floracom y GuíaVerde

Además de su especialización en el diseño y producción de conceptos gráficos impresos, Floramedia es también un referente en el mundo de la comunicación, el marketing y las nuevas tecnologías, que se canalizan a través de dos marcas distintas. Floracom es la agencia de comunicación y marketing del sector verde, y ofrece servicios de desarrollo web, ecommerce, gestión de redes sociales, vídeo marketing, email marketing y, en general, cualquier tipo de proyecto orientado a Internet. Por su parte, GuíaVerde es el medio de información de referencia del sector, apoyado en el portal web para profesionales y empresas [www.guiaverde.com](http://www.guiaverde.com), y un directorio impreso de publicación anual donde se recogen las principales empresas nacionales e internacionales. ●





Bien...



¡Genial...!

**Más valor añadido  
para tus plantas**

 **floramedia**  
Growing your business

[www.floramedia.es](http://www.floramedia.es)



# Nutriplant: talento y experiencia, una combinación de éxito

Fertilizantes Nutri Plant, con la marca Vital Plant, fabrica productos de jardinería doméstica y huerta ecológica, principalmente fertilizantes, fitosanitarios, correctores de carencias, especialidades y productos ecológicos para huerta.

Una de las claves para el éxito de una empresa es la combinación de talento y experiencia, como nuevas formas de crear y mantener cada día modelos comerciales y operativos de alto valor. Fertilizantes Nutri Plant lo ha conseguido. Aunque la empresa cuenta con un recorrido y experiencia de más de 30 años en el sector de la jardinería doméstica con otra marca, es en 2011 cuando comenzó a utilizar la marca Vital Plant.

Su productividad es resultado, en gran parte, del esfuerzo de su equipo humano, dinámico y cualificado, capaz de abordar de forma eficiente los proyectos más ambiciosos. En la actualidad, su departamento técnico y el comercial lo configuran licenciados en ciencias químicas e ingenieros agrónomos, lo que supone para la empresa un valor añadido.

Fertilizantes Nutri Plant pertenece al Grupo de Inversiones Peralar. Fue absorbido en el año 2011 por dicho grupo empresarial que posee diferentes marcas en distintos sectores. Gracias a esta fusión, disponen desde hace dos años de una proyección internacional bastante agresiva, siendo el mercado italiano uno de sus puntos fuertes, tanto para las marcas Vital Plant como para IQN, dedicada a la fabricación de productos químicos de limpieza para vehículos y trenes de lavado. Para la evolución de la firma ha sido vital el capital invertido por el grupo de inversiones. A partir de esta aportación financiera, Fertilizantes Nutri Plant se trasladó en 2012 a las nuevas instalaciones,

renovando toda la maquinaria que anteriormente existía.



Fertilizantes Nutri Plant brinda una óptima calidad-precio, así como una gran variedad de productos que satisfacen las necesidades del mercado, ofreciendo formatos de producto tanto para el particular como para los profesionales. También ofrecen soporte técnico a otros distribuidores (envasan a terceros con otras marcas), así como asesoramiento y personalización de productos para peritos agrónomos que puedan tener necesidades especiales según los proyectos que estén desarrollando.

## Productos y mercados

Fertilizantes Nutri Plant fabrica todo tipo de fertilizantes y abonos tanto en comprimidos, sólidos, granulados y líquidos. También fitosanitarios, biocidas y especialidades como quelatos de hierro sólidos y líquidos, pastas cicatrizantes, abrillantadores de hojas, etc.

Su producto más destacado es el abono vitaminado en comprimidos, que se fabrican con la misma fórmula desde 1.958. Actualmente la firma está centrada en el desarrollo de comprimidos para el cultivo hidropónico.

Su actual gama de productos abarca todas las necesidades para los amantes de la jardinería y el huerto: abonos líquidos y sólidos, insecticidas, acaricidas y fungicidas concentrados y listos al uso, antiavisperos y avispa con jet de cuatro metros, antilimacos, antihormigas y cucarachas, pastas de poda para heridas e

injertos, abrillantadores de hojas, quelatos de hierro para evitar la clorosis férrica, geles absorbentes de agua, etc. las dos últimas incorporaciones que se suman a su catálogo han sido una trampa de cucarachas ecológicas, que solo contiene sustancias atrayentes y adhesivo, sin ningún tipo de biocidas y eficaces al 100 %, y un raticida en cebo fresco adaptado a la nueva normativa que entró en vigor el 1 de marzo con paquetería de 150 gramos y difenacoum 29 ppm.

Además de la fabricación de sus productos, Fertilizantes Nutri Plant fabrica para terceros con marca blanca abonos y especialidades. Con la compra de una nueva envasadora-llenadora de pastas densas, están fabricando una pasta de poda con una alta viscosidad e impermeabilidad, envasando dicho producto a varias empresas del sector.

Los productos de Fertilizantes Nutri Plant se dirigen al garden center, agrícentro y floristerías, y actualmente están expandiendo sus productos a Italia, Portugal y Marruecos.

## Instalaciones

Actualmente, las nuevas instalaciones constan de un almacén, planta de fabricación y dos laboratorios. Entre su maquinaria destacan dos comprimidoras, una emblistadora, mezcladoras, dos líneas automáticas de envasado de líquidos, dos llenadoras de sólidos verticales y una llenadora de pastas densas. ●

# PRODUCTOS PARA JARDINERÍA DOMESTICA



**Vital**  
**Plant**



Abonos, insecticidas, biocidas y herbicidas

[www.vital-plant.es](http://www.vital-plant.es)

# Floragard, el especialista alemán en substratos desde 1919

La empresa Floragard de Oldenburgo trabaja con éxito en el desarrollo, fabricación y comercialización a nivel mundial de tierras y substratos universales Premium que, tal y como señalan desde la firma, “son sinónimo de máxima seguridad de cultivo y de unos resultados de crecimiento de primera categoría”. Pero su actividad económica no está centrada solamente en los productos y en su desarrollo en el invernadero experimental de la propia empresa, que incluye un moderno laboratorio, sino que también tiene como objetivo respaldar a los clientes en las fases de marketing y venta, tanto en el segmento de consumidores como en el profesional. Además, también desempeña un papel esencial el aseguramiento del abastecimiento de las distintas materias primas y aditivos para la producción de las tierras y substratos. Floragard es consciente de que la turba es una materia prima valiosa de características diferenciadas que se debe emplear de forma responsable. Por eso las factorías del norte de Alemania solo explotan terrenos que ya han sido aprovechados previamente durante décadas por el sector agropecuario, por ejemplo pastos; de este modo las turberas activas permanecen intactas. Después de la extracción de materia prima, estos terrenos se vuelven a humectar devolviendo a la naturaleza las condiciones primitivas que tenía antes de su aprovechamiento agropecuario. Además, las factorías socias de Floragard en el Báltico también cooperan activamente en el desarrollo de la protección medioambiental.



Como sostienen desde Floragard, “esta responsabilidad es la garantía de nuestro saber hacer. La calidad de las materias primas y los aditivos son solo algunos de los aspectos que allanan el camino de Floragard hacia un futuro sostenible coronado por el éxito como miembro activo del sector verde. Este planteamiento también define nuestro innovador abanico de productos como oferente premium: además de substratos universales caracterizados por su versatilidad, nuestro surtido destaca por los substratos especiales destinados a múltiples ámbitos de aplicación, las tierras presentadas en un formato moderno de pacas compactas así como los substratos bio sin turba, que tienen una estupenda acogida sobre todo entre los jardineros y horticultores aficionados de orientación ecológica”.

En la formulación de estos substratos se emplean turbas de calidades selectas y diversas materias primas alternativas, como fibras de madera, pulpa de coco, arcilla y compost. En combinación con diversos abonos, que ofrecen distintas características que van desde un efecto inicial inmediato, pasando por la adecuación al cultivo ecológico, hasta el aporte de nutrientes a largo plazo, surgen substratos que han consolidado su posición dentro del segmento de la jardinería y la horticultura. Además, la gestión de producto de Floragard aborda constantemente temas de actualidad como, por ejemplo, la jardinería y horticultura urbanas. Con el minijardín bio sin turba, Floragard ofrece un saco de

cultivo especialmente adecuado para urbanitas que, a pesar de disponer de poco espacio en su balcón y terraza, no quieren renunciar a disfrutar de plantas ornamentales, hierbas bio y hortalizas cultivadas en casa. El sistema de los sacos de cultivo permite cultivar las plantas directamente en el saco. Floragard emplea en la composición del sustrato pulpa de coco y compost vegetal para garantizar el aporte de nutrientes. El abono añadido Flora Bio-Mix de alta calidad garantiza cosechas abundantes y plantas vigorosas. Tiene un efecto inicial particularmente rápido y seguro, pues facilita con mayor rapidez a las plantas el nitrógeno que necesitan para crecer. Además, Flora Bio-Mix estimula la vida del suelo y con ella la transformación microbiana de los nutrientes.

En el mes de mayo de 2019 la empresa Floragard Vertriebs-GmbH celebrará su primer centenario tras haber vivido una agitada historia y atesorado una gran experiencia en el ámbito de la jardinería y la horticultura. Pero, según señalan desde Floragard, “a los alemanes del norte no nos gusta recrearnos demasiado en el pasado, preferimos mirar hacia delante. En el futuro también tendremos que investigar materias primas y asegurar su abastecimiento y habrá que detectar nuevas tendencias. Desde Floragard queremos que nuestros clientes de Alemania, España y el mundo entero sigan beneficiándose de todo ese saber hacer durante los próximos años y nos alegramos ante la perspectiva de seguir trabajando juntos”. ●



**Disfruta de tu tiempo libre y nosotros nos ocupamos de tus plantas**

**Substrato universal Floragard**

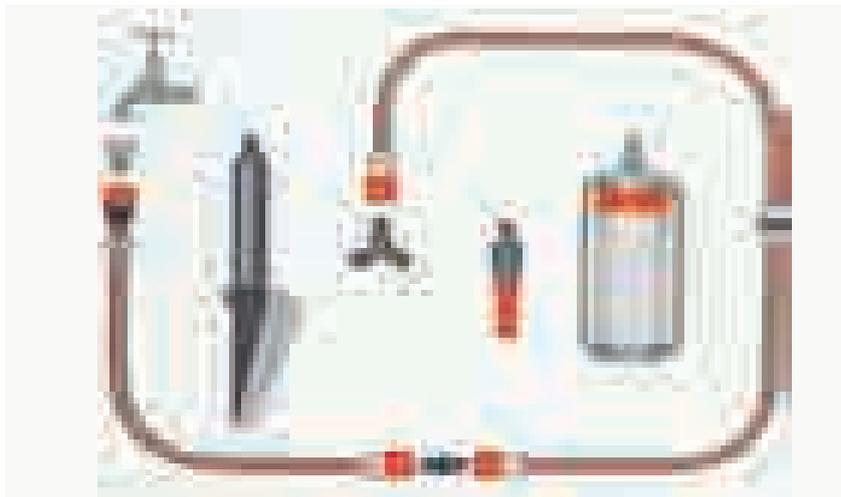
- Óptima absorción del agua gracias a Aqua-Plus®
- Plantas sanas y robustas gracias al valioso abono natural de guano
- Crecimiento vigoroso y duradero con abono Premium

**Flora**  **gard**®  
Floragard Product

... ¡y todo florece!

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

# Gardena continúa ofreciendo soluciones para el trabajo de jardinería diario



Con sede en Ulm, Alemania, Gardena es una de las marcas preferidas de muchos propietarios para el cuidado del jardín. propietarios de casas y jardines de todo el mundo en lo que a cuidados del jardín. El éxito de la firma radica en su amplia gama de productos necesarios: sistemas de riego, bombas, estanques de jardín, cuidado del césped, cuidado de arbustos y árboles, herramientas para el jardín y cultivo de la tierra. Actualmente, es la marca líder de herramientas para el jardín de primera calidad en Europa y tiene presencia en más de 80 países de todo el mundo. Desde Gardena afirman, "para nosotros, es un placer dirigirnos a aquellos propietarios que ven su jardín como un entorno de vida cercano a la naturaleza, así como lugar de bienestar, recreación y ocio".

## Éxito sistemático

Desde su fundación en 1961, Gardena ha pasado de ser una pequeña empresa de herramientas de jardinería a un fabricante mundialmente reconocido de productos y sistemas inteligentes para el cuidado del jardín, todo ello en unas pocas décadas. El despunte definitivo llegó con la presentación del Original Gardena System en 1968. La idea de ofrecer soluciones de sistema

continuó en las décadas siguientes con Gardena Combisystem (1977), Gardena accu-system V12, Gardena Sprinklersystem y Gardena Micro-Drip (todos en 1990). En Gardena se reafirman en que "el secreto del éxito siempre se basa en la innovación de la marca y en una política coherente de ventas y marketing".

## Miembro del grupo Husqvarna

Desde 2007 Gardena forma parte del grupo Husqvarna y, además de la propia Husqvarna y McCulloch, es una de sus marcas de consumo global más importantes.

## Cronología de Gardena

La empresa con sede en Alemania fue fundada en 1961 por los comerciantes Werner Kress y Eberhard Kastner. Empezaron importando herramientas de jardín fabricadas en Francia. El despunte definitivo llegó con la presentación del Original Gardena System en 1968. Gracias a su capacidad innovadora y la calidad de la marca, así como a las grandes ventajas para los usuarios, pasó rápi-

damente, en solo un par de años, a convertirse en un fabricante de renombre mundial de productos y sistemas sencillamente inteligentes para el riego y el cuidado del jardín. Desde 2007, la empresa es miembro del grupo sueco Husqvarna Group.

## 1968: cambio rápido de accesorios con un «clic»

Naranja. Este es el color de los componentes combinables de Original Gardena System para riego, como el conector de grifo, el conector de manguera y los accesorios de riego. Con su típico diseño, se ha convertido con el paso de las décadas en un clásico intemporal y una parte inherente de los jardines europeos.

## 2018: hacia una jardinería más inteligente

Este año presentan el futuro de la jardinería: Gardena smart system, que permite saber exactamente cómo se encuentran las plantas de su jardín, en cualquier momento y desde cualquier lugar. El cuidado y el riego del césped ahora se pueden controlar cómodamente desde una aplicación. De esta forma, los usuarios dispondrán de más tiempo para las cosas que realmente adoran de su jardín. ●





New!

# Haz lo que amas.

Mientras tanto, el nuevo SILENO CITY te creará una alfombra con tu césped. Controlable con una aplicación, fácil de instalar y de limpiar con una manguera. Mas Información en [gardena.com/es](http://gardena.com/es)

Potencia y corte aleatorio  
- Para praderas hasta 500m2



Pasión por vivir.

 **GARDENA®**



# Analisis del sector de los espacios verdes

LOS CRECIMIENTOS PREVISTOS EN EL MERCADO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE JARDINERÍA EL BIENIO 2017-2018 SE SITÚA EN TORNO AL 2 %, SEGÚN DATOS DE LA CONSULTORA DBK. SE ESPERA UN MODERADO CRECIMIENTO DEL VOLUMEN DE NEGOCIO DERIVADO DE LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE JARDINERÍA, EN UN MARCO ECONÓMICO FAVORABLE Y DE CIERTA RELAJACIÓN EN LAS POLÍTICAS DE RESTRICCIÓN PRESUPUESTARIA, TANTO DE LAS ADMINISTRACIONES PÚBLICAS COMO DE LAS EMPRESAS.

La evolución de la actividad en el segmento público se verá afectada por la importancia que mantendrá el precio en las adjudicaciones de nuevas concesiones, y por la remunicipalización de los servicios de mantenimiento de zonas verdes por algunos ayuntamientos.

No obstante, la consolidación de unas políticas de gasto público menos restrictivas y las nuevas externalizaciones de los servicios municipales por parte de algunos municipios de tamaño mediano y pequeño favorecerán el crecimiento del volumen de negocio en este segmento, con crecimientos previstos de alrededor del 2 % anual, pudiendo alcanzar un valor de unos 595 millones de euros en 2018.

En el segmento de demanda privado se espera un crecimiento similar, del orden del 2-3 % anual, previéndose que el volumen de negocio se sitúe en unos 280 millones de euros en el último año.

El sector seguirá concentrándose en los próximos años en los operadores de mayor dimensión, los cuales cuentan con

recursos suficientes para el acceso a los contratos de mayor envergadura.

## Flores y plantas

Según datos de Fepex, la exportación española de flores y plantas vivas creció un 19 % en los dos primeros meses del año con relación al mismo periodo de 2017, totalizando 55,8 millones de euros y la importación también creció un 6 % situándose en 37,9 millones de euros, según datos de la Dirección General de Aduanas.

Dentro de la exportación, la partida más importante corresponde a la planta viva con 44,6 millones de euros, con un crecimiento del 18 % y dentro de la planta viva destaca la planta de exterior con 17,2 millones de euros (+18 %) y la planta de interior con 5,7 millones de euros (+2 %). Tras la planta viva, figura la flor cortada, con un crecimiento del 25 %, situándose en 8,1 millones de euros, el follaje con 2,6 millones de euros (+18 %) y los bulbos con 443.861 euros (+17 %).

En cuanto a la importación, la partida más importante es también la planta viva con 20,5 millones de euros (+9 %), seguida de la flor cortada con 13,1 millones de euros, la misma cantidad que en 2016, los bulbos, con 2,4 millones de euros (-8 %) y el follaje con 1,8 millones de euros (+6 %), según datos de la Dirección General de Aduanas.

Para Fepex el aumento de las exportaciones demuestra la excelente aceptación de las flores y plantas españolas en los mercados exteriores, y que nuestro país esté considerado actualmente como el de mayor potencial de crecimiento en Europa en la exportación de plantas ornamentales, habiendo sido en los últimos cinco años el país europeo que más ha aumentado las ventas al exterior de plantas ornamentales. En cuanto al crecimiento de la importación refleja, una mejora significativa del

### Productos ecológicos

El estudio "Mitos y realidades sobre el consumo de productos ecológicos", de Kantar Worldpanel y Fundación Catalunya constata el incremento del consumo de productos de alimentación ecológica, con un crecimiento de un 14 % en 2017 respecto al 2 % de crecimiento del mercado de alimentación tradicional. Sin embargo, el nivel de penetración de los productos ecológicos sigue siendo bajo en España (42 %) respecto a otros países europeos (80 %). En Cataluña la tendencia de crecimiento también es muy fuerte y con niveles de penetración superiores a la media estatal (53 %).

El director del área de alimentación de Kantar Worldpanel, Joan Riera, ha detallado cómo el precio de los productos ecológicos sigue siendo una de las grandes barreras en la decisión de compra de los hogares. Así, el 43

## El mercado de tractores nuevos cae un 13,46 % respecto al primer trimestre de 2017, y los tractores estrechos toman el liderazgo

% de respuestas del estudio indican que el precio sería la primera característica que les haría decidir la compra de un producto de alimentación ecológica. A continuación, encontramos el sabor (36 %) y más lejos el compromiso social del producto (12,3 %). Se confirma que el consumidor prima la relación calidad-precio respecto a la sostenibilidad del producto.

Finalmente, el estudio ha revelado como los consumidores prefieren comprar productos de proximidad (77 %) a ecológicos (23 %). En este sentido el consumidor entiende por proximidad los productos con origen en su



comunidad autónoma (41 %), su demarcación (47 %) o municipio (55 %).

En la II Jornada anual de productos de alimentación ecológicos de la Fundación Catalunya se puso gran énfasis en las buenas prácticas de los productores ecológicos de la mano de Xavier Escuté, de la Fundación Catalunya La Pedrera, Jenny Valle-Ilebrera, de Gimeno Frutos, Enric Camprubí, de Pirinat, Josep Maria Mas, de Cultivos Hay MAS y Juan Fernández, de Aceite Migjorn.

### Fertilizantes

El pasado 7 de marzo la Asociación Europea de Fabricantes de Fertilizantes (Fertilizers Europe) ha celebrado en Bruselas la Jornada denominada "Simbiosis y economía circular en fertilizantes", con el objetivo de difundir la actividad que ha venido realizando el sector en el ámbito de la economía circular y para aclarar el tratamiento que tendrán en la futura legislación europea algunos fertilizantes que son esenciales para la agricultura, tales como el sulfato amónico. La propuesta inicial de Reglamento de fertilizantes de la Comisión Europea impide el uso de los subproductos industriales para la fabricación de abonos CE, por lo que por ejemplo el sulfato amónico, que se obtiene conjuntamente en el proceso de producción del nylon, estaría excluido de la legislación. Como resultado de ello, en un futuro no podrían seguir comercializándose una gran parte de fertilizantes que hay actualmente en el mercado, ya que contienen dicho producto, y esto causaría serias consecuencias en la agricultura y en la industria de fertilizantes. El Parlamento y el Consejo Europeo están trabajando en propuestas para evitar este problema. La valorización de los subproductos no solo es fundamental para la industria, que ha permitido optimizar sus procesos productivos durante muchísimos

años, sino que también es clave para la economía circular en Europa.

Javier Goñi del Cacho, presidente de Fertiberia y de Fertilizers Europe, y Jacob Hansen, director de Fertilizers Europe, subrayaron durante la Jornada que la industria de fertilizantes ha sido desde sus inicios líder en economía circular, ahorrando nutrientes, energía, costes y recursos. El futuro Reglamento de fertilizantes debe permitir que esto continúe, facilitando la innovación en el uso de los recursos y garantizando la calidad y la seguridad de los fertilizantes que utilizarán nuestros agricultores. Por su parte, Javier Goñi señaló que se debe encontrar una solución para que la legislación permita que la industria siga siendo circular, pudiendo basarse en otras legislaciones ya existentes, como el Reach, sin crear más burocracia ni cargas innecesarias para el sector.

Según una encuesta realizada por Fertilizers Europe a seis grandes fabricantes de fertilizantes europeos, de los 500 abonos minerales que actualmente comercializan, el 75 % usa subproductos en sus procesos de producción. Por su parte, durante la Jornada se presentaron diferentes estudios que han demostrado la importancia de la I+D y de la circularidad en la industria europea de fertilizantes. Este sector también depende en gran medida de las importaciones de fósforo, de gas natural (suponiendo este entre el 62 y el 84 % del coste de producción de los fertilizantes nitrogenados) y de potasio, del que solo contamos con el 2 por cien de las reservas mundiales (el 90 % se encuentra en Rusia, Bielorrusia y Estados Unidos).

### Fitosanitarios

El pasado mes de abril se celebró en Madrid la Asamblea General de Aepla, Asociación Empresarial para la Protec-



ción de las Plantas, en la que se votaron los nuevos órganos de gobierno de la misma. Adonay Obando, director general de Bayer CropScience continuará en el cargo de presidente, y le acompañarán Marc Odenthal de Adama Agriculture España y Silvia Cifre de Basf Española, como vicepresidente y tesorera respectivamente.

Carlos Palomar, director general de la asociación adelantó las principales líneas de actuación para este año. Entre ellas, continuar trabajando para la mejora del sistema de autorización de fitosanitarios en nuestro país; la defensa del modelo productivo basado en el uso de la tecnología cuya seguridad debe establecerse científica y no política o mediáticamente; comunicar y concienciar a la sociedad de los beneficios de los productos fitosanitarios, y analizar el papel que el sector jugará en el futuro de la agricultura. Precisamente, esta última línea estratégica se concretará en la que se presenta como la principal acción de Aepla para 2018, el desarrollo del estudio La agricultura española en 2030: claves para entender el presente y el futuro del sector, cuyos objetivos, metodología y plazos adelantó Jordi Esteve de PwC España, consultora elegida para llevarlo a cabo.

Carlos Palomar presentó la visión de Aepla sobre el sistema de autorización de fitosanitarios, reconociendo los avances de España en la eficiencia de los procedimientos



y reclamando una acción coordinada de nuestras autoridades. "Hay que elevar la labor meramente administrativa a una auténtica gestión de la sanidad de los cultivos", señaló el director general.

A continuación intervino Valentín Almansa, director general de Sanidad de la Producción Agraria, quien expuso la situación actual del sistema de registro de fitosanitarios en España. En su intervención, justificó las 63 autorizaciones especiales de productos fitosanitarios concedidas en 2017 porque según sus palabras "gestionamos riesgo y somos conscientes de las necesidades del sector".

Clausuró el evento Adonay Obando, presidente de Aepla, recordando la fortaleza de la agroindustria en España, que representa más del 10 % del PIB y genera 2,3 millones

# 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](http://www.pindstrup.com)



Cesar Saiz, presidente de Eskuin.

de empleos. En sus palabras: "Con hambre no hay amor. Jugamos un papel esencial ante el reto de alimentar a una población que aumenta cada año. Por ello debemos defender y sentirnos orgullosos de nuestro trabajo", concluyó.

### Maquinaria tractores

El Mapama ha publicado los datos del Registro Oficial de Maquinaria Agrícola en marzo de 2018, y el mercado de tractores nuevos acumula una caída del 13,5 % al situarse en los 2192 tractores inscritos en los tres primeros meses de 2018, pero lo que preocupa es la incertidumbre de los próximos meses, ya que hace unos meses se estimaba un periodo de cambios en el mercado.

Los cambios previstos estaban derivados de factores que afectan la demanda, por la caída de los ingresos de la producción vegetal en 2017, y a la oferta, por el cambio de marco de homologación; y en este primer trimestre es realmente difícil aislar ambos efectos. Si pensamos de manera aislada en la oferta, podemos fijar un crecimiento interanual nulo, y por lo tanto se tendrían 468 tractores adicionales inscritos en diciembre de 2017 respecto al año anterior, debido al cambio legislativo. De esas unidades, ya se han dado de baja 234 tractores para cambio de titular, que, si se suman a los 2192 nuevos de 2018, reducirían la caída del mercado a un 4,2 % hasta este momento; pero siguen quedando unidades de diciembre pendientes de baja, que seguirán frenando el mercado de tractores nuevos durante los próximos 3 o 4 meses.

Ahora bien, por el lado de la demanda tenemos presente la caída de la producción vegetal (-22 % en cereales, -13,4 % en forrajeras, -41,3 % en patata), que va a lastrar la evolución del mercado de tractores nuevos; y es tal su efecto que se ha trasladado a los mercados sustitutivos, de forma que, en el primer trimestre de 2018, el merca-

do de tractores por cambio de titular ha caído un 2,1 % y el de usados de importación un 7,4 %. Éste último está muy relacionado con el de tractores nuevos, y de hecho las unidades inscritas en diciembre y dadas de baja en 2018 pueden estar compitiendo en el mercado con los usados de importación, lo que explicaría el cambio de tendencia de este mercado que lleva meses al alza, pero retrasaría aún más la recuperación del mercado de nuevo. El merca-

**Según datos de Fepex, la exportación española de flores y plantas vivas creció un 19 % en los dos primeros meses del año con relación al mismo periodo de 2017**

# EL LÍDER MUNDIAL B2B LLEGA A ESPAÑA

do de tractores de cambio de titular sí que se ve afectado de pleno por la contracción de la renta disponible tras las cosechas de 2017.

El efecto de la renta disponible se hace aún más evidente cuando se compara la evolución del mercado de tractores nuevos estrechos y estándar: en el primer trimestre de 2018, los tractores estrechos superan en 140 unidades a los tractores estándar y han crecido un 2,7 % respecto a 2017; mientras que los tractores estándar se precipitan un 27,1 %. La subida de los ingresos en olivar y hortalizas, y la leve caída en vino y frutales, han hecho que los tractores especiales se hagan protagonistas del mercado de tractores.

No será hasta después del verano cuando el año de nieves cambie la tendencia actual del mercado, pero por lo menos hemos empezado el año con esperanza.

## Herramientas de mano

Según un informe de Eskuin, clúster de la ferretería y el suministro industrial, las ventas en el mercado interior han subido un 8,47 % llegando a una cifra de 183 millones de euros.

Las exportaciones, también en crecimiento en 2017, llegan a los 175 millones de euros, con un incremento del 3,44 %, sobre la cifra alcanzada en 2016 que fue de 169 millones de euros.

César Sainz, presidente de Eskuin: "El buen comportamiento de las ventas responde a dos factores, sin duda la coyuntura económica ayuda, pero quiero destacar además que el colectivo de Eskuin conforma un conjunto de fabricantes de productos de alta gama que tiene un claro reconocimiento en el mercado.

No resulta pretencioso decir que España, y concretamente el País Vasco, junto con Alemania somos los principales fabricantes de producto "high end" de Europa, y por lo tanto la marca de fabricado en España es un distintivo internacional frente al producto importado de Asia".

En el análisis por sectores destaca especialmente la subida del 10,65 % experimentada por las ventas realizadas al sector de la construcción, siguiendo la misma tendencia que en el ejercicio anterior. Sube también un 7,67 % la cifra correspondiente a la industria. Respecto al tercer sector de destino, la agricultura, se recupera de la bajada experimentada en 2016 y crece un 1,81 %.

La distribución de las ventas al exterior es bastante parecida a la del año anterior: la Unión Europea en cabeza de las exportaciones representa el 71,4 %, le sigue el continente americano con un 11,57 %, Oriente medio, un 7,03 % y con menor representatividad, Asia y Oceanía, 3,38 %, Rusia y Europa del Este, 3,36 % y África, 3,26 %.

El empleo se mantiene estable en el sector con una cifra cercana a las 1.900 personas ocupadas, prácticamente replicando el dato de 2016.

Los datos positivos que ofrece el sector dan continuidad a los incrementos que tanto la producción como la exportación han venido experimentando en los últimos cuatro años. Desde el sector se aborda el año con



**industrystock.es**

DISPONIBLE EN 16 IDIOMAS



DE 300.000 EMPRESAS  
DE 3,2 MILLONES DE PRODUCTOS  
DE 40 MILLONES DE VISITAS ANUALES



¡ NO BUSQUE MÁS ! ENCUENTRE CON **industrystock.es**

TIENDA I LA 3A.es

¡ VISITA NUESTRA TIENDA ONLINE !

EL LUGAR DE ENCUENTRO DE TODOS

WWW.IINDUSTRIALTOOLSMARKETING.COM



**Las ventas de herramientas de mano en el mercado interior han subido un 8,47 % llegando a una cifra de 183 millones de euros**

perspectivas, basadas en los niveles de confianza empresarial que hacen prever que las carteras de pedidos se mantendrán o incluso mejorarán con respecto al anterior trimestre. Por ello, se estima un crecimiento similar al conseguido el año pasado para el ejercicio 2018. Presidencia española de CEO, el Comité Europeo de la herramienta.

**Mascotas**

Tiendanimal, el comercio de productos para todo tipo de mascotas, ha dado a conocer las principales tendencias que marcarán el consumo del mercado de las mascotas en 2018. Los datos, extraídos a raíz de un análisis del comportamiento de los consumidores y de las previsiones de las empresas

que operan en esta área, confirman que la afición por lo saludable va adquiriendo fuerza en el mercado con una oferta cada vez más especializada y basada en altos estándares. De las tendencias que marcarán 2018, destaca especialmente el área de alimentación con productos cada vez más especializados, además de los espacios adaptados para la convivencia con animales: cada vez son más los propietarios que optan por dar de comer a sus mascotas productos naturales –es el caso de las dietas Barf, compuestas principalmente de alimentos crudos– o ecológicos, los cuales deben procurar ser elaborados con materiales sostenibles. Además, y como se está viendo durante los últimos años, crecen de manera constante los establecimientos y locales que permiten acceder a sus instalaciones con las mascotas y que incluso disponen de zonas pet friendly, extendiéndose también la opción de que los animales puedan utilizar el transporte público.

La oferta de *gadgets* para los animales de compañía se espera que se amplíe, especialmente en aquellos dispositivos destinados a monitorizar su actividad, las cámaras de vigilancia interactiva o los comederos automáticos.

Los accesorios personalizados seguirán siendo muy demandados, aunque la tendencia irá marcada por una modernización en el diseño, con una mejor adaptación a la morfología de cada mascota y con una estética más moderna. ●



**TANTAS SOLUCIONES**

**COMO CLIENTES**

**EN TU EMPRESA.**



**EMPRESAS**

**yoigo**

**FIBRA | MÓVIL | FIJO**  
1496 • [EMPRESAS.YOIGO.COM](http://EMPRESAS.YOIGO.COM)

## Nuestra historia y la del sector

**C**on motivo del 25 aniversario de Tecnogarden y sus 200 ediciones, ofrecemos un repaso a algunas de las noticias que se han ido publicando desde su fundación. Esta cabecera ha sido testigo del devenir de muchas empresas y profesionales, cuyas imágenes de entonces permanecen indelebles en nuestras páginas. Algunos de los de entonces ya no están y otros nuevos aterrizaron en este sector, en esta gran familia.

# 25



# ANIVERSARIO



**SARRO**

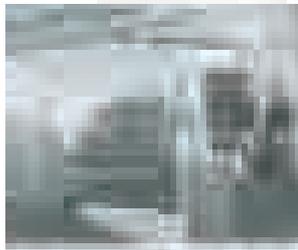


## 2.000 expositores se dan cita en GAFA y SPOGA

**G**AFA, que celebró en esta edición su 20 aniversario, consiguió una participación récord, con 1.083 expositores procedentes de 36 países, que ocuparon 110.000 m<sup>2</sup>. El porcentaje de expositores extranjeros se situó en el 49%. En cuanto a em-

presas españolas, únicamente estuvieron presentes cuatro firmas: Espa (bombas), El Labrador (herramientas/jardín), Percan (brezo y cañizo) y Leja Plantas (filial española del grupo Leja

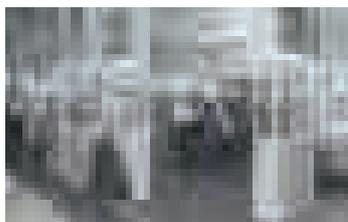
que comercializa semillas y plantas). ●



## Acuerdo Rhone Poulenc Jardín-Alduna para lanzar KB en España

**R**hône Poulenc Jardín (RPJ) y Alduna han llegado a un acuerdo para dar a conocer la gama de productos KB en el mercado español, con el fin de satisfacer las necesidades de una clientela experta dentro de dos ámbitos de actividades especializadas, como son el tratamiento y cuidado de las plantas del jardín y de la casa.

A partir de la creación de KB, el año 1985, RPJ se ha expandido considerablemente, contando en la actualidad con siete entidades comerciales. ●



Presentación de la línea KB de Rhône Poulenc Jardín, comercializada en España por Alduna, S.A, en la pasada edición de Iberflora.

## Entrevista con Alberto García Falgás del departamento de productos de jardinería de BASF Española



Alberto García Falgás.

**L**a empresa BASF comercializa en nuestro país Compo y Bayer, dos de las marcas más prestigiosas dentro del sector.

"Compo nace en España a principios de 1984, es decir, hace ahora 10 años, si bien su hermano mayor, Compo Alemania, era conocido desde finales de los años 60. BASF decidió iniciar las actividades de Compo en España aprovechando el crecimiento económico general, y en particular el del sector Jardinería, habido en la década de los 80". ●

## Entrevista con Diego Salmerón, presidente de la Asociación Española de Centros de Jardinería

**S**obre esta entidad, su filosofía y el presente y futuro del sector, Tecnogarden ha entrevistado a este innovador empresario.

"La Asociación Española nace en 1972 -los estatutos se presentan para su legalización el 23 de agosto de 1977-, tras la consolidación de la feria Iberflora, desde cuya presidencia se difunde e impulsa la filosofía de los centros de jardinería. Con ello se comienzan a crear este tipo de establecimientos, que se integran en la nueva asociación. Actualmente la integran 108



Alberto García Falgás.

empresas, de las que 66 son centros de jardinería y 42 miembros adheridos". ●

## Entrevista con Fernando García de Leániz, director del Salón Promoverde



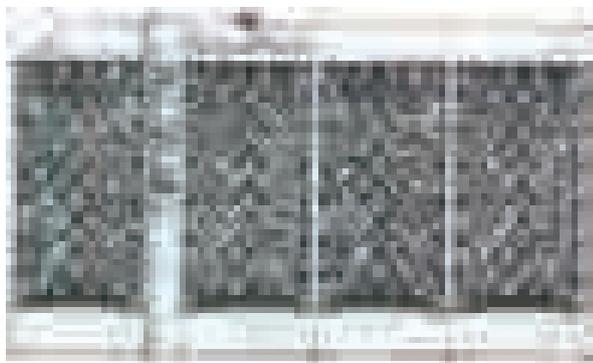
**//** Existía una demanda que pedía un certamen especializado para los profesionales del sector. Hasta que la

Feria de Zaragoza decidió la celebración de Promoverde, los distintos sectores encuadrados dentro de las áreas verdes se encontraban dispersos, sin contar con un salón especializado que los abarcara a todos. La experiencia ferial de Zaragoza, unida a sus magníficas instalaciones, así como

las condiciones geográficas y la infraestructura de la ciudad, fueron determinantes para que un certamen profesional de estas características naciera en la Feria de Zaragoza". ●

## Los expositores de semillas Royalfleur, premiados en Jarditec

**D**urante la celebración de Jarditec, que tuvo lugar recientemente en París, la organización del certamen y la prensa especializada otorgaron el "Trofeo de Oro para la ayuda en puntos de venta" a la columna informativa que Bertrand Freres desarrolló para



Expositores con la columna informativa de Royalfleur, premiada en Jarditec.

la venta de su amplia gama de semillas de flores "Royalfleur". Bertrand Freres, con sede en Angers (Francia) y filial española en Mataró (Barcelona), está especializada en la producción y envasado de semillas de flores, siendo la segunda firma del mercado francés. La gama Royalfleur se exporta a más

de 25 países. El expositor premiado se basa en una serie de ideas. jardín que ayuda al cliente en su selección (un balcón florecido, flores de rocalla, un macizo sombreado, con una completa información de la aplicación concreta de cada flor, así como un completo calendario de siembra y floración. ●

## Finaliza Iga Stuttgart Expo 93

**L**a Iga Stuttgart Expo, V Exposición Internacional de Horticultura de Alemania, ha tenido lugar desde el 23 de abril hasta el 17 de octubre, fecha en que cierra sus puertas. Este certamen ha tenido entre sus objetivos conservar un entorno de vida digno, recuperar la naturaleza y presentar tecnologías no contaminantes y, a la espera de obtener datos reales, está previsto que la hayan visitado unos siete millones de personas, que habrán disfrutado de la belleza de flores coloridas y fragantes, de sus jardines temáticos y fantásticos y de los huertos lúdicos y familiares que se han expuesto durante medio año en la capital de Baden-Wurtemberg, Stuttgart. ●



En Iga Stuttgart Expo '93 han podido contemplarse numerosas maravillas de la naturaleza.

## Entrevista con Vicente Peris, director de Iberflora



Vicente Peris (presidente de Iberflora).

**S**obre Iberflora, el Salón del Jardín y el sector de la jardinería en general, hemos mantenido la siguiente entrevista.

"Desde 1972, Iberflora ha celebrado 22 ediciones, entre ellas 5 Floralías, que han supuesto un espaldarazo al sector de la producción ornamental española.

Iberflora es un certamen muy implicado con los sectores que participan en él y esto ha supuesto que, en cada momento, la feria ha aproximado al máximo sus planteamientos a los de los sectores y éstos a los de la feria". ●

## Iberflora'93

**L**os visitantes, que el pasado año se cifraron en unos 5.000, encontrarán en este certamen una amplia oferta relativa al sector de la horticultura y de las plantas ornamentales. Además, este año, por segunda vez, se celebra paralelamente a Iberflora el Salón del Jardín, con lo que la oferta se amplía considerablemente, abarcando así

otros ámbitos, como la jardinería y el paisajismo.

La situación económica actual, como manifiesta su director, Vicente Peris, en una entrevista que se publica en el presente número, no permite ser muy optimistas, aunque se espera que el número de expositores sea superior al de la edición del pasado año, que contó con 300 expositores directos, de los que 60 procedieron del extranjero. ●

## Kettal ampliará su exposición permanente

**K**ettal, una de las empresas líderes en la fabricación y comercialización de muebles de jardín, tiene previsto ampliar su exposición permanente añadiendo más de 300 m<sup>2</sup> a los 600 con que ya contaba, lo que aumentará la superficie total de la misma a casi 1.000 m<sup>2</sup> exclusivamente destinados a exponer las numerosas colecciones en muebles de jardín comercializados por la firma.

Con ello, Kettal ofrecerá al público la posibilidad de conocer cada una de sus colecciones en sus diferentes versiones, formas y colores. En la exposición de Kettal, situada en la calle Aragón, 316, de Barcelona, el visitante puede encontrar toda la información posible sobre sus productos, así como los puntos de venta a los que puede dirigirse para su adquisición. ●

## Altuna Hermanos presenta un novedoso programa de accesorios para riego por goteo y riego sumergido

La firma de Oñate, desde su posición destacada en el mundo de la jardinería, ha presentado un completo y novedoso programa de accesorios para riego por goteo y riego sumergido, que unido a su conocido catálogo de accesorios en material ABS, conforman una de las más sólidas propuestas del mercado. Altuna Hermanos ha conseguido integrar la calidad de sus productos con las innovaciones necesarias para satisfacer las más variadas exigencias: desde el riego de tiestos en balcones y terrazas hasta el riego de jardines, huertas y grandes extensiones como campos de deporte. ●

## Asamblea de la Asociación Española de Centros de Jardinería

La jornada de trabajo se inició con una mañana eminentemente comercial, incluyendo un almuerzo al más puro estilo catalán y una comida al aire libre. Concluyó, por la tarde, con la Asamblea General donde se procedió a la elección de nueva Junta Directiva. Oleguer Burés i Fábregas es el nuevo presidente. Diego Salmerón Godoy se ha quedado en la nueva junta como vicepresidente, Francisco Domingo Ibáñez será secretario y Amparo Pastor, Montse Raventós, Josep Arenas, José Cleries, Alfonso Ruano y Gonzalo Martínez asumen las vocalías. ●

## Bellota, la mejor empresa exportadora 1993

La elección, tras una reñida pugna con otras candidaturas, se decantó por Bellota debido, entre otras cosas, al haber alcanzado un volumen exportador de 2.500 millones de pesetas en 1993 y por haber incrementado sus exportaciones un 32% con respecto al año 92 y un 54% respecto al 91. La firma ha exportado a un total de 54 países y tiene una sólida estructura empresarial en el extranjero, donde se encuentra representada por Bellota Portugal-Ferramentas, S.A. (distribución), Bellota Colombia (producción y distribución) y Bellota Venezuela (producción y distribución). ●



Galarcón que ha otorgado la Cámara de Comercio de Guipúzcoa a la firma Bellota Herramientas.

## Casa Reina, pionero de los garden centers del Norte

Vicente Martínez de Basaldua, director gerente del garden center Casa Reina, procede de una familia dedicada al sector de la jardinería desde hace cien años. El iniciador de la saga fue su abuelo, seguido de su padre y en 1967 el actual gerente tomó las riendas del negocio familiar colocándose al frente de los cultivo y de las dos tiendas de flores que poseían en Neguri-Guecho. Debido a la transformación del sector y dentro de la dinámica del mismo en el año 1974, en unos terrenos situados en Sopelana localidad del litoral Vizcaíno situada a



20 kilómetros de Bilbao y a 5 de Guecho, en plena zona residencial de Bilbao, Vicente Martínez instaló junto a su esposa María José el garden center Casa Reina, S.A., ocupando una superficie de 10.000 metros cuadrados, 3.500 de ellos cubiertos. ●

## Beniparrell, precursor del garden center en España



El Garden Center Beniparrell es miembro reconocido de la Asociación Internacional de Garden Centers.

El garden center Beniparrell fue el primer centro de jardinería que se instaló en España, coordinado con la Asociación Internacional de Garden Center, y también fue punto de partida de la Asociación Española. Se creó en 1965, con el nombre de Garden Center San Valero, dedicando sus ventas al público en 'general y en régimen de auto-servicio. Es, por tanto, todo un "veterano" del sector en España. ●

## Centre Verd Girona, un garden center de ciudad con una completa oferta de jardinería

**E**l Centre Verd Girona constituye un claro ejemplo de lo que es un centro de jardinería de ciudad. Situado estratégicamente a la entrada sur de Girona, cuenta con una completa oferta de plantas para la decoración de la casa y el jardín, así como de complementos y accesorios relacionados con la jardinería.

La familia Burés-Pastor, dedicada a la elaboración de tierras y sustratos envasados desde hace muchos años, que contaba ya con un pequeño establecimiento de jardinería en Barcelona, decidió crear un garden center. Para conseguir un resultado perfecto, los propietarios visitaron numerosos centros de jardinería de Francia, país en el que este ámbito está más desarrollado, contemplando numerosos aspectos, desde la oferta hasta la disposición de los productos, pasando por la superficie apropiada, etc. Así, el año 1989 fue inaugurado el Centre Verd Girona. ●



## 10º aniversario de Compo en el mercado español

**L**a marca europea Compo, de productos de jardinería con más de 25 años de experiencia, acaba de cumplir su décimo aniversario desde su implantación en España.

La avanzada tecnología y la investigación constante de esta marca, distribuida en nuestro país por Basf Española, hacen posible ofrecer productos de gran eficacia, respetando el medio ambiente. ●



## Satisfacción por los resultados de Ferroforma'94

Del 25 al 28 de septiembre la Feria Internacional de Bilbao reunió a más de 600 expositores que ocuparon una superficie de 26.111 m<sup>2</sup>, entre los cuales destacó la presencia de 165 firmas extranjeras, que se ubicaron en 3.384 m<sup>2</sup> de exposición. A la cita acudieron más de 23.000 visitantes y el resultado comercial fue calificado de satisfactorio por la mayoría de expositores consultados. El sector de la jardinería estuvo presente con 23 empresas dedicadas mayoritariamente al riego, herramientas, maquinaria y complementos. ●

## Congreso sobre heliconias en Frankfurt

**E**n el congreso, los productores, botánicos, comerciantes mayoristas y floristas de todo el mundo debatirán sobre los nuevos conocimientos relacionados con este tipo de plantas. ●



## X Aniversario del Mercado Central de la Flor de Mercabarna

**P**ara celebrar este aniversario se organizaron diferentes actos. El primero de ellos tuvo lugar el día 7 de abril y consistió en un coloquio sobre "El mercado tradicional versus el mercado de futuro". Como ponentes intervinieron un representante de cada uno de los mercados mayoristas del Estado Español: Francisco Jiménez Hernández, productor y mayorista de plantas de Mercamurcia; Antonio Vara Sánchez, mayorista de flor y representante de los operadores del Mercado de la Flor de Mercavalencia (Mercaflor); Josep Roig, secretario de la junta de la SAT, productor de flor y mayorista del Mercat de Flor y Planta Ornamental de Vilassar de Mar (Barcelona); y Jaume Buff i Casal, mayorista de flores y vicepresidente de l'Associació d'Empresaris Majoristes del Mercado Central de la Flor de Mercabarna. ●



## Entrevista con Claudio Meffert, director de Intergarden

**"**En Intergarden todos los subsectores tendrán su espacio vital. Ningún subsector será incluido dentro del apartado genérico "otros". La maquinaria y las herramientas, los sistemas de riego, las semillas y productos fitosanitarios, la ornamentación, las piscinas, el mobiliario, los viveros, los complementos, la animalia y su alimentación y, en general, todos los productos que están en el jardín, son los sectores vinculados a este certamen". ●



## Apertura de dos nuevos centros Jardiland

**J**ardiland, grupo con más de 80 centros de jardinería en Francia, ha anunciado la apertura de dos nuevos centros en España, concretamente en Majadahonda (Madrid) y Elche (Alicante). Estos dos establecimientos ampliarán la presencia de Jardiland en nuestro país, puesto que hasta ahora sólo tenía un centro de jardinería en Torreldones (Madrid).

Una de las características de los centros Jardiland es la profesionalidad de sus vendedores, verdaderos especialistas capaces de prestar al cliente un buen consejo y asesoramiento. ●



## Conferencia Europea de Industrias Hunter

**I**ndustrias Hunter celebró recientemente su Conferencia Técnica Europea, en la que participaron distribuidores de sistemas de riego de más de 20 países según informó Brandon Meadows, director de Exportación de la firma. La Conferencia tuvo lugar en la popular La Mas de Langoustier Resort, en la Ile de Porquerolles, localidad de la costa sur de Francia. Además de profesionales europeos, la conferencia también congregó a los distribuidores de Hunter en La India, Israel, Kenya, Sudáfrica, Turquía Y los Emiratos Árabes. En el transcurso de la reunión, se presentó el nuevo equipamiento de riego Hunter y diversos productos complementarios. El éxito de la convocatoria ha llevado a la empresa a plantearse su celebración cada dos años, según Meadows. ●



## Barnaplant, la unión entre los productores y la comercialización

**L**a agrupación de productores de planta ornamental que en su día se unieron a una comercial ya existente, con una garantía y experiencia contrastada a través de suministros muy significativos, dió origen a Barnaplant. Se autodefinen como una simbiosis de criterios profesionales con el fin de aglutinar la producción de nueve viveristas destacados de la zona del Maresme (Horticultura Boba-Roselló, Vivers Graupera, Vivers Matavacas, Miquel Maynou, Ramón Maynou, Jardinería Pradell, Vivers Premia, Vivers Sala Graupera i Fills, Vivers Volart), más un extenso grupo de viveris-



tas colaboradores que permiten que dicha comercial ofrezca un amplio abanico de posibilidades y servicios, abarcando material vegetal desde pequeños plantales a ejemplares de gran tamaño. ●

## Convención de Ventas Compo



Los participantes en la Convención de Ventas de Compo, durante su visita.

**L**os pasados días 12 y 13 de enero tuvo lugar en el hotel Imperial Tarraco de Tarragona la Convención Anual de Ventas de Compo, que reunió a los 37 integrantes de la División de Jardinería de BASF. Es de destacar que la mayoría de sus miembros están con Compo, prácticamente desde su introducción en España hace ahora 10 años.

Durante los dos días de la Convención, se expusieron y analizaron los resultados conseguidos durante el año 1994, que fueron calificados como satisfactorios. También se habló de la evolución y situación del mercado, de los objetivos y actividades preparados para 1995, así como de la importante campaña de publicidad prevista en apoyo de la gama Compo. Se cerró la Convención de Ventas con una interesante visita a la fábrica de BASF en Tarragona, donde fueron expuestos los procesos de fabricación de los productos que la firma produce directamente en España. ●

## Corma presenta una línea de Jardinería ecológica

**L**a empresa Gorma presentó, el pasado mes de marzo, una nueva línea de producción de plantas ornamentales, bajo el nombre de "Jardinería Ecológica". Una nueva línea que permite satisfacer una creciente demanda de productos respetuosos con el medio ambiente, así como disponer de un producto diferente y colaborar activamente en la protección de la naturaleza. Las ventajas de este tipo de jardinería es que la materia prima empleada en la fabricación de la maceta Humulus es papel usado, de manera que las raíces atraviesan fácilmente la maceta y todo ello se incorpora directamente al suelo. Además, a medida que se va descomponiendo la maceta, ésta aporta elementos nutritivos a la planta favoreciendo su crecimiento. ●



## Entrevista con Jaume Batlle, presidente de la Federación Nacional de Empresarios Floristas

Desde que tomó las riendas de la Federación Nacional de Empresarios Floristas, hace tres años, Jaume Batlle lucha para que en los mercados se establezca un control de calidad de los productos que se venden. Según Batlle, "nosotros exigimos este control porque vemos que cada día van bajando las ventas debido a la poca calidad de los productos que se ofrecen, en cambio, los mercados no aceptan este control porque lo único que les interesa es vender. Es una cuestión de especulación económica". ●



Jaume Batlle, presidente de la Federación Nacional de Empresarios Floristas.

## El Mercado Central de la Flor de Barcelona reúne a 1.400 personas

La convocatoria organizada por el Mercado Central de la Flor (Mercabarna) sobre demostraciones florales bajo el título de "La Navidad de las Escuelas", además de reunir a cuatro grandes escuelas, consiguió atraer a 1.400 visitantes de todo el estado español, lo que confirma que "nuestras Mercademostraciones se han consolidado como punto de encuentro del sector detallista de la flor", afirma Jaume Esteve, jefe del Mercado Central de la Flor. ●



## GLEE celebra su vigésimo primer aniversario



El año 95 constituye una fecha importante para la Exhibición Internacional de Jardinería y Ocio de la ciudad inglesa de Birmingham,

puesto que después de 20 años, esta feria continúa creciendo. Para este año, cerca de 600 empresas ya han confirmado su presencia en este certamen que tendrá lugar entre el 10 y 12 de septiembre, conjuntamente con la Feria Internacional de Ferretería. Estas cifras son muy favorables si se comparan con las del año pasado en las que participaron 483 empresas, y más si se tiene en cuenta que participarán nuevos exhibidores procedentes de países como España, Francia, Suiza, EE.UU, Sudáfrica y Taiwan. ●

## Flormart, un salón para los floricultores

Plantas de exterior y de interior, flores, invernaderos, macetas, accesorios para la floricultura y las últimas novedades en máquinas e instalaciones para el cultivo son algunos de los sectores que estarán presentes este año en el Salón Internacional de la Floricultura, Flormart.

Aspectos cualitativos en la proyección y en la gestión del espacio verde equipado. Experiencias italianas y extran-

teras confrontadas. Se tratará de profundizar en la planificación y proyección de los espacios verdes en Europa, y examinar las experiencias de algunos países. ●



## El mercado del jardín en Europa

Desde el pasado mes de octubre la revista Tecnogarden ha entrado a formar parte del "Club" de prensa de jardinería profesional europeo, denominado EURO PRESS Garden, que cuenta entre sus miembros con las revistas de mayor prestigio de Alemania {*Markt in grün*}, Francia {*Jardineries Végétal*}, Gran Bretaña {*Garden Trade News*} e Italia {*Garden & Grill*}, todas ellas especializadas en puntos de venta de productos de jardinería. La vinculación con EURO PRESS Garden supone, por una parte, un reconocimiento a la labor que Tecnogarden realiza en España y, sobre todo, un valor añadido para el lector, ya que una de las finalidades del "Club" es el intercambio de información de los diferentes mercados. ●

## La ENA partidaria de mantener los viveros ornamentales fuera de la aplicación europea

En la última reunión de la Asociación Europea de Viveristas (ENA), que tuvo lugar el pasado mes de octubre en Bruselas, las diferentes delegaciones pidieron por unanimidad que las plantas ornamentales leñosas se mantengan fuera del marco de aplicación de las directivas europeas de comercialización. La

ENA mostró su satisfacción por la decisión de Francia de rebajar el tipo de IVA sobre las plantas ornamentales y los productos de vivero al 5,5%, mientras que lamentó que el gobierno de Bélgica decidiese elevarlo. ●



## Entrega de los premios EPG en Gafa

Como cada año, Euro Press Garden, convocó un premio sobre un tema concreto relacionado con el sector de la jardinería, que este año se ha centrado en el agua en el jardín. Un premio desglosado en dos categorías, y que por tanto ha premiado a dos productos. El programador de riego 1030 de Gardena y el purificador de agua para estanques 3912 de Hozelock, han sido los dos productos que han conseguido alzarse con la victoria en la edición de este año. ●



De izquierda a derecha, C.Celard, M.Wyatt, M. Pugh, W Kress, A. Bolós, U. Neugebauer, E. Kostner, y R. Galimberti.

## Ehlis inaugura un nuevo almacén inteligente en Barcelona



El pasado 30 de septiembre la empresa Ehlis inauguró un nuevo almacén en Sant Andreu de la Barca (Barcelona), dotado de los últimos avances logísticos y tecnológicos con el objetivo de aumentar la capacidad y la calidad de servicio que ofrece a sus clientes. El nuevo centro logístico tiene una superficie útil de 10.000 m<sup>2</sup> y una capacidad de 16.000 palés que, unidos a los 8.000 m<sup>2</sup> y 6.000 palés de almacén existentes, hacen un total de 18.000 m<sup>2</sup> y una capacidad de 22.000 palés de un m<sup>3</sup>. ●

## El Mercat de Flor y Planta Ornamental de Catalunya amplía sus instalaciones

El pasado 15 de noviembre, el Mercat de Flor i Planta Ornamental de Catalunya, situado en la localidad barcelonesa de Vilassar de Mar, amplió sus instalaciones con la creación de un nuevo recinto de 2.671



m<sup>2</sup> que permitirá acoger unos 14 locales más. Una ampliación que tendrá una segunda parte con la ampliación de la tachada del Mercat, según anunció Llorenç Vila, presidente del Mercat. La inauguración corrió a cargo del conseller de Agricultura, Ganadería y Pesca de la Generalitat de Catalunya, Francesc X. Marimon, que descubrió una placa y felicitó a los miembros del Mercat "por hacer de la floricultura del Maresme un producto competitivo a nivel internacional." ●

## Entrevista con Antonio Sopesens, director del Centro de Jardinería y Paisajismo Sopesens

“El hecho de que el diseño y la realización de jardines es algo que hasta ahora no se está haciendo muy en serio, no quiero decir que no valga, sino que no está bien enfocado y todavía hay mucho por hacer. Por el momento yo voy haciendo varios proyectos al año por los que cobro, aunque hay muchos profesionales que realizan los proyectos sin cobrar, bien porque no tienen estudios o bien porque, aunque tenga estudios, el particular no quiere ni oír hablar de pagar por un proyecto. Yo creo que esto es algo que ahora no se valora lo suficiente, pero a medio plazo sí que se valorará y para entonces quiero estar preparado”. ●



## ExpoGarden'96, la primera gran cita especializada del sector

La primera edición de la exposición monográfica para proveedores de material y productos de jardinería, ExpoGarden' 96, tendrá lugar en el Pabellón de Cristal de la Casa de Campo de Madrid, los días 8, 9 y 10 de septiembre de 1996.

A esta feria tendrán acceso las empresas directamente vinculadas con el sector de la jardinería. Durante tres días el certamen acogerá a empresas proveedoras de material y productos que se venden en el punto de venta de jardinería, así como tam-



bién a empresas de maquinaria para jardinería. ●

## La Federación Nacional de Empresarios Floristas renueva como presidente a Jaume Batlle

El pasado mes de marzo la Federación Nacional de Empresarios Floristas se reunió para discutir y aprobar finalmente la renovación en el puesto de presidente de Jaume Batlle, que venía desempeñando este cargo hasta el momento. El candidato reelegido procedió a explicar que entre sus objetivos para esta nueva etapa al frente de la Federación figura la consolidación de la institución mediante la concurrencia a certámenes europeos.



La creación de una asesoría permanente para resolver las consultas de los asociados, la tramitación de subvenciones comunitarias y la obtención de la autorización ministerial para el reconocimiento de esta profesión como actividad artesanal figuran entre sus objetivos. ●

## La central de gestión de la AECJ da sus primeros pasos



Desde el pasado mes de octubre, la central de gestión, creada por la Asociación Española de Centros de Jardinería, tiene al frente a Santiago González en calidad de director. Una labor que González comienza visitando a todos los garden centers asociados e iniciando las negociaciones con los proveedores adheridos. La reestructuración de la revista "Verde es Vida" y la organización de las "I Jornadas Técnicas para Garden Center", son otras de las actividades de las que se encarga González. ●

## La próxima primavera Corma ofrecerá una jornada más técnica

Corma es una cooperativa formada por 35 productores de planta ornamental que cultivan un total de 375.000 m<sup>2</sup> de superficie. El punto fuerte de Corma radica en su servicio de venta telefónico, totalmente informatizado, y apoyado por una rápida distribución que se realiza en 24 horas en Catalunya y en 48 para el resto de España. Precisamente este ritmo hace que en muchas ocasiones los clientes ni tan siquiera vean el producto que compran. Por ese motivo Corma decidió dedicar dos días al año para presentar las novedades de la temporada y abrir literalmente las puertas a sus clientes. ●



## Nace la Asociación Belga de Garden Centers

Bélgica ya dispone de una Asociación de Garden Centers gracias a la iniciativa de Rudi de Kerpel, de Aalster Flower Auction, quien también fue el primero en crear un sistema de organización y adquisición, basado en el modelo holandés de Covatuin. La nueva Asociación se concentrará en la protección de los intereses de las empresas, así como en la de sus miembros individualmente. Para comenzar, los primeros temas a tratar serán el cierre en domingo de los centros de jardinería y la competencia desleal de las compañías subsidiarias. ●



## 10.000 visitantes pasaron por Hortimostra'96

Con un total de 140 stands y 10.000 visitantes, la última edición de Hortimostra, celebrada el pasado 23 y 24 de noviembre en las instalaciones del Mercat de la Flor y Planta Ornamental de Catalunya, se ha convertido en uno de los acontecimientos más importantes del sector de la Horticultura. Una edición que contó durante el sábado, día 23 de noviembre, con la presencia del President de la Generalitat de Catalunya, Jordi Pujol i Soley, quien procedió a la inauguración de la feria visitando todos los stands. ●



## Alianza entre Jardiland y Semaphor

El acuerdo al que han llegado Jardiland y Semaphor convierte a estos dos grupos en la primera fuerza de compra de productos de jardín de Francia, y se constituyen como el punto de referencia de los centros de jardinería independientes. El acuerdo autoriza al grupo Trípode/Jardiland a tomar una participación minoritaria, de un 35% en el grupo Semaphor. Una participación que indica la voluntad de los dos grupos de inscribirse en un acuerdo fuerte y duradero que les permita la puesta en marcha de políticas de intercambios y la búsqueda de una gran eficacia de servicios a los canales. ●



## Constitución de la Confederación de Horticultura Ornamental de Cataluña

El pasado mes de marzo tuvo lugar en Barcelona la primera reunión de la Confederación de Horticultura Ornamental de Cataluña (C.H.O.C.), integrada por varias asociaciones que se han unido primordialmente con la intención de canalizar

todas las inquietudes del sector, entre las que destaca el poder llevar a cabo una campaña de promoción del sector, que sería financiada en un 60% por la Unión Europea, mientras que el 40% restante tendrá que ser aportado por los miembros de esta confederación. ●

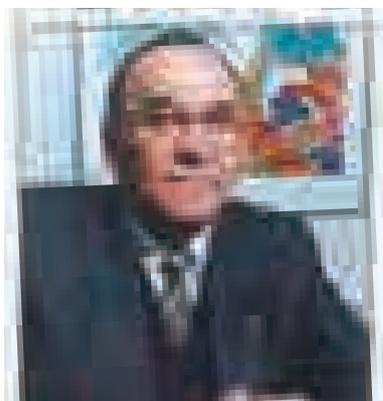
## Entrevista con Santiago González, director de la Central de Gestión

“Se podría decir que hemos conseguido los objetivos cualificativos, consistentes en visitar a los gardens, ofrecer un asesoramiento profesional y la cuestión de la formación del personal, gracias a las jornadas técnicas este año también tendrán su continuidad.

Por lo que se refiere a los objetivos cuantificativos, es decir la parte económica, todavía no, pero suponemos que este año, con el aumento de cuotas que hemos establecido para los asociados, ya quedarán restablecidas todas las cuentas del 97”. ●



## Martínez Fanbuena, nuevo presidente del comité organizador de Iberflora



Vicente Martínez Fanbuena, nuevo presidente del comité organizador de Iberflora.

El Comité Ejecutivo de la Feria de Valencia confirmó el pasado mes de enero el nombramiento de Vicente Martínez Fanbuena como presidente del comité organizador de la 26ª Feria Internacional de Horticultura Ornamental, Iberflora' 97. Vicente Martínez, empezó su vinculación al mundo de la horticultura ornamental en 1968. Recibió el encargo de la empresa alemana Quelle de instalar en Tarragona unos viveros de planta y flor, Viveros Tarraco, que dirigió hasta 1979. En 1977, fundó en Manises su propia empresa, Viveros Martínez, dedicada exclusivamente al cultivo de cactáceas y en 1981

decidió formar parte de la empresa Inversol SAT, dedicada al cultivo de la planta ornamental. ●

## VII Jornada de Puertas Abiertas de Corma



(Barcelona). Además de la exposición de plantas y la presentación de las novedades de la campaña 97/98, se llevó a cabo una conferencia con coloquio final sobre "Técnicas de merchandising en la floristería o punto de venta", de gran interés para los profesionales asistentes. Numeroso público congregaron también las demostraciones de arte ornamental que se celebraron por la tarde: "Composiciones con planta ornamental" y "Presentaciones finales con la planta". ●

Corma celebró el pasado mes de septiembre la VII Jornada de Puertas Abiertas en sus instalaciones, localizadas en Premià de Dalt

## Un negocio en progresión

Casaplanta es el nombre de los dos gardens de la familia Castiñeiras. Uno es un garden urbano y se encuentra situado en la ciudad de Vigo, mientras que el otro se situó a unos 20 km, en la zona de playa, donde según Carlos Castiñeiras, uno de los propietarios del negocio, "hay muchos chalets adosados y bastantes jardines". Además los hermanos Carlos y Manuel Castiñeiras en la ciudad de Vigo (Pontevedra) disponen de tres floristerías y un vivero de engorde para suministro propio. Sin embargo, todo este negocio se ha ido conformando de forma progresiva desde que tuvo sus orígenes hace más de 100 años cuando un abuelo de los Castiñeiras



Los Hermanos Oscar y Manuel Castiñeiras son los gerentes de este negocio familiar.

llegó de Francia a Vigo para la realización de un jardín y estableció su primera floristería. ●

## Los mercados mayoristas de flor crean Asoflor

Los mercados mayoristas de flores, plantas y complementos del Estado Español, han creado la asociación Asoflor. Actualmente está formada por el Mercado Central de la Flor de Mercamurcia, el de Mercaalicante, Mercaflor de Valencia, Mercat Central de la Flor

de Mercabarna y el Mercat de Flor y Planta Ornamental de Catalunya.

El objetivo es promover el producto que comercializan estos mercados con la intención de que Asoflor se convierta en el motor impulsor del asociacionismo del sector. ●

## Burés, S.A ejemplo para Brasil

Gilmar Germano Jacobowski, ingeniero agrónomo responsable del nuevo Mercado Central de la Flor y la Planta que se está construyendo en Joinville, (la ciudad más importante, después de Sao Paulo, en el comercio de flor y planta de Brasil) ha visitado recientemente las instalaciones de Burés, S.A. El motivo: conocer la línea de trabajo que sigue la firma española, ya que la consideran de gran interés para su mercado. Y creen que en su país quedan aún muchos aspectos a desarrollar y España puede ser un buen ejemplo para Brasil en este sentido. ●



El ingeniero agrónomo Gilmar Germano Jacobowski (derecha), y José Riera, director de Burés, S.A.

## Iberflora bate records en superficie de exposición

La 26 edición de Iberflora, que tendrá lugar del 16 al 19 de octubre en Valencia, ocupará más de 13.000 m<sup>2</sup> de superficie de exposición, un 6% más respecto a la ocupada en la última edición. Por comunidades autónomas cabe destacar el crecimiento experimentado por Andalucía, que con un 60% más, ocupará 512 m<sup>2</sup>. La Comunidad Valenciana y Cataluña son las dos comunidades mejor representadas del salón. La segunda dispondrá este año de 880 m<sup>2</sup>, lo que significa un incremento del 27% respecto a la edición de 1996. ●



## Aumenta la demanda de maquinaria

La oficina de investigaciones de mercado ACNielsen ha detectado un fuerte resurgimiento de algunos segmentos del negocio de la jardinería, como son las segadoras de césped, las desbrozadoras, las cortadoras de jardín eléctricas, las sierras de cadenas y limpiadores de alta presión. ACNielsen ha completado sus números y análisis para el período que va de julio de 1997 a junio de 1998. En comparación con el mismo período del año anterior, los beneficios alcanzaron el 17%, hasta 182 millones de florines holandeses, lo que significa un cambio en la tendencia decreciente que se inició en 1993. ●

## Burés ya está en Internet

Burés, S.A., empresa pionera en nuestro país en la preparación y comercialización de tierras y sustratos de cultivo, ya está en Internet. En su página web se puede encontrar la amplia gama de productos comercializados y servicios ofrecidos por la empresa: Tierras a granel, áridos y complementos. Envasados: tierras, abonos, áridos. Productos para decoración de superficies que se utilizan para jardinería, acuarios, terrarios. ●



## Goizper, galardonada con el Trofeo a la Empresa Exportadora del 97



En un acto que reunió a un gran número de empresarios, la Cámara de Comercio de Guipúzcoa, y en selección entre las empresas de su ámbito territorial, entregó a Goizper, S.Coop., el Trofeo a la Empresa Exportadora del año 1997. El compromiso y logros de Goizper le ha hecho merecedora de esta prestigiosa distinción. El año pasado, Goizper exportó más de 2.100 millones de pesetas, en sus dos líneas de negocio, cifra que supone a su vez el 58% de la facturación total de la empresa. ●

## Entrevista con Oleguer Burés, presidente de la Asociación Española de Centros de Jardinería

Los centros de jardinería están en un buen momento, están en alza después de casi cuatro años de mantenerse en un nivel discreto, según marcaba la economía de nuestro país. Se están creando nuevos centros de jardinería con instalaciones modernas, los centros antiguos se están modernizando y adaptando sus instalaciones a las nuevas tendencias. Los centros de jardinería de España se pueden equiparar a los Garden Centers de algunos países del centro y norte de Europa y superan



en algunos casos los de algunos países de nuestras latitudes. 1999 va a ser un año clave para nuestra asociación". ●

## Los Premios Tecnogarden'98 ya tienen ganadores



Los I Premios TECNOGARDEN'98, organizados por la empresa editora de la revista, *Goodman Business Press*, ya tienen ganadores. Una nutrida representación de profesionales del sector ubicados por todos los puntos de la geografía española, tras una votación rigurosa y exhaustiva, ha dictaminado que los mejores proveedores en las categorías de producto estrella, producto más innovador y mejor empresa son Burés, Comercial Química Masso y Basf española. ●

## Massó distribuye gratis entre los gardeners guías antiplagas

Comercial Química Massó distribuye de forma totalmente gratuita entre los garden centers que comercializan sus productos una serie de guías informativas y de asesoramiento para identificar y combatir las diversas plagas que pueden afectar a las especies vegetales. Con estas pequeñas guías, Massó pretende ayudar al propietario del garden center a solventar las dudas y problemas que le planteen sus clientes. ●



## Miniferia de Centros de Jardinería en "Los Peñotes"

El día 24 de febrero tiene lugar en el garden center "Los Peñotes" de Madrid la miniferia anual que organiza la Asociación Española de Centros de Jardinería, que pretende reunir a todos los garden centers de España y a los proveedores asociados. Esta miniferia se lleva a cabo con el fin de realizar un cambio de impresiones

sobre la campaña de este año, conocer las novedades que se van a presentar y conocer personalmente a los propietarios o directivos de cada centro o empresa. Este año, como novedad, se van a sortear, entre otras cosas, un jamón de Jabugo, un viaje de un fin de semana a Londres, una suscripción anual a "Tecnogarden" y otra a "Arquitectura del Paisaje". ●

## Entrevista con Bernard Pical, presidente de la Asociación Internacional de Garden Centers

En esta entrevista, Bernard Pical comenta su visión del mercado del jardín en general y más concretamente del español. "Mis objetivos son primeramente respetar y continuar la misión de mi predecesor, también aportar una tecnología ambiciosa para ofrecer una imagen más fuerte de los centros de jardinería en todos los países miembros, sobre todo en Europa, con el acuerdo de la comunidad europea. Mi visión del sector de la jardinería en España es que se desarrollará fuertemente en los próximos cinco años, y que los profesionales españoles deberán defender su sector ya que está muy disputado por los centros de bricolaje y los hipermercados como ocurre en Francia". ●

## Presentado el primer robot cortacésped del mercado que funciona solo

La multinacional sueca Electrolux, de la mano de su filial Husqvarna, ha presentado recientemente en España el Auto Mower, un cortacésped robot que se alimenta por energía solar y/o por baterías y que funciona sólo. Un silencioso robot que corta la hierba de forma metódica e ininterrumpida a lo largo del día. Es ideal para trabajar en primavera y verano, ya que no funciona cuando la hierba está demasiado húmeda. Dispone de 3 niveles diferentes para seleccionar la altura de corte del césped y pesa únicamente 7 Kg. ●

## Compo con Klasmann-Dellmann

La compañía Compo GmbH de Münster, que pertenece al grupo BASF, y Klasmann-Dellmann GmbH de Geeste-Gross Hesepe han expresado su deseo de trabajar conjuntamente en el futuro para la producción y la distribución de abonos de maceta para jardineros amateurs. Bajo este acuerdo de cooperación, Klasmann-Dellmann va a adoptar un papel decisivo en la producción de abonos para maceta y aportará su producción extensiva y el know-how del proceso. La intención de Compo es asumir los productos y marcas de Klasmann-Dellmann además de la gama de productos existente. ●

## Contrato internacional de Burés

Burés, S.A., fabricante de tierras para jardinería, ha firmado recientemente un contrato de colaboración con una empresa francesa especializada del sector, por el que la empresa española envasará tierras y sustratos para la distribución a toda España. Este contrato constituye un paso importante para la cooperación entre empresas de la Unión Europea y nace como respuesta al sistema comercial que se está imponiendo en el Mercado Único de la Comunidad Europea, significando grandes avances en la logística de distribución, punto clave de los fabricantes europeos. ●

## GaLaBau'98 prevé más de 700 expositores

GaLaBau, el mayor salón europeo para la construcción y mantenimiento de espacios verdes, tendrá lugar este año del 23 al 26 de septiembre en el centro ferial de Nuremberg (Alemania). Esta edición prevé más de 700 expositores.

El salón ha elaborado un programa de oferta ferial dividida en seis subsectores y se va a celebrar por primera vez un premio de tendencias. ●

## 49.000 visitantes acudieron a Gafa y Spoga 1998

**M**ientras se prepara la edición para este año de Gafa y Spoga, son noticia los resultados del año pasado: 49.000 profesionales procedentes de 95 países visitaron estas dos muestras combinadas. En Gafa y Spoga '99, que también serán conjuntas, se prevé repetir el mismo éxito. Del 5 al 7 de septiembre se darán cita en el recinto ferial de Colonia (Alemania) más de 2.000 expositores en una superficie bruta total de 240.000 m<sup>2</sup>. Gafa se centrará en productos para el cuidado, diseño, equipamiento y plantación de jardines, balcones, terrazas e invernaderos. Spoga tratará especialmente de muebles de jardín y de exterior y de artículos para tiempo libre. ●

## Acuerdo Flower-Mercabarna

**P**roductos Flower, ha firmado un acuerdo de colaboración con el Mercat Central de la Flor de Bar-



celona, Mercabarna, con el espíritu de ofrecer un mayor servicio al usuario de los mercados mayoristas, mercados donde el minorista puede encontrar todos los productos relacionados con el sector de la floristería y horticultura en general. Así, la firma ha apostado por la colaboración en diversas iniciativas que desde la directiva de Mercabarna se promueven de forma global. Una de ellas, muy especial, ha sido la colaboración en la confección del calendario de floristas para el presente año, a través del cual Flower ofrece mes a mes los consejos de jardinería más adecuados. ●

## 1ª Edición de los PREMIOS Tecnogarden



**B**asf Española, Burés y Comercial Química Massó han sido las tres empresas que se han alzado con los premios Tecnogarden en las categorías de mejor proveedor, producto estrella y producto más innovador, respectivamente. Estos premios, organizados por la empresa editora de la revista, Goodman Business Press, han sido determinados por una nutrida representación de profesionales del sector de toda la geografía española que, tras una exhaustiva y rigurosa votación, ha determinado como ganadores a Basf Española como Mejor Proveedor, Burés como ganador del premio al Producto Estrella por su Tierra para plantas de exterior, y Comercial Química Massó como ganador del premio al Producto más innovador gracias a su fungicida para césped, frutales, ornamentales y hortícolas.

### MEJOR PROVEEDOR: BASF ESPAÑOLA (COMPO)

La entrega del diploma acreditativo como ganador en cada categoría, en el caso de Basf contó con la presencia de todo el equipo de la división, al frente de la cual se encontraba Frank Miedaner, director de la Dirección Agroquímica y Alberto García, apoderado, quien en un pequeño discurso agradeció a todos el buen trabajo realizado, que ha permitido a Basf alzarse con este premio. Seguidamente Basf ofreció a sus miembros y al equipo de Tecnogarden un aperitivo para celebrar este éxito. En las fotos se puede observar a la izquierda, el momento de la entrega a Basf del diploma por parte del director de Tecnogarden, Alberto Bolós, que es recogido por Alberto García, y en la foto de la derecha, todo el equipo de Basf que participó en esta celebración.

### PRODUCTO ESTRELLA: BURES

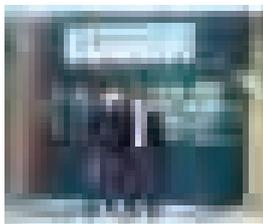
En la foto de la izquierda, Alberto Bolós, director de Tecnogarden y Oleguer Burés, propietario de la firma de tierras Burés, sostienen el diploma en el momento de la entrega. A la derecha, Oleguer Burés muestra el diploma rodeado de diversos miembros de su equipo. De izquierda a derecha, Jordi Calaf, Silvia Burés, Oleguer Burés y Josep Riera, sonríen satisfechos por el reconocimiento que este diploma supone a su labor. Producto más innovador: CIAL. Química Massó.

En la foto superior, Joaquim Camps, director comercial de Comercial Química Massó, observa el diploma que recibe de manos de la redactora jefe de Tecnogarden, Rosa Arza, que acredita a esta empresa como la ganadora en el apartado al producto más innovador, gracias a su fungicida para césped, frutales, ornamentales y hortícolas. A la derecha, Joaquim Camps, comparte este premio con Antonio Mañas, director del Grupo I, situado en el centro, y Oriol Cesari, director del departamento Hort-Garden e Higiene Ambiental. ●

## Arboretum abre su segundo garden de Barcelona en la Vila Olímpica

Los hermanos Xavier e Ignasi Bisbe, propietarios del garden Arboretum, situado en el Paseo Maragall de Barcelona, abrieron el pasado mes de abril su segundo garden, también ubicado en la Ciudad Condal, concretamente en la Avenida Icaria nº 199, en pleno corazón de la Vila Olímpica.

Precisamente las características de este nuevo barrio han inducido a la familia Bisbe a escoger esta zona para instalar su garden, puesto que, según Xavier, "es la zona con el promedio de edad residencial más joven de Europa junto con un poder adquisitivo alto". ●



## Andrés Cuartero, reelegido presidente de Fepex

La Asamblea de Fepex reeligió en fechas pasadas a Andrés Cuartero como presidente de la entidad por un periodo de dos años. Cuartero recibió el apoyo de las asociaciones del sector de flores y plantas y forestales, así como las dedicadas a la producción y exportación de frutas



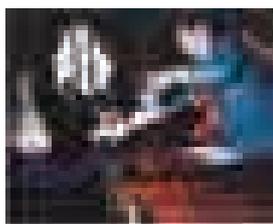
## Bayer lanza al mercado un plástico biodegradable para macetas



Bayer ha lanzado al mercado un nuevo plástico, Bak (poliestaramida biodegradable con cargas minerales), con el que ofrece una solución al problema de los residuos en jardinería, ya que se utiliza para la realización de macetas que se degradan en la tierra al cabo de pocos meses después de haber plantado los esquejes, dado que el material es compostable por completo, sin que quede ningún residuo de plástico en la tierra. ●

## Encomienda al Mérito Agrario para Oleguer Burés

Recientemente, el ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Jesús Posada Moreno, en nombre del Rey Juan Carlos I, otorgó en la sede de la delegación del Gobierno de Valencia la Encomienda al Mérito Agrario a Oleguer Burés Fàbregas, administrador del Grupo Burés, compuesto por las empresas Burés, S.A., Prodeasa, Sicoso, Centre Verd y Direc-TS, en reconocimiento a la labor que durante tantos años ha desempeñado, así como sus destacadas actuaciones a favor del sector agrario. ●



y hortalizas. También fueron reelegidos los vicepresidentes primero y segundo, cargos que ocupan Celestino Suárez (Las Palmas) y Juan Colomina (Almería). Durante la asamblea también se analizaron los retos del sector para 1999, entre los que destacan el mantenimiento de la rentabilidad, la apertura de nuevos mercados o la adaptación al Euro y su impacto en las exportaciones. ●

## Hobby Flower premiada con el XX Trofeo de Oro Internacional a la Tecnología y Calidad

Hobby - Flower, empresa especialista desde hace 25 años en hidrojardinerías, ha sido recientemente galardonada en Frankfurt con el XX Trofeo de Oro Internacional a la Tecnología y la Calidad. Esta distinción se otorga a aquellas empresas que, en su segmento, han destacado por la investigación tecnológica y por la aplicación rigurosa de las normas de calidad en la fabricación de sus productos. ●



## Aumenta la participación en Iberflora-Euroagro 2000

Según las últimas previsiones de Feria de Valencia, este año se superarán los 800 expositores y los 2.500 m<sup>2</sup> netos de superficie de exposición (el 15% más que en 1999) en Iberflora-Euroagro 2000. A ocho meses de su celebración, se han inscrito cerca de 400 empresas y se ha rebasado el 50% de la superficie neta contratada. Para la organización este hecho significa que la celebración simultánea de ambos certámenes ha incrementado el atractivo comercial para los expositores, consolidándose como la gran feria hortícola del Mediterráneo, ya que abarca desde la horticultura ornamental hasta las frutas y hortalizas en fresco, tecnología punta y servicios postcosecha. ●

## Fepex ajardina el recinto ferial de Zaragoza

La Campaña de Promoción de Flores y Plantas 2000, en colaboración con el Ayuntamiento de Zaragoza, ha impulsado el ajardinamiento de la entrada principal del recinto ferial de la capital aragonesa, para que la ciudad pueda disponer de una nueva zona verde de más de 1.000 m<sup>2</sup>.

Esta iniciativa, que ha sido pensada con el objeto de que la campaña redunde en un beneficio directo para los zaragozanos, fue inaugurada el pasado 9 de marzo, coincidiendo con la apertura oficial de la 6ª edición de Promoverde. ●



## Buena acogida del nuevo salón de jardinería Saver

El pabellón número ocho del Parque Ferial Juan Carlos I de Madrid será el escenario de la primera edición de Saver, Salón de Jardinería y Áreas Verdes, que se celebra del 7 al 10 de octubre. Un total de 6.000 m<sup>2</sup> darán cabida a una oferta formada por maquinaria, herramientas, equipos y productos para tratamientos



y compostaje, fuentes y alumbrado, abonos y semillas, mobiliario de jardín, sistemas de riego, empresas de paisajismo y servicios... Feria de Madrid ya ha iniciado la promoción y comercialización del nuevo certamen, que intenta cubrir un hueco que según sus promotores pervive en el panorama de la jardinería profesional. Aun así, Saver no renuncia a convertirse en un referente para el público en general y estará abierto a los particulares las dos últimas jornadas de la convocatoria. ●

## II Premios Tecnogarden

La edición 2000 de los Premios Tecnogarden ha superado las expectativas de participación y ofrece un reflejo de las prioridades de los puntos de venta a la hora de seleccionar los productos que conforman su oferta.

Más de 200 garden centers han participado con su voto en la segunda edición de los Premios Tecnogarden. En el certamen de este año se han incorporado novedades en la selección de los ganadores que han permitido una mayor participación en las cuatro categorías. De las setenta firmas convocadas inicialmente, un total de 23 empresas se presentaron como candidatas, y ha sido el criterio de sus propios clientes el que, tras una reñida escalada de votos, ha otorgado los cuatro premios. La primera novedad que han presentado los premios este año ha sido la incorporación de la categoría de Mejor Campaña de Comunicación, que también ha inaugurado el historial de empates ya que las acciones publicitarias de Flower y Compo han recibido el mismo número de votos. ●



## Destacados profesionales de la maquinaria de jardinería forman el comité organizador de Saver

**S**aver, el nuevo Salón de la Maquinaria y el Equipamiento para la Jardinería y las Zonas Verdes, cubre etapas inexorablemente hacia su primera edición, que tendrá lugar del 7 al 10 de octubre. A mediados de abril se llevó a cabo la presentación oficial de la nueva feria bianual a los medios de comunicación especializados, acto que sirvió para dar a conocer los primeros datos sobre la organización, que corre a cargo de la Institución Ferial de Madrid (Ifema).

La dirección de Saver corre a cargo de Santiago Quiroga, secundado por María José Sánchez en la gestión comercial y avalada por un comité organizador que reúne a representantes de importantes firmas del sector de la maquinaria y el equipamiento para jardinería. ●



## Éxito de las IV Jornadas Técnicas de Gestión Empresarial

**C**on éxito y satisfacción por parte de los asistentes se clausuraron el pasado mes de febrero las IV Jornadas Técnicas de Gestión Empresarial organizadas por la Central de Gestión de la Asociación Española de Centros de Jardinería, con la cofinanciación de Corma. Las jornadas tuvieron lugar en el Palau de Les Heures de Barcelona. ●



## Nueva cita de Hortimostra



**L**a pasada edición de Hortimostra, celebrada a finales de noviembre en Vilassar de Mar (Barcelona), registró un aumento del 20% en el número de visitantes, con una importante presencia de visitantes extranjeros procedentes principalmente de Francia e Italia. En esta ocasión, la feria acogió cerca de 160 expositores que mostraron la oferta del sector de la horticultura ornamental. ●

## Entrevista con Alberto García Falgás, director de comunicación de Compo Agricultura

**D**esde el 1 de enero de este año, la nueva empresa Compo Agricultura S.L. asume los negocios de Abonos para la Agricultura y Productos para la Jardinería que hasta ahora venían desarrollándose dentro de BASF Española S.A.

"Kali & Salz es la empresa líder europea en la extracción y transformación de potasio y magnesio, desarrollando además otras actividades complementarias entre las que destaca el reciclado de residuos tóxicos. Con esta adquisición, Kali & Salz pretende ampliar el campo de sus actividades, además de aprovechar evidentes sinergias en el campo de los abonos; no obstante, la producción de abonos se sigue manteniendo en Basf Ludwigshafen. Kali&Salz tiene su principal accionariado en la propia Basf y en destacados bancos alemanes". ●



## Interzoo 2000 bate su récord de expositores

**L**a Nuremberg Messe ha anunciado para la edición de este año de Interzoo, que tendrá lugar del 4 al 7 del próximo mes, novedades interesantes, entre ellas el récord de expositores, que en la edición del 2000 va a alcanzar la cifra de 950.

Interzoo comprende toda la oferta existente para el sector de animales de compañía y está considerado como uno de los principales eventos a nivel mundial. ●

## Corma inaugura su nuevo almacén de logística y distribución

**E**l nuevo almacén de logística inaugurado en Argentina cuenta con una superficie total de 17.000 m<sup>2</sup>, propiedad de la cooperativa desde el año 1999. Su inauguración coincidió, además, con la celebración del vigésimo aniversario de la cooperativa. El cambio y la ampliación de las instalaciones responde a la necesidad de espacio de la cooperativa, que ha visto aumentado su número de socios en los últimos años. Debido a la alta demanda de productos que recibe la cooperativa, sobre todo en el período de primavera, Corma decidió ampliar su almacén de distribución para poder ofrecer un mejor servicio a todos sus clientes. El nuevo almacén se encuentra a tan sólo catorce kilómetros del antiguo centro, ubicado en la localidad de Premià de Mar, y está equipado con las últimas tecnologías. El nuevo centro se ha diseñado con el objetivo de almacenar todas las plantas ornamentales de clientes y proveedores y distribuirlas después a los diferentes puntos de venta de la empresa. ●



El presidente de la Generalitat, Jordi Pujol, saluda a Ferran Sabater, presidente de Corma, tras inaugurar oficialmente el nuevo almacén.

## Bayer compra Aventis

**E**l grupo químico y farmacéutico alemán Bayer ha comprado Aventis CropScience, la división de abonos, semillas y fertilizantes resultante de la fusión de Hoechst y Rhône Poulenc y participada también por Schering, por 1,2 billones de pesetas. La compra de la filial de Aventis convierte a Bayer CropScience en la empresa número dos del mercado agroquímico mundial y tendrá un impacto significativo en los beneficios del grupo en 2004.

El presidente del grupo, Manfred Schneider, explicó que Bayer elevará su deuda neta hasta los 15.000 millones de euros el próximo año, frente a los 6.000 millones de euros del año pasado, lo que impedirá al grupo realizar nuevas adquisiciones. ●



## Compo Agricultura adquiere Gesal y Plantavit

**U**no de los principales objetivos en la creación de la empresa Compo Agricultura fue la posibilidad de ofrecer, tanto al comercio como a los consumidores, las marcas y gamas de productos más adecuadas a los distintos niveles de necesidades que cada segmento y canal del mercado de productos de jardinería precisa. En esta línea empresarial y bajo una filosofía de servicio integral, Compo Agricultura ha adquirido a Reckitt & Bankiser las reputadas marcas Gesal y Plantavit, que pasaron a formar parte de su oferta el 1 de enero de 2001. La compra ha tenido ámbito internacional, extendiéndose también a la distribución en Italia, Suiza y Dinamarca. Con estas incorporaciones la firma refuerza su ya consolidada posición en el sector, añadiendo a su oferta nuevas posibilidades de venta a nuevos clientes y en canales que buscan atender a los aficionados a las plantas con marcas asimismo ampliamente conocidas pero que precisan, para ser competitivas, una gama de artículos más concreta y específica. ●



## La miniferia y una jornada de gestión empresarial acompañarán la reunión anual de la AECJ



Un año más la Central de Gestión de la Asociación Española de Centros de Jardinería organiza la reunión anual de garden centers y socios adheridos. En esta ocasión, la reunión se celebrará en el garden center Agrojardín, un centro pionero ubicado en Andalucía. Se ha aprovechado la reciente reestructuración del centro Agrojardín, de Estepona (Málaga), porque además de ser un centro adaptado a los últimos avances en productos y gestión comercial, se ha considerado representativo de cómo debe ende Gestión Empresarial "Oleguer Burés", se centran en el análisis de la evolución del entorno como condicionante del desarrollo de los negocios y las claves para una buena evolución comercial. La sesión se celebrará en el Hotel Kempinski Estepona, junto al Garden Center Agrojardín. La ponencia irá a cargo de Rafael Goberna, consultor en desarrollo de organizaciones, formador en habilidades gerenciales para directivos y asesor en gestión directiva en empresas de ámbito nacional. ●



## Floramedia continúa en fase de expansión y se une a Fleurmerc

El pasado 9 de julio, los floristas de Cataluña tuvieron una cita en Mercabarna ya que se inauguró el Mercat Central de la Flor; unas instalaciones provisionales que acogerán a más de setenta empresas mayoristas hasta la construcción del mercado definitivo, previsto dentro de cinco años. El acto central de esta gran fiesta consistió en la ce-



lebración simultánea de más de cincuenta demostraciones: las últimas tendencias de flor seca; envoltorios originales y comerciales con flor fresca y seca, pequeños trabajos con flor única; lo último en arte floral para novia y un especial Santa Carme. Se mostraron, pues, a los floristas nuevas ideas florales para incrementar sus ventas en esta próxima temporada. Todo estuvo amenizado con una degustación de comidas preparadas a base de flores y plantas a cargo de un cocinero experto en estos platos. ●



# Gramoflor, experiencia y responsabilidad

Desde hace más de 100 años, esta empresa familiar ubicada en el Norte de Alemania se dedica a la extracción de turba y la elaboración de sustratos. La renaturalización de las superficies pantanosas explotadas por Gramoflor, la utilización responsable de la turba, así como la incorporación progresiva de nuevas materias primas alternativas en los sustratos, representa para nosotros una obligación con el medio ambiente y las generaciones venideras.

## Utilización responsable de la turba

Gramoflor está firmemente arraigada en el negocio de la turba y conoce bien este recurso, sabiendo que una extracción responsable de turba siguiendo las directrices del programa para la protección de los pantanos de la Baja Sajonia, así como las correctas medidas de renaturalización de las superficies pantanosas explotadas por la agricultura, ofrecen una contribución valiosa a la protección de dichos ecosistemas pantanosos.

Ya durante la cosecha de la turba según el método de cosecha en paralelo con la renaturalización desarrollado por Gramoflor, se toman las primeras medidas para el establecimiento de un pantano vivo. En el plazo de pocos años las capas de musgo van creciendo y vuelve la fauna y flora típica de los ecosistemas pantanosos.



Desde Gramoflor se está muy comprometido con la renaturalización de uno de los ecosistemas más fascinantes y originales del mundo. En este contexto debe hacerse mención a la Stiftung Lebensraum Moor (Fundación Espacio Vital Pantano) creada por Gramoflor GmbH & Co. KG en 2012 como organización sin ánimo de lucro, que se encarga de la protección de los pantanos.

## I+D+i: Mirando hacia el futuro

Aumentando el porcentaje del contenido de materias primas alternativas el equipo I+D+i de Gramoflor pretende crear productos innovadores que ofrecen soluciones prácticas y ensayar con ellos para así allanar y a ser posible acelerar el camino hacia una producción de sustratos más respetuosa con el medio ambiente.

Por todo ello, Gramoflor ha elegido el camino de incorporar materias primas alternativas, y apuesta por soluciones realistas y de larga duración.

Sustratos profesionales: de profesionales para profesionales

En la producción de sustratos profesionales, Gramoflor se encuentra entre las empresas líderes del sector independientemente del tipo de cultivo.

Con el apoyo de su equipo de asesores técnicos y en estrecha colaboración con sus clientes, Gramoflor elabora equilibradas soluciones integrales.

Debido a la creciente demanda de productos de mayor calidad por parte del sector hobby, los sustratos profesionales también encuentran su hueco en dicho sector. Bajo el lema "¡Calidad desde el principio!" Gramoflor fabrica sustratos de calidad profesional para el mundo Garden. Para cumplir este compromiso, no se hace distinción alguna entre las exigencias del jardinero profesional y del aficionado. Estos sustratos llevan todos los nutrientes y aditivos necesarios para una fertilización óptima, lo que se refleja en un crecimiento sano y vigoroso de las plantas de principio a fin.

## Metas de Gramoflor

Basándose siempre en la seguridad en el cultivo y el éxito comercial, Gramoflor busca un crecimiento responsable y sano junto con sus clientes. De esta forma se asegura la fuerza necesaria para inversiones en tecnología moderna, en I+D+i y en personal cualificado. Como empresa moderna e innovadora Gramoflor participa en un diseño positivo del futuro de todos. ●

**GRAMOFLOR**

*¡calidad desde el principio!*

# PARA UN CRECIMIENTO RESPONSABLE

ELEGIMOS LA MEJOR  
OPCIÓN

## Una gama completa para el exigente comercio especializado



¡Transparencia crea confianza!  
Más información en  
[www.gramoflor.com](http://www.gramoflor.com)

Gramoflor GmbH & Co. KG  
Teléfono: +34 962 954 005 · E-Mail: [info@gramoflor.de](mailto:info@gramoflor.de)

# Honda y ECHO, dos paradigmas de innovación corporativa

Cuando hablamos de empresas innovadoras, atendemos a un proceso definido explícitamente y evaluado en términos de eficiencia y calidad. En dicho escenario no dejan de figurar ejemplos de destacadas empresas que coronan el ranking en los mercados internacionales, gracias a productos de alta tecnología. En este artículo destacamos el caso de ECHO y Honda, dos marcas de maquinaria para los espacios verdes, ligadas a dos distribuidoras: Greens Power Products (Honda) y Phil Nobel (ECHO).

## Honda maquinaria

Hace ya más de cuatro décadas que veía la luz Greens Power Products, empresa que comercializa en exclusiva para España los productos de la División Power Products de Honda: motoazadas, cortacéspedes, desbrozadoras, motobombas, generadores, motores estacionarios y motores fueraborda, entre otros.

La compañía fue fundada en 1974 por Marcel Pascual, con el objetivo de comercializar en toda España pequeña maquinaria agrícola y de jardinería. En 1978 la empresa se convirtió en el importador exclusivo para territorio nacional de la División Power Products de Honda, que cuenta con un parque acumulado de más de un millón de unidades vendidas.

De la mano de Greens Power Products S.L., la marca japonesa se ha convertido en uno de los puntales en el mer-



cado de la pequeña maquinaria para la agricultura, la jardinería y el ocio.

Honda es el primer fabricante mundial de motores, con una producción anual de 30 millones de unidades, con una más que destacada presencia en la alta competición y con una amplia gama de productos con la más alta tecnología, que incluye hasta robots humanoides y aviones.



En lo que a maquinaria de jardinería y agricultura se refiere, en los últimos años cabe destacar el lanzamiento de Honda Miimo, el primer robot cortacésped de la firma y la entrada en el mercado de la maquinaria de batería, con una completa gama exclusiva y en constante evolución.

Como novedades de esta temporada destaca el generador portátil de tecnología Inverter Honda EU22i, las desbrozadoras de ruedas Honda UM536/616 y el cortacésped Honda IZY46S con Versamow Selective.

## ECHO Maquinaria

Corría el año 2000 cuando Phil Nobel comenzaba su andadura como distribuidor de Echo, perteneciente al grupo Yamabiko.

En su porfolio de productos de gasolina encontramos motosierras, desbrozadoras, cortasetos y sopladores. Dentro de las motosierras de poda ECHO, cabe destacar el modelo CS2511

TES, disponible con espada Carving de cadena 1/4 y galga de 0,043". Asimismo, para la poda a dos manos, también se encuentra la misma versión en la ECHO CS281 WES. Ambos modelos proporcionan un corte más fino, preciso y rápido, dañando menos el árbol, y consiguen aumentar su rendimiento en casi un 20 %.

Todos los motores de ECHO cumplen con las normativas de emisiones americanas EPA y CARB, al igual que la normativa europea EU. Como resultado de su investigación destacan las tecnologías "G-Force", "ES-Start" y "Digital C.D.I.", exclusivas de ECHO, por las que ha sido galardonado con el Premio a la Estrategia de Patentes de la Oficina de Patentes de Japón.

En la gama de batería 50V Li-ion, la firma ofrece atractivas opciones con los diferentes Kits, que incluyen la batería y el cargador. Diseñadas para adaptarse a todo tipo de trabajos, proporcionan energía de alta densidad con un sistema ligero en peso. Y también para los profesionales, la batería de mochila LBP-560-900.

La maquinaria ECHO, tanto eléctrica como a batería, ofrece cinco años de garantía general, dos años de garantía profesional y dos años de garantía en las baterías. ●



**HONDA**  
— Your Essential Partner —



**Cuando el líder europeo**

se une a la marca japonesa



se une a la marca japonesa  
**nº1 en USA y Japón**

## Da como resultado el tandem perfecto

Desde hace pocas semanas, gracias al Equipo de Gestión Integrada para Marketing, España, Comercial e Incentivos, el área de Promoción, comercializa los distribuidores de las marcas japonesas (Honda y Husqvarna).

**HONDA**



# 2018, el año de la renovación para Infertosa



La empresa valenciana Infertosa lleva varias décadas dedicada a la producción de turbas y sustratos, fundamentando su estructura organizativa en los tres ejes principales de su actividad: turbera, fábrica y oficina. Desde hace más de cincuenta años, Infertosa trabaja de forma sostenible la concesión minera de las turberas ubicadas en el Parque Natural del Prat de Cabanes. Desde su fábrica en Torreblanca, Infertosa procesa la turba para posteriormente fabricar los diferentes productos que componen su catálogo. Y desde su vieja sede en la calle Olta de la ciudad de Valencia, Infertosa ha controlado durante años su administración y su departamento comercial.

En su fábrica en Torreblanca, Infertosa comienza en 2018 con una fuerte inversión en maquinaria, con la compra de una nueva línea automática de ensacado, paletización y enfundadora de pallets. Esta importe inversión permite dar respuesta a una demanda creciente de los productos en menor tiempo. Además, la nueva maquinaria también permite obtener una mejor distribución del producto sobre los pallets, y ofrecer un embalaje aún poco común en este sector, como son los pallets encapuchados, con un sellado seguro en toda su longitud y altamente resistente.

Respecto a sus oficinas, en enero de este año 2018, Infertosa ha estrenado nuevas dependencias, trasladando su sede fiscal a unas instalaciones más amplias y

modernas, situadas en la misma calle, evidenciando la evolución y crecimiento de la empresa que demandaba unas instalaciones más acordes con las nuevas necesidades del momento. "Nuestro trato directo con el cliente requiere que le visitemos nosotros con frecuencia, y no al revés. Por ello, hasta ahora no había sido necesario el invertir en nuevas instalaciones. Siempre hemos dado prioridad al producto y a la imagen del saco, y por ello, en los últimos años nos hemos dedicado de lleno a renovar y actualizar todos los envases, a lanzar nuevos productos y a reforzar cada año nuestra presencia e inversión en las ferias del sector, consolidando con todo ello la imagen de la marca.

Pero tras estos últimos años de continua renovación en esos campos, la inversión en nueva maquinaria y en nuevas instalaciones era el paso lógico para una empresa en crecimiento continuo", destaca Francisco Pomar, ingeniero agrónomo y director comercial de Infertosa.

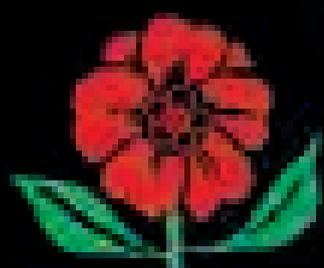
Actualmente Infertosa trabaja cuatro nichos de mercado. Para agricultura, su línea más tradicional es la fabricación de abonos orgánicos para mejorar la calidad del suelo. Para jardinería, viveros y centros de jardinería, ofrece sustratos, fertilizantes y complementos de jardinería. El tercer nicho es el de la restauración ambiental y

control de la erosión, ofreciendo una amplia gama de productos de hidrosiembra para este sector. Y un cuarto nicho consiste en la turba para uso cosmético, fruto de su I+D, Infertosa fabrica una crema de turba negra con propiedades dermatológicas que la hacen apta para su uso en balneoterapia, aliviar inflamaciones musculares y venosas, así como para ayudar en afecciones cutáneas como son el acné, la psoriasis, eccemas o la celulitis.

Y sí, el 2018 es definitivamente el año de la innovación para Infertosa, que también empezaba el año con el lanzamiento de dos productos nuevos: el Ciemhus Fertilizante Plantas con Flor: una solución de abono NPK 4-7-6 con micronutrientes, formulado para proporcionar a la planta una fertilización adecuada para potenciar su crecimiento y promover una rápida y duradera inducción floral. Y el Ciemhus Fertilizante Plantas Verdes, una solución de abono NPK 7-3-5 formulado para mejorar el metabolismo de la planta facilitando el crecimiento y promoviendo un verdor más intenso. "Nos encontramos en un momento positivo, en el que contamos con el equipo adecuado, con ilusión y con ganas de hacer cosas nuevas, y con varios proyectos e iniciativas preparándose: este año, además de la nueva maquinaria y las nuevas oficinas, pronto renovaremos también nuestra web corporativa, aumentaremos la participación en ferias, y lanzaremos varios productos nuevos, en especial para el sector de agricultura ecológica". ●



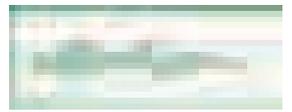
*Especialistas en productos  
agrícolas y de jardinería*



**INFERTOSA**

[www.infertosa.com](http://www.infertosa.com)





# Lechuza, una sola marca, un gran surtido



Las macetas Lechuza destacan por su óptimo sistema inteligente de riego, que permite que las plantas se alimenten por sí mismas hasta doce semanas y “garantizan un crecimiento estupendo de las plantas sin ningún estrés”, tal y como aseguran desde la firma.

Este sistema es fiable y seguro, tanto para plantas de interior como de exterior, en jardinería profesional o en amateur. En combinación con el sustrato Lechuza-Pon, su sustrato especial compuesto por piedra pómez, zeolita, lava y enriquecido con fertilizante NPK, mejora la seguridad del cultivo. Este sustrato aporta a tus plantas los nutrientes suficientes durante un periodo de hasta doce meses. Gracias al poder de dosificación de Lechuza-Pon, se evitan los grandes errores de la fertilización. El fertilizante se va disolviendo de forma gradual, lo que permite que su planta se nutra regularmente.

Plantas con diferentes necesidades

en cuanto al emplazamiento y cantidad de agua crecen con seguridad en Lechuza. El agua y los nutrientes son transportados de forma segura desde el depósito de agua hasta el cepellón de la planta, de modo que en Lechuza las plantas crecen sanas y fuertes.

Las macetas Lechuza están perfectamente preparadas para resistir a los golpes, gracias al material plástico resistente con el que están fabricadas, no se rompen, aunque se caigan accidentalmente. Además, también son resistentes a los rayos UV y a los climas extremos como nieve, hielo, escarcha, etc.

Además de poder disfrutar de la alta calidad y funcionalidad de sus productos, los clientes también pueden escoger entre una gran variedad de surtido. Balconissima, Cursivo, Rustico y Yula. Tras estos peculiares nombres se esconden las novedades de Lechuza 2018.

Balconissima facilita la jardinería urbana. Cuenta con espacio para tres

macetas y con el sistema de riego de mecha, con este sistema no es necesario plantar, solo hay que meter las hierbas aromáticas o plantas con flor junto con la maceta de cultivo.

El modelo Cursivo presenta una forma de maceta moderna y novedosa. Con su forma extraordinaria presenta una perspectiva impresionante desde cualquier ángulo de visión. Cuenta con nuestra cubeta de plantada intercambiable, de color neutro y con asas escamoteables.

La nueva Rustico Color aporta un aire mediterráneo a los espacios. Con sus modernos colores beige arena, negro grafito y gris piedra, la Rustico Color combina todos los tonos naturales modernos. Gracias al tornillo de la base, la maceta se puede colocar tanto en exteriores como en interiores.

Y la última novedad, Yula, es una combinación de dos macetas para plantar y regadera de aspecto armónico que demuestra que también se pueden ajardinar con estilo pequeñas viviendas. Su práctico sistema de riego de mecha convertirá el cuidado de las plantas en algo muy sencillo.

Responsables de la firma han subrayado que “como fabricantes queremos tratar los recursos con respeto y de forma sostenible. Nuestro objetivo es utilizar los recursos sabiamente y actuar de una manera ambientalmente responsable. Además, todas las macetas y muebles Lechuza son completamente reciclables”. ●



# Lechuza



**¡NUEVO!**  
Superficies con acabado  
de piedra natural



## La elegancia y el diseño al servicio de sus plantas

Lechuza es una empresa líder en el mundo de los maceteros y jardineros. Nuestra misión es ofrecer a nuestros clientes productos de alta calidad y diseño que les permitan disfrutar de sus plantas en cualquier momento y lugar. Nuestra gama de productos incluye maceteros de diferentes tamaños y colores, así como también sistemas de riego y fertilización. Todos nuestros productos están fabricados con materiales de alta calidad y son resistentes a los rayos UV y a la intemperie. Además, todos nuestros productos cumplen con los requisitos de seguridad y medio ambiente. Si desea más información sobre nuestros productos, visite nuestro sitio web o contáctenos directamente.

## Rain Bird inaugura instalaciones

El pasado 24 de mayo, la firma distribuidora de sistemas, artículos y accesorios de riego para profesional y aficionado Rain Bird Ibérica S.A. celebró la inauguración de sus nuevas instalaciones en Boadilla del Monte, que se encuentran situadas en el Polígono Industrial de Prado del Espino. La inauguración consistió en una "Jornada de Puertas Abiertas" a lo largo de todo el día, en la que los visitantes pudieron conocer las nuevas instalaciones, que cuentan con más de 400 m<sup>2</sup> de oficinas y 600 m<sup>2</sup> de almacén tanto de superficie cubierta como al aire libre. Posteriormente se sirvió un cocktail de inauguración al aire libre. Con la apertura de sus nuevas instalaciones, Rain Bird Ibérica se prepara, para afrontar el reto actual de la compañía: posicionarse como la mejor elección en la oferta actual existente en el mercado de los sistemas, artículos y accesorios de riego para el aficionado. ●



## La primera asamblea anual de la APJ se centra en simplificar el registro de productos fitosanitarios de uso por no profesionales



De izq. a dcha., Jose Luis Núñez de Scotts, Angel Jubete, de Flowers, Joaquin Campos de Masso, presidente de la APJ.

El pasado 12 de marzo se celebró en Barcelona la primera asamblea general ordinaria de socios de la APJ (Asociación de empresas con productos para el cuidado de Parques y Jardines). El primer paso fue la definición de escenarios donde se aplican los productos para su distinción del uso agrícola. El objetivo es la adaptación del Reglamento Técnico Sanitarios (RTS) con la finalidad de que se incluya el ámbito de productos

fitosanitarios de uso por no profesionales y la definición de los escenarios en los cuales serán aplicados estos productos. Se espera que estas modificaciones faciliten la venta de estos productos en los puntos de venta que suministran al sector aficionado. La APJ ha presentado algunas propuestas a los departamentos de Sanidad de Andalucía y Valencia, y próximamente lo hará ante los departamentos de Baleares y Cataluña. ●

## Bayer presenta productos y servicios en la red



La división Agro de Bayer ofrece ahora a clientes y demás interesados en jardinería su página web, dedicada a los problemas y soluciones en esta área. La dirección es: [www.jardin.bayer.es](http://www.jardin.bayer.es).

Este sitio web se dirige a todo público profesional y aficionado que, por razones de negocio o por interés propio en el mundo de las plantas, está interesado en obtener información sobre los problemas más comunes y los productos de la gama Bayer que los solucionan. La página web está subdividida esencialmente en dos partes: "Problemas" y "Productos": En

la parte de "Problemas", el navegante puede identificar siguiendo el esquema de cultivos (flores, ornamentales, frutales, hortalizas, etc.) su "problema", cada uno de ellos presentado en foto y descrito en texto, para encontrar, acto seguido, la correspondiente solución "Bayer Jardín". Por otra parte, el navegante puede entrar directamente en "Productos", para encontrar todos ellos en imagen, clasificados por insecticidas, fungicidas, herbicidas, abonos/correctores y diversos con detallada información, sea de nivel técnico, sea en cuanto a formulación, agrupación de venta, etc. ●

## Nueva campaña promocional de Flower en televisión

**F**lower, una firma de referencia en productos de jardinería, principalmente en abonos y sustratos, ha finalizado recientemente los preparativos de su nueva campaña promocional en televisión, cuyo objetivo es dotar a la firma de una elevada notoriedad en el mercado de jardinería para aficionados. En su nueva campaña con el eslogan "Flower Power" ofrece la imagen de una marca joven, fresca y simpática. La firma quiere evocar la época "hippie", llena de felicidad y respeto por la naturaleza, con un vestuario y música que refuerzan este concepto. ●



## Floragard, distinguida en el vigésimo aniversario de la IPM

**C**on ocasión del 20 aniversario de la Feria Internacional de Plantas (IPM) de Essen (Alemania), la empresa Floragard Vertriebs GmbH Gartenbau recibió una distinción en reconocimiento a su participación ininterrumpida en el certamen desde su primera edición. Floragard es una empresa dedicada a la comercialización de turba y sustratos para horticultura, con una facturación anual de 108 millones de euros y un volumen de ventas de 2,9 millones de metros cúbicos, siendo uno de los líderes de la especialidad a escala europea. ●



## Digebis, nuevo distribuidor mayorista en el sector de jardinería

**D**igebis es el nombre de una nueva empresa recientemente creada en España que nace con el objetivo de convertirse en referencia como empresa distribuidora al por mayor de productos para el sector de jardinería. La compañía comercializa en exclusiva para nuestro país el amplio catálogo de productos de la multinacional Oregon Scientific para este sector.

Los fundadores de Digebis, entre los que se halla Carles Bisbe, un profesional de reconocida experiencia en el sector, consideran que los centros de jardinería constituyen un excelente punto de venta para la comercialización de productos como los de Oregon Scientific. Entre éstos se halla la estación meteorológica doméstica BAR 913, un sencillo aparato de fácil manejo que realiza predicciones meteorológicas diarias,



Francisco García Rosado, de Lignitos de Meirama, S.A.

al tiempo que indica la temperatura interior y exterior, la humedad ambiental, etc. Para los fundadores de Digebis, todos ellos aficionados a la meteorología, los centros de jardinería se han convertido en establecimientos ideales para comercializar productos de regalo. ●

## Entrevista con Diego Salmerón, presidente de los Peñotes

“Nuestro éxito se debe a haber sido “los pioneros” en este mercado. El haber sabido descubrir que la tendencia masiva hacia la jardinería tenía que llegar a España como ya era un hecho en el extranjero. Pero desde luego, no sólo ha bastado con tener una arriesgada visión empresarial, también ha sido necesario el trabajo constante y el no creer nunca que ya estaba todo hecho. Aparte de crear un Centro de Jardinería con todo lo que ello conlleva: que el cliente pueda encontrar todo lo relacionado con el jardín, yo destacaría como aportación a este sector nuestra filosofía de empresa de vender con información. Es decir, que cada cliente, cuando compre una planta, se lleve con la misma un conocimiento de ella. De esta forma



Diego Salmerón junto a sus hijos en el centro de jardinería los Peñotes

tendrá más posibilidades de éxito en su cultivo y volverá a comprar más plantas”. ●

## Misión a Suiza de la Asociación Internacional de Garden Centers

La Asociación Española de Centros de Jardinería, AECJ es miembro desde sus orígenes de la International Garden Center Association, IGCA, y asiste a todos los congresos anuales en cualquier punto del mundo. Desde la AECJ, dicen que el principal objetivo que se plantean los propietarios de los garden centers al asistir a

este tipo de misiones es conocer los mejores puntos de venta del país, un objetivo que se vio cumplido en esta expedición. ●



## Responsables para la Central de Compras y Servicios

Xavier Gil-Vernet es el gerente de la Central de Compras y Servicios. Procedente del sector textil, Gil-Vernet será el encargado de hacer realidad este ambicioso proyecto que ya cuenta con el apoyo de 22 centros de jardinería, todos ellos miembros de la AECJ. El presidente de la Central es Xavier Bisbe, de la firma Arboretum. Esta nueva Central de Compras y Servicios funciona independientemente de la AECJ, aunque es importante destacar el impulso que han dado los socios de la AECJ a la

puesta en marcha de este gran proyecto, un impulso sin el cual la Central no hubiese dejado de ser un sueño. ●



## La AECJ conmemora su 25 aniversario

Coincidiendo con la gran feria del sector celebrada en Valencia, la Asociación Española de Centros de Jardinería organizó una cena para los socios y colaboradores de la entidad en la que se premió la fidelidad de los gardens y proveedores asociados. Al evento asistieron todos los expresidentes de la asociación, que recibieron un diploma conmemorativo en reconocimiento de su labor, los representantes de

los gardens asociados, que celebraban su pertenencia a la entidad de más de dos décadas también fueron galardonados, así como los proveedores más pioneros en la AECJ. Durante la cena se informó a todos los miembros de la asociación sobre las novedades en relación a la puesta en marcha de la Central de Compras que la Asociación española ha anunciado ya y en la que actualmente se continúa trabajando. ●



## La Asociación Española de Centros de Jardinería anuncia novedades en su Asamblea Anual



La Asociación Española de Centros de Jardinería, que cuenta ya con cerca de un centenar de garden centers asociados además de 66 proveedores vinculados a la asociación, celebró en el garden center Magatzem

Verd de Palma de Mallorca su Asamblea Anual, coincidiendo con la celebración de la Expogarden 2003 en las instalaciones del centro. Entre los temas que despertaron el interés de los socios destacó la posible exclusión de los garden centers de la categoría de grandes superficies en la normativa reguladora de estas actividades en algunas comunidades autó-

nomas y la negociación de la entrada de los miembros de la asociación en el convenio laboral aplicado a pequeño comercio de flores y plantas y al que ya se ha acogido Interflora. ●

## La APJ se reúne en Iberflora



La Asociación de Empresas con Productos para el Cuidado de Parques y Jardines se reunió durante la celebración de Iberflora para dar cuenta de los resultados obtenidos por esta asociación en cuanto a su labor como lobby en el proceso de legislación para el mercado de los productos fitosanitarios de uso por no profesionales. Entre otras noticias, la APJ manifestó el crecimiento de su número de empresas asociadas, que con la última incorporación por parte de la firma Zapi ya son 19. La junta informó sobre los avances conseguidos en la defi-

nición de escenarios de uso, listado de componentes, características de envases y necesidades del mercado que se han realizado en un largo y laborioso proceso de negociación con la Comisión Europea encargada de la redacción del ordenamiento regulador de la producción y comercialización de este tipo de productos. Las conversaciones con los encargados de legislar han dado ya sus primeros frutos, según explicaron los responsables de la Junta de la APJ a los asistentes a la asamblea, aunque queda aún mucho por hacer en este campo. ●

## La AECJ toma nota del estilo de garden danés

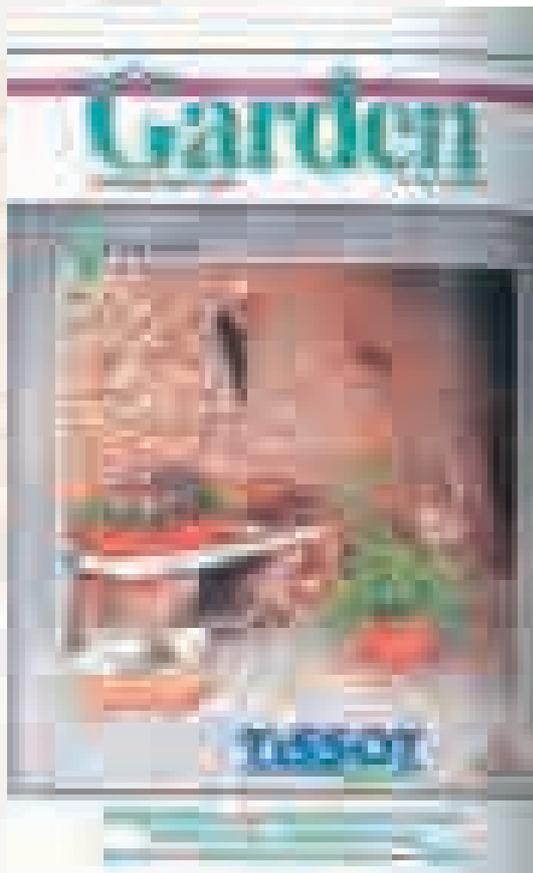
En la octava edición del viaje organizado por la Asociación Española de Centros de Jardinería (AECJ), han participado un total de 20 gardens. La expedición ha llevado a los profesionales hasta Dinamarca, donde han visitado varias ciudades además de la capital Copenhage. El periplo, que ha durado tres días, ha llevado a los directores y responsables de los puntos de venta españoles a través de visitas, paseos y reuniones con los colegas daneses. La firma Daniber colaboró en la organización y recibió a los participantes en Dinamarca. Uno de los atractivos del viaje fue Gasa-Odense, pero también hubo tiempo para trabajar visitando tres centros



de jardinería. El primero de ellos impresionó a los turistas españoles por sus dimensiones, aunque se trataba de un punto de venta muy joven y aún estaba definiendo su oferta. De los otros dos gardens, destacaron detalles especiales como los "jardines expositores" y las zonas de servicios. ●

## Tecnogarden celebra su décimo aniversario

Hace exactamente 10 años, con motivo de la celebración de la edición de Iberflora de 1993, vio la luz el primer número de Tecnogarden. La acogida de la nueva publicación superó las expectativas, en parte gracias a la apuesta innovadora que supuso su edición, ya que no existía en nuestro país otra publicación con la filosofía que caracteriza a Tecnogarden, dirigida muy especialmente



Portada del primer número de tecnogarden.

al punto de venta especializado en la jardinería y pensada para cubrir sus necesidades informativas. Con motivo de este décimo aniversario, *Tecnogarden* prepara una edición especial en la que esperamos contar con la participación de todo el sector. ●

## La AECJ celebra Asamblea y Jornadas en Tenerife

El pasado 5 de febrero la Asociación Española de Centros de Jardinería, AECJ, celebró su Asamblea General en Tenerife. Asimismo, se dieron a conocer noticias de gran interés, como el destino del próximo viaje profesional organizado por la AECJ, Bélgica, y la participación en el Congreso de la IGCA que se realizará en octubre en Nueva Zelanda. ●



## Burés incorpora la "criba rotativa"

La firma Burés S.A. ha incorporado a sus procesos la nueva tecnología "criba rotativa", que permite alcanzar una mayor capacidad de trabajo en la selección de los productos, así como un elevado rendimiento ya que resulta mucho más sencillo pasar un producto por la criba y separar las partes más pequeñas de las más gruesas. Esta máquina, que alcanza los doscientos metros cúbicos por hora según la materia y las fracciones de cribado, se utilizará especialmente en tratamiento de mantillo y turba. ●



## Cuatro millones de consumidores pagarán con el móvil este año

Según una publicación del Ministerio de Economía, se prevé que en 2004 el número de usuarios del sistema de pago a través del teléfono móvil alcance los cuatro millones. La cifra supone un incremento de más del 30% respecto del registro de 2003 en este tipo de adquisiciones a través del comercio electrónico. El desarrollo potencial del comercio electrónico y la inseguridad que el consumidor percibe en el uso de las tarjetas financieras por Internet han propiciado la aparición de iniciativas que buscan generalizar el uso del teléfono móvil como herramienta de pago. El uso de este tipo de terminales gana terreno de manera progresiva ante la desconfianza a la hora de insertar el número

secreto de la tarjeta de crédito para adquirir algún producto a través de la red. En opinión de los expertos, el teléfono móvil ha abierto una serie de posibilidades que, bien explotadas, pueden dar lugar a nuevos patrones de pago. ●



## 400 floristas en la Fira de Sant Jordi de Mercabarna

Los profesionales de la flor pudieron aprender multitud de técnicas y tendencias innovadoras para presentar rosas en la festi-

dad de 400 profesionales del sector. En la feria se presentaron las últimas novedades de rosas y complementos para dicha festividad. Como complemento a la feria, se

dedicó un espacio a las bodas con un desfile de ramos de novia. Durante la feria se celebró la segunda edición de la Universitat de la Rosa, con diversos talleres teórico-prácticos para los profesionales; el IV Concurso Fira de Sant Jordi, que premió las mejores presentaciones en rosas, y la inauguración del escaparate



de Sant Jordi. El pasado 5 de abril, el Mercat Central de la Flor de Mercabarna acogió la VI Fira de Sant Jordi, a la que asistieron cerca

de 400 profesionales del sector. En la feria se presentaron las últimas novedades de rosas y complementos para dicha festividad. Como complemento a la feria, se dedicó un espacio a las bodas con un desfile de ramos de novia. Durante la feria se celebró la segunda edición de la Universitat de la Rosa, con diversos talleres teórico-prácticos para los profesionales; el IV Concurso Fira de Sant Jordi, que premió las mejores presentaciones en rosas, y la inauguración del escaparate

## I Congreso Jardinería y Empresa en Cataluña



**E**l Gremio de Jardinería de Cataluña, constituido recientemente, presenta un interesante programa para el Congreso de Jardinería y Empresa que se celebra en S'Agaró (Girona), los días 1 y 2 de octubre. El congreso pretende proporcionar a los profesionales de la jardinería los instrumentos teóricos y técnicos necesarios para trabajar de manera profesional tanto en los temas relacionados con el jardín como en aquellos vinculados al mundo empresarial. De ahí que el programa se estructure en dos áreas temáticas, la primera dedicada a temas de carácter empresarial: "control

y gestión empresarial", "de jardinero a empresario" y "gestión y desarrollo de personas", que impartirán profesores de Esade; y otra dedicada a las nuevas tendencias en el mundo de jardinería: "piscinas y lagos naturalizados", "cubiertas ecológicas y ajardinadas" y "el jardín y su relación con el paisaje natural", cuyos ponentes proceden del mundo de la empresa y la jardinería, contando con expertos de prestigio internacional. Según el presidente del Gremio y del Congreso, Andreu Massoni, el encuentro está teniendo muy buena acogida entre los profesionales, estudiantes y técnicos. ●

## Iberflora y Expoagro superan sus previsiones de ocupación

**S**egún el último comunicado hecho público por la organización, el pasado 8 de enero, a diez meses de su celebración, Iberflora y Euroagro tenían ya contratada más del 75% de la superficie cubierta en la anterior edición. Para la de 2004, se ha previsto que ambos certámenes ocupen conjuntamente un espacio de más de 30.000 metros cuadrados netos correspondientes a los pabellones 1, 2, 3, y 4 de Feria Valencia. La referida nota hace especial hincapié en el aumento que está experimentando el Salón del Jardín, que tenía ya contratada en aquella fecha el 75% de la superficie neta de 2003. Dado el ritmo de inscripción de empresas expositoras, los rectores del certamen calculan poder contar con una cifra cercana a las 700, procedentes de todo el mundo. A esta tendencia al alza cabe añadir el incremento, tanto en superficie como en expositores y compradores, que aportará Ecofira, al celebrarse conjuntamente con Iberflora y Euroagro, con lo que se configurará la gran feria verde del Mediterráneo. ●



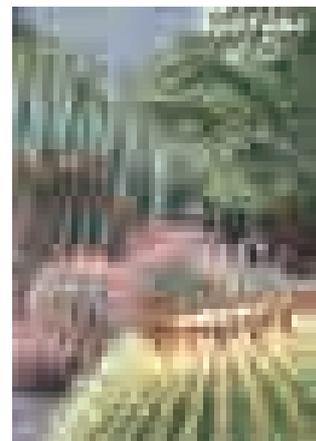
## Los Peñotes premia a sus visitantes más jóvenes

**E**l pasado 9 de junio se fallaron los premios del Concurso de Pintura Infantil que organiza el centro de jardinería Los Peñotes desde el 2000. Autoridades locales, artistas, profesionales de los medios de comunicación especializados, expertos en jardinería y personal del centro formaron parte del jurado. El primer premio fue para F.P.R. y consistió en un ordenador personal que entregó Diego Salmerón, presidente de Los Peñotes. ●



## La AECJ visita centros de producción y gardens en Bélgica

**E**n su tradicional viaje anual, la AECJ, Asociación Española de Centros de Jardinería, ha escogido Bélgica como destino para este año. Del 18 al 21 de junio, los responsables de los puntos de venta que han querido participar en esta expedición visitarán varios centros de producción y de distribución en distintas ciudades belgas. Un total de 37 personas, en representación de distintos centros de jardinería de la Asociación, participan en esta visita pensada para aportar ideas nuevas y visiones comerciales de futuro al sector de la distribución especializada en productos para el jardín en España. ●



## Nace la Agencia para la Promoción de Flores y Plantas

Recientemente se ha celebrado en Valencia la Asamblea Constituyente de la Asociación Española para la Promoción del Consumo de Flores y Plantas, que se dará a conocer al gran público con el nombre de Agencia para la Promoción de Flores y Plantas. La creación de esta entidad, promovida por el Comité de Flores y Plantas de FEPEX con la colaboración de Iberflora, da respuesta a una de las mayores demandas del sector. Esta nueva asociación acoge a diferentes organizaciones profesionales, dando cabida tanto al sector de la producción como al de la distribución y comercialización. El objetivo principal de esta organización es motivar al consumidor final para que éste incremente las compras de flores y plantas. Para ello, se constituirá un gabinete que tendrá



la labor de desarrollar las acciones de comunicación y marketing pertinentes. Asimismo, entre las primeras actividades de esta asociación, se encuentra la inauguración de una oficina con carácter permanente en la Feria de Valencia, la cual se hará cargo de la gerencia y coordinación de las distintas campañas de promoción puestas en marcha por la Agencia para la Promoción de Flores y Plantas. La Junta Directiva está presidida por Vicente Peris Alcalde, secretario general de la Asociación Profesional de Flores, Plantas y Afines de la Comunidad Valenciana. ●

## Compo inaugura 12.000 metros de instalaciones en La Vall d'Uixó

La empresa alemana COMPO, uno de los principales productores mundiales de fertilizantes especiales para la aplicación agrícola y de jardinería, inauguró el pasado 18 enero sus nuevas instalaciones en La Vall d'Uixó (Castellón) con una inversión de 9 millones de euros, para reforzar su posición en el mercado español.

La nueva planta de La Vall d'Uixó es la primera de las que COMPO tiene en España que, además de ser un punto logístico para envasado y almacenaje, constituye también un centro de producción. En las nuevas instalaciones, que ocupan una superficie edificada de 12.000 m<sup>2</sup>, se envasan las materias primas que dan lugar a los productos de la firma de mayor consumo,

además de los que ya se importan envasados desde su central en Amberes (Alemania). El nuevo centro, que ha supuesto la creación de 12 nuevos puestos directos de trabajo, "va a ser el más moderno y el mejor de Europa" según señaló Alberto Pueyo, Director General de COMPO Agricultura.



Dispone de los más avanzados equipamientos y el máximo grado de automatización para permitir "mejorar la calidad y el servicio a nuestro clientes, y seguir incrementando el volumen de negocio de COMPO Agricultura con una estructura y organización acorde con los retos de crecimiento en el mercado ibérico". ●

## Asia, un continente cada vez más próximo. Por Javier López, director de Compras de Jardiland España SA



En la pasada edición de Iberflora, la Asociación Española de Centros de Jardinería (AECJ) estuvo presente con un stand y, además, como parte del comité organizador. Además de presentar novedades y avances, la AECJ celebró una serie de actos donde destacó la entrega de galardones de los IV Premios Empresariales Diego Salmerón. Tras la votación realizada por los gardens adheridos, los resultados revelaron los ganadores dentro de cada categoría. En este punto, la empresa Altuna Hermanos fue premiada en la categoría de 'Servicio Personalizado', gracias a su preparación tanto en el reparto, como en el servicio y la eficacia de entregas,

galardón que compartió con la firma Corma. En las otras tres categorías: Originalidad, Promoción del Sector y Honorífico, fueron premiados respectivamente las empresas Digebis y Flower, por sus nuevos productos, y Compo y Jardinarium, por su labor de difusión verde y comunicación al consumidor. ●

## Entrevista con Santiago González, director de la Asociación Española de Centros de Jardinería

**R**eflexiona sobre el crecimiento del mercado del jardín en España y, especialmente, de la situación actual del colectivo de centros de jardinería españoles. "Quedan 5 o 6 años de crecimiento antes de que proliferen las franquicias y las incursiones de compañías extranjeras.

La competencia hoy por hoy entre los centros de jardinería es dura. Estos establecimientos se distinguen por su atractivo externo, su vistosidad...y este es un campo en el que saber competir es imprescindible. Existen muchos centros en España que están trabajando mucho por mejorar su atractivo, su presentación, y este esfuerzo es muy



importante porque fuerza al sector a mejorar de manera global. En cuanto a la competencia con otro tipo de establecimientos es importante tener en cuenta el grado de fidelidad de los clientes de los centros de jardinería, que es muy alto -se pudo comprobar en el estudio que hicimos desde la asociación el año pasado-, y este alto índice de fidelidad no se da en otros sectores de distribución". ●

## El sector del jardín español en crecimiento. Por Javier Gil-Vernet, gerente de Jardinarium

**//** A nuestro entender, el mercado español se encuentra en una etapa muy joven. Todavía nos quedan por delante años con tasas de crecimientos importantes. Aun así, todo mercado joven, conforme va creciendo también va estructurándose y, por consiguiente, haciéndose más competitivo y difícil. Por eso estamos convencidos de que las diferencias entre aquellos que se han ido preparando, que trabajan constantemente en la mejora de su posición competitiva, frente a los que no lo han hecho van a ampliarse sustancialmente en poco tiempo. El mercado está reorganizándose y esto quiere decir que cada vez va a ser más exigente con todos los que participemos en él".

"España es uno de los países de Europa el porcentaje de personas tienen una vivienda de propiedad es mayor. También es uno de los países en los que la proporción de construcción de viviendas unifamiliares está creciendo más. Esto es positivo para el sector de jardinería. Sin embargo, no negaré que, tal y como señala todo el comercio, una subida de tipos de intereses fuerte podría significar una etapa difícil". ●



## La Asamblea de la AECJ se reunió en Expogarden

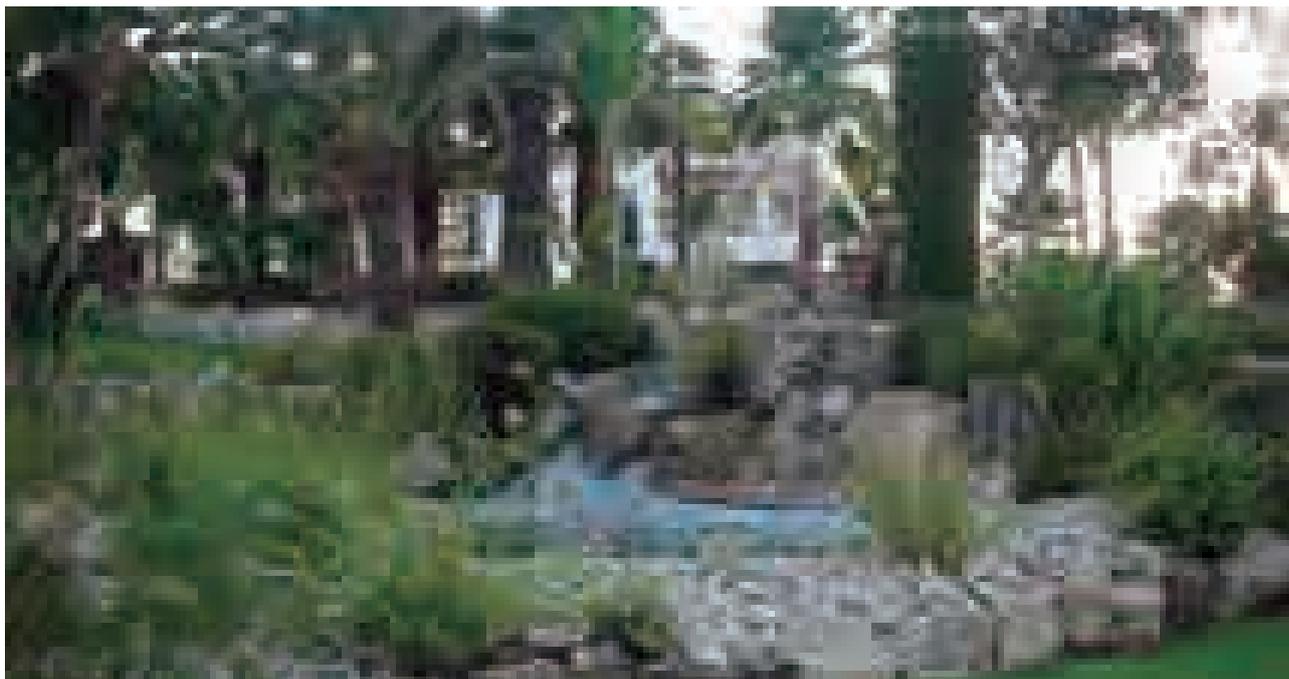
**L**a Asociación Española de Centros de Jardinería, AECJ, celebró este año su Asamblea anual coincidiendo, además de con la exposición Expogarden, con el Salón Profesional de la Planta Ornamental y Afines, Viveralia, y la Feria de la Tecnología Agraria del Mediterráneo, Agriteco. Durante la asamblea se presentaron los resultados y balance del último ejercicio, que fueron valorados muy positivamente por los representantes del sector. En esta ocasión, el encuentro anual de profesionales del garden center contó en su programa con una jornada sobre el cambio generacional en la empresa y una visita a los centros de producción de la zona y al garden center Amorós de Elche. ●



## Obertplant Maresme premia la labor de Jardiland

**J**ardiland ha sido galardonado con el Premio a la promoción del consumo y comercio de plantas en la pasada edición de Oberplant Maresme 05. El premio reconoce la labor que Jardiland España SA realiza en la promoción del hábito de compra de plantas y artículos de jardinería con un estilo de venta próximo al consumidor y respetuoso con el producto. Asimismo, se premia el trabajo diario en adaptar la oferta a un público que hasta hace muy pocos años no existía. Oberplant Maresme es la muestra conjunta de planta que organiza el Mercat de Flor i Planta Ornamental de Catalunya dirigida a profesionales de la producción y de la jardinería, a las empresas comercializadoras y a los responsables de importación de firmas internacionales del sector. ●





## Masecor, 30 años al servicio de la jardinería

**E**l pasado año 2017, Masecor S.L. cumplió 30 años de andadura desde su fundación. Anteriormente, sus fundadores ya ejercían una actividad similar a la que actualmente se viene desarrollando, aunque a pequeña escala. Desde sus comienzos, Masecor, S.L. consciente de los cambios sociales y económicos del momento, y de los recursos disponibles en la zona (marcada principalmente por la actividad agrícola y forestal), apostó por la recogida, reciclaje y valorización de subproductos-residuos de la madera y derivados vegetales.

Esto, unido a la Certificación de Gestión Ambiental (ISO 14001:2004), pone de manifiesto su compromiso y preocupación por el medio ambiente, lo que supone una garantía de futuro para la viabilidad de la empresa y para sus clientes. Su planta de producción se ubica en Motilla del Palancar (Cuenca), con una extensión de seis hectáreas, donde miman y cuidan todos sus productos y procesos, cumpliendo siempre con la legislación vigente y respeto con el medio ambiente. Sus productos se engloban en las siguientes familias: sustratos de cultivo, paisajismo, madera para exterior y biomasa (serrín, astilla de madera, corteza, orujillo, etc.) para conseguir una gama de pro-

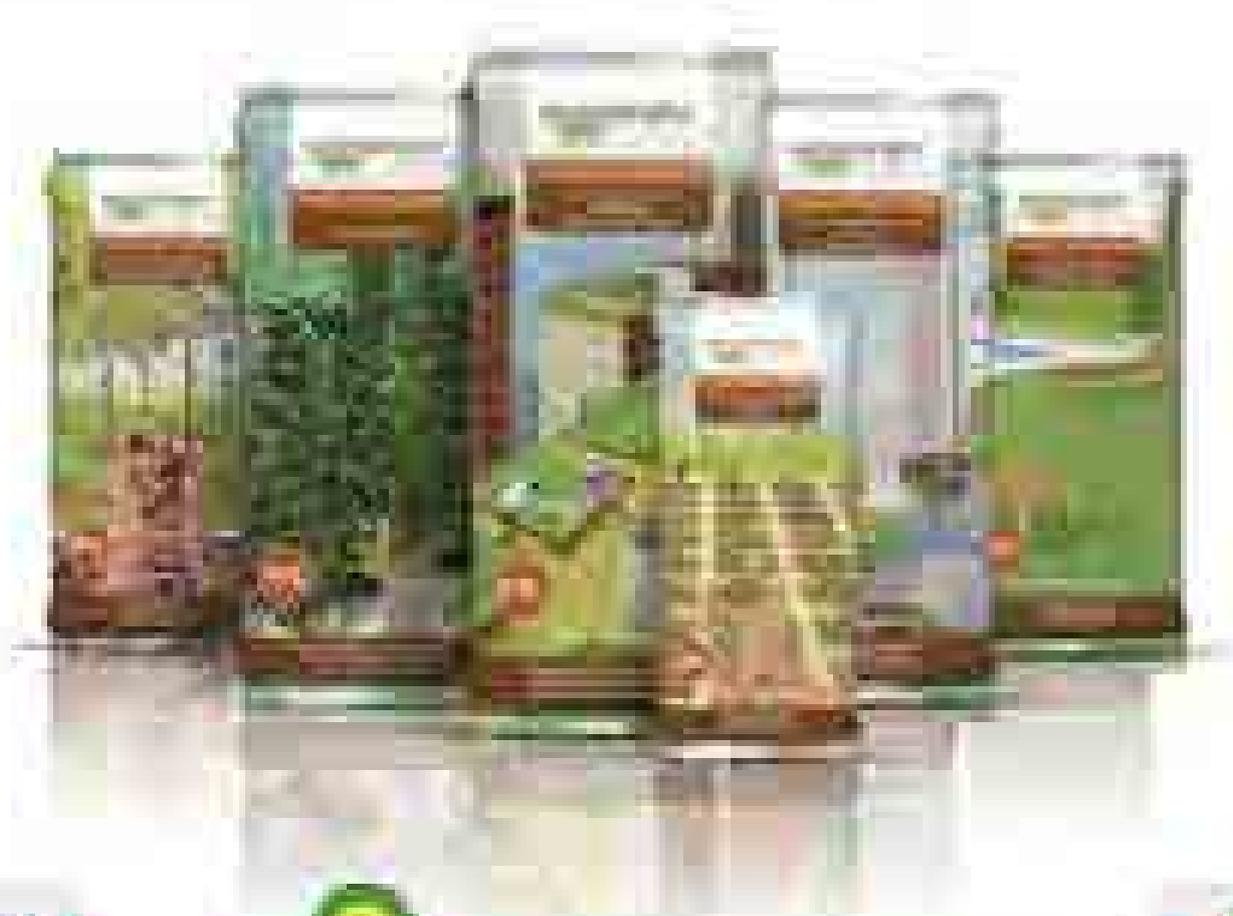
ductos amplia y eficaz como alternativa a los combustibles fósiles utilizados hasta el momento. Dentro de estas cuatro líneas de productos, en Masecor apuestan por la innovación y mejora continua de su oferta, adaptando los productos a las necesidades de los clientes.

En los últimos años, investigación, desarrollo e innovación han sido la base para desarrollar una nueva línea específica de sustratos técnicos bajo la marca Ecomanglar, como un paso más en la especialización de los sustratos de cultivo. Dentro de esta nueva línea se encuentran: sustrato para semillero, sustrato universal para interior y exterior, *grow top soil*, sustrato para huerto urbano y recebo para césped. Además disponen de laboratorio propio donde realizan los controles de calidad de todos sus productos y asesoran a todos los clientes en la elección de los sustratos que mejor se adapten a sus necesidades, ofreciéndoles análisis físico-químicos y fichas técnicas de los mismos.

La asistencia a ferias internacionales como Paysalia (Lyon), IPM Essen (Alemania), Project Qatar, Salón du Végétal (Nantes) e Iberflora, entre otras, ayudan a la firma a estar al día en el sector, para así ser capaces de cubrir la demanda de sus clientes, tanto nacionales como internacionales.



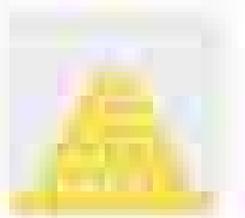
Tal y como señalan desde Masecor, "los clientes son lo más importante y, por ello, nuestro personal se caracteriza por brindarles la mejor asesoría, de manera que puedan elegir el producto que más se adapte a su necesidad, de forma rápida y sencilla, ofreciendo un producto de calidad y generando, como resultado final, una gran satisfacción para ambas partes". ●



Sustratos

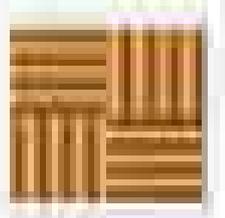


Paisajismo



Biomasa

16200- Motilla del Palancar (Cuenca)  
+34 969 331 958 / +34 607 340 710  
masecor@masecor.com  
comercial@masecor.com



Madera

# Rain Bird, un paradigma en el universo del riego inteligente

**N**o hay vida sin agua. Estamos ante un recurso limitado e indispensable para toda actividad humana. El agua no conoce fronteras y, como fuente común, requiere de la cooperación de todos. Detrás del concepto de riego inteligente y ahorro de agua se esconde el trabajo de compañías comprometidas como Rain Bird, un paradigma entre los fabricantes de sistemas de riego eficiente, ya sea para uso residencial, espacios públicos o aplicaciones agrícolas.

Fiel a su compromiso con la calidad de gestión para lograr la excelencia, actuando bajo criterios de máxima seguridad, fiabilidad y transparencia en sus operaciones, desde 1933, la empresa viene diseñando productos de alta calidad, fáciles de instalar y programar por el usuario final, y amigables para el uso del agua. Sistemas de control centralizado, aspersores, difusores, sistemas de riego por goteo, toberas, electroválvulas y programadores de riego de última generación... Un amplio abanico de productos y soluciones enfocados a buscar la máxima eficiencia y a un uso sostenible del agua. Más de 80 años trabajando para ofrecer soluciones en productos de riego, servicios y formación para el ahorro de este preciado y escaso recurso.

Corría el año 1933, cuando Rain Bird inventó el primer rociador de impacto. Desde entonces, la compañía ha desarrollado productos innovadores para el riego más inteligente. Desde la serie 1800 a las líneas de riego por go-

teo subterráneo XFS y las boquillas HEVAN o los galardonados productos de Rain Bird. Y es que gracias a su visión integradora y al profuso trabajo, la empresa cuenta con una oferta de más

es como deseamos ser percibidos en la industria del riego y en nuestra sociedad”, señalan desde la firma. Gracias al riego inteligente se minimiza el despilfarro de este bien natural y se detectan



4.000 productos y más de 130 patentes. La primera patente se otorgó en 1935 y aquel original aspersor, de gran impacto en el mercado, se consideró un hito histórico ya en el año 1990.

Rain Bird es conocida por su compromiso con el uso inteligente del agua. “Es nuestro legado para diseñar y fabricar solo aquellos productos de mayor valor y calidad. Trabajamos a largo plazo, siendo responsables con nuestros clientes y vendedores. Así somos, y así

más fácilmente las pérdidas u otras circunstancias que puedan influir de forma poco eficiente en su consumo. La gestión del agua a distancia es una de las herramientas más potente a día de hoy para lograr un ahorro real de agua y llevar un control del mismo. En este sentido, la gestión remota y eficiente, en tiempo real, de los sistemas de riego municipales, campos deportivos, etc. se ha convertido en una realidad con la solución Plataforma IQ de Rain Bird. Permite elegir entre tres opciones que ofrecen un mayor control de los sistemas de riego a gestionar. Con ello el profesional puede controlar la instalación desde cualquier dispositivo conectado a internet y no solo desde la ubicación donde se encuentre el programador de riego.

Otra de las tecnologías desarrolladas para conseguir una mayor eficiencia en el consumo de agua de riego es la tubería de goteo para enterrar XFS. Gracias al escudo de cobre en cada gotero, se evita la intrusión de raíces en la tubería, consiguiendo ahorros importantes de agua. ●



# Programadores de riego Wi-Fi®

Controle su riego automático cuando quiera desde donde quiera. ¡Con su smartphone!



**RAIN BIRD**

[www.rainbird.com](http://www.rainbird.com)



# Neudorff, compromiso con la naturaleza desde 1854

**N**eudorff es una empresa de referencia en Europa, en investigación y desarrollo de productos naturales y eficaces para el jardín.

La historia de Neudorff comienza hace más de 160 años cuando el tintorero-químico Wilhelm Neudorff fundó la empresa en Alemania. Las líneas iniciales de trabajo fueron productos como sales para el baño y colorantes, hasta que, en 1861, Neudorff amplió su oferta con un insecticida revolucionario llamado "Spruzit" a partir de piretrina natural, procedente de flores de crisantemos y que hoy en día es uno de los productos más vendidos en Europa.

En Neudorff se basan en:

- Interferir lo menos posible en el equilibrio natural.
- Productos seguros para los seres humanos y los animales.
- Productos fabricados a base de materias primas rápidamente renovables.
- Contienen materias activas y compuestos que provienen de la naturaleza.
- Utilización de energías renovables en la fabricación de los productos.
- Baja emisión de CO2 en la fabricación.

## Filosofía de desarrollo sostenible

Para Neudorff, es básico desarrollarse de una manera sostenible. Esto implica que, tal y como señala la empresa "para generar electricidad utilizamos el poder del agua del río Emmer en la región de Weserberg de Alemania, ya que disponemos de una turbina hidráulica en nuestra fábrica. Nuestros invernaderos, donde realizamos ensayos de eficacia, se calientan con plantas de biogás, y se están colocando paneles solares para garantizar la iluminación requerida para las pruebas y ensayos. El agua para el riego procede de la recuperación del agua de lluvia. En nuestras oficinas se utiliza un suministro de materiales reciclados".



Invernaderos en Aerzen, Alemania.

## Investigación

En sus invernaderos experimentales se desarrollan productos que llegarán al mercado diez años más tarde. Este es el plazo medio de obtención de un producto fitosanitario. Una actuación que desde Neudorff consideran básica para su desarrollo e independencia.

## Neudorff en el mundo

Neudorff está presente en la mayoría de los países de Europa, así como en otras zonas, destacando Estados Unidos y Canadá. En Vancouver está situado el laboratorio I+D Eco-care con el que Neudorff empezó a trabajar en 1991 y donde se desarrollan los nuevos productos.

En 2007 establecieron una colaboración con Seipasa, empresa que investiga, desarrolla y fabrica productos naturales para la agricultura y para la distribución en exclusiva de la línea Garden en España.

En el 2008 tiene lugar el lanzamiento del producto Ferramol en España: el primer antilimaco natural que salió en Europa. A partir del año 2009 ofrecen y dis-

tribuyen en España una gama completa de productos para la jardinería ecológica, que comprende abonos, productos fitosanitarios, mejoradores de suelo, compostadores, repelentes y productos para cuidados específicos.

Desde Neudorff-Seipasa destacan que "a nuestros usuarios les mostramos los caminos y las soluciones naturales para poder disfrutar de su jardín y plantas, respetando la naturaleza y ayudando a la sostenibilidad. Comience a disfrutar de la jardinería ecológica con nosotros y descubra nuestra gama apasionante de productos y novedades". ●



Sede central de las oficinas y fábrica de Neudorff en Emmerthal, Alemania, 1950.

# Ecológico desde 1854



Líderes en  
Jardinería Ecológica



## **Azet**<sup>®</sup> Nuestra gama de Fertilizantes Naturales Sólidos

\*Producto certificado en agricultura ecológica conforme al Reglamento (CE) N° 834/2007 y 889/2008.



[www.neudorff.es](http://www.neudorff.es) • Búscanos en 

Distribuidor exclusivo de Neudorff Garden España

# Semillas Batlle, más de 200 años de experiencia

**S**emillas Batlle comenzó su actividad en el año 1802 y desde entonces, ha tenido una constante evolución en el campo de la agricultura especializada, con la producción y comercialización de semillas. Pero ha sido en los últimos años cuando han experimentado una auténtica expansión, ofreciendo nuevos productos para el creciente mercado del Huerto y Jardín.

## Áreas de negocio

Esta firma cuenta con dos grandes áreas de negocio: gran cultivo, y huerto y jardín. Gran cultivo es la actividad tradicional y la más importante para la compañía. Comprende la investigación, obtención de nuevas variedades, conservación vegetal, producción, selección y comercialización de semillas destinadas a cultivos extensivos, como cereales, praderas, alfalfas, maíces, vezas, girasoles, etc. Además de servir al exigente mercado nacional, exportan a varios países de Europa, tercio Norte de África y Centro-Sudamérica.

Por otra parte, su área Home Garden está destinada al aficionado de huerto y jardín. Con ella comercializan gran variedad de productos, desde semillas y complementos, hasta sustratos, fertilizantes y fitosanitarios. Desde



Batlle señalan que su política comercial busca siempre la rentabilidad para los clientes, y es por esto, que además de la marca Batlle, destinada al mercado profesional, han creado la marca HA para el sector bricolaje/gran distribución y Verdy para el sector multiprecio.

“De esta manera evitamos la competencia de las marcas entre sí, siendo los únicos que ofrecemos esta diferenciación, lo que nos convierte en la empresa que más rentabilidad y atractivo ofrece para los comerciantes y cadenas”.

## Tres grandes prioridades

En el desarrollo de la actividad del día a día, la empresa se organiza entorno a unos claros objetivos de funcionamiento y de valores éticos que la regulan.

### I+D & calidad

Invierten recursos e investigan en sus instalaciones de Bell-lloc d'Urgell para mejorar las gamas de productos y conseguir el máximo nivel de calidad.

### Puntos de venta

Cuidan el material del punto de venta con expositores, cartelería, videos, señalización, stoppers, etc. para que la información al consumidor sea clara y directa.

## Comunicación y diseño

Están presentes con anuncios en prensa, web site renovada, redes sociales, notas de prensa, campañas de TV, oppis urbanos, stand en ferias, etc. Diseñan los envases con el objetivo de destacar la información, el impacto visual y poner en valor los beneficios de cada producto.

## Dos valores indispensables

### Equipo humano + red comercial

En palabras de Batlle, “son nuestro máspreciado capital y los verdaderos artífices del crecimiento y del éxito empresarial, con equipos organizados en delegaciones territoriales, formados para conocer la trazabilidad de nuestros productos, gestionar la relación con los clientes y generar nuevas áreas de expansión”.

### Responsabilidad social corporativa

Fuentes de la firma señalan que su actividad corporativa estimula valores éticos como realizar acciones solidarias, el respeto por el medio ambiente, el bienestar de los empleados o la contratación de personal discapacitado. “En Batlle, sembramos para crecer”. ●



Producto exclusivo de Batlle Huerto y Jardín

# Para que las aves no se coman las semillas de césped



Batlle te presenta dos nuevos productos de semillas peliculadas, que aportan una nueva formulación, un mayor poder de germinación y un exclusivo **repelente y ahuyentador de aves**.

Semillas de Césped Peliculadas: la innovación natural para el jardín.



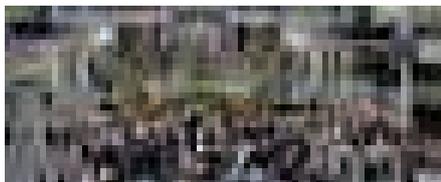
Y recuerda que tenemos la mejor gama de semillas de céspedes.



## Iberflora y Eurobrico celebran su éxito

La unión hace la fuerza, sentencia un sabio refrán popular; y esta vez, el binomio bricolaje-jardinería lo ha aplicado con notable éxito. Estas ferias internacionales, que se celebraron de forma paralela, en la Feria Valencia del 18 al 20 de octubre de 2006, recibieron la visita de más de 30.000 profesionales.

Esta celebración conjunta de los dos certámenes, con un total de 800 expositores directos, ha supuesto una amplia oferta comercial. ●



## Caen las ventas de productos fitosanitarios en más de 13%



Las ventas de productos fitosanitarios registraron en el 2005 una caída de 13,75% en facturación y de 9,17% en cantidades, según revela el último boletín de Aepla (Asociación Empresarial para la Protección de las Plantas), que añade que el descenso se registra por segundo año consecutivo.

Según sus datos, las mayores caídas se registran en moluquicidas (contra caracoles y babosas) y fungicidas (contra hongos), con porcentajes del 29,86% y 21,20%, respectivamente. ●

## Entrevista con Esteban Cuesta, director de Iberflora

Entre los objetivos, que se ha marcado como prioritarios en su gestión, destaca la apuesta por la internacionalización de ambos certámenes así como la incorporación de nuevos sectores y empresas.

“La edición de 2006 de Iberflora va a superar con toda seguridad las cifras registradas hasta ahora en las anteriores ediciones del certamen. De las empresas inscritas hasta ahora, un 51% corresponden a Planta y flor, y el resto se reparte entre Salón del Jardín y Salón de la Tecnología.

Una feria que pretenda ser de referencia ha de ser internacional, y tiene que buscar su crecimiento fuera de las fronteras de su espacio natural. Iberflora crece tanto que nos preocupamos de invitar compradores extranjeros. Paralelamente, tratamos de invitar a expositores estratégicos de tipo internacional para completar la oferta global. El efecto al final es muy positivo, ya que países como Francia o Italia se vuelcan en el certamen, y permiten que siga siendo la referencia para el sector”. ●



## Inaugurado el primer mercado floral de la capital en Tirso de Molina



Los madrileños ya pueden comprar flores en la plaza de Tirso de Molina. El alcalde, Alberto Ruíz-Gallardón, ha inaugurado la rehabilitación del céntrico enclave donde se ubica el primer mercado floral de la capital, que cuenta con ocho puestos. El proyecto de remodelación, en el que se han invertido 2,3 millones, ha mejorado una superficie de 8.500 metros cuadrados.

El mercado de flores está gestionado por Mercamadrid en colaboración con los mayoristas del sector, con el objetivo de promocionar el comercio y la cultura de la flor, por lo que se comercializarán plantas de interior y flor cortada. Del total de la superficie de la plaza de las flores, 145 metros cuadrados se destinarán, cada cuatrimestre, a plantar una variedad distinta de flores. ●

## Expoflor Murcia confirma el crecimiento de la planta ornamental

Expoflor 2006, celebrada en el mercado de flores y plantas de Mercamurcia, ha contado con la asistencia de 6.000 visitantes. La XIII edición de la muestra ha servido para refrendar el buen momento de la planta ornamental en la región, apuntado en los últimos años. ●



## Entrevista con Joaquín Rivera, presidente de la Federación Española de Empresas Floristas y dueño de la compañía Arteflor



**E**xplícale los factores que han contribuido a diversificar la oferta de variedades florales, la distribución del mercado español de flores y plantas y sus fortalezas y debilidades.

“Sin llegar a establecer porcentajes sobre un total, ni cifras concretas, en la distribución del mercado de flor y planta ornamental se puede afirmar que el oro es para Cataluña, la plata para Madrid y el bronce para Valencia.

La demanda de planta o flor se encuentra influenciada por criterios de moda y también de emulación. También influye la presencia del mercado de nuevos productos, o los tradicionales mejorados notablemente por los productores. Concretando en ejemplos puntuales en flor cortada podemos citar el *anthurium*, con una gama amplia de colores y olores; el *lilium*, de colores y olores embriagadores; la rosa con una oferta amplia de tamaños, en lo que a longitud de tallo se refiere, colores y aspectos de la flor en sí, más o menos abierta, y un solo tallo con una o varias flores. La sencilla margarita sorprende con su amplia y numerosa gama. En cuanto a plantas son muchas las que se pueden citar, como el kalanchoe y la orquídea con sus amplias gamas de variedades”. ●

## Hinowa premia a sus distribuidores y anuncia sus resultados del 2005



**L**a empresa Hinowa ha reunido recientemente a representantes de sus 37 concesionarios para anunciar sus resultados del 2005, presentar algunos nuevos productos y premiar a aquellos distribuidores que han cumplido sus objetivos. Además de las nueve empresas distribuidoras que fueron galardonadas, Germán Rosas de la empresa W 41 Equipop fue distinguido en esta oportunidad con el premio al Hombre del Año.

Mariano Moro, responsable de Hinowa en España, ha comentado que en el 2005 la empresa ha logrado superar los 3.300 millones de euros en facturación, lo cual, representa un incremento de más de 50% con relación al año anterior. Además, las previsiones para el 2006 son optimistas pues los nuevos productos que han sido lanzados al mercado han tenido una buena acogida. ●

## Verdecora abre el primer centro comercial de ocio verde en España

**E**l pasado 1 de marzo abrió sus puertas el primer centro Verdecora en España, en Arroyo Culebro, Leganés (Madrid), con una oferta de productos basada en flores, plantas, mascotas y todos los complementos. Sobre una parcela de 40.000 m<sup>2</sup>, este nuevo centro de ocio verde cuenta con una superficie edificada de 10.000 m<sup>2</sup>, de los que 8.000 corresponden a la tienda, dividida en 4.000 m<sup>2</sup> para exposición de flores y plantas de interior, mascotas y complementos, y otros 4.000 m<sup>2</sup> (75% cubiertos) para producto de exterior (arbustos, árboles frutales, jardín acuático...). Además, dispone de un aparcamiento de superficie con capacidad para 400 plazas. El número de empleados en plantilla está en torno a las 80 personas, que asesorarán a los clientes. ●

## Marbella organiza su primera feria de jardinería destinada a los profesionales del sector

**E**l Palacio de Ferias y Congresos de Marbella acogerá del 27 al 30 de abril de 2006 la primera edición de la feria de jardinería Marbella Garden. Durante cuatro días, Marbella Garden, será el punto de encuentro de los profesionales y amantes de la jardinería y el paisajismo de Andalucía, que disfrutarán de la exposición y podrán participar en el completo programa de actividades paralelas organizadas con motivo de la feria. Marbella Garden ofrecerá soluciones y productos a los 40.000 profesionales que se dedican directamente a la jardinería en la Costa del Sol, la franja costera más ajardinada de Europa y una de las que, como es lógico, más profesionales del sector emplea. ●

## La AECJ premia a las mejores empresas en la celebración de Iberflora

En la pasada edición de Iberflora, la Asociación Española de Centros de Jardinería (AECJ) estuvo presente con un stand y, además, como parte del comité organizador. Además de presentar novedades y avances, la AECJ celebró una serie de actos donde destacó la entrega de galardones de los IV Premios Empresariales Diego Salmerón. Tras la votación realizada por los gardens adheridos, los resultados revelaron los ganadores dentro de cada categoría. En este punto, la empresa Altuna Hermanos fue premiada en la categoría de 'Servicio Personalizado', gracias a su preparación tanto en el reparto, como en el servicio y la eficacia de entregas, galardón que compartió con la firma Corma. En las otras tres categorías: Originalidad, Promoción del Sector y Honorífico, fueron premiados respectivamente las empresas Digebis y Flower, por sus nuevos productos, y Compo y Jardinarium, por su labor de difusión verde y comunicación al consumidor. ●



## AFEB celebró en París su primera Misión Comercial

Durante tres días, en el pasado mes de junio, tuvo lugar la primera Misión Comercial organizada por la AFEB en París y su área metropolitana. La Misión reunió a casi una veintena de fabricantes, asociados a la AFEB, que pudieron intercambiar sus impresiones durante los tres días que duró la misión, la cual se desarrolló en torno a dos focos principales: visita a la Jornada de las Colecciones, en la Abbaye de Chaalis, que consistió en un salón profesional y de negocios en el que los expositores mostraron sus productos a compradores de Grandes Super-



ficies de bricolaje, alimentación y construcción en un paraje de ensueño y al aire libre, lo que hace que esta feria tenga un formato único y de gran interés para los fabricantes; por otro lado se realizó una visita a los principales centros de distribución franceses. ●

## Alejandro Roda, nuevo director del certamen Eurobrico

Alejandro Roda Alarcón ha sido nombrado nuevo director de Eurobrico, el Salón Profesional del Bricolaje. Con una intensa formación en la organización de certámenes, la experiencia laboral en el ámbito ferial de este profesional, licenciado en Ciencias Empresariales, se remonta al año 1999. Es en esa fecha cuando pasa a formar parte del equipo de Feria Valencia, desempeñando diversos cargos de responsabilidad, en áreas como la financiera y de certámenes, con su participación en el desarrollo de los salones Urbe Desarrollo y Domogar. ●



## Atica muestra sus nuevos equipos en su IV Jornada de Puertas Abiertas



Durante estas jornadas, que se desarrollaron en el privilegiado entorno del Parque Natural de El Montseny, en Barcelona, se mostró a los profesionales su amplia, nueva y renovada gama de productos, como biotrituradoras, cortacéspedes y desbrozadores autopropulsados, escarificadoras, tractores cortacésped o aspiradores, entre otros. Mantener nuestro entorno limpio se ha convertido en un

serio problema. El volumen de restos orgánicos e inorgánicos que producimos día a día se ha ido acumulando en lugares fuera de la ciudad, formando grandes montañas de residuos que transforman el paisaje y degradan el medio ambiente, propiciando incendios, malos olores y plagas de ratas. Así, Atica, siguiendo su compromiso con el medio ambiente, presentó una amplia gama de biotrituradores y astilladoras, que constituyen una opción práctica contra este desagradable problema. ●

## Premio a Productos Flower

El pasado mes de mayo, el Gremio de Floristas de Cataluña entregó a Productos Flower un reconocimiento a su larga trayectoria dentro del mundo de la jardinería. Por su continuado crecimiento en los últimos años y la gama amplia de productos de los que dispone, Flower recibió este premio, dedicado a aquellas empresas destacadas del sector de la jardinería. La responsable del Departamento de Marketing de la firma, Àngels Escolà, fue la encargada de recoger el galardón, el cual fue entregado por el Gremio, entidad que destacó el esfuerzo y la dedicación de Flower durante los últimos años y "la aportación de la empresa al sector de la jardinería". En el discurso de agradecimiento, Àngels Escolà agradeció el reconocimiento del Gremio y destacó como ejes principales de la evolución de Flower las inversiones que ha realizado la empresa en los últimos 18 meses, además de su equipo humano. ●



## Floralía vuelve con el Congreso GEO XXI



Del 3 al 11 de marzo, se llevará a cabo la exposición de flor y planta ornamental, Floralía, en Feria Valencia. Dentro de las actividades que se llevarán a cabo en torno a la exposición, destaca GEA XXI, Congreso Internacional de Paisaje, Territorio y Desarrollo. Este foro de reunión y debate, en torno al paisaje, el desarrollo sostenible y la actividad investigadora y empresarial, ya ha cerrado su programa de conferencias, que contará con una amplia nómina de expertos en los temas que se van a abordar.

Feria Valencia se vestirá de flores durante nueve días con una exposición multicolor de flores y plantas ornamentales autóctonas y de otros países.

Esta macroexposición no se celebraba en Valencia desde 1990 y convertirá al recinto ferial en un inmenso jardín cubierto donde se podrán admirar diseños de jardines mediterráneos y europeos, planta ornamental, forestal, árboles frutales, cactus, bonsáis, etcétera, así como algunos de los últimos avances tecnológicos del sector. Ésta forma parte de un circuito quinquenal de floralías internacionales en colaboración con las ciudades europeas de Génova (Italia), Budapest (Hungría), Nantes (Francia) y Gante (Bélgica).

Floralía se enmarca dentro de la iniciativa promovida por el Ayuntamiento de Valencia bajo el slogan Valencia 2007 y Medio Ambiente, que configura una oferta de actividades y exposiciones relacionadas con el sector verde.

Asimismo, este año Valencia ha conseguido ser la Capital Europea del Árbol, elegida por el Consejo Europeo de Arboricultura y por la Asociación Española de Arboricultura. Por ello, del 5 al 10 de marzo se desarrollarán una serie de conferencias relacionadas con la gestión del patrimonio arbóreo urbano. ●

## Bilbao recibió la edición 2007 de Expogarden, un salón que se afianza



Desde el 7 al 9 de febrero, tuvo lugar en el recinto ferial de la ciudad de Bilbao, el BEC (Bilbao Exhibition Centre), Expogarden 2007. Una vez más los gardens centers y los socios adheridos o proveedores de la Asociación Española de Centros de Jardinería, AECJ, se reunieron alrededor de este evento, que pretende facilitar los contactos entre directivos, intercambiar experiencias y, por supuesto, presentar la novedades del sector. La asamblea general de la AECJ abrió el día, en la que se celebraron ponencias, y que serviría de abreboza para la celebración de la cena del 30º Aniversario de la asociación. El miércoles 7

se abrieron las puertas de recinto ferial, posteriormente se celebró la Asamblea General y una ponencia sobre el Comercio Urbano, ofrecida por Pedro Campo y Julián Ruiz, miembros de Cecobi (Consejo Empresarial de Comercio de Vizcaya). En la noche se celebró la cena del 30 Aniversario de la AECJ, ocasión que se sirvió para otorgarle una placa, en agradecimiento a su fidelización, a siete gardens que llevan más de 20 años dentro de la Asociación. Las placas fueron entregadas por el presidente de la AECJ, Vicente Martínez Balsaldua. ●

## Symposium sobre sustratos

Silvia Burés ha presidido, entre los días 2 y 8 de septiembre en la ciudad de Nottingham (Inglaterra) el Symposium Internacional del Grupo de Trabajo de Sustratos de la Comisión de Cultivo sin Suelo y Sustratos de la ISHS. El Symposium ha contado con la presencia de más de cien participantes de 32 países procedentes del mundo de la investigación y de la industria de los sustratos: nuevos materiales, aspectos medioambientales, nutrición, microbiología, propiedades físicas, compostaje, producción de cultivos hidropónicos, de planteles y de plantas en contenedor, control de plagas y enfermedades, entre otros. ●



## Reconocimiento, por partida doble, para Flower

La empresa Flower ha sido premiada con el premio Liderpack, uno de los más importantes a nivel nacional en diseño. El producto estrella es CAP-MIX y su packaging. El galardón se le otorgó en la sección de Hogar por su comodidad y manejo. La característica más valorada fue la creación de un producto fitosanitario para plantas seguro para el consumidor, ya que no entra en contacto con el producto químico. Toda la gama de productos CAP-MIX (acaricidas, fungicidas...) disfruta del mismo empaquetado. A nivel empre-



sarial, Flower ha sido reconocida por la Generalitat de Cataluña en los premios de innovación agraria PITA (Premios de Innovación Tecnología Agraria de Innovación). Se presentó a estos premios con un proyecto que explicaba la inversión realizada en la modernización de su fábrica, sobre todo la sección de substratos, que ha experimentado cambios notables. Flower se ha convertido en el complejo más moderno del sur de Europa en diseño, fabricación y comercialización de productos para la jardinería doméstica. ●

## Entrevista con Francisco Izquierdo, responsable de Viveros Centre Verde

Viveros Centre Verde es una empresa que desarrolla su actividad en el sector viverístico. La nueva savia que aporta cada uno de sus profesionales lleva a una producción dinámica y a una política dirigida hacia la innovación, manteniendo las sólidas raíces tradicionales. Francisco Izquierdo Navarro, ingeniero técnico agrícola y responsable de Vivero y Producción, considera que estamos ante un sector consolidado, "al que se están incorporando técnicos con formación en todos los procesos, como son la producción, comercialización y post-producción, que facilitan la mejora constante a todos los niveles". Pero no deja de subrayar que aún tenemos un largo camino para seguir mejorando. "En la actualidad el sector goza de buena salud, el crecimiento en ventas es del orden de un 20 por ciento, cada año que pasa, aunque se está viviendo una recesión en el consumo privado debida en su mayor parte al clima de incertidumbre en el que nos encontramos". ●



## Entrevista para Esteban Cuesta, director de Iberflora

Esteban Cuesta nos habla sobre las novedades e innovaciones que aporta esta edición. "La novedad más espectacular es la ubicación de las actividades paralelas, que este año, por

primera vez, ocuparán los distribuidores entre los pabellones 1, 2, 3 y 4. En este espacio preferente, lugar de paso de todos los visitantes, vamos a instalar las exposiciones de Iberflora Innovación, del Premio Nacional a proyectos de fin de carrera y de los proyectos del Master Iberflora.

La Librería Técnica y una exposición de ambientes realizada por expositores del Salón del Jardín completarán la oferta. Por su parte, las Jornadas y Conferencias se van a realizar en el interior del Nivel 3. Con estas ubicaciones las actividades paralelas quedan cerca del expositor y visitantes. ●



## Relanzamiento de Bayer Garden en Iberflora

Bayer Garden ha sido relanzada en España en la Feria Internacional de Planta y Flor Mediterránea, Tecnología y Jardín - Iberflora 2007, que se celebró del 17 al 19 de octubre en Valencia. La presentación del nuevo concepto de marca, coincidió con la inauguración de Iberflora. Durante esa jornada, Raúl Montoro, gerente de Bayer Garden en España y responsable del relanzamiento, recibió la visita y buenos deseos de los responsables europeos de la división Consumer de Bayer Environmental Science. Iberflora ha resultado todo un éxito para Bayer Garden, que mostró múltiples e innovadores productos. Los atractivos diseños de etiquetas y envases fueron aplaudidos por la gran cantidad de profesionales que visitaron el stand. El conocimiento de las necesidades del consumidor por parte de Bayer Garden, así como los diseños y presentaciones de los productos y envases que responden a esas necesidades, se demostró claramente con los artículos presentados, siendo éste el asunto más comentado con todos los clientes. ●



## I congreso internacional de Riego

En el marco de Expo Zaragoza 2008 'Agua y desarrollo sostenible' 600 congresistas de 20 países distintos se han dado cita en el I Congreso Internacional del Riego. Gestión, tecnologías y buenas prácticas del riego. El objetivo ha sido sentar las bases para una fuerte apuesta por la eficiencia energética y los nuevos sistemas de riego para asegurar la alimentación de un planeta donde, en 2025, está previsto que vivan 9.000 millones de personas.

Escasez de agua, desequilibrios territoriales y crisis alimenticia son términos que han sido empleados a fondo en el Congreso que estuvo organizado por la Tribuna del Agua Expo Zaragoza 2008, y por AFRE, primer fabricante nacional de bombas, que ha dejado constancia de su compromiso y responsabilidad con el riego, el territorio y la sociedad.



España, junto a Estados Unidos e Israel, forma parte de los tres países más importantes del mundo de fabricantes de recursos para el riego. FENACORE (Federación Nacional de Comunidades de Regantes) y el Ministerio de Medio Ambiente son también parte de la organización de un evento

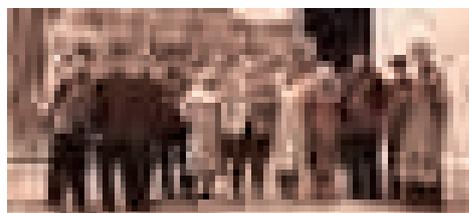
que cuenta con la participación de la FAO y el Banco Mundial, entre otros.

Además, en este I Congreso Internacional de Riego se creó la Junta Rectora de la Plataforma Tecnológica del Riego y también Iberoagua (Asociación Iberoamericana de las Tecnologías del Agua y el Riego) de la cual ESPA es miembro fundador.

El I Congreso Internacional de Riego se cerró con una declaración que apela a la responsabilidad y toma de conciencia de la situación actual, que debe traducirse en una apuesta por la eficiencia y la eficacia en los sistemas de riego y de gestión del agua. La investigación debe estar al servicio de la industria y del uso. En 2009 habrá un encuentro en Perú de Iberoagua, mientras que en 2010 se celebrará el II Congreso Internacional de Riego en México. Sin embargo, el trabajo está aquí y ahora. Y ESPA seguirá su camino de compromiso y responsabilidad como agente activo en el mundo del riego. ●

## Gramoflor celebra sus cien años de historia en el mundo de la turba

El productor y distribuidor de turbas y substratos Gramoflor, con sede en el norte de Alemania, celebra sus cien años de historia en el área de



la turba. Hace un siglo que Anton Gramann, el bisabuelo del actual gerente y socio, Josef Gramann, fundó la empresa dedicada a la extracción de turba, creando así las bases de la empresa actual. Hoy en día, la empresa ha evolucionado y cuenta con la confianza de muchas empresas del sector de la turba, tanto a nivel nacional como internacional, que apuestan por la calidad de sus substratos. Experiencias de gran valor, que sobreviven de generación en generación, han hecho posible conjugar las tradiciones de la empresa con la visión de futuro, lo que ha hecho de puente para unir el pasado y el presente de esta empresa. ●

## Entrevista con Félix Moral Pérez, presidente de la AEPJP

Desde su fundación en 1973, la Asociación Española de Parques y Jardines Públicos (AEPJP) se encarga de promover una mejor gestión y conservación de los espacios verdes públicos. Su presidente, Félix Moral Pérez, comenta en qué situación se encuentran los espacios verdes en la actualidad, y habla de la necesidad de tomar medidas para alcanzar un mejor aprovechamiento de los recursos.

"La mayor preocupación de nuestra sociedad por el medio ambiente, ha producido en los últimos años un incremento considerable de zonas verdes en nuestras ciudades, que al tiempo que las mejoran visual y ambientalmente, las hacen más habitables, favorecen las prácticas sociales y la relación entre sus habitantes.

En este sentido, el incremento de estas zonas verdes ha sido evidente, pero quizás el reto sería plasmar en ellas criterios de sostenibilidad, con el desarrollo de alternativas a la jardinería más tradicional de gran consumo de recursos, obteniendo de este modo espacios más sostenibles". ●



## Entrevista con Luis Vallejo, encargado de la colección de bonsáis del Real Jardín Botánico de Madrid

Más allá de los resultados visibles que se pueden obtener con el mantenimiento y tratamiento de un árbol o una planta, se podría decir que, lo más importante de un bonsái, es su contexto filosófico y su sintonía con la historia. A través de los siglos, numerosos estilos se han sucedido en la práctica de este arte. Luis Vallejo García-Mauriño, considerado como uno de los principales

expertos españoles en el arte milenario de cultivar árboles en miniatura, es también el encargado de la colección de bonsáis del Real Jardín Botánico de Madrid. Apasionado estudioso de este tipo de ejemplares desde hace ya más de 30 años, puede

presumir de haber recibido la condecoración de la Orden del Sol Naciente, con Rayos de Oro y Plata, por el embajador de Japón en España, quien aprobó esta alta distinción que el país oriental entrega a una persona no japonesa, en reconocimiento a las destacadas labores en el fortalecimiento de las relaciones entre España y Japón.

“Se trata de una actividad que está muy introducida en asociaciones, clubs, y hay aficionados en toda la península e islas. Los aficionados tienen una edad media/baja, a diferencia de lo que ocurre en Japón. Ha ido poco a poco creciendo en cuanto a la maduración técnica, los conocimientos, los espacios expositivos, etc. Hay infinidad de muestras, de exposiciones, de talleres de clases que traen a maestros japoneses. El presente es bueno y puede serlo mejor, el futuro va a depender de este presente y, por lo tanto, espero que se consoliden todas estas exposiciones y asociaciones en España e Italia, son los países que tienen un futuro más brillante”. ●



## Entrevista con Carlos Palomar, director general de Aepla



Tras la aprobación por parte del Parlamento europeo de reducir el número de productos fitosanitarios autorizados para su uso en la agricultura, las reacciones no se han hecho esperar. Así, mientras que desde la Administración Pública se muestra satisfacción por el nuevo reglamento, las asociaciones agrarias levantan su voz, considerando que la aplicación de la futura norma merma la competitividad del sector. En opinión de Carlos Palomar, director general de la Asociación Empresarial para la Protección de las Plantas (Aepla), “una normativa tan restrictiva como ésta, en una época de crisis económica global como la que actualmente vivimos, afectaría, sin duda, de manera negativa, no sólo a la creación de nuevos empleos sino a la estabilidad de los actuales”.

“2008 ha sido un año crucial para el sector, protagonizado principalmente por el proceso legislativo desarrollado en las instituciones comunitarias sobre el futuro paquete fitosanitario y cuyo resultado final, a pesar de no ser tan catastrófico como se presentaba tras la primera lectura del Parlamento Europeo, sí puede suponer grandes perjuicios para nuestra agricultura. Por este motivo, resulta de gran importancia que la fase de ejecución que tendrá lugar durante 2009 se lleve a cabo desde un enfoque realista basándose en hechos científicos que garanticen que una normativa realista alejada de sensacionalismos. Sin duda esta tarea marcará en buena medida el trabajo de este año. Por otra parte, el injustificado retraso del registro español de productos fitosanitarios sigue dañando gravemente al sector, al impedir que puedan salir al mercado herramientas desarrolladas por nuestras empresas durante años que ya están disponibles en otros países europeos con todas las garantías de seguridad y eficacia. Sin duda estos dos asuntos serán nuestra prioridad durante este ejercicio.

En relación a los datos de mercado de nuestras empresas asociadas, el ejercicio 2008 ha sido el segundo mejor año del sector de la última década, con cifras de ventas de alrededor de los 650 millones de euros, y que ratifica la tendencia ascendente de los últimos años, motivada en este caso por una favorable climatología y una coyuntura económica global de escasez de oferta que ha motivado la subida de precios. A ambos factores creemos debe unirse el descenso del tráfico ilegal de productos fitosanitarios, gracias a la responsabilidad de nuestros agricultores y la eficacia de las medidas adoptadas por la autoridades competentes”. ●

## Jardinarium lanza al mercado su propia línea de productos



Jardinarium, central de compras dedicada al sector de la jardinería, bricojardinería y decoración, ha lanzado al mercado su propia línea de productos con marca Jardinarium para incrementar la competitividad de sus garden asociados. La nueva línea de productos Jardinarium sólo está presente en los centros de jardinería de sus socios y pertenece al área de jardinería básica (tierras y áridos, abonos y fitosanitarios, semillas y bulbos). El éxito en ventas, y la buena percepción por parte de sus consumidores, ha hecho que la central de compras ya se plantee hacer extensiva la marca Jardinarium en las áreas de macetería y plantas. ●

## Fertiberia culmina la compra de ADP de Portugal

La compra por parte del Grupo Fertiberia de la compañía de fertilizantes portuguesa ADP al Grupo matriz CUF se ha hecho efectiva. La operación comenzó el pasado 24 de abril de 2008 con la firma del acuerdo de compraventa de CUF ADP. Durante este último año se han obtenido los permisos oportunos de los organismos de defensa de la competencia español y portugués.

Como consecuencia de esta operación el Grupo Fertiberia, perteneciente al Grupo Villar Mir, ha adquirido el 100% de la sociedad portuguesa ADP, propiedad de Grupo José de Mello, por un importe de 90 millones de euros. Dentro de esta operación se incorporan las filiales Sopac, Integral y CUF-Brazil, lo que supone la entrada de la compañía española en el mercado latinoamericano.

Esta operación se enmarca en la estrategia de expansión internacional de Fertiberia y permite llevar a cabo la decisión de CUF de centrarse en su negocio de Químicos Industriales.

“Nuestra compañía destaca por su excelente equilibrio productivo entre materias primas y unos productos elaborados muy competitivos, que nos han proporcionado una gran fortaleza en el mercado europeo. Esperamos que esta operación que hoy se cierra definitivamente consolide nuestro liderazgo y sirva de puente para impulsar nuestra presencia en Latinoamérica”, ha comentado Francisco de la Riva, presidente del Grupo Fertiberia. ●



## En España se construirán más de 20.000 piscinas



A pesar de la actual coyuntura económica, el sector de la piscina continúa siendo dinámico en España, donde este 2009 está previsto que se construyan entre 20.000 y 25.000 unidades, según datos de las asociaciones profesionales ASOFAP y ATEP. Asimismo, según un estudio de mercado elaborado por Market AAD para el Salón Piscina BCN y las asociaciones profesionales, casi la mitad de las piscinas que hay en el país tienen más de 10 años de antigüedad, por lo que su renovación representa una gran oportunidad de negocio.

El sector de la piscina se ha consolidado fuertemente en España gracias a las buenas condiciones climáticas, el turismo y la cultura de recreo, y el desarrollo económico que ha vivido el país en los últimos años. Todo ello ha convertido al mercado español en un referente mundial, tanto por el número de piscinas instaladas, más de 1,1 millones, como por la existencia de fabricantes y profesionales de prestigio internacional. En este sentido, el sector en España tiene un volumen de negocio de más de 1.300 millones de euros anuales, integra a más de 2.000 empresas y emplea a unas 12.500 personas directas y 50.000 indirectas, según datos de la Asociación de Fabricantes de Equipos, Productos Químicos y Constructores de Piscinas, Asofap, y de la Asociación Española de Industriales y Técnicos de Piscinas e Instalaciones Deportivas, ATEP. ●

## JRA Maquinaria, mejor distribuidor Bobcat del año en España

JRA Maquinaria ha sido galardonado como mejor distribuidor Bobcat de España, gracias las ventas realizadas a lo largo del año 2008. La cantidad de máquinas entre cargadoras compactas, miniexcavadoras y manipuladores telescópicos vendidos se aproximó las 100 unidades, en una zona de acción que cubre Aragón, La Rioja, Navarra, Soria, Castilla la Mancha.

Bobcat ha querido premiar la labor realizada por todos los integrantes de la plantilla de JRA Maquinaria. La directiva, el departamento comercial, el de administración, post venta y taller se unieron durante la celebración para festejar su éxito. J. Ramón Arbiol, gerente de JRA Maquinaria, ha estado al lado de Bobcat desde que la marca se introdujo en el mercado español. Actualmente posee una red compuesta por 30 empleados de los que puede sentirse orgulloso. Como afirma J. Ramón Arbiol, el esfuerzo diario y la labor en equipo han hecho posible este éxito.

Al evento asistieron Vicente Luis Suarez, regional Manager; Carlos Campos, District Aftersales manager y Miguel Ten, District Sales Manager de Iberia como representantes de la compañía Bobcat. Los cuales reconocieron que en los tiempos difíciles en los que se encuentra el sector de la construcción, el tesón de este equipo es realmente meritorio. ●



## Entrevista con Juan Pardo San Pedro, presidente de Acefer

La industria española de fertilizantes, al igual que la europea, atraviesa una delicada situación, con una actividad ralentizada que ha obligado a reducir la producción ante la caída de la demanda en la segunda mitad del año 2008 y durante todo el 2009. Juan



Pardo San Pedro, presidente de la Asociación Comercial Española de Fertilizantes (Acefer) señala que "el año que acaba de terminar ha sido el de menor consumo de ferti-

lizantes de los últimos veinte años. 2009 ha sido un año tremendamente difícil tanto por la inestabilidad de los precios de los fertilizantes como por la demanda de la agricultura española. La situación internacional de la agricultura, con unos precios percibidos por los agricultores por sus productos que han sido los más bajos de los últimos cinco años, una situación dramática de la ganadería, un descenso de la demanda de productos agrarios y una crisis financiera de magnitud nunca antes conocida, ha propiciado una economía de subsistencia en los agricultores españoles que se han visto obligados a reducir al mínimo imprescindible sus gastos de explotación, reduciendo, entre otros, el gasto en fertilizantes. La demanda de fertilizantes ha descendido globalmente más de un 35% sobre los volúmenes de consumo de los años 2000-2007, siendo espectaculares los descensos en fertilizantes fosfatados, potásicos y complejos NPK, los cuales han bajado sus consumos el 60-70%. No solamente se han demandado menos fertilizantes estándar sino que ha habido una dramática bajada de consumo de fertilizantes especiales (solubles y líquidos)●

## Entrevista con David Giné, de Semillas Batlle



La revolución verde de la segunda mitad del siglo XX ha dado como resultado un salto cualitativo en la tecnificación de la agricultura gracias a los avances tecnológicos y a la evolución en el universo de las semillas. Empresas como Semillas Batlle trabajan por la innovación en productos y procesos. Su experiencia de más de 200 años en el sector, avalan la calidad de su producción, que nació con voluntad de servicio y, hoy en día, se encuentra consolidada gracias, tal y como asegura David Giné Falguera, jefe de Producto de Semillas Batlle, a su "capacidad de investigación y su rapidez en adaptar su oferta a la demanda del sector".

"En general, no hay sensibilidad ecológica en nuestro país, y se trata más de un tema de comodidad más que de economía. Una mayor rentabilidad de

los productos ecológicos cambiaría la mentalidad y sensibilidad de muchos agricultores. Las semillas ecológicas se encuentran bajo una muy bien definida legislación que regula la obtención, cultivo y tratamientos que pueden realizarse sobre las plantas y semillas para poderse comercializar bajo dicho nombre. Una de las legislaciones más claras que existen en la agricultura". ●

## La demanda pública sostiene el crecimiento del sector de jardinería

La facturación de las empresas de jardinería registró un crecimiento medio anual del 7% en el período 2003-2009, gracias a los proyectos de ejecución de nuevas zonas verdes municipales y a la creciente externalización de los servicios de mantenimiento de parques. No obstante, desde mediados de 2008 se aprecia una tendencia de ralentización en la evolución del mercado español de jardinería, que se acentuó en el ejercicio de 2009. El volumen de negocio de las empresas de jardinería experimentó un aumento del 1,9% en 2009, hasta situarse en 1.050 millones de euros. Este crecimiento fue inferior al contabilizado en 2008 (+4,6%) y al que como media se registró en el período 2003-2007, en el cual el valor del mercado creció a una tasa media anual del 9,3%. Los contratos públicos de construcción y mantenimiento de parques, jardines y alineaciones urbanas generaron 650 millones de euros en 2009, el 62% del total, registrando un crecimiento del 4% respecto al año anterior. La parti-

cipación en el mercado del segmento de demanda pública ha registrado una trayectoria de aumento en los últimos años como consecuencia del incremento de la externalización de los servicios a empresas especializadas, frente a la prestación con medios propios. Por su parte, el negocio generado por los clientes privados se vio más penalizado por el desfavorable comportamiento económico y la debilidad del gasto de empresas y particulares. En cuanto a las empresas de titularidad privada, existe un amplio conjunto de empresas de pequeña dimensión, las cuales compiten con un reducido número de compañías de gran tamaño que acaparan la mayor parte del negocio, sobre todo en el ámbito de los contratos con organismos públicos. Dentro del grupo de operadores grandes se identifica la presencia de algunos de los principales grupos constructores, los cuales prestan servicios de jardinería a través de las divisiones de medio ambiente o servicios. ●

## Bosch ha presentado su nuevo concepto Compact

**B**osch Bricolaje ha presentado en Madrid "Compact". Además, Bosch Jardín ha presentado Isio II, unas tijeras arreglasetos y cortacésped revolucionarias que permiten integrar elementos naturales en ese nuevo ambiente, convirtiendo el cuidado de las plantas en una nueva forma de vida.

Bosch Bricolaje ha creado tres realidades destinadas a tres mundos diferentes: la Línea Easy, para aquellos que hasta ahora se han mantenido alejados del mundo del bricolaje y la decoración; la Línea Universal, para los ya aficionados a esta realidad y, en tercer lugar, la Línea Expert, para los auténticos expertos.

Todo esto ha quedado demostrado en "Green Living", un "taller del bienestar" que ha contado con la asesoría de Luca Lancini, arquitecto, interiorista y creador de la Casa Fujy, así como la presencia de Javier Garicano, Director de Relaciones Externas de Bosch; Paulo Ferreira, Director de Herramientas Eléctricas Bosch para España y Portugal, Patricia Viña, Regional Brand Manager de Bosch Jardín para España y Portugal, y Sonia Prieto, Regional Brand Manager de Bosch Bricolaje para España y Portugal.

Para Patricia Viña, Regional Brand Manager de Bosch Jardín para España y Portugal, "cuidar el jardín se ha convertido en algo más que un pasatiempo para muchos españoles de cualquier edad, que demandan herramientas ligeras, manejables y fiables. Para todos ellos lanzamos al mercado unas soluciones revolucionarias, como la nueva Isio II, que les permite realizar sus tareas en el jardín de una forma sencilla y divertida".

Por su parte, Sonia Prieto, Regional Brand Manager de Bosch Bricolaje para España y Portugal, considera que "en momentos como el actual, lleno de dificultades, la gente necesita encontrar la creatividad que le permita cambiar su vida y, también, su hogar. Por ello, en Bosch Bricolaje hemos creado "Compact", un nuevo concepto que universaliza el bricolaje y la decoración, para que cualquier persona, independientemente de su experiencia, edad o de la tarea que desea realizar, pueda "construir" su propio bienestar". ●



## Golpe de Honda contra las copias chinas

**H**onda ha tomado acción legal contra dos empresas que exponían productos falsificados de Honda, en Spoga + Gafa 2010, celebrada en Colonia entre el 5 y el 7 de septiembre de este año. En concreto, se trata de motores estacionarios montados en motoazadas y bio-trituradoras. El tribunal ha dictado medidas cautelares contra: Zhejiang Robot Industrial Trading (Zhejiang / China) y contra Yongkang Gerui Machinery (Zhejiang / China). Se trata de una medida temporal para prohibir la venta y comercialización de los productos falsificados hasta que un veredicto final se pronuncia. Es-



## GaLaBau ofrecerá un amplio programa de actividades



**E**ste año, una vez más, Núremberg se viste de expectación, mientras se acerca la fecha de celebración del Salón GaLaBau 2010, del 15 al 18 de septiembre. Un año clave, ya que, según indican las cifras de contratación, se espera superar la marca récord de 2008 y alcanzar, incluso, los mil expositores. Una buena respuesta para una feria dedicada

a paisajistas, arquitectos y responsables municipales de jardinería, que se informarán durante cuatro días sobre nuevos productos y tendencias en este Salón Internacional de Áreas Verdes Urbanas y Espacios Libres, que tiene lugar cada dos años. El evento, gracias a pilares como el segmento de Playground y las Jornadas Alemanas de campos de golf, que este año celebran su segunda edición, ha conseguido abrir sus áreas temáticas hacia la construcción y el mantenimiento de parques de juego y de campos de golf. ●

tas medidas cautelares sólo se dan cuando el tribunal está convencido de que hay un claro caso de infracción. Martine Jungbluth del Centro Europeo de Motores de Honda Motor Europa, ha asegurado que "estos falsificadores están en el negocio del engaño y la estafa a importadores y distribuidores, decepcionando a los usuarios finales, y potencialmente dañando nuestra reputación. De aquí nuestro especial interés en perseguir a los perpetradores, y nuestra determinación en acabar con sus prácticas fraudulentas". ●

## Demoverde se estrena en Colmenar Viejo



“Feria en Movimiento” así es como los expertos y organizadores definen la I Demostración de Maquinaria y Equipos para Áreas Verdes y Municipales, Demoverde, que se celebrará del 22 al 24 de septiembre en la localidad madrileña de Colmenar Viejo. El alcalde de Colmenar Viejo, Miguel Ángel Santamaría, acompañado de la concejala de Comercio y Desarrollo Local, Remedios Hernán; el presidente del Comité Organizador, Bernhard Iber; el gerente del Instituto Madrileño de Investigación y Desarrollo Rural, Agrario y Alimentario (IMIDRA), Ricardo Riquelme; y el director general de Feria de Zaragoza, José Antonio Vicente, han sido los encargados de presentar este nuevo formato ferial con eminente carácter práctico y funcional, que nace con el objetivo de ofrecer un espacio para los profesionales del sector, que demandaban un foro sectorial de alto nivel en el que exhibir el potencial de nuestro país en este segmento.

El certamen cuenta con la garantía organizativa de Ansemat, Asociación Nacional de Maquinaria Agropecuaria, Forestal y de Espacios Verdes, y de Feria de Zaragoza. Ambas entidades unen fuerzas para crear este punto de encuentro original, interactivo y dinámico. José Antonio Vicente, director general de Feria de Zaragoza afirma que esta feria “busca mejorar cualquier espacio verde ya sea urbano, municipal, deportivo o particular” y añade que “no solo los equipos físicos son importantes sino también la parte práctica. Podrán verse los equipos en funcionamiento realizando algunos de los trabajos más sorprendentes, además de varias jornadas de gran interés para el sector”. ●

## Viveros Puerta se transforma en el primer punto de venta Jardinarium de España

La central de compras y servicios Jardinarium da un paso más en la consolidación del proyecto arrancado hace ya más de siete años con la apertura de su primer punto de venta.



Desde su constitución y con el apoyo de Anceco, Jardinarium se proyecta como la primera central de compras y servicios de jardinería de España, enfocando todos sus pasos hacia la consolidación de una marca sólida, primero ayudando a sus asociados a organizar sus centros de jardinería, reduciendo el stock y mejorando el surtido de producto; después, con la dis-

posición visual, colocación del producto y organización de la oferta por secciones, planteando escenarios atractivos en los puntos de venta; en 2009, tuvo lugar el lanzamiento de la línea de productos con marca propia y, ahora, finalmente, se ha llegado a la apertura del primer garden Jardinarium.

Viveros Puerta asociado a Jardinarium desde el primer semestre de 2010 ha sido el primero en asumir la nueva marca; tras él, y a lo largo de este año 2011, irán sucediéndose nuevas aperturas de gardens Jardinarium por todo el territorio español y Baleares. La inversión total realizada por Viveros Puerta ha sido de 200.000 euros. ●

## Nuevo Espacio, un proyecto de Viveros Guzmán

El 12 de marzo abrió sus puertas en Alhaurín de la Torre uno de los centros especializados en plantas más importante del país. Sus promotores (Viveros Guzmán empresa consolidada en el comercio detallista desde hace 5 décadas) con viveros en Alhaurín de la Torre y Marbella, deciden afrontar este ambicioso proyecto para cubrir un segmento de mercado que profesionales del sector venían reclamando desde hace tiempo.

Está basado en el concepto de *cash & carry* tan difundido en Europa y que permitirá a los minoristas hacer sus compras de forma más fluida y económica gracias al sistema optimizado de venta. Grandes pasillos) zona de embalaje, muelles de carga para vehículos, son algunas de las facilidades que los profesionales encontrarán en este espacio único para dinamizar sus compras.

Viveros Guzmán, empresa matriz del proyecto produce cientos de especies en sus 10 centros de producción diseminados por el mundo; esto quiere decir que los comerciantes se abastecen de productor con las ventajas competitivas que ello conlleva. Nuevo espacio dará trabajo a 25 personas entre personal administrativo, mantenimiento y ventas. ●



La familia Guzman al completo.

## Cambio en la gerencia de Floragard

Desde el 16 de mayo de 2011 Bernard Hubbermann ha pasado a asumir la dirección de Floragard Vertriebs GmbH für Gartenbau, con sede en Oldenburg. Con ello sucede a Karl-Heinz Dautz, quien, al igual que Stefan Homann, responsable del área de marketing, ha cesado con efecto inmediato su operatividad en la empresa. Hubbermann intensificará las actividades principales del mercado nacional e internacional, dirigiendo, tanto a la empresa como a sus empleados cualificados, hacia un futuro con éxito. ●



## Nace Fòrum Verd, nuevo referente para el sector del viverismo y jardinería en Girona

Fòrum Verd, que se celebrará en Girona del 15 al 16 de febrero en el Palau de Fires, toma el testigo del Salón de la Planta, Jardín y Complementos, el SPV, para convertirse en el nuevo punto de encuentro nacional e internacional para los profesionales del mundo de la jardinería. La consolidación del SPV, que el año pasado recibió más de 4.000 visitantes, es en realidad la semilla del Foro Verde. Cuando los organizadores celebraron la 10ª edición del SPV, también cerraron una etapa para abrir otra con el objetivo de renovar un salón ya maduro redefiniéndolo como un espacio volcado en la innovación y centrado en que los sectores vinculados a la jardinería -profesionales y empresas- sean protagonistas dentro de un espacio común. Fòrum Verd dará a conocer al público las últimas novedades y tendencias, tanto del sector de la planta como el de los complementos: en el Palau de Fires se podrá encontrar todo lo relacionado con el cultivo de árboles, arbustos, coníferas, palmeras, frutales y cítricos, planta de flor, planta de interior, abonos y fitosanitarios, invernaderos, jardinería, semillas o mobiliario, entre otros. La cita también pondrá especial atención en las nuevas posibilidades que se abren en estos campos. ●

## Celebración de los Premios Garden

Un espacio exclusivo y un jurado exclusivo han sido las notas de color para la celebración de los I Premios Garden, patrocinados por Iberflora, que han celebrado con gran éxito su primera convocatoria para premiar la idoneidad profesional y los valores empresariales dentro del sector de las plantas y los espacios verdes.



Más de 400 personas acudieron al Hotel Alameda Palace de Valencia para ser testigos de este evento, que tuvo lugar dentro en el marco de la celebración del 40 aniversario de Iberflora y al que acudieron una gran representación de expositores, compradores, asociaciones profesionales y viveristas. Como conductor del acto acudió Vicente Mundina, quien ha guardado una estrecha relación con el certamen desde su fundación, así como con el sector verde. Dentro del ámbito de la Administración, cabe destacar la presencia de Juan Cotino, presidente de las Cortes Valencianas, y Mari Àngels Ramon-Llin, exconsellera de Agricultura de la CV. ●

## Burés abre sus puertas para el Congreso Internacional de la ISHS

Con motivo del Congreso Internacional de la I.S.H.S. (International Society of Horticultural Science) que tuvo lugar en la Universidad Politécnica de Catalunya (UPC) en Barcelona el pasado mes de Octubre, Burés abrió sus puertas para dar a conocer a todos los asistentes sus actividades de compostaje y fabricación de Sustratos de cultivo y Tierras para jardinería. La visita guiada se realizó en las zonas de compostaje, nave de fabricación y envasado automatizado de sustratos, e instalaciones de I+D



(laboratorio y campos de experimentación). El certamen permitió difundir los últimos avances en productos de especialidad como son los sustratos para cubiertas ajardinadas y presentar los productos de más tradición, el Sustrato Universal J-2 y el mantillo, a técnicos y especialistas procedentes de distintos países de Europa, Asia y América.

El Congreso de la I.S.H.S., que en esta edición fue todo un éxito (más de 150 congresistas) se centró en la investigación desarrollada en materia de compostaje y caracterización de productos para la preparación de medios de cultivo. Para Burés esta fue una muy buena ocasión para intercambiar conocimientos en el campo de la agricultura y de la jardinería y reforzar su proyección internacional. ●

## MTD celebra su 80 aniversario en Hungría con la prensa

80 años no se cumplen todos los días. MTD puede presumir de haber alcanzado este hito y lo ha celebrado por todo lo alto con unas jornadas, celebradas el 13 y 14 de junio en Hungría, dedicadas a la prensa. 57 periodistas de 16 países han conocido de cerca las claves del éxito de esta firma que lleva ocho décadas ofreciendo a sus clientes novedades en maquinaria, herramientas, accesorios y soluciones para el jardín, con marcas como



De izquierda a derecha, Carlos de Pablo, gerente de 92SA; Philippe Obadia, General Manager MTD Francia; Robert Moll, CEO MTD Products, director ejecutivo de MTD; y Peter Janssen, CEO de MTD AG (Europa).

MTD, Cub Cadet o Wolf Garten, entre otras. Dos días de celebración y de demostraciones de productos que se abrieron con el discurso inaugural de Rob Moll, director ejecutivo de MTD Products, quien ha asegurado que la firma trabaja en base a cuatro premisas: "integridad; gestión responsable y sostenible; respeto y reconocimiento a las personas". ●

## IPM ESSEN celebra su 30 aniversario con gran asistencia de expositores y compradores

La IPM ESSEN 2012 ha sido para el sector verde internacional no sólo un barómetro del estado de ánimo, sino también de la coyuntura económica. 36 por ciento de los asistentes provenía del extranjero, lo cual representa un aumento del 10



por ciento. Este aumento de la internacionalidad, que ha ido acompañada de una muy alta calidad (74 por ciento de los asistentes a la IPM tenían capacidad decisoria), caracteriza el gran éxito de la trigésima IPM ESSEN que acaba de concluir en Messe Essen. 59.600 profesionales de más de 90 países se estuvieron informando y realizaron pedidos a 1.517 expositores de 44 países. ●

## Iberflora y Eurobrico comparten sinergias para implementar su oferta

El Jardín Botánico de Valencia ha sido el sugerente marco donde se ha presentado a la prensa la 41 edición de Iberflora y la 7ª de Eurobrico. Dos muestras que ya en el pasado unieron fuerzas para



compartir sinergias, y que este año se asientan definitivamente en el calendario ferial con el objetivo de desarrollarse de forma paralela en Feria Valencia durante los años pares.

Con la celebración conjunta de Eurobrico e Iberflora, la oferta de ambos salones dará respuesta a una nueva realidad que no es otra que la inclusión, cada vez mayor, de referencias del bricolaje en viveros, centros de jardinería o agrotiendas. Y al contrario, con la incorporación de plantas, macetas o accesorios para jardín en la oferta de los grandes centros de distribución de bricolaje. Según ha asegurado Miguel Bixquert, la feria se abre en 2012 a nuevas propuestas con la recuperación de sectores como el del animal de compañía: "esta unión dará más estabilidad, ya que el sector vivero se concentra de marzo a julio y el de los animales, a lo largo de todo el año". ●

## Gardena y McCulloch presentan sus novedades en una jornada de puertas abiertas

La plana mayor de las novedades de Gardena y McCulloch se ha dado cita en el hotel Vincci Soma de Madrid, en una jornada de puertas abiertas que ha despertado el interés de los medios de comunicación. Carlos del Piñal, director general de Husqvarna España y Portugal División Consumer, ha presentado las novedades de estas dos firmas que siguen avanzando en cuanto a nuevos productos, diseños y prestaciones.

McCulloch ha mostrado su gama de motosierras CS 380, con numerosas ventajas, que ofrece un cómodo manejo, un diseño robusto, tecnología motor Oxy Power, sistema CCS

para una purificación del aire aspirado, arranque fácil, indicador de nivel de carburante y un soporte-herramienta integrado.

En cuanto a Gardena, se ha presentado un nuevo programador, el modelo Comfort C2030 duo plus de doble salida, para automatizar el riego y regar dos áreas distintas del jardín de manera independiente. ●



## Ponencias de interés celebradas en Expogarden 2012

Los pasados días 2 y 3 de febrero, tuvo lugar en Sevilla la Expogarden 2012. El congreso anual entre el colectivo de Gardens y proveedores de la Asociación Española de Centros de Jardinería, AECJ, estuvo marcado por conferencias y un lugar donde las empresas asociadas tuvieron la oportunidad de exponer sus novedades. Con un gran éxito de convocatoria, más de 220 asistentes, 31 empresas expositoras y cerca de 80 gardens asistentes, la Expogarden 2012 empezó con la inauguración oficial a cargo de la directora general de Producción Agrícola y Ganadera de la consejería de Agricultura y Pesca de la Junta de Andalucía, Judith Anda y el nuevo presidente de la Asociación Española de Centros de Jardinería, Oriol Batlle, en los salones del Hotel AL-Andalus Palace. Fue Judith Anda quien impartió una conferencia que, bajo el título de Calidad de la producción andaluza, dio datos sobre la producción de flores y plantas andaluza, y las problemáticas recogidas por su consejería sobre los gardens. ●



## Francia 'se lleva' las rosas de Madrid

Francia se alzó con los galardones más importantes de la 56ª edición del Concurso Internacional de Rosas Nuevas Villa de Madrid, que se celebra en La Rosaleda del Parque del Oeste y en la que han competido 20 obtentores dedicados a investigar y producir nuevas variedades de rosas. Procedentes de siete países distintos, estos especializados jardineros han presentado 85 variedades de rosas, pero al podio se han subido el Rosal 81, (variedad Adaphyri), presentado por Francia, que se ha llevado la Medalla de Oro y Diploma de la Villa de Madrid.



La ganadora del XII Concurso Popular, premio Rosa de Madrid 2012, votada por los ciudadanos, ha recaído en la variedad Reu Palm, presentada por un obtentor francés. El delegado de Medio Ambiente, Seguridad y Movilidad, Antonio de Guindos, ha presidido la entrega de premios. ●

## Ibercampo asume la distribución exclusiva de los productos KB en el territorio nacional

Ibercampo, empresa especializada en jardinería, agricultura y paisajismo, asume la distribución exclusiva de los productos KB en España. Para el nuevo desarrollo de marketing y publicidad que la compañía pretende realizar en España contará con la colaboración de Scotts. Ibercampo cuenta

con oficinas centrales en Madrid y con un equipo comercial altamente cualificado que asesorará al cliente sobre la utilidad de sus productos. Para una mejor adaptación al mercado español, Ibercampo creará nuevos envases y formatos para mejorar su rotación y comunicación al cliente. ●

## Grupo TPI integra la revista *Jardineros* dentro de *Tecnogarden*

Las revistas *Tecnogarden* y *Jardineros* comparten empresa editorial, TPI, grupo de referencia, especializado en información técnica para profesionales de los principales sectores económicos, que ha experimentando un crecimiento en los últimos años mediante la incorporación de nuevas cabeceras y productos on line. *Tecnogarden* y *Jardineros* comparten una horquilla de mercado: el del mantenimiento de los espacios verdes (plantas y bulbos, fitosanitarios, abonos, semillas, maquinaria y herramientas, riego...); *Tecnogarden* y *Jardineros* comparten muchos lectores y suscriptores, todos ellos amantes de los espacios verdes, cuya fidelidad, durante décadas, ha otorgado a estas dos cabeceras un valor y un reconocimiento añadido; *Tecnogarden* y *Jardineros* comparten, además, muchos canales de distribución y suscriptores...

... Por todo ello, Grupo TPI, siguiendo su objetivo de ser cada día más global y ofrecer una información más completa, ha decidido unir estas dos cabeceras, tanto en su versión impresa como en la web, y compartir sinergias para ofrecer así un abanico mayor al lector profesional. Todo un reflejo de la profunda colaboración y apoyo entre las redacciones, y el refuerzo de una consolidada estructura común. Este cobranding es el resultado de la evolución de dos revistas en afinidad, con una identidad, en muchos aspectos, complementaria y, en algunos, común. ●



## Entrevista con Julio Gil, presidente de Ansemat

**A** pesar de las dificultades a las que se enfrenta el sector de la maquinaria, Julio Gil, presidente de Ansemat, se muestra optimista. Varias son las razones que apone encima de la mesa en esta entrevista, como el actual proceso de profesionalización, la creciente identificación del sector como un nicho de empleo o la positiva respuesta del sector agroalimentario, "que sigue respondiendo con la mejora de su balanza de pagos". "No se pueden obviar



los malos resultados, si tenemos en cuenta únicamente las cifras de inscripciones en el Registro Oficial de Maquinaria Agrícola (ROMA), una climatología excesivamente cambiante, la realidad económica nacional (tampoco la europea), la poca con-

sistencia de algunas producciones, las crisis en algunos sectores específicos, la presión legislativa y normativa, o la que soportan los productores por el aumento de sus costes de producción. Estas realidades han provocado, en buena medida, que los agricultores hayan recortado sus inversiones o que sus decisiones de compra se basen en el precio y no en la necesidad, utilidad o eficiencia del vehículo o apero". ●

## Oscar Calabuig asume la presidencia del certamen Iberflora



**A** propuesta del sector y ratificado por la Federación Española de Asociaciones de Productores Exportadores de Frutas, Hortalizas, Flores y Plantas Vivas (FEPEX), Oscar Vicente Calabuig Sanchis ha sido designado nuevo presidente del certamen Iberflora.

Administrador de la empresa Horticultura Calabuig S.L desde el año 2000, y vinculado a la compañía desde 1986 donde ha desempeñado distintos puestos de responsabilidad, Calabuig posee una dilatada experiencia profesional dentro del sector verde.

El nuevo presidente de Iberflora ha sabido compaginar su actividad al frente de la empresa familiar -la compañía se dedica a la producción y comercialización de plantas ornamentales, con una marcada vocación exportadora- con sus responsabilidades como miembro activo de ASFPLANT (Asociación Profesional de Flores, Plantas y Tecnología Hortícola de la Comunidad Valenciana).

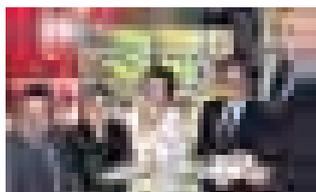
Su apuesta por Iberflora, Feria Internacional de Planta y Flor, Tecnología y Bricojardín, le ha llevado a situarse al frente de la vicepresidencia segunda del comité organizador del salón; y ahora a asumir su presidencia, en sustitución de Vicente Peris Alcayde, presidente de la muestra en sus últimas cuatro ediciones. ●

## Impacto de la crisis en la evolución de las ventas. Identificación de oportunidades. Por Javier Soto

**E**n estos últimos cinco años la disminución media en las ventas anuales se puede estimar en aproximadamente un 40-50%. Dicha disminución no es la misma en todos los puntos de venta, y a estas diferencias entre unos y otros se pueden encontrar diferentes explicaciones. No olvidemos que el producto que vende el garden no es de primera necesidad, y por tanto son partidas que se tienden a recortar en tiempos de escasez. De esta manera, se han visto más perjudicados los gardens de Andalucía y Extremadura, por poner un ejemplo, que los del País Vasco o La Rioja. ●



## Semillas Batlle entrega a Cáritas 2'3 toneladas de judías de su primer Huerto Solidario



**L**a sede de Cáritas en Barcelona ha sido el lugar elegido para el acto de entrega de la cosecha de 2.300 kg de judías del Primer "Huerto Solidario Batlle", una iniciativa social lanzada hace un año por la empresa Semillas Batlle, con la finalidad primordial de cultivar alimentos y donarlos a Cáritas para que la entidad benéfica los pueda hacer llegar a personas necesitadas.

El proyecto se apoya en una página en facebook [www.facebook.com/huertosolidario](http://www.facebook.com/huertosolidario), y en el compromiso por parte de Batlle de cambiar los "likes" o "megusta" recibidos por semillas de legumbres, que posteriormente planta en unos terrenos de 10.000m2 ubicados en León y que destina íntegramente a esta causa.

El acto ha contado con la presencia del director general de Cáritas, Jordi Roglá; el director general de Semillas Batlle, Ramón Batlle, y el ex jugador de baloncesto, Ferrán Martínez, que ha sido nombrado Embajador del "Huerto Solidario" por parte de Cáritas. El apoyo voluntario del deportista se centrará básicamente en una labor de difusión de la iniciativa, con el único objetivo de conseguir más "likes" o, lo que es lo mismo, más semillas, más lentejas y, en definitiva, más raciones de comida para repartir entre quien lo necesita. ●

## Entrevista con Antonio Sauch, presidente de Jardinarium

La primera central de compras y servicios de centros de jardinería de España, Jardinarium, celebra este año su 10º Aniversario. En una conversación con el presidente de Jardinarium, Antonio Sauch, propietario del garden La Noguera y miembro fundador, nos cuenta cómo ha sido la evolución del Grupo y los hitos conseguidos.

“Estamos orgullosos del trabajo realizado durante estos diez años, que nos ha llevado a definir nuestro modelo de garden propio, con una disposición armoniosa y ordenada de la zona de venta y con una oferta de productos que obedece al criterio de ofrecer el surtido que quiere encontrar el cliente.

Los gardens Jardinarium, acumulamos una media de 20 años de experiencia en el sector por lo que en mi opinión, las características principales son: profesionalidad que se obtiene de la constancia y el trabajo diario; surtido de producto competitivo, como resultado de formar parte de la central de compras y servicios Jardinarium, máxima involucración de proveedores, que permite aportar mayor conocimiento global del sector y una correcta atención al cliente, aportando soluciones personalizadas desde el saber hacer.

El mercado de jardinería español, a pesar de la coyuntura económica actual, sigue estando en un estadio joven y por esto todavía son previsibles estadios de desarrollo mayores que los de nuestros vecinos europeos. Los hábitos y costumbres europeas son cada vez más similares y por todo ello estamos convencidos que la diferencia existente se irá corrigiendo progresivamente.

Posiblemente seguiremos viendo un fuerte proceso de concentración y crecimiento de los grupos existentes. Sabemos del interés de operadores extranjeros por implantarse en el mercado español, y debemos estar preparados y ser capaces de adaptarnos a nuevos escenarios”. ●



## Celebrada una nueva Asamblea General Ordinaria de Socios de la APJ

El pasado 7 de mayo de 2013, con gran asistencia de los asociados, se celebró la Asamblea General Ordinaria de Socios de la Asociación de empresas con productos para el Cuidado de Parques y Jardines (APJ) en el marco de los jardines de un conocido Hotel de Gavà, Barcelona.

Durante la celebración de la Asamblea se eligió al nuevo Consejo Directivo que regirá el devenir de la APJ durante los próximos 4 años, el cual quedó formado por Raúl Montoro de la empresa Bayer en el cargo de presidente, Esther Torija de Compo como vicepresidenta primera,



Oriol Cesari de Comercial Química Massó como vicepresidente segundo, Silvia Bacardit de Productos Agrícolas Lainco como secretario. El resto del Consejo Batllé, ambos vocales del Consejo Directivo. ●

## Evolución del Mercado de Bricolaje en España. Por Alberto García Falgás



Cualquier mercado relacionado con el concepto vivienda, sufre directamente las consecuencias del gran retroceso experimentado por el sector de la construcción. La ecuación es clara, a menos casas nuevas, menos consumo de materiales relacionados con el hogar. Este axioma es especialmente acentuado cuando hablamos de la Ferrería Industrial, cuyos clientes principales son (han sido) las constructoras cuya situación no hace falta comentar.

La eventual y deseada recuperación sólo puede darse cuando se produzca un marco económico distinto, que supere todos los recientes traumas y pesadillas que todavía estamos sufriendo, como sociedad en general y como consumidores en particular, superados ya los constantes recortes sociales, el empeoramiento de las condiciones laborales, menores salarios, contratos precarios, ausencia de crédito financiero para empresas y particulares, etc., a través de una mejora tangible y evidente de la economía real de la economía española que devuelva la perdida confianza en el futuro a los ciudadanos y que estos vuelvan a poder consumir sin las brutales restricciones y condicionantes actuales

El último mensaje es positivo y viene dado por el simple hecho de que, probablemente, ya se ha sufrido todo lo posible. Confiemos que ahora, después de coger aire, podamos dejar de ir por el pedregal e iniciemos un renovado ciclo de recuperación. Esto es lo que esperamos todos y nos aseguran los políticos, aunque su credibilidad no está ahora en su mejor momento. Desde luego no han hecho un buen trabajo de Bricolaje con la economía del país. Como ya decía cuando hablaba de la cultura bricolajera, en España hay muy pocos “manitas” y mucho “chapuzas”. ●

## Homenaje a Vicente Peris Alcayde

**E**l próximo viernes 28 de marzo, el sector de flor y planta viva hará un homenaje a Vicente Peris Alcayde en Valencia por ser una de las figuras más destacadas y respetadas de este sector en España. El homenaje tendrá lugar tras la celebración de la Asamblea de la Asociación Profesional de Flores, Plantas y Tecnología Hortícola de la Comunidad Valenciana, Asfplant, donde cesará en su cargo como Secretario General. Vicente Peris también ha sido presidente del Comité de Flores y Plantas de FEPEX durante 19 años, donde

ha destacado por ser un hombre de consenso, que ha contribuido decisivamente al desarrollo del sector.

Está previsto que asistan unas 200 personas, en representación de la Consellería de Presidencia y Agricultura, Pesca, Alimentación y Agua asistirá el Ilmo. Sr. D. José

Miguel Ferrer Arranz, Director General de Producción Agraria y Ganadería, así como exconsellers y exdirectores generales que coincidieron con Vicente Peris en estos años. ●



## Entrevista con Raúl Montoro, presidente de la APJ, y nuevo miembro de la Comunidad Verde

**R**aúl Montoro es desde hace unos meses presidente de la Asociación de empresas para el Cuidado de Parques y Jardines (APJ), un hombre polifacético, que también sigue entregado a su trabajo como responsable de Bayer en España, una labor con la que ha conseguido un inequívoco reconocimiento en el sector. Incansable impulsor de campañas y estrategias de gran éxito y relevancia. Ya solo su apellido imprime fuerza. Aprendemos de él. Tiene mucho que enseñarnos.

“En la APJ pensamos que la empresa española vinculada a la jardinería pública, está perfectamente preparada técnicamente para afrontar los nuevos retos. Tan solo deberán adaptarse a los nuevos procedimientos establecidos en el R.D. 1311/2012 sobre el uso sostenible de los productos fitosanitarios”. ●



## Leroy Merlin, premiada por su programa de prácticas y becas

**L**eroy Merlin, con el objetivo de fomentar la integración profesional de los jóvenes, desarrolla desde los últimos años un Programa de Prácticas y Becas tanto para universitarios como para alumnos de Formación Profesional. Leroy Merlin apuesta por el talento joven y por ello ofrece oportunidades de formación y aprendizaje a aquellos jóvenes que demuestren su talento e ilusión por incorporarse al mundo laboral. Además, estos programas suponen una estrecha colaboración entre el ámbito académico y profesional con el objetivo de que los jóvenes pongan en práctica lo aprendido en las aulas en un entorno profesional real.

Esta política de compromiso con la integración en el mundo laboral de los jóvenes que desarrolla Leroy Merlin ha sido galardonada con el premio Noviasalcedo a la Excelencia en la Integración Profesional de los Jóvenes en la categoría de Empresa Grande. El Príncipe de Asturias junto al Lehendakari, Iñigo Urkullu, presidieron el acto de entrega de la VI Edición de los premios que tuvo lugar en el teatro Arriaga de Bilbao. ●



## Demoverde presenta su segunda edición a los medios especializados



**C**una de artistas como Goya o Buñuel, y encrucijada de caminos y culturas a orillas del Ebro, Zaragoza ha abierto las puertas de su emblemático Parque del Agua para acoger la segunda edición de Demoverde, Demostración de Maquinaria y Equipos para áreas verdes y municipales.

Buscamos que esta segunda edición de Demoverde sea una evolución de lo que es un certamen profesional de la maquinaria de jardinería para configurarse como una feria de exposición y demostración no solo de maquinaria sino de toda la comunidad verde”, estas son algunas de las palabras que pronunció el presidente del Comité Organizador de Demoverde, Juan Ferro, en la presentación de este evento que se celebrará del 18 al 21 de septiembre de 2014 en una amplia zona del Parque del Agua

de Zaragoza. La jornada, presentada por José Antonio Vicente, director general de Feria de Zaragoza, se caracterizó por las buenas perspectivas de crecimiento, la voluntad de escucha y un pulso exquisito para establecer lazos de colaboración”. ●

## Entrevista con Javier Goñi Del Cacho, presidente de Anffe

**J**avier Goñi del Cacho acaba de ser nombrado presidente de ANFFE, Asociación Nacional de Fabricantes de Fertilizantes, en sustitución de Francisco de la Riva Garriga, presidente del Grupo Fertiberia, quien llevaba en el cargo desde el año 1995. Reconocido por su amplia experiencia en fertilizantes, hoy en día, ocupa el puesto de consejero delegado del Grupo Fertiberia y de vicepresidente de la patronal europea de fertilizantes Fertilizers Europe.

“Actualmente, el consumo anual de fertilizantes minerales en España ronda los 4,7 millones de toneladas de producto, lo que implica, en términos de nutrientes, unas 960.000 toneladas de nitrógeno, 430.000 toneladas de fósforo y 350.000 toneladas de potasio. Durante el pasado año 2013 se ha producido un incremento del consumo de un 13 % con respecto al año anterior, evidenciando la tendencia de recuperación que está teniendo lugar en la actualidad, tras la drástica caída que se produjo entre los años 2008 y 2009 como consecuencia de la crisis mundial. A pesar de este crecimiento, aún no



se han llegado a alcanzar los niveles de consumo que eran habituales con anterioridad a dicha caída y que rondaban los cinco millones de toneladas de productos” ●

## Entrevista con José M<sup>a</sup> Zalbidea, secretario general de Fepex



**B**ajo la presidencia de Óscar Calabuig, el comité organizador de la Feria Internacional de Planta y Flor, Tecnología y Bricojardín incorpora este año a su vicepresidencia a José M<sup>a</sup> Zalbidea, secretario general de Fepex (Federación Española de Asociaciones de Produc-

tores Exportadores de Frutas, Hortalizas, Flores y Plantas Vivas), y miembro activo del comité de Iberflora desde hace años.

“Por parte de FEPEX hemos planteado a la Feria Iberflora un cambio en la estrategia para el año 2014 y una propuesta de medidas muy concretas que están fundamentadas en dos premisas previas que consideramos de enorme relevancia en el año 2014 la muy difícil situación por la que atraviesa actualmente el mercado interior y la razonable buena evolución del comercio exterior. Entre estas propuestas cabe destacar una participación conjunta con la Comunidad Verde en PARK(ing)Day, diseñar y promover una “Ruta de las Flores y las Plantas” en Valencia y otras ciudades durante la semana anterior y la misma de celebración de la Feria, dando la opción a que puedan participar todos los centros de Jrdinería, floristas, etc que lo deseen y ofreciendo un producto (planta o ramo de flores) que se pueda adquirir a un precio reducido o incluir en el programa de acciones paralelas jornadas específicas con ponentes invitados, dirigida a centros de jardinería y productores sobre motivación en tiempos de crisis”. ●



## New Holland inaugura la primera tienda de recambios en Europa

**E**spaña ha sido el país elegido por New Holland para lanzar su proyecto europeo de tiendas de libre servicio de recambios y otros consumibles útiles para los clientes finales de los concesionarios de la marca. Así, la primera tienda se acaba de inaugurar el pa-



sado 21 de noviembre en Arevalo, Ávila, en el concesionario Martín e Hijos Maquinaria 2002.

A la inauguración de esta tienda, pionera en Europa, asistieron más de 700 clientes y amigos de la concesión, así como el Alcalde de Arevalo, Vidal Galicia Jaramillo, el presidente de CNH Industrial Parts & Service para EMEA, Dino Maggioni, el Director General de New Holland España, Riccardo Angelini, y el gerente del concesionario, Oscar Martín Vaquero. Todos ellos coincidieron en destacar que el objetivo principal de estas tiendas es abrir una nueva línea de negocio para los concesionarios New Holland, fidelizando al cliente a través de la mejora del servicio que se le ofrece y fomentando el uso de recambios originales. ●



## El jardín In-house, del coreano Takyung Kim, ganador de la edición 2014 del Festival Internacional de Jardines de Allariz

**L**a edición 2014 del Festival Internacional de Jardines de Allariz tiene ya ganador, el jardín In-house, del paisajista coreano Takyung Kim, que ha logrado el 40% de los votos de los más de 25.000 visitantes que han pasado por el recinto entre mayo y noviembre. La edición 2015, que se dedicará a la Música en el Jardín, ha recibido 43 propuestas, entre las que el jurado escogerá, el próximo 16 de diciembre,

las 10 que integrarán el festival, junto con el ganador de este año y el jardín que crean los escolares del municipio en una actividad de gran valor didáctico que se repetirá en 2015. ●



## John Deere celebra el 50 aniversario de seis concesionarios con un viaje a EEUU



**C**on motivo de la celebración del 50 Aniversario de seis de sus concesionarios, John Deere ha invitado a estos a un viaje a Estados Unidos con el objeto de reconocer y agradecer su compromiso y lealtad durante tantos años. Los concesionarios que celebraban su 50 aniversario son: Tajada Barrio, Quiles Maquinaria Agrícola, Comercial Agrícola Castellana, Zamorano y Brezmes (recientemente integra-

da en Comercial Agrícola Castellana) y Antonio Bravo Agro S.A.

El programa para los concesionarios se centró en las operaciones del medio oeste, e incluyó visitas al "Centro Histórico de John Deere" (lugar donde se fabricó el primer arado John Deere), Centro Administrativo de John

Deere ubicado en Moline, el nuevo y rediseñado Centro de Visitantes de John Deere (Pavilion), el nuevo "Museo de Tractores y Motores John Deere" de Waterloo, y las visitas a las fábricas históricas de John Deere de "Harvester Works" (fábrica de cosechadoras más grande del mundo), y la fundición, fábrica de cabinas y cadena de montaje de "Waterloo Works". ●

## El consumo español de fertilizantes se está recuperando



**E**n el año 2014 el consumo de fertilizantes superó los cinco millones de toneladas de producto, aproximándose a los niveles de fertilización que eran habituales antes de la crisis internacional que afectó al sector, iniciada en el año 2008 y que provocó un brusco descenso de las ventas de fertilizantes.

De acuerdo con las estadísticas sectoriales elaboradas por la Asociación Nacional de Fabricantes de Fertilizantes (ANFFE), entidad que elabora los datos oficiales sobre el mercado de

fertilizantes que publica el Ministerio de Agricultura, Alimentación y Medioambiente, el incremento del consumo de fertilizantes a lo largo de estos últimos años pone de manifiesto que se está superando la crisis que afectó al sector y que actualmente se está realizando una aplicación de fertilizantes basada fundamentalmente en las necesidades de nutrientes de los cultivos.

Durante los primeros meses del año 2014 se pudieron aplicar los fertilizantes necesarios para el desarrollo de los cultivos, pero posteriormente la sequía que se produjo en la primavera afectó negativamente a su consumo. No obstante, durante el otoño llegaron de nuevo las lluvias, lo cual favoreció que se pudieran aplicar fertilizantes de manera adecuada durante la sementera. ●

## Cubiertas verdes en vehículos urbanos

**L**a escasez de espacios verdes en las ciudades ha propiciado la búsqueda de alternativas que contribuyan a mejorar la calidad de vida. La creativa propuesta del paisajista Marc Grañén ha sido la incorporación de una cubierta verde en una furgoneta.

El paisajista catalán Marc Grañén colabora en proyectos públicos y privados cuyo objetivo es mejorar la calidad de vida de las personas, siempre desde una perspectiva artística, lógica y de sostenibilidad. Grañén es, además, el creador de Phyto Kinetic, un proyecto para el desarrollo de "jardines en movimiento"; es decir, cubiertas verdes en vehículos urbanos (autobuses, furgonetas, etc.) que contribuyan a aumentar los espacios verdes en las ciudades.

Según su creador, "para el prototipo Phyto Kinetic se han utilizado materiales ligeros, debido a las características de la superficie. La base es una capa con siete centímetros de espuma hidropónica, material ultraligero y bueno para mantener la vida verde. Encima se coloca una base verde, todo esto sostenido por alambre. Sobre esta base se forma el jardín, de acuerdo al diseño". ●



## Efectos de la modificación del tipo impositivo del IVA. Por J.M. Zalbidea

**E**l sector tiene grandes retos en el ámbito de la comercialización y de la calidad, derivados principalmente de la sustitución de canales de distribución tradicionales y de los cambios que se están produ-



ciendo en los hábitos de consumo. En el ámbito de la comercialización se espera el desarrollo de nuevos e importantes canales de comercialización en el mercado interior, que ya se encuentran desde hace años en pleno funcionamiento y con éxito en la mayoría de los países europeos, como es la venta de flores y plantas en las cadenas de supermercados y de bricolaje. En el mercado exterior la incorporación del mayor número de empresas a la actividad exportadora es una de las principales prioridades que tiene este sector y es un instrumento clave para su mantenimiento y desarrollo futuro. ●

## Datos del mercado español y europeo de fertilizantes

La Asociación Nacional de Fabricantes de Fertilizantes (ANFFE), entidad que elabora las estadísticas de consumo de fertilizantes en España, estima que las ventas durante el pasado año 2015 se van a situar ligeramente por encima de 5 millones de toneladas. Aunque esta cifra viene a representar un consumo medio habitual de nuestro país, el sector está preocupado por el continuo incremento de importaciones de ciertos productos y por una difícil situación en el ámbito internacional, con un descenso generalizado de la demanda de fertilizantes. ●



## Francesc Llauradó, nuevo presidente de Aepla

Francesc Llauradó, Business Manager Southern Europe de Nufarm, ha sido nombrado presidente de la Asociación Empresarial para la Protección de las Plantas, en sustitución de Miguel Suárez Cervieri, hasta ahora Country Manager de la división de Crop Protection de BASF Española, que pasa a ocupar funciones dentro de la misma compañía a nivel europeo.



Llauradó, hasta ahora vicepresidente de AEPLA, se graduó en la Universidad de Estrasburgo con un PhD en ciencias del suelo para luego cursar la especialidad (MBA) en marketing de productos agrícolas y agroalimentarios en 1987 en Inglaterra. Ha trabajado en Suramérica, Francia, Suiza e Italia en los sectores de semillas y protección de plantas.

El nuevo presidente asume el cargo con la intención de dar continuidad a las acciones emprendidas por su antecesor. Esto es, promover desde Aepla un entorno legislativo estable y basado en criterios científicos, que favorezca la inversión e investigación y permita así poner a disposición de los agricultores soluciones eficaces que protejan sus cultivos de plagas y enfermedades que los amenazan, fomentando al mismo tiempo la rentabilidad de sus explotaciones. Así mismo, es objetivo de la Asociación mostrar a nuestra sociedad el importante papel que los productos fitosanitarios, las medicinas de las plantas, juegan para garantizar un suministro suficiente de alimentos sanos, seguros y asequibles para todos los consumidores. ●

## Las exportaciones de equipamiento agropecuario crecieron un 10,39% en 2015

Con un total de 2.041.426.007,64 euros, la cifra de exportaciones del sector de equipamiento agropecuario experimentó durante 2015 un aumento del 10,39% con respecto a 2014, lo que sitúa el sector a tan solo 6 millones de euros para recuperar los datos registrados en 2013. Agragex, la 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 Post-cosecha; ha dado a conocer los datos completos registrados durante 2015.

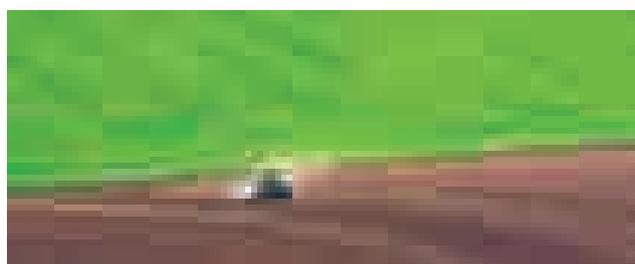
Europa se mantiene como primer cliente de nuestras exportaciones en este sector, con casi mil millones de euros, pero sólo supone ya un 45,5% de las cifras totales, debido a que las em-

presas diversifican cada vez más sus operaciones al extranjero y la dependencia de nuestro continente se reduce. Hace 5 años la dependencia de Europa rozaba los 2/3 de nuestras ventas mientras que, ahora, no llega a la mitad.

Por su parte, crece, en consecuencia, el peso de las exportaciones en relación a otras zonas. América Latina supone ya el 11%, Asia un 9% y el Magreb un 9,5%.

En el detalle por zonas, cabe resaltar que, a pesar de las dificultades, el volumen de exportaciones realizadas a Europa ha registrado un total de 932.856.372,36 euros, lo que supone un aumento del 1,38% respecto a 2014, periodo durante el que había sufrido un déficit del 8,96%, lo que deja atisbar una ligera recuperación. En Europa, destaca también el aumento del nivel de exportaciones a Alemania que aumenta un 1,21% con respecto a 2014, mientras que Francia registró un -2,25% durante 2015, respecto al año anterior.

América Latina es, junto al Magreb, la zona en la que más aumentó el volumen de exportaciones. Alcanzó los 222.768.424,41€, es decir, un 25,85% más durante 2015 que el año anterior. En ello ha influido que las ventas a México han crecido en el periodo un notable 37,09%. El Magreb, por su parte, ha experimentado un aumento del 29,71% con respecto a 2014. ●



## Entrevista a Dolors Boix, presidenta de Aptys

**S**emilleros, viveros, horticultura, agricultura, jardinería, paisajismo... todos ellos dependen para su buen desarrollo de la calidad de los suelos y sustratos. Su capacidad de facilitar el anclaje y crecimiento del sistema radicular de la planta, así como de proporcionar los nutrientes, el aire y el agua que esta precisa, es bien conocida. No tanto los retos tecnológicos en la fabricación y manejo de estos insumos, las tendencias de consumo o el estado de las negociaciones en el marco legislativo. Sobre asuntos como estos habla en esta entrevista Dolors Boix, presidenta de Aptys, Asociación de Preparadores de Tierras y Sustratos para Cultivo

“Se tiende cada vez más a utilizar productos autóctonos por encima de productos importados, a tener características físico- químicas que mejoran la gestión del agua, a incorporar “ingredientes” más ecológicos como los humus de lombriz o los estiércoles muy compostados, etc.”

“Muchas veces existe una falta de comunicación entre la producción y los centros de investigación que impide avanzar en líneas de trabajo realmente aplicables, estimulantes y rentables para el sector”

“La investigación en nuestro país se basa mucho en centros de investigación y financiación pública y esto im-



plica que rara vez se trabaje de forma coordinada con la empresa privada, tanto a nivel de productores como de consumidores. Esto es a mi modo de ver un error” ●

## Éxito de convocatoria en la celebración del 50 aniversario de Burés S.A.

**E**l pasado mes de diciembre, Burés S.A.U. celebró su 50 aniversario con un acto que aglutinó a los especialistas y representantes de empresas y entidades más relevantes del sector de la jardinería y el paisaje

La celebración del 50 aniversario de Burés S.A.U. que tuvo lugar en la Sala Polivalente de Mercabarna-Flor, en Sant Boi de Llobregat, se enmarcó en la exposición de cuatro ponencias técnicas realizadas por empresas punteras en el ámbito de la jardinería y el paisaje, y prosiguió con un homenaje a la empresa, que fue realizado por parte de su propietario y actual administrador, Oleguer Burés Pastor. Más de un centenar de personas se sumaron a la celebración que terminó con una comida para todos los asistentes.

La jornada se inició con un acto de presentación por parte del actual gerente, Francesc Albert y prosiguió con las exposiciones técnicas. Albert Bestard, ingeniero Técnico Agrícola y Paisajista de la empresa AB Paisajistas, presentó los suelos estructurales como solución constructiva para la mejora en el desarrollo del arbolado urbano, técnica fuertemente implantada en otros países como Francia, Estados Unidos y Canadá, y que empieza a utilizarse en nuestro país.

Eduard Rovira, ingeniero Agrónomo y responsable técnico especialista en céspedes deportivos de la empresa RoyalVerd Services (que actualmente mantiene los campos de fútbol de primera: F.C. Barcelona, RCD Español, Real Betis Balompié... y siete estadios del Mundial de Brasil 2014, entre ellos el de Maracaná), realizó una presentación sobre todos los aspectos a controlar y pruebas a realizar para mantener con calidad los céspedes de los campos de fútbol.

Josep Ramón Martínez, biólogo y colaborador de la Cáte-

dra Unesco para la Sostenibilidad de la Universidad Autónoma de Barcelona, ofreció soluciones a problemas medioambientales con el uso de plantas, destacó la necesidad de las plantas en espacios cerrados y puso énfasis de sus beneficios y de su valor añadido, tarea que no siempre sabe transmitirse al cliente final.

Jorge Muñoz, ingeniero agrónomo y diseñador de jardines y terrazas de la empresa Ubiquipaisaje, transmitió la necesidad de que el jardín o la terraza formen parte de la vivienda y no únicamente su integración. Adaptar el jardín para poder hacer vida en él, es parte del objetivo en sus diseños, creando espacios para poder vivir en el jardín.

Oleguer Burés Pastor explicó la historia de la empresa a todos los asistentes. Su inicio cerca de la calle Riera Blanca de Barcelona, al lado de los Cuarteles de Lepanto, en la actual sede de la ciudad Judicial de Barcelona, hasta su ubicación actual en Sant Boi de Llobregat. ●



## Postura de Anffe sobre la votación de la Comisión ENVI sobre los límites al contenido de cadmio en fertilizantes

La Asociación Nacional de Fabricantes de Fertilizantes (Anffe) expresa su preocupación por el resultado de esta votación, ya que en la Comisión de Medio Ambiente (ENVI) del Parlamento Europeo se han aprobado unos límites injustificados e irrealistas al contenido de cadmio en los fertilizantes minerales con fósforo, favoreciendo a los productos procedentes de residuos y con bajos contenidos en dicho nutriente. ●

## Flower celebra su 60º aniversario

La marca Flower celebra durante este 2017 su 60º aniversario. El festejo de la efeméride incluirá diferentes propuestas. La más cercana, la renovación total de la web con el objetivo de acercar la completa gama de productos de jardinería, huerto urbano y hogar al consumidor final, pensando sobre todo en el segmento más 'digital'. ●



## Xavier Giménez, nuevo director de Burés

El pasado mes de julio, Xavier Giménez se incorporó como director de Burés S.A.U. en Sant Boi de Llobregat. Con una amplia experiencia en el sector de la jardinería, el bricolaje y en la gestión de grandes superficies, Giménez asumirá, además, la dirección comercial de la empresa. El nuevo director tendrá como objetivo principal el crecimiento de la firma en el sector de la jardinería. Esta incorporación permitirá potenciar la gestión comercial de Burés que se presenta para la nueva campaña con una gama de productos renovada, más atractiva y ecológica, un nuevo diseño innovador para su producto estrella: Sustrato Universal J-2, nuevos catálogos y productos de apoyo al lineal de ventas. ●



## Empresas de jardinería. Se consolidan las políticas presupuestarias menos restrictivas



Según DBK, filial de Informa D&B (Grupo CESCE), el volumen de negocio derivado de la prestación de servicios de jardinería en España para el bienio 2017-2018 se espera que alcance un moderado crecimiento del volumen de negocio, derivado de la prestación de servicios de jardinería, en un marco económico favorable y de cierta relajación en las políticas de restricción presupuestaria.

Según los últimos datos registrados, en enero de 2016 se encontraban inscritas en el epígrafe 813 del Directorio Central de Empresas correspondiente a "Actividades de Jardinería" unas 12.970 empresas, con un crecimiento del 2 % respecto al año anterior. Excluyendo de este total a las personas físicas, el número de empresas se situó en 2.185.

Si atendemos a las diferentes comunidades autónomas, Andalucía reúne el mayor número de empresas, con cerca del 20 % del total, seguida de Cataluña, la Comunidad Valenciana y Madrid. Estas cuatro comunidades concentran conjuntamente el 61 % del total de empresas. ●

## Propuesta al Ayuntamiento de Madrid de instalar jardines en los techos de los autobuses de la EMT

Dentro de la iniciativa Funciona Madrid, 32 empleados municipales, han planteado al Ayuntamiento de la capital colocar jardines sostenibles en los techos de las líneas 27 y 34 de los autobuses de la EMT y en las marquesinas de las paradas para hacer de esta ciudad “un lugar más habitable con espacios verdes que se desplacen a lo largo de Madrid con los ciudadanos”.

Los empleados que han realizado la propuesta han trabajado en el marco de un proyecto piloto de la Fundación Cotec para la Innovación, que tiene como objetivo que las ideas de los trabajadores municipales se conviertan en “posibles nuevos servicios para la ciudadanía”.

Se trata uno de los seis proyectos seleccionados en Funciona Madrid, una experiencia piloto en la que cubrirían de verde 130 marquesinas. ●

## La Alianza para una Agricultura Sostenible alerta del impacto negativo que supondría la no renovación del glifosato

Representantes de la Alianza para una Agricultura Sostenible, ALAS, han trasladado al comisario europeo de Acción por el Clima, Miguel Cañete, la necesidad de autorizar la renovación del glifosato, sustancia activa herbicida empleada desde hace más de 40 años, por 15 años, que es el tiempo que le corresponde conforme a la evaluación científica y a la legislación en vigor. En la reunión, ALAS han solicitado al Comisario Europeo de Acción por el Clima la necesidad de defender el criterio científico que avala la seguridad del glifosato para los usos para los que está autorizado, y que constituye un elemento esencial para el desarrollo de prácticas agrícolas sostenibles y con capacidad de mitigación del cambio climático como es la agricultura de conservación. ●



## Más de 8.000 personas disfrutaron de talleres DIY simultáneos por toda España

La Noche de los Talleres, celebrada el pasado 21 de julio, congregó a más de 8.000 personas realizando talleres simultáneos a lo largo de toda España. Un plan de ocio alternativo dirigido a los amantes del DIY que dio lugar a una noche de verano diferente donde el aprendizaje, la diversión y los mejores trucos para personalizar la casa fueron los auténticos protagonistas.

Todos los asistentes se divirtieron de la mano de los profesionales de la marca a crear un minijardín personalizado,

aprender bricolaje de supervivencia o a montar una lámpara a partir de tubos, entre otras actividades. Una noche llena



de talleres que permitieron a miles de españoles dar vida a sus ideas a través del trabajo realizado con sus propias manos.

Además, para aquellos que no pudieron acercarse se realizó una conexión vía streaming a través de las redes sociales de la marca, conectando en directo con diferentes puntos estratégicos del país como Oviedo, Palma, Madrid, Castellón y Badajoz. Gracias a esta retransmisión se alcanzó a 1,1 millón de usuarios en el pico de máxima audiencia. ●

## ÍNDICE DE ANUNCIANTES

Bellviplas-Bricomed.....	17
Burés S.A. ....	19
Compo.....	21
Floramedia.....	23
Floragard .....	Interior portada y 27
Gardena .....	29
Distribución y com. de art. de jardinería .....	31
Pindstrup.....	33
Ilaga.....	35
Yoigo .....	37
Gramoflor.....	59
Green Power Product.....	61
Infertosa.....	63
Lechuza.....	65
Masecor.....	75
Rain Bird.....	77
Seipasa-Neudorff.....	79
Semillas Batlle.....	81
Industrystock .....	Interior contraportada

# ¡Reserve ya su ejemplar!

INFORMACIÓN ÚTIL  
Y RENTABLE PARA  
SU NEGOCIO

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

73€



Solicite ya su suscripción

☎ 91 309 67 30

[www.gruposu.es/suscripciones](http://www.gruposu.es/suscripciones)

📧 [suscripciones@gruposu.es](mailto:suscripciones@gruposu.es)

# EL LÍDER MUNDIAL B2B LLEGA A ESPAÑA



**industrystock.es**

DISPONIBLE EN 16 IDIOMAS



DE 300.000 EMPRESAS  
DE 3,2 MILLONES DE PRODUCTOS  
DE 40 MILLONES DE VISITAS ANUALES



¡ NO BUSQUE MÁS ! ENCUENTRE CON  **industrystock.es**

