

TECNO Garden

Revista Profesional de Jardinería

Nº 210 · mayo 2019 · año XXVI · www.tecnogarden.es

PVP: 10 €



ESPECIAL

• Maquinaria para mantenimiento de jardín. Productos más destacados y opinión de los profesionales

ENTREVISTA

• Julián Gómez y Fernando Cuesta, especialistas en herramientas y maquinaria de jardín de Bauhaus

INFORME

• Tendencias del sector de ferretería y bricolaje

FERIAS

• Journées des Collection celebra su 12ª edición
• Iberflora conforma su Comité Organizador
• Iberflora y Viridalia, cada vez más cerca
• Garden Trials and Trade trae innovaciones de más de treinta compañías
• Floralies vuelve con el lema "Flores para vivir"



Cada gota cuenta.

La nueva gama de programadores GARDENA, te dará la posibilidad de un riego con la cantidad de agua, sin fallos y sin derrochar ni una sola gota de este preciado elemento.

Además, disfruta más del tiempo libre en el jardín mientras tus plantas crecen robustas y florecientes.

Encuentra más información sobre el riego inteligente en;

gardena.com/cleverwatering



Passion for Life.

GARDENA



EL PRODUCTO MÁS VENDIDO

DE UNA NUEVA GENERACIÓN DE SUBSTRATOS

Substrato universal Floragard

- Calidades de turba seleccionadas facilitan el aporte de agua
- El porcentaje de materias primas renovables respalda el aporte de nutrientes y la formación de raíces
- Flora Bio-Mix proporciona a las plantas todos los nutrientes que necesitan desde el primer momento

Flora  **gard**[®]
Floragard
Product

... ¡y todo florece!

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



Gardena

Rivas, 10
28052, Madrid
Tel.: +34 917 080 500
atencioncliente@gardena.es
www.gardena.es



32

Escaparate

Maquinaria para mantenimiento de jardín. Productos más destacados



Informe

28

Tendencias del sector de ferretería y bricolaje



Entrevista

30

Julián Gómez y Fernando Cuesta, especialistas maquinaria en Bauhaus

Sumario

- 08. Actualidad
- 16. Journées des Collections celebra su 12º edición
- 14. Iberflora conforma su Comité Organizador de 2019
- 19. Iberflora y Viridalia, cada vez más cerca
- 20. Garden Trials and Trade trae innovaciones de más de treinta compañías
- 21. Florales vuelve con el lema "Flores para vivir"
- 22. Life Resilience completa sus primeras fases
- 23. El Real Jardín Botánico propone a la AIMJB formar parte de la Alianza por el Cambio Climático
- 29. Ideas clave del Congreso AECOC de Ferretería y Bricolaje 2019. Por Marc Daro
- 57. Agenda del sector

Jardineros

- 40. Actualidad
- 44. Jornadas Técnicas AEFAtch. Innovando en la nutrición vegetal
- 46. Entrevista con Manel Montañó Salmerón, director general de Afepasa
- 50. Fruit Attraction potencia el sector de productos frescos orgánicos con su espacio
- 51. Aepla presenta un informe sobre el presente y futuro del sector agrícola español
- 52. Arboretum, la naturaleza al servicio de la comunidad y de los más pequeños
- 56. El rincón de Fernando Pozuelo. Jardines naturales: claridad y sencillez en el espacio



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 | jhenriquez@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
Diego Camacho, Teresa del Amo, Luis González, Ignacio Vázquez. **Delegación Barcelona:** Corina Estrella

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

MAQUETACIÓN Y DISEÑO
Jaime Dodero

DEPARTAMENTO DE PRODUCCIÓN
Jaime Dodero, Katherine Jácome Hualca

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

DISTRIBUCIÓN 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.

Revistas Postales
TPIES



-flower-



el rey del balcón!

descubre
toda la
gama



FLORER.espana



FLORERJARDINERIA



www.productosflower.com

TECNOGARDEN.ES SIGUE SU VERTIGINOSO RITMO DE CRECIMIENTO



Las cifras del portal Tecnogarden.es confirman su destacado crecimiento, logrando sus mejores cifras de usuarios únicos, visitantes y páginas vistas. Los datos de Google Analytics confirman que este sitio web ha crecido un 83,78 % en este mes de marzo respecto al mismo mes del año anterior, consiguiendo 9.137 usuarios únicos y 16.302 páginas vistas solo en este mes. Estos datos cobran un especial valor añadido, ya que se logra mantener una tendencia ascendente por varios años consecutivos. El número de visitas refleja también una subida vertiginosa desde las 5.359 a 9.849.

Corría el año 2009, cuando la revista Tecnogarden lanzaba su portal web. Desde entonces este se ha renovado y aumentado su oferta informativa, transmitiendo así una identidad más global y funcional, con instrumentos coherentes con esta evolución del *branding*.

De manera paralela, también ha incrementado sus cifras en 2018 Profesionaleshoy.es, portal de información profesional de TPI, en torno al cual se estructuran todas las áreas de información profesional en las que TPI tiene presencia. El resultado global y evolución de nuestro sitio web multisectorial ha sido de un 55,12 %, pasando de 75.538 páginas vistas en el mes de marzo del pasado año pasado a 127.525 del actual.

Es por ello que, desde la revista Tecnogarden, queremos daros las gracias a todos por vuestras visitas a nuestro portal, contribuyendo de esta forma a obtener estos óptimos resultados. Gracias a nuestros colaboradores por vuestra información de primera mano, opiniones, ideas y sugerencias. Gracias también a las asociaciones, profesionales o amantes de la jardinería y de los espacios verdes que nos seguís, tanto en la versión impresa como en la web, así como en redes sociales. Gracias por conformar, entre todos, esta profusa red de servicio e integración del sector. ●

ÍNDICE DE ANUNCIANTES

BURÉS	13
COMPO IBERIA.....	11
FERTILIZANTES NUTRIPLANT	Contraportada
FLORAGARD VERTRIEBS	Interior portada
FRUIT ATTRACTION	15
GARDENA.....	Portada
IBERFLORA	35
INDUSTRYSTOCK.....	43
LA PARRILLA DE JUAN ADÁN	49
LECHUZA	7
MENTES BRILLANTES.....	Interior contraportada y 58
ONCE.....	55
PINDSTRUP MOSEBRUG.....	9
PRODUCTOS FLOWER.....	4
REBUILD.....	57

¡Reserve ya su ejemplar!

INFORMACIÓN ÚTIL
Y RENTABLE PARA
SU NEGOCIO

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

IVA y gastos de transporte incluidos

73€



Solicite ya su suscripción:

☎ 91 339 67 30

🌐 www.grupotpi.es/suscripciones

✉ suscripciones@grupotpi.es

📄 19 años. 34 días. Suscripción. Año. Número 26. 7ª época (2020) Madrid

Lechuza®

THE ORIGINAL



*¡Ideal para
orquídeas!*



*¡Con Orchidea todos
somos expertos!*

La orquídea con sus delicadas flores es una de las plantas de interior más populares del mundo. **La maceta ORCHIDEA de LECHUZA** ha sido diseñada especialmente para estas plantas y está perfectamente adaptada a sus necesidades. **¡No solo a tus orquídeas les encantará!**

PLAYMOBIL Ibérica, S.A.U. distribuidor de
LECHUZA en España . Email: clientes@lechuza.com
Tel.: 966 55 78 41 . www.lechuza.es

MADE IN GERMANY 

BigMat presenta su folleto de primavera dedicado al jardín

BigMat ha presentado su folleto de primavera dedicado al jardín. BigMat, que incluye muebles, fuentes, toldos y barbacoas, hasta faroles, mangueras, mimbre natural, bambú chino, plantas y césped artificial o mesa anti insectos pasando por una gran variedad de juegos infantiles.

La guía informativa de BigMat ofrece gran variedad de artículos con un amplio abanico de precios. Además, algunos de ellos presentan la posibilidad de incorporar el servicio de instalación o condiciones de financiación muy ventajosas. Toda la información está detallada a lo largo de sus 32 páginas.

Para disfrutar de los espacios exteriores, BigMat ofrece múltiples opciones, entre ellas el "Conjunto chic", formado por una mesa blanca cuadrada plegable en acero con dos sillas plegables en acero y textil del mismo color por 69,95 euros; una silla "Bologna" de colgar de mimbre sintético

con marco mate negro que incluye dos cojines gris oscuro por 219 euros o un balancín de tres plazas modelo Montecarlo, realizado en tubo de acero que resiste 220 kg aproximadamente por 54,95 euros.

En cuanto a los juegos de jardín, además de los toboganes, balancines, camas elásticas o columpios, BigMat ofrece la "Cabaña Heidi" con pasarela y banco en madera especial exterior por 255 euros.

El folleto de BigMat se completa con una serie de "Ideas y soluciones" a modo de consejos prácticos sobre cómo renovar y cuidar el jardín, o mantener adecuadamente la barbacoa, y también una guía fácil para instalar césped artificial. ●



Fronda Olaz se une a la AECJ

AECJ, la Asociación Española de Centros de Jardinería, dispone de nueva incorporación. Se trata del Centro de Jardinería Fronda Olaz, ubicado en el Parque Comercial Olaz de Navarra.

Fronda Olaz cuenta con un agradable espacio interior con un gran surtido de plantas que resaltan los diferentes espacios de inspiración para la decoración del hogar. Además, cuenta con un Atelier de Flores y con un espacio para las mascotas y su cuidado —Kiwoko—. Abrieron sus puertas la pasada Navidad y desde entonces están dando un excelente servicio.

Con Fronda Olaz ya son seis los centros de Jardinería del grupo Fronda, estando el resto ubicados en Majadahonda, San Sebastián de los Reyes, Palma, Coll d'en Rabassa y Jerez de la Frontera. ●



El Rey celebró el Día Internacional de los bosques en Galicia

El rey Felipe VI ha presidido en Galicia el acto central para celebrar el Día Internacional de los Bosques, organizado por "Juntos por los Bosques", plataforma a la que pertenece PEFC España, con la colaboración del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación y la Xunta de Galicia.

El evento tuvo lugar en el Centro de Formación y Experimentación Agroforestal de Sergude, en Boqueixón, donde el monarca estuvo acompañado por el presidente de la Xunta, Alberto Núñez Feijóo, el ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Luis Planas, el delegado del Gobierno, Javier Losada, el presidente del Parlamento de Galicia, Miguel Ángel Santalices, el conselleiro do Medio Rural, José González, y el coordinador de Juntos por los Bosques y decano-presidente del Colegio Oficial de Ingenieros de Montes, Eduardo Rojas. Al acto también fue invitada la secretaria general de PEFC España, Ana Belén Noriega.

Don Felipe, mantuvo un breve encuentro con los integrantes de las asociaciones del sector forestal y organizadores del evento, seguidamente inició un recorrido por una zona forestal y recibió las explicaciones del presidente de la Unión Empresarial de la Madera y el Mueble de España, José Carballo. También asistió a una demostración de trabajos silvícolas, como la poda en altura y el rareo y conversó con los trabajadores y alumnos de la escuela con los que plantó un árbol.

A continuación, se proyectó en el salón de actos un vídeo del sector maderero. ●



Sustratos de calidad profesional para tus plantas

¡ESTAMOS DE ESTRENO!



Sustrato **Universal Premium** en 5, 20, 40 y 80 litros
Sustrato **Plantas de Flor** en 40 litros
Sustrato **Cactus y Suculentas** en 5 litros

- **Renovamos imagen.**
- **Nuestros nuevos formatos son más manejables para adaptarnos a lo que de verdad necesitas.**
- **Y además incorporamos 'Forest Gold', una innovadora alternativa a la turba, elaborada con fibra de madera y utilizada con excelentes resultados en el mercado profesional.**
- **La renovación de la gama continuará en 2020.**

¡BÚSCANOS EN TU CENTRO DE JARDINERÍA!



PINDSTRUP

www.pindstrup.es

Syngenta refuerza su presencia digital en España

Con el objetivo de estar más cerca de sus clientes, colaboradores, medios de comunicación y la opinión pública en general, Syngenta estrena dos nuevos perfiles en las redes sociales Facebook e Instagram. Estas nuevas cuentas en España se suman a sus canales corpo-

rativos de Twitter, Youtube y del Blog Alimentando con Innovación.

Se tratarán temas relativos a todos los sectores que Syngenta abarca en España, desde la protección de cultivos, genética de semillas, flores, césped profesional y protección frente a

plagas urbanas, con un tono divulgativo e informativo. La agricultura sostenible y el plan de compromisos con los objetivos de desarrollo sostenible de la ONU The Good Growth Plan también parte protagonista de los contenidos digitales de estos nuevos canales. ●

Vivercid propone un reto en redes sociales para concienciar sobre el medio ambiente

Vivercid, propone una campaña en redes sociales para animar a plantar árboles y concienciar sobre el medio ambiente.

La empresa lanzó su primer propósito a través de la red social Instagram a principio de 2019 y a partir de esa acción,

nació la campaña bajo el nombre «Save the planet, plant a tree». Más allá de su actividad en redes, el vivero repartirá plantones a diferentes centros de jardinería, para que los interesados puedan acudir allí para recogerlos sin ningún coste econó-

mico. Además, se realizará un sorteo con alcance en España y Portugal entre todos aquellos que planten un árbol (o cualquier material vegetal) y lo suban a sus redes sociales (Instagram o Facebook) para ganar un sorteo a un Ecoresort español.

Mercabarna-flor presenta tendencias de temporada en la Fiesta de la Primavera



Francesc Porres trabajando en su demostración.

Mercabarna-flor ha celebrado su tradicional Fiesta de la Primavera. Dos diseñadores florales de renombre internacional y pro-

fesores de la Escuela de Diseño Floral y Paisajismo de Barcelona, Jordi Abelló y Francesc Porres han sido los encargados de las demostraciones florales. Los reconocidos floristas han elaborado todo tipo de trabajos, desde ramos de novia hasta centros para eventos, pasando por ramos primaverales y arreglos de decoración de interiores. Todos estos trabajos se han realizado

con las técnicas y tendencias más actuales, con el objetivo de ofrecer nuevas ideas a los profesionales de la flor para esta primavera.

Durante la jornada también ha tenido lugar un original concurso de ramos nupciales. 14 floristas han participado en el concurso creando un bouquet exclusivo para una novia ficticia, Violeta. Iker Zuheros ha sido el ganador del concurso, que ha obtenido un cheque por valor de 300€ para gastar en productos de las empresas de Mercabarna-flor. En segundo lugar, han quedado empatadas, Laura González y Marta García.

La Fiesta de la Primavera de Mercabarna-flor se celebra desde hace 28 años con el objetivo de presentar las nuevas tendencias, técnicas y productos florales que aporten nuevas ideas a los profesionales del sector de la flor y la planta para la temporada de primavera y verano. ●



Huerto Urbano

AMOR POR LO
NATURAL, PASIÓN
POR LO AUTÉNTICO

NUEVO



- Combate un amplio espectro de plagas
- Idóneo para frutas, hortalizas, hierbas y plantas ornamentales
- Apto para uso en agricultura ecológica

SÍGUENOS EN COMPO JARDINERÍA www.compojardineria.com



Manuel Melgarejo, nuevo presidente de Aepla

La Asamblea General de AEPLA (Asociación Empresarial para la Protección de las Plantas), ha elegido a Manuel Melgarejo Armada, presidente para España y Portugal de Corteva Agriscience, división de Agricultura de DowDuPont como nuevo presidente de AEPLA. Le acompañarán en el cargo, Silvia Cifre de Basf Española y Robert Renwick de Syngenta como vicepresidenta y tesorero de la asociación respectivamente.

Melgarejo, ingeniero agrónomo por la E.T.S.I.A de Madrid, Programa de Alta Dirección (PADE) por IESE y máster online in Digital Business por ISDI, ha estado ligado al mundo de la protección de cultivos a través de sus más de 27 años de experiencia en DowAgroSciences, desempeñando distintos cargos en el terreno comercial, la dirección general en España y



Portugal, así como director de Marketing en Europa.

Experto conocedor el mundo agrario en nuestro país, Manuel Melgarejo sucede en el puesto a Adonay Obando,

quien ocupó dicho cargo durante los últimos tres años, y a quien Melgarejo agradeció personalmente su dedicación durante este tiempo. Recoge así el testigo en un momento especialmente interesante para el futuro del sector en nuestro país, que deberá enfrentarse en los próximos años a importantes retos y oportunidades. Conscientes de su trascendencia, los miembros de AEPLA han promovido el estudio desarrollado por PwC 'El futuro del sector agrícola español', presentado recientemente en la sede del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, y que pretende identificar cuáles son las claves para construir un sector sostenible económica, social y medioambientalmente. Con los resultados obtenidos, AEPLA espera aportar su grano de arena para diseñar la estrategia de futuro de nuestro sector agrícola. ●

Stihl renueva su compromiso con el deporte del motor

Un año más, la compañía alemana renueva su compromiso con el deporte del motor y con Sito Pons. Esta temporada por partida doble, con el patrocinio del equipo de Pons en Moto2, por quinto año consecutivo; y ahora también uniéndose al bicampeón del Mundo en la nueva categoría de motos eléctricas, que arranca esta temporada. Un proyecto con el que Stihl se siente especialmente identificado -su amplia gama de productos cuenta con máquinas de gasolina y batería-, y que supone paso más en su apuesta por la innovación en el deporte del motor.

En 2019 Stihl sigue fiel a su compromiso con el Pons HP 40 Team, un vínculo que se ha ido renovando y ampliando temporada tras temporada desde 2014, y que va más allá del mero acuerdo comercial. Y es que

son muchas las sinergias entre el líder mundial en motosierras y la escudería capitaneada por Sito Pons: ambos comparten la misma ilusión, el mismo espíritu de superación y de trabajo en equipo, la misma vocación por avanzar e innovar... Y por superar metas.

Asimismo, la multinacional alemana se ha unido al proyecto del Pons Racing en MotoE, la nueva categoría de motos eléctricas que se inicia este año. El equipo Join Contract Pons 40, que cuenta con STIHL como patrocinador oficial, ha fichado al veterano piloto Sete Gibernau, doble subcampeón del Mundo de MotoGP. La Copa del Mundo de MotoE es la primera competición de motos eléctricas que ha sido reconocida por la Federación Internacional de Motociclismo. La apuesta de Stihl por este novedoso

proyecto tiene una significación especial para la compañía. La tecnología de batería es parte importante del futuro de Stihl. Y también en la competición del motor, donde las motos eléctricas están destinadas a revolucionar el motociclismo. ●





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.
Cami de les Rúbies, 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
burés@buréssa.com - www.burés.com



FEEJ apuesta por la implicación y la falta de conformismo



Federación Española de Empresas de Jardinería, FEEJ, y sus asociaciones regionales viene favoreciendo el encuentro entre profesionales, el intercambio de experiencias y saberes y participa regularmente en convocatorias del sector, tanto de ámbito autonómico como nacional y europeo. Con este objetivo, en los últimos meses ha celebrado diferentes encuentros.

El 21 de febrero, Apharns participó como colaborador en la Jornada Formativa de Cubiertas Verdes y Ajardinamientos Verticales, organizada por Asecuve, celebradas en Zaragoza, en las que se presentaron los últimos avances en cubiertas ajardinadas y jardines verticales.

Asocan organizó el 11 de marzo, en Valle Guerra, Tenerife, las asambleas Ordinaria y Extraordinaria de nuestra organización, reuniones de intenso trabajo y discusiones, pero también de celebración y feliz reencontro.

Además, aprovechando la presencia en la isla de uno de los aso-

ciados a la FEEJ especialista en la materia, Asocan, en colaboración con ICIA, organizó el 12 de marzo un Curso de endoterapia vegetal no invasiva, destinado a profesionales en activo.

Asimismo, Agaexar estuvo presente en la 16ª Mostra de Cultivos do Baixo Miño, celebrada del 15 al 17 de marzo y que se consolida como evento transfronterizo al convocar a profesionales de ambos lados del Miño, participando en las sesiones de trabajo y otorgando los Premios Xardín Galego en su primera edición.

El día 1 de marzo se presentó en la X Feria Arco Verde de Santiago el programa Vilas en Flor, una iniciativa que procura la mejora ambiental, social y económica de los Concellos a través de la puesta en valor de los espacios verdes, la implicación de las instituciones públicas y privadas y la participación ciudadana. Además, Agaexar da difusión al Curso *online Diseño de espacios verdes sustentables con planta nativas*, organizado

por su socio colaborador Paisajismo Digital, con un interesante descuento para asociados.

A finales de febrero, Asfplant presentó su Plan formativo 2019, un impulso a la profesionalización del sector viverístico, jardinero, agrario, forestal, del medio rural y ambiental. Actividades programadas hasta el mes de junio, muy prácticas, de abundantes y variados contenidos, con una especial atención a aplicaciones tecnológicas y nuevas herramientas de comercialización. Además, la asociación también ha participado en la reunión preparatoria de Iberflora 2019.

AMJA solicitó reuniones con los nuevos titulares de las Consejerías de Agricultura y Medio Ambiente, Empleo y Turismo. Además, continua con su oferta de formación en arboricultura, altamente especializada, de gran rigor y avalada por profesionales e instituciones de reconocido prestigio. Su oferta se consolida entre profesionales en activo de varios países.

Andalucía en Flor, el programa andaluz que distingue aquellos municipios andaluces que de una forma clara apuestan por la promoción de sus espacios verdes, suma adhesiones y ya son 10 los municipios comprometidos con la calidad medioambiental y la conservación y puesta en valor del patrimonio vegetal andaluz.

Gremi de Jardineria de Catalunya continua su formación en Certificaciones Profesionales por Acreditación de competencias para 11 Escuelas con programas de los ciclos de grado medio y superior de jardinería. En este sentido, celebró una jornada de memoria y reconocimiento, en la que se dedicó un sentido homenaje a dos excelentes profesionales recientemente desaparecidos, Hèctor Massoni y Óscar Flores, y se reconoció la labor de Maria Alba Fransi. ●



flower&garden attraction

INTERNATIONAL HORTICULTURAL TRADE SHOW

22-24
OCTUBRE
2019

MADRID - ESPAÑA



**El lugar
adecuado,
en el momento
oportuno**

fruitattraction.com/flower-gardenattraction

IFEMA - Feria de Madrid

902 22 15 15

(+34) 91 722 30 00

fgattraction@ifema.es



ORGANIZAN



IFEMA
Feria de
Madrid



Journées des Collections celebra con éxito su 12º edición



La duodécima edición de Journées des Collections JdC ha mostrado del 2 al 4 de abril sus mejores galas en el Parc Chanot de Marsella, histórica ciudad portuaria al sureste de Francia y mayor metrópoli del Mediodía francés. El programa ha ofrecido multitud de soluciones y gamas de producto, divididas en tres categorías: Jardinería y cultivo, Paisajismo y construcción y Vida al aire libre.

Journées des Collections Jardin ha presentado durante tres días una detallada gama de productos a los visitantes, principalmente minoristas, que están planeando sus necesidades para la próxima temporada. En el ambiente agradable y relajado del Parc Chanot, este enclave ha mostrado un universo tanto de plantas, semillas y herramien-

tas de jardín como de cercas, iluminación, elementos decorativos, piscinas y fuentes, mobiliario, barbacoas y mucho más. El evento también ha contado con un programa de conferencias.

Además, durante los tres últimos años, JdC Garden Trends ha organizado los premios Collections. En la última edición, innovadores productos han competido





y han sido valorados por un jurado de expertos.

Por su parte, el premio Urban Garden ha galardonado a los productos “inteligentes” o productos que brinden una solución a los entornos outdoor, También el premio Garden Technologies se centra en el ámbito de la alta tecnología.

Como novedad para este 2019, se han establecido dos nuevos premios, patrocinados por dos compañías: categoría Made in France Garden, patrocinados por E. Leclerc, y categoría Self-Produced Garde, patrocinados por Gamm Vert. Este último ha mostrado productos que satisfacen las necesidades de los clientes

que desean crear y mantener ellos mismos su jardín. Se valora la calidad del producto y consumo responsable, entre otros aspectos. En cuanto a la categoría “Hecho en Francia”, se ha mostrado el trabajo las bondades de productos y proveedores que tienen el objetivo de ofrecer productos de este país. ●



Iberflora conforma su Comité Organizador de 2019



Iberflora se presenta, un año más, como la gran cita del Sector Verde en España. Con un formato de feria multicanal logra integrar a todos los sectores que despiertan el interés de la demanda y lo hace sin abandonar su esencia.

En la primera reunión del Comité Organizador de la feria, han sido muchas las propuestas e iniciativas que se han puesto sobre la mesa durante la reunión en un encuentro en el que se cerró de forma definitiva el número de miembros que componen el comité de esta edición.

El sector de planta y tecnología hortícola está representada por Óscar Calabuig, de R&L Calabuig, Raúl Ferrer de Orvifrusa, José Collazo de Viveros Río Tollo, Lara Magraner de Vivercid, Isidro Martínez de Grupo Proval, Joan Roig de Cultius Roig SAT, Ángel Villarino de Fitoralia, José Forcadell de Asfplant, Farners Massaneda de MYC 5, Alejandra Pintos de Projar y Julián Sáez de Flora-media España y Portugal.

Pertencientes al sector del bricojardín la feria cuenta con José Ignacio Fernández de Intercésped, Manuel Muñoz de MMV y Raúl Montoro de SBM. Dentro del sector florista se incorpora al comité Juan Vicente Ferrer de Verdatura, y en el sector de la arboricultura y el paisajismo se encuentra Gustavo Marina de Acciona.

La demanda está representada por Paula Orozco, presidenta de AECJ; Joan Bordas de Jardinería Bordas; Javier Gil-Vernet, de Jardinarium; Josep M^º Pitarque, de AliatGrup y Véronique Bru, de Oasis Gardening Plus.

Ágora Verde

El equipo de Iberflora está trabajando en consolidar en el Ágora Verde –la zona de Iberflora situada en el Pabellón 3 y destinada a la arboricultura y el paisajismo– la presencia de todos los negocios afines a la jardinería profesional y a los parques públicos: mobiliario urbano, iluminación, juegos infantiles, arquitectura del paisaje, arboricultura, ingeniería y maquinaria

aplicada a la gestión del medio ambiente, especialmente maquinaria eléctrica. El objetivo de reunir en este espacio a todos los negocios de jardinería profesional es promover entornos urbanos sostenibles y respetuosos con el medio ambiente.

Para que sea posible implantar esa tendencia, las ciudades requieren un diseño urbano que permita a sus habitantes desarrollar su estilo de vida en permanente contacto con la naturaleza, concienciando sobre la importancia de su cuidado. Y es que las grandes urbes biofílicas, con abundante naturaleza tanto en sus proximidades como en su interior son el futuro.

Rodear el entorno urbano por un cinturón verde para proteger la integración de espacios naturales y corredores ecológicos en la trama urbana puede ayudar a crear las condiciones necesarias para nuevos espacios multisensoriales, en los que los sonidos naturales son tan apreciados como la experiencia visual de recorrer un parque. ●



Iberflora y Viridalia, cada vez más cerca

Del 5 al 7 de junio tendrá el evento de puertas abiertas de Viridalia, unas jornadas bienales, con un modelo diferente de exposición, que se fundamenta en las sinergias de las principales empresas de producción de plantel de la comarca del Maresme (Barcelona), que abren sus instalaciones a todos los visitantes, con el fin de mostrar *in situ* cuál es su producción, su forma de trabajar y su carácter empresarial. Viridalia cuenta con un atractivo formato atractivo: la

visita a los viveros de cada una de las compañías con los jardines de muestra que se crean especialmente.

Este año, Iberflora ha llegado a un acuerdo de colaboración con Viridalia y lo ha hecho en una reunión mantenida con la Federació de Viveristes de Catalunya, en la que estuvieron presentes miembros de la Associació d'Agricultors Viveristes de Barcelona, Tarragona y Girona, entre otras muchas entidades. Iberflora se implica así en la celebración de este

evento, participando con un espacio propio. Asimismo, colaborará en las acciones de comunicación y estará, además, presente en las jornadas, apostando, como siempre, por el verde y sus profesionales.

Las empresas participantes en esta edición serán Arribas Center, Dümme Orange, Lloveras, Poleplants, Sala Graupera, Aldrufeu Associats, Corma, Grup Roig, Plantinova, Riera Villagrasa, Syngenta y Massaneda. ●

Garden Trials and Trade trae innovaciones de más de treinta compañías



Ya ha comenzado la cuenta atrás para la feria Garden Trials and Trade, un evento dirigido a los profesionales de la horticultura ornamental y la venta al por menor. Durante el evento, que se desarrollará durante tres días, del 11 al 13 de junio, en el edificio Plantarium del International Trade Center, en Boskoop- Hazerswoude, Países Bajos. En este escenario, se podrán ver las últimas técnicas de cultivo así como las más destacadas novedades dentro de universo de las plantas leñosas y perennes.

Trece empresas provienen de la región de Greenport Boskoop y otros participantes distintas localidades de los Países Bajos. Los participantes internacionales provienen, sobre todo, de Alemania, Francia, Suiza y Estados Unidos.

En cuanto al diseño, se eligió una estructura abierta con setos de 1,80 metros que actúan como particiones entre las gradas. Esto creará un recinto ferial compacto y bien organizado. Un lugar donde los expositores y sus clientes pueden encontrarse es el Green Café, que se dispondrá en el centro de la feria.

Escaparate de novedades

Las empresas que participan en Garden Trials and Trade pueden enviar plantas para el escaparate de novedades. Las novedades serán evaluadas por un comité de jueces profesionales de Koninklijke Vereniging voor Boskoopse Culturen (La Real Sociedad para las Culturas Boskoop). La mejor novedad será anunciada el martes por la mañana. Todas las plantas juzgadas se presentarán en una extensión de la en-

trada para permitir a los visitantes ver, según vayan entrando, las novedades de este año.

Garden Trials and Trade se llevará a cabo del 11 al 13 de junio en el edificio Plantarium del International Trade Center en Boskoop- Hazerswoude. La entrada es gratuita para los visitantes comerciales con un boleto promocional y / o mediante pre-inscripción digital.

Garden Trials and Trade está organizada por la Trade Fair Foundation y Greenport Business Center Boskoop. La Nursery Trade Fair Foundation también organiza otra de las ferias más importantes del sector, Plantarium, feria internacional de viveros. Mientras que la primera se centra principalmente en los nuevos desarrollos y ejemplares de viveros, Plantarium lo hace en las plantas ya disponibles. ●



Floralies vuelve con el lema “Flores para vivir”

La 12ª edición de International Floralies, un festival de flores y jardines, que se celebra cada cinco años en la ciudad francesa de Nantes, dará comienzo el 8 de mayo. Serán doce días para una explosión de color, escenarios naturales y descubrimientos botánicos.

Floralies Nantes es un evento de gran popularidad en la Francia occidental, reconocido internacionalmente. Su principal objetivo es promocionar la enorme riqueza y diversidad del mundo de las plantas, además de reunir a una gran cantidad de visitantes, entre apasionados de las flores, las plantas, la naturaleza y el medio ambiente.

Su primera edición se celebró en 1956 y desde entonces, cada una de ellas ha atraído a cientos de miles de visitantes que desean ver la multitud de escenas ornamentales elaboradas por profesionales y aficionados.

Esta edición se celebrará en el parque de La Beaujoire, y tras el éxito de su pasada edición en 2014 bajo el lema “Art bouquets”, en esta ocasión la temática principal será “Fleurs à vivre” (flores para vivir). El lema está inspirado en una famosa frase de Montaigne “if life is nothing more than a passage, let’s at least sow flowers along it” (si la vida no es más que un pasaje, al menos sembramos flores en él).

Este tema dividirá el evento en siete ambientaciones tanto en inte-

riores como en exteriores, (en total 45.000 m²). El maestro de ceremonias de la 12ª edición de Floralies será Laurent Gounelle, brillante escritor francés que cuenta con varios bestsellers internacionales.

Durante el evento, las calles del Parc de la Beaujoire se transformarán en un magnífico jardín efímero, donde los visitantes podrán descubrir representaciones florales de prestigiosos paisajistas. Pequeños trenes turísticos llevarán también a los visitantes a realizar un recorrido por el parque. Además, todas las noches del evento, tendrá lugar el espectáculo “Naturya”, la primera comedia musical y ornamental para deleite de los visitantes. ●

Life Resilience **completa sus primeras fases**



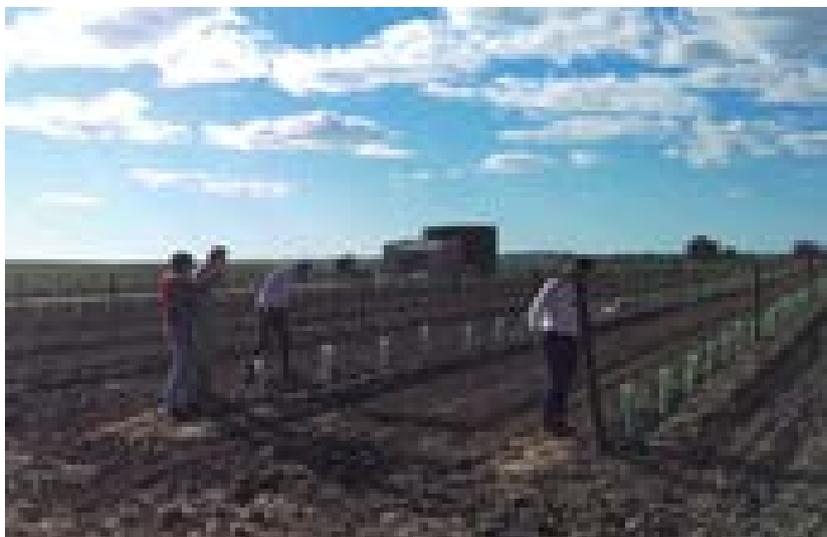
Los socios del proyecto Life Resilience se han reunido en Carmona (Sevilla) para analizar los avances que está llevando a cabo el proyecto, así como las diferentes acciones previstas para los próximos meses.

El principal objetivo de este proyecto, cofinanciado por el programa Life de la Unión Europea, y que cuenta con un presupuesto total cercano a los tres millones de euros, es desarrollar variedades de olivo que sean lo más tolerantes posible a *Xylella fastidiosa* y a otros patógenos, minimizando las pérdidas que hasta ahora conlleva tener una plantación infectada, así como implantar prácticas sostenibles que contribuyan a prevenir la propaga-

ción de la bacteria y aumenten la resistencia hacia brotes de plagas y patógenos.

El proyecto Life Resilience está formado por distintos socios Galpagro, Agrodron, Asaja, Agrifood Comunicación, Universidad de Córdoba, CNR IVALS, Nutriprado, Salov y SACH, así como Transfer Consultancy como Compliance Manager e Ideagro como asesor agronómico externo tecnológico.

Hasta el momento se ha desarrollado el inventario de suelos, a través de un estudio de línea base, el inventario de presencia de vector potencia de *Xylella fastidiosa*, el diseño de los ensayos de demostración y la selección de medidas para mejorar la productividad y sostenibilidad del sistema.



El proyecto europeo Life Resilience pretende desarrollar nuevas variedades de olivar resistentes a esta enfermedad y prácticas más sostenibles y productivas

Se han realizado estudios para saber qué diferentes tipos de suelo hay, su homogeneidad y la composición de la actividad microbiológica del suelo en cada una de las fincas, situadas en Carmona (España), Alandroal (Portugal) y Pisa (Italia). Por otro lado, se han determinado qué tipos de plantas se emplearán para las cubiertas vegetales, la estrategia de riego a implementar y qué tipo de microorganismos deben agregarse al suelo para mejorar la salud del suelo y aumentar la resiliencia de la planta.

Además, se ha estimado la presencia de vectores potenciales y su distribución a lo largo del tiempo gracias a la información oficial disponible y se ha estipulado la metodología para monitorear regularmente la presencia de vectores potenciales que, cuando se agregan a otras variables relevantes, obtendrán escenarios de la posible distribución de las poblaciones de vectores.

Por último, 500 de los genotipos desarrollados para obtener variedades resilientes a *Xylella fastidiosa*, se plantarán en la finca experimental "El Valenciano" de Carmona (Sevilla) el próximo verano para estudiar su evolución, junto con los 500 genotipos ya plantados. ●

El Real Jardín Botánico propone a la AIMJB formar parte de la Alianza por el Cambio Climático

El director del Real Jardín Botánico (RJB-CSIC) de Madrid, Esteban Manrique, ha planteado a la Asociación Ibero-Macaronésica de Jardines Botánicos (AIMJB) su integración en la Alianza por el Cambio Climático (CCA) establecida en diciembre de 2018 en Melbourne (Australia) de la que ya forman parte 10 jardines botánicos y 3 organizaciones internacionales ligadas a la botánica, entre ellas el RJB-CSIC.

En su propuesta, Esteban Manrique propone a la AIMJB, que integra a jardines botánicos de España y Portugal, cinco puntos: discutir la pertinencia de la declaración de Melbourne; valorar la acción del Cambio Climático en las colecciones vivas de los jardines botánicos de esta Asociación; proponer acciones que ayuden a identificar las consecuencias del cambio climático en los jardines botánicos; buscar financiación para llevar a cabo estas acciones; y valorar la creación de una Oficina Científico-Técnica de la AIMJB para movilizar las actividades entre sus componentes y ayudar en la búsqueda de ese apoyo económico para llevarlas a cabo.

La Alianza por el Cambio Climático (CCA) establecida, en el marco de un



encuentro celebrado en el Real Jardín Botánico Victoria de Melbourne, los cimientos de una coalición mundial hacia el futuro del medio natural de nuestro planeta.

“El propósito de la reunión era encontrar la manera en la que organizar una red global para la gestión de los paisajes y las colecciones vivas de los jardines botánicos en el contexto del cambio climático. Esta cumbre ha sido el primer paso para

crear una Alianza Mundial de organizaciones botánicas para la adaptación de las colecciones vivas de los jardines botánicos al cambio climático a la que esperamos se unan otros muchos jardines botánicos de todo el mundo, entre ellos los integrados en la AIMJB, y que estos lleven una propuesta común a la próxima reunión de esta Alianza programada para 2021”, ha señalado el director del Real Jardín Botánico, Esteban Manrique. ●

DECLARACIÓN DE MELBOURNE

Se centra en seis puntos:

- 1- El cambio climático está sucediendo ahora.
- 2- Como consecuencia de él, los problemas que afronta nuestro mundo no tienen precedentes ni fronteras.
- 3- Los jardines botánicos son custodios de conocimiento científico y horticultural fundamental, y sus paisajes son fuentes de inspiración, aprendizaje y un lugar para propiciar un cambio social positivo.
- 4- La Alianza por el Cambio Climático será la voz del compromiso de los jardines botánicos alrededor del mundo. Juntos podremos afrontar los impactos del cambio climático en las colecciones botánicas vivas y en los paisajes, e incrementar nuestra capacidad de salvar vidas y este planeta.
- 5- A través de esta Alianza, los jardines botánicos y otras organizaciones similares están unidos para defender nuestro planeta a partir de paisajes resilientes.
- 6- Nosotros, jardineros del mundo, decimos: “El tiempo para la acción ha llegado”.

Bayer celebra 120 años de compromiso con España e incrementa sus ventas

En el ejercicio 2018, Bayer registró unas ventas de todas sus divisiones de negocio en la región Iberia (España y Portugal) de 849 millones de euros. Esta cifra supone un crecimiento del 1,1 % respecto al ejercicio anterior. En concreto, las ventas en España alcanzaron los 688 millones de euros, un 1,6 % más.

Estos datos confirman la senda de crecimiento sostenido en uno de los momentos más relevantes para la compañía. “Este año, además, celebramos 120 años de presencia en España, una fecha que conmemoramos con orgullo, pero también con la responsabilidad que conlleva, en un momento de transformación de la organización en España y en el mundo”, ha destacado Bernardo Kanahuati, consejero delegado de Bayer en España y Portugal.

En la región Iberia (España y Portugal), Bayer facturó en 2018, como compañía de ciencias de la vida, 849 millones de euros (+1,1 vs año anterior) de los cuales 688 corresponden a las ventas en España, y 161 a las de Portugal

Concretamente, en la división agrícola, el área de Crop Science confirma su buena evolución. En total, ha registrado en Iberia unas ventas de 243 millones de euros, lo que representa un crecimiento del 3,6%.

agricultura digital. Esta integración nos convierte en la empresa agrícola líder del mercado a nivel mundial, y en todo ello España juega un papel crucial dentro de la organización, como responsable de



De izda. a dcha., Protasio Rodríguez, director de esta zona para el Área Mediterránea y director General de Iberia y Bernardo Kanahuati, consejero delegado de Bayer en España y Portugal.

En España las ventas ascendieron a 211 millones, un 3,9% más respecto al año anterior, de los que 36 millones proceden de la incorporación de Monsanto. Protasio Rodríguez, director de esta zona para el Área Mediterránea y director General de Iberia, ha sido el encargado de analizar la buena evolución de este negocio, que en este año cobra especial relevancia para la organización.

“En el mes de agosto completamos una de las adquisiciones más importantes en la historia de la compañía, lo que ha dado lugar a la unión de dos plataformas tecnológicas líderes en semillas, biotecnología, protección de cultivos y

uno de los *hubs* de innovación hortícola más relevantes del sur de Europa”, ha señalado Protasio Rodríguez.

Si nos fijamos en los resultados del área en nuestro país, Bayer Crop Science ha cerrado el año 2018 como líder del mercado en España por segundo año consecutivo. Entre las novedades para 2019 destaca el lanzamiento del nematocida BioAct Prime, autorizado también para producción ecológica, y de Nematool, una herramienta digital para el control de los nematodos (pequeños microorganismos que causan daños a las plantas porque se alimentan de sus raíces). ●

La Cátedra Fertiberia celebra su 12ª Jornada sobre Fertilización para una Agricultura Sostenible

La Cátedra Fertiberia de Estudios Agroambientales ha celebrado, por duodécimo año consecutivo, la Jornada sobre Fertilización para una agricultura sostenible, con título "Fertilizantes, visión 2030". Representantes de las administraciones, entre los que se hallaron representantes del MAPA, de las Comunidades Autónomas, de los institutos de investigación nacionales y autonómicos, de embajadas, de asociaciones agrarias, agricultores, investigadores, estudiantes, profesores universitarios, etc., acudieron a la sesión, que tuvo lugar el pasado lunes 8 de abril, en la Escuela Técnica Superior de Ingeniería Agronómica, Alimentaria y de Biosistemas de la Universidad Politécnica de Madrid.

El acto fue inaugurado por Esperanza Orellana, directora general de Producciones y Mercados Agrarios del MAPA, Luis Ricote, director de la ET-SIAAB y Javier Goñi, presidente y CEO de Fertiberia.

La primera presentación, con el lema "La industria europea de fertilizantes en la encrucijada entre la nutrición y la energía", corrió a cargo de Jacob Hansen, General Director of Fertilizers Europe, quien explicó cómo los fabricantes de fertilizantes europeos se ocupan en seguir suministrando nutrientes a los cultivos para satisfacer las necesidades crecientes de alimentos de una manera más eficiente y eficaz en cuanto al uso y respeto por los recursos naturales. "Se vislumbran cambios para descarbonizar la economía y promover la economía circular, pero con el objetivo de producir más y mejores alimentos".

Mª Luisa Ballesteros, jefa del Área de Fertilizantes en la Subdirección General de Medios de Producción Agrícolas y OEVV, resumió la Propuesta de modificación del Reglamento sobre Fertilizantes, ya votado y aprobado por el Parlamento Europeo. Destacó los aspectos fundamentales,

entre otros, los nuevos grupos de fertilizantes que se van a regular a nivel comunitario.

José David Flores, doctor investigador en la Universidad de Salamanca, recaló el papel de los microorganismos como promotores del crecimiento vegetal a través de determinados mecanismos. Por otra parte, se destacó el papel de determinados microorganismos en la mejora de la resistencia al estrés y la resistencia sistémica de la planta.

Por su parte, Andrés del Campo, presidente de la Federación Nacional de Comunidades de Regantes de España (Fenacore), destacó la importancia del regadío en nuestro país y afirmó que, para mitigar los efectos del Cambio Climático, los regadíos del mediterráneo necesitan tecnología y contar con infraestructuras que garanticen el suministro de agua. Recalcó también que la futura modernización del regadío tendrá como objetivo la eficiencia en el binomio agua-energía, así como la producción de energía distribuida para autoconsumo en las zonas regables. Concluyó incidiendo en que el regadío y la biotecnología serán parte de la solución para superar los retos de la demanda de alimentos de la creciente población mundial.

Por último, Ana Laureano, investigadora en Fertiberia, desarrolló su ponencia con el foco en las posibilidades y el gran apoyo que las nuevas tecnologías suponen en el desarrollo de nuevos productos fertilizantes y, en concreto, en los productos desarrollados por Fertiberia. ●



Enjoy the Mediterranean, una colección de etiquetas de lo más veraniega

Cuando pensamos en el concepto Mediterráneo, especialmente aquellos que nos hemos criado junto a este mar, nos evoca momentos en los que nos encontramos rodeados de familia, amigos, disfrutando de unas bebidas frescas y de deliciosos y saludables manjares.

El sol dorando nuestra piel, el tacto de la arena en los pies, los niños jugando con la pelota, leer un libro tranquilamente mientras disfrutamos de deliciosa fruta fresca de verano, etc. son sensaciones que cualquier amante de las vacaciones en el mar anhela.

Los amantes del mar que no tienen la fortuna de tener el Mediterráneo cerca en su día a día, no dudan en aprovechar sus escapadas para poder disfrutar de su sol, su gastronomía y sus emociones. Las

distancias son mínimas cuando se trata de disfrutar de lo que a uno le gusta.

Este fue el punto de partida con el que Growing Green, vivero productor de frutas mediterráneas, visitó las oficinas de Floramedia para incorporar en la colección de etiquetas para plantas de su línea de productos Enjoy the Mediterranean.

Desde la empresa les transmitieron el deseo no solamente de crear una colección de etiquetas para plantas, sino todo un concepto que pudiese unificar todos sus soportes de comunicación y que transmitiese uniformidad, profesionalidad y, sobre todo, sabor mediterráneo, es decir, alegría, emociones, frescura, convivencia, gastronomía, diversión, etcétera.

Desde Growing Green les presentaron también al personaje de Mr. Joy, un simpático agricultor que quiere mostrar a todo el mundo las bondades de la gas-

tronomía mediterránea, enseñando a los aficionados a la horticultura cómo cultivar sus propios olivos, granados, higos y vides para después disfrutarlos en deliciosas recetas.

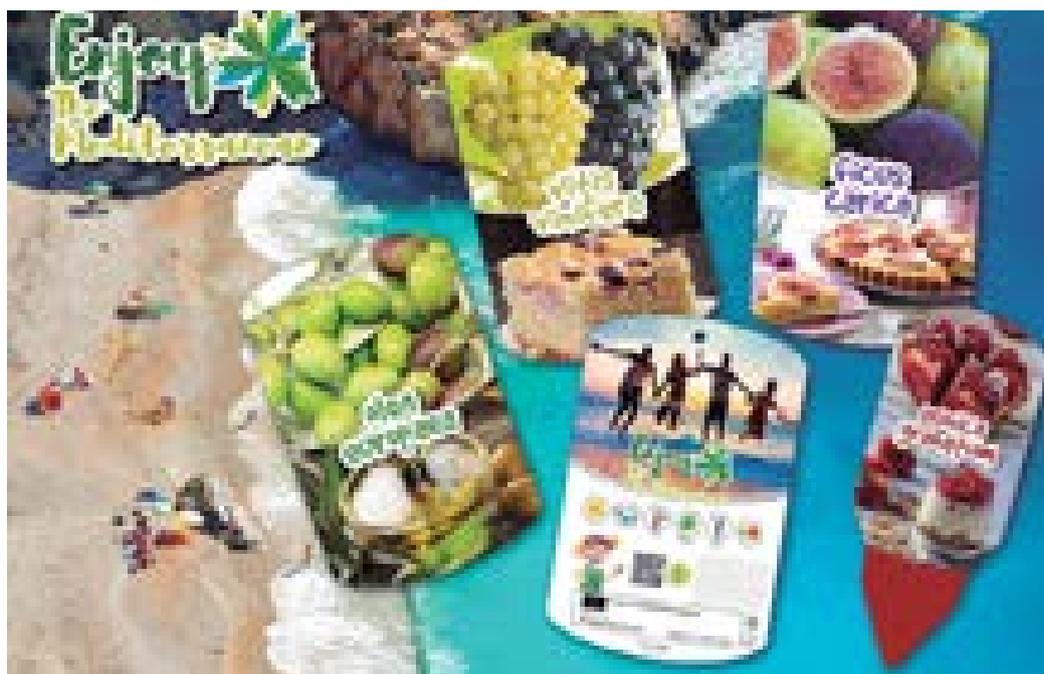
Para diseñar las etiquetas lo primero que hicieron en Floramedia fue seleccionar las fotografías de las plantas, aquellas que transmitiesen sabor nada más observarlas. A continuación, seleccionaron las fotografías que les mostraban una idea de receta relacionada con el fruto de la planta: platos saludables y deliciosos que pudieran tomarse a cualquier hora del día.

En el dorso buscan transmitir la calidez de los veranos en el mar rodeados de los seres queridos con una fotografía de lo más veraniega a todo color.

Finalmente, en el mismo dorso de la etiqueta, Mr. Joy invita a escanear el código QR y descubrir cómo se prepara la deliciosa

receta que se puede ver en el frontal de la etiqueta, esa receta que podemos consumir, compartir y disfrutar aún más si nos encontramos rodeados de ambiente mediterráneo.

Ahora muestran el resultado de este trabajo que ya ha visto la luz, y esperan que guste. Desde luego en Floramedia están deseando que llegue el buen tiempo para disfrutar de estas plantas y sus bondades. ●



Projar distribuye una malla antihierbas óptima para centrales energéticas y fotovoltaicas

Grupo Projar ha comenzado a distribuir una nueva malla antihierbas cuya diferencia radica en su tratamiento térmico y contra los rayos UV, además de no necesitar cobertura tras su instalación.

Las características de esta malla hacen que sea óptima en aquellos lugares que deben estar libres de malas hierbas para potenciar al máximo la cosecha de rayos ultravioleta como centrales energéticas y fotovoltaicas.

La malla, DuPont Plantex Platinum, fabricada en polipropileno, además de tener la ventaja de no estar tejida, y por tanto no deshilarse, permite que penetre el aire, el agua y los nutrientes, a la vez que mantiene las malas hierbas bajo la superficie.

Con un color verde oscuro que se integra en el paisaje, la malla evita la aparición de malezas y plantas invasivas como la Fallopia japónica, el perejil gigante, la hierba carnífera, la cola de caballo o la caña.

Sin necesidad de productos químicos y herbicidas, en respuesta a la reducción de sustancias activas fitosanitarias de la UE, esta malla permite acabar con estas malas hierbas. Así se evita el uso de este tipo de productos; por un lado, en zonas en las que hay una alta carga de energía y, por otro, en zonas poco accesibles bajo placas solares. De esta manera, logra hacer más sencillo y seguro el mantenimiento de estas instalaciones para los operarios de las mismas.

Este nuevo sistema, con una instalación rápida y sencilla, es fuerte y resistente a la degradación del sol por rayos

ultravioleta. Cuenta con una garantía de ocho años y se puede instalar de forma horizontal en terreno plano o en terraplenes inclinados.

Su diferenciación, respecto a otros sistemas, según explica la Product&Solution Manager de Projar, Ana Llopis, "radica en la gran resistencia a los desgarros ya que al no estar tejida y junto con el tratamiento térmico, aunque se corte, no se deshila, además cuenta con una excelente permeabilidad al agua, que permite el paso de agua de lluvia de forma natural y evita acumulación de presión hidrostática". Junto a estas dos características, otra de sus diferenciaciones es "la permeabilidad al vapor de agua y al aire, que evita la condensación debajo del tejido, y su color verde oscuro para integrarse en el paisaje", subraya Ana Llopis. ●

Previene la aparición de plantas invasivas sin productos fitosanitarios ni cobertura, reforzando la seguridad de los operarios en las tareas de mantenimiento de estas zonas



Tendencias del sector de ferretería y bricolaje 2019

El sector de la ferretería y bricolaje lleva tres años creciendo, acumulando más del 5% anual. Actualmente, el consumidor concibe a su hogar como su templo, que lo ha hecho suyo a lo largo del tiempo, adecuándolo a sus gustos y a lo que les representa. Por ello, cualquier cambio se percibe como importante y se traslada al proceso de compra y ejecución del proyecto, significando una oportunidad para un sector con elevado crossselling entre las categorías con alta penetración como ferretería, electricidad y adhesivos.

A continuación, analizamos tres tendencias que van a marcar el futuro y, en consecuencia, el desarrollo del sector de la ferretería y el bricolaje:

Consolidación del DIY

Según AECOC ShopperView el com-

portamiento de compra del shopper es esperanzador: el 82% ha comprado algún producto del sector en los último 6 meses, mientras que en el 68% de los hogares se ha hecho o tienen pensado hacer alguna reforma.

Juan Carlos Morata, director de operaciones comerciales en Leroy Merlin, destacó que el mercado del acondicionamiento y la mejora del hogar es de lo máspreciado para el consumidor. Un reto para el sector DIY al que se le presenta la oportunidad de ofrecer una amplia gama de productos, soluciones y servicio para satisfacer sus necesidades.

Smarthome como oportunidad

Actualmente, tal y como señaló Ignacio López, Business Unit Director en Consumer Choices GFK, los productos relacionados con el smarthome repre-

sentan una gran oportunidad. Además, el pequeño aparato electrodoméstico (PAE) crece sólidamente: un 7% en valor y un 5,6% en volumen.

Canal online y offline

El gran reto al que se enfrenta el sector de ferretería y bricolaje está en combinar el canal online y offline. Para ello, Venancio Alberca, Presidente en COFAN, apunta que es indispensable trazar estrategias de colaboración con ferreteros que actúan como prescriptores de compras que se acaban produciendo por el canal online.

En definitiva, tendencias esperanzadoras para un sector con una potencialidad de mercado enorme donde la omnicanalidad es obligada, y los PAE y Smarthome representan las dos grandes oportunidades de negocio. ●

Fuente: AECOC



MARC DARO,
experto en ferretería y bricolaje

Ideas clave del Congreso AECOC de Ferretería y Bricolaje 2019



LLEVAMOS YA UN PAR DE AÑOS CON UNOS RELEVANTES CONGRESOS DE LA AECOC,

Asociación multisectorial de profesionales de la industria y la distribución, que engloba a empresas de ferretería y el bricolaje, entre otras. Se trata de un encuentro que trae a la palestra temas de interés para los profesionales del sector. En especial, en esta 21ª edición, celebrada el pasado mes de marzo, cabe destacar la mayor participación de fabricantes y comercializadores, con una presencia mucho mayor de los primeros. Y, si hablamos de asignatura pendiente para el encuentro que se celebrará en 2020, esta será la de atraer a muchos más puntos de venta. De todas formas, si se ha de felicitar a los organizadores sería, en especial, por haber conseguido un considerable aumento de presencia global, así como del nivel de los ponentes.

Cabe destacar la conferencia del escritor Alex Rovira, que invitó a los ferreteros a plantearse muchas cuestiones y a apostar por la creatividad para diferenciarse y no verse ahogados por los competidores, en un entorno que crece exponencialmente. Su ponencia resultó muy activa, llena de energía, poniendo encima de la mesa conceptos de futuro que tienen tanto de nuevo como de lógico. Ideas como "por qué no podrían

dar las ferreterías dinero en metálico a los clientes", cosa que ya ocurre con algunas aplicaciones en gasolineras. O bien esta otra sugerencia tan simple, pero tan difícil de ver, por desgracia: "¿Y si tuviéramos el escaparate más bonito de la zona, del barrio, adaptado a la estacionalidad del momento?". La idea refleja la realidad de miles de escaparates que podemos ver en las calles de nuestros barrios y ciudades, inmóviles, sin alma, con cajas amarillentas de hace siglos, dando así una pobre imagen. Palabras como "es un palo tener que hacerlo", "no tengo tiempo" o "no sirve para nada" son una constante que los profesionales del sector no dejamos de escuchar. Asimismo, tal y como señalaba Alex Rovira, adolecemos de "una flexibilidad en la oferta". Ello "nos daría una agilidad aún mayor".

"No esperes resultados diferentes si siempre haces lo mismo", decía Einstein... sabias palabras, como estas de Steve Jobs: "Muchas veces la gente no sabe lo que quiere hasta que se le enseña". Además de la flexibilidad de la oferta, la gestión de valor y el mayor alcance de nicho, otras de las competencias que destacó Alex Rovira son la "adaptación a la estacionalidad; universo digital; presencia y aprovechamiento de redes sociales; capacidad en opera-

ciones big data, CRM y gestión del valor, así como la intercooperación y la capacidad de diálogo con los clientes".

Gran aceptación entre los asistentes consiguió también la exposición centrada en el branding de Andy Stalman, considerado como "Mr. Branding" en varios países. Gracias a su magnética personalidad este experto se ha posicionado en puestos de liderazgo desde su juventud. Su idea principal es "construir marcas que unan a las personas". Según Stalman, nueve de cada diez marcas "podrían desaparecer y el consumidor no lo percibiría". Asimismo, puso de relieve la máxima de que "el branding es la diferencia entre ser reconocido o pasar inadvertido". Se trata de "uno de los procesos para humanizar las marcas". Y añadió que "una marca es lo que la gente dice siente o piensa sobre los productos, servicios y compañías". Si estos no son creíbles, si las marcas no son humanas, nada es importante, nada es necesario.

Por otra parte, cabe destacar que el imperativo que marca el mercado actual es conocer el camino que busca establecer sinergias entre tiendas digitales y tiendas físicas. La revolución tecnológica podría hacer pensar que el comercio físico tiene los días contados y la desaparición de las tiendas físicas es solo cuestión de un pequeño plazo de tiempo, pero la realidad es que la experiencia de compra en la tienda cuenta ahora más que nunca. Es un hecho que las empresas digitales abren cada día un mayor número de puntos de venta físicos. Y es que el consumidor de hoy en día desea tener una experiencia de compra completa. Existen unos límites inherentes en la experiencia del comercio electrónico. El comprador actual no quiere dejar de ver, tocar y sentir los productos y hacerlo en compañía. Sólo una tienda puede proporcionar esta experiencia completa". ●

Julián Gómez y Fernando Cuesta,

especialistas en herramientas y maquinaria de jardín de Bauhaus



La andadura de Bauhaus comienza en 1960 con una idea que parece haberse convertido en una historia de éxito: “todo bajo un mismo techo”. Especializada en productos para la casa, el taller y el jardín, esta compañía ofrece más de 120.000 productos especializados en distribuidos en 16 secciones, algunas de ellas de gran interés para el sector, como el Citygarden, un área para el jardín y exteriores con más de 15.000 productos. Las marcas reconocidas juegan un papel destacado en su lineal, pero también ofrecen marcas propias para abarcar las necesidades de un amplio rango de clientes.

Julián Gómez y Fernando Cuesta, especialistas en herramientas y maquinaria de jardín de Bauhaus nos hablan en esta entrevista sobre tendencias del mercado y evolución de la demanda de la maquinaria para el cuidado de los espacios verdes.

¿Cómo es hoy en día la maquinaria de jardín? ¿Qué objetivos la definirían?

Hoy en día existe una gama muy amplia dentro de cada segmento de

maquinaria de jardín, adaptada a cada uso específico. Cabe destacar, que la maquinaria de jardín actual se fabrica con materiales que las hacen más ligeras y sencillas para el manejo de todo tipo de usuarios. Los objetivos principales son disponer de la maquinaria adecuada para cada época del año y facilitar las tareas de trabajo.

¿Cuál es su perfil de cliente más habitual?

El perfil de cliente con el que trabajamos es de edad media, con un poder adquisitivo medio-alto, que busca máquinas de calidad para un uso doméstico.

¿Qué países podría destacar como mejores fabricantes y qué lugar ocupa nuestro país?

Los países que más destacan en cuanto al desarrollo de producto son Alemania y Suecia, ya que tienen marcas de importante prestigio mundial.

Nuestro país destaca en este sector por la importación y distribución, un segmento de negocio que ocupa un puesto importante en el sector de bricolaje.

¿Con qué tipo de maquinaria se puede contar hoy en día para el mantenimiento del jardín, que no estaba a nuestro alcance hace tan solo una década?

Hace una década la maquinaria de jardín era menos asequible para los usuarios particulares. Ahora las cosas han cambiado y han aparecido nuevas máquinas, como las multiherramientas 4 en 1, que te permiten realizar varias tareas en el jardín con una sola máquina, o los robots cortacésped, que hasta puedes controlar algunos modelos a través de una app instalada en la tablet o teléfono móvil. Estas aplicaciones también pueden programar los ciclos de riego más convenientes para nuestras plantas.

También la innovación ha ayudado a reducir la contaminación a través de los motores cuatro tiempos en desbrozadoras y sopladores al estar exentos de aceite en su combustión, emitiendo menos CO₂.

¿En qué medida el cliente se informa antes de tomar la decisión de compra hoy en día?



“La autonomía y el precio es la barrera que separa el cable de la batería. Pero esta barrera se hace cada vez más estrecha”

El cliente que acude a nuestras tiendas suele venir informado sobre los costes y servicios del producto que considera que le puede interesar más. Aun así, en muchas ocasiones solicitan consejos y en Bauhaus ofrecemos un asesoramiento personalizado para ofrecer a cada cliente la solución más adecuada a sus necesidades.

¿Qué pesa más a la hora de la compra: precio o calidad?

Por supuesto la calidad, siempre y cuando el precio final sea ajustado. El cliente valora servicios como un buen asesoramiento profesional por parte de expertos que puedan identificar sus necesidades, la garantía (cinco años en Bauhaus) y un buen servicio postventa que le pueda solucionar posibles incidencias. Todos estos son factores decisivos para repetir la experiencia de compra.

¿Cómo está funcionando su servicio “Click&Collect”? ¿En qué consiste fundamentalmente?

El servicio Click&Collect de Bauhaus ha aumentado considerablemente la satisfacción del cliente, ya que permite al consumidor ahorrar tiempo en su experiencia de compra. Este consiste en poder reservar los productos que quiere comprar a través de nuestra tienda online y tenerlos disponibles en menos de tres horas en la tienda física seleccionada.

¿Qué evolución viene teniendo la demanda de maquinaria eléctrica o batería así como de robots?

El cliente tenía cubiertas con la maquinaria a gasolina todas las necesidades, pero debido al mantenimiento y el uso que requiere este tipo de maquinaria, la elección de las máquinas eléctricas ha ido en aumento, ya que

no precisan de arranque y tienen un mantenimiento mínimo. Eso sí, el cable limita su uso en distancia y lugar.

Cada vez es mayor la demanda de maquinaria a batería. La autonomía y el precio es la barrera que separa el cable de la batería. Pero esta barrera se hace cada vez más estrecha, entre otras cosas, gracias a la opción de una única batería adaptable a varias herramientas y con rendimientos comparables a máquinas de gasolina.

En el segmento de los robots cortacésped se espera un gran salto en ventas, ya que empiezan a ser muy asequibles, con equipos de menos de 400 euros y con capacidad de hasta 600 m².

¿Cuál cree que será el futuro de la maquinaria de mantenimiento de jardín? ¿Qué tipo de maquinaria dominará el mercado?

La tendencia del mercado marca que la venta se dirige hacia la maquinaria a batería, ya que son productos de un mínimo mantenimiento, autónomos, ligeros, silenciosos y respetuosos con el medio ambiente.

Por eso, esta temporada, Bauhaus ha lanzado la nueva gama Powerworks, máquinas de 24, 48 y 60 V. ●

Honda

La versión mejorada del cortacésped Honda HRX476VYE incorpora un nuevo motor con mayor eficiencia y arranque fácil, así como prestaciones para mejorar su usabilidad.

Los nuevos motores de 4 tiempos, que superan la estricta normativa EURO V, proporcionan una potencia y un par óptimos. Su proceso de combustión mejorado ofrece gran eficiencia de combustible, reduciendo el impacto ambiental y los costes de funcionamiento. Arranque fácil, incluso después del almacenamiento en invierno.

El cortacésped de 47 cm de ancho de corte disfruta del nuevo motor Honda GCV170 que reemplaza el anterior GCV160, y equipa la transmisión Select Drive exclusiva de Honda, que permite fijar una velocidad constante mientras se corta el césped.

www.honda.es



Echo

La marca presenta un nuevo modelo de la exclusiva X-Series, el PB2620.

Un soplador de mano profesional de gran rendimiento, gracias a su potente motor de 25.4cc. Destaca por su productividad, confort, innovación y durabilidad.

Los controles del soplador están estratégicamente agrupados, siendo de fácil acceso y cómodo manejo. La puesta en marcha tanto en frío como en caliente es muy efectiva. El sistema Cruise Control incorpora un acelerador que permite fijar la potencia para un uso fácil y confortable. Al mismo tiempo, la ubicación del arrancador a la derecha, con la máquina en orden de funcionamiento, la hace más ergonómica.

www.echo-es.es

Stihl

Nueva motosierra de poda de batería Stihl MSA 161 T, recomendada para el mantenimiento de la arboleda en entornos urbanos y zonas públicas. Reducido nivel sonoro. Permite un corte suave y limpio.

Con óptimo rendimiento para cubrir las necesidades del profesional, velocidad de cadena de hasta 16 m/s y nueva empuñadura con destacados elementos de seguridad.

www.stihl.es



Toro

Nuevo cortacésped 560C Rec Full Equip de Toro. Con un ancho de corte de 55 cm y tecnología Powerreverse, un sistema de tracción que permite que el cortacésped funcione tanto hacia delante como marcha atrás.

Se adapta al ritmo de siega del usuario, gracias a la tecnología Automatic y garantiza al trabajador un corte sin vibraciones en el manillar gracias a la tecnología IsoFlexTM.

Con sistema de almacenamiento SmartStow y sistema Recycler 3x1 on demand, para el ahorro de tiempo y fertilizante.

www.riversa.es



Ilaga

Nueva desbrozadora 4x4 modelo CMX227 HYCIS (ahora con nueva configuración de fábrica, con asiento confort y volante extensible de serie) de la firma japonesa Canycom.

Con motor Yamaha EH65 de gasolina de 22 cv – 16'4 kw y sistema de arranque eléctrico. Presenta cuatro ruedas motrices, transmisión hidrostática, 97'5 cm de ancho de trabajo (altura de corte fácilmente regulable 0 a 15 cm, en 21 intervalos), sistema de desbroce mediante dos cuchillas (retráctiles y reversibles, fáciles de sustituir sin necesidad de herramientas), radio de giro de 1.8 m, grado de inclinación soportado hasta 25° (grado de estabilidad izquierda y derecha 30°). Rendimiento de hasta 7.300 m²/h.

Máquina muy rápida (hasta 13'8 km/h y 7'7 km/h desbrozando). Permite desbrozar sobre todo tipo de desniveles, con gran capacidad de ascenso y estabilidad.

www.ilaga.es



Antonio Carraro

Tractor Tigre 4000 rígido isodiamétrico y mecánico de 31 CV con motor Yanmar de 3 cilindros (par máx. a 1700 r/min). Iguala, a escala reducida, todas las características de los tractores AC de gama alta.

Con bastidor oscilante ACTIO, baricentro bajo y el despeje al suelo (275 mm), lo que permite trabajar incluso en terrenos accidentados.

Puesto de conducción amplio y cómodo. El capó cuenta con una amplia parrilla de acero que cubre el motor por tres de sus lados y garantiza un intercambio térmico. La apertura vertical del capó permite realizar comprobaciones prácticas y rápidas del motor.

Su defensa delantera, que ejerce de contrapeso y parachoques, tiene integrado un enganche para remolque.

Posee una toma de fuerza de 540 r/min que se sincroniza con todas las velocidades del cambio, y el elevador tiene una capacidad de hasta 850 kg.

www.antoniocarraro.com



Oleo-Mac



La gama de máquinas a batería de Oleo-Mac combinan eficiencia y rendimiento al nivel de sus homólogos de motor de gasolina.

La batería Oleo-Mac cuenta con gran cantidad de ciclos de carga, equivalentes a muchos años de uso. Es intercambiable entre máquinas compatibles.

Otorga un rendimiento constante y garantiza potencia de salida de la máquina durante toda la duración de la carga. Disponible ya el cortasetos, la desbrozadora y el soplador.

www.emak.es

Husqvarna

Desde 1995, Automower de Husqvarna se ha reinventado llegando a presentar una gama de doce modelos totalmente autónomos y más de un millón de robots cortacésped en el mercado internacional. El robot cortacésped Automower 535 AWD cuenta con tracción a las cuatro ruedas y tiene la capacidad de subir pendientes de hasta un 70%.

Funcionamiento silencioso y diseño óptimo para realizar trabajos complejos en las superficies más irregulares. Fabricado sobre una plataforma totalmente nueva, incorporando un cuerpo articulado que aumenta la seguridad y eficiencia en zonas con pendientes extremas.

www.husqvarna.es



Gardena

La gama de robots cortacésped Sileno Life de Gardena presenta seis modelos diferentes: Sileno Life 750, 1000 y 1250, y los SmartSystem Sileno Life 750, 1000 y 1250 (controlables a través de la app SmartSystem). Indicados para jardines medianos, cuenta con seguridad con código PIN y programación sencilla con su menú básico incorporado.

Intuitivo diseño de la interfaz.

La estación de carga se puede colocar en cualquier lugar y resiste a temperaturas bajas en exteriores.

Silencioso, capaz de atravesar pasillos estrechos y, con sus cuatro ruedas, es ágil en jardines bacheados. Se puede lavar con manguera.

Con sistema sensorcut.

www.gardena.es



McCulloch

La desbrozadora B33PS+ 4 en 1 de McCulloch es la novedad de su gama de desbrozadoras térmicas. Ergonómica y robusta, gracias a su eje desmontable para añadir cualquier accesorio, presenta cuatro tipos de corte distintos: disco, cortasetos, hilo y sierra.

Ofrece un reparto de peso que garantiza un buen equilibrio durante el trabajo de jardín. Cuenta con un arranque suave Soft Star y un protector combinado, así como con el sistema Tap 'n' Go, que permite un fácil acceso al filtro de aire sin tener que usar herramientas externas. Viene acompañada de un arnés simple que facilita su uso. Ligereza, potencia y manejable, gracias a su empuñadura Delta.

www.mcculloch.es





IBERFLORA

FERIA INTERNACIONAL DE PLANTA Y FLOR,
PAISAJISMO, TECNOLOGÍA Y BRICOJARDÍN



Pasión por el verde

1-3 OCTUBRE 2019

Opinan los profesionales del sector

“Por nuestra propia experiencia en Suministros Ilaga, vemos que la demanda de equipos desbrozadores (sobre todo autoportantes, tipo Canycom) está en auge, ganando terreno también estos mismos equipos en su versión de control por radio control. Dentro de esta categoría, parece que lo que el profesional valora más es tanto el alto rendimiento del modelo que vaya a adquirir como su tamaño (cuanto más compacto mejor) para acceder a más (y más complicadas) zonas de trabajo, sin olvidar la sencillez que la marca fabricante le otorgue a sus máquinas en cuanto a facilidad tanto de uso como de mantenimiento”.

Gustavo Johansson, director de Suministros Ilaga

“La perspectiva de crecimiento es muy buena, pese a la climatología adversa y la incertidumbre económica y política. La tendencia del sector nos empuja a diseñar máquinas respetuosas con el medio ambiente y el entorno, con un mantenimiento y funcionamiento tan sencillo como sea posible. El reto de todo el grupo EMAK para este año es transmitir, al consumidor final, la gran calidad y comodidad de nuestra completa gama de máquinas a batería, pues las entendemos como las herramientas del futuro: perfectas para todo tipo de trabajos en el jardín, respetuosas con el medio, limpias, seguras y absolutamente fiables.

Sergio Rojo Rosingana, responsable de Marketing de Emak Suministros España

“Nos encontramos en un punto de inflexión entre el uso habitual de maquinaria tradicional (gasolina, eléctrica y batería) y los nuevos sistemas de digitalización integrados o anexados a las máquinas. Los nuevos productos inteligentes sirven al usuario final para tener más tiempo libre, sin que sus máquinas dejen de estar operativas. Pueden controlar los tiempos de trabajo, cambiar la actividad prevista en máquinas como el robot cortacésped iMow, o saber cuándo tienen que pasar el mantenimiento en el distribuidor especializado Stihl. Todo esto, cómodamente, desde un smartphone o tablet, gracias a sencillas e intuitivas aplicaciones.

La relación con nuestros distribuidores especializados también cambia, ahora están mucho más conectados con nuestros clientes ofreciéndoles un servicio más eficiente y cercano. Con estas nuevas herramientas, el cliente está más satisfecho y puede saber en qué punto del proceso de mantenimiento o reparación se encuentran sus máquinas. En definitiva, es una vía permanente de comunicación a tiempo real”.

Enrique Alonso, jefe de producto Stihl

“El mercado de la pequeña maquinaria de jardinería se enfrenta a grandes retos, como cualquier otro sector, porque el futuro es muy complejo y cambia muy rápidamente. En este complicado entorno, hay que prestar atención a dos aspectos claves ahora mismo: la electrificación del mercado y la nueva normativa EURO V, que regula las emisiones de los motores de combustión interna instalados en máquinas móviles que no sean de carretera.

En cuanto a la electrificación del mercado, hay una voluntad clara en apostar por esta fuente de energía, aunque no deje de ser una paradoja (el origen de la electricidad en nuestro país todavía son los combustibles fósiles en gran parte, ¡incluso el carbón!). Es un segmento que hay que seguir de cerca y en el que las marcas deberán esforzarse en aportar un valor añadido que les diferencie del producto de menor precio, aportando productos y servicios de valor y cumpliendo con su responsabilidad social corporativa. En este sentido, Honda, por ejemplo, acaba de presentar en Bauma 2019 (Munich) su primer “Power Pack” de batería con la calidad profesional de la reconocida gama GX, para equipar maquinaria profesional de jardinería y construcción. Pero este cambio a la electrificación no será tan rápido. Mientras, los motores de explosión se enfrentarán a normativas cada vez más exigentes, como por ejemplo la nueva EURO V, en vigor desde el 1 de enero de este año. Se trata de una nueva directiva que reduce drásticamente los niveles de emisiones de HC y NOX (hidrocarburos y óxidos de nitrógeno), así como las emisiones de partículas de los motores diésel.

Se trata de un gran reto al que se enfrentan todos los fabricantes mundiales de motores de explosión. Para poder cumplir con los estrictos requisitos de esta nueva legislación, los fabricantes deben realizar muchos cambios en la construcción de los motores, obligándoles a llevar a cabo importantes inversiones en recursos de ingeniería y producción. No todos los fabricantes están en disposición de asumir este reto con éxito, por lo que es importante optar siempre por marcas reconocidas, solventes y con gran prestigio”.

Sònia Manzano Pecanins, responsable del departamento de Marketing y Comunicación de Greens Power Products, Phil Nobel

“Actualmente los profesionales buscan sistemas de mantenimiento que les ayuden a conseguir sus objetivos de sostenibilidad, sin descuidar la calidad de sus trabajos. Buscan productos que contribuyan a la salud de la ciudad mediante la reducción del ruido y de las emisiones de dióxido de carbono. Por ello, sin ninguna duda, la maquinaria a batería se está imponiendo en los mantenimientos, ya que aportan al profesional numerosos beneficios. Un ejemplo de ello es el Automower de Husqvarna. Este robot cortacésped mejora la gestión y reduce el coste al proporcionar un método automatizado y sostenible para el mantenimiento del césped. Nuestra gama Profesional, le ayudará a administrar sus áreas públicas de manera eficiente y segura, pudiendo generar una flota de trabajo gracias a nuestro sistema Fleet Services.

Desde Husqvarna estamos trabajando en un nuevo concepto de corte del césped y nuestros robots Automower no solo garantizan unos resultados excelentes, también son sinónimo de sostenibilidad, seguridad y rentabilidad”.

Nanda Roca, Marketing Coordinator Husqvarna Spain&Portugal

“Los productos más demandados comienzan a ser los que integran tecnología de batería, sobre todo, debido a nuevas normativas sobre los motores térmicos que están apareciendo. Aunque todavía están en pleno desarrollo para el aumento de la autonomía y la reducción de peso, poco a poco estas gamas se están haciendo con una parte importante del mercado. Cabe destacar el caso de los robots cortacésped, que tienen los crecimientos más altos dentro de las gamas de maquinaria, principalmente en el mercado del retail.

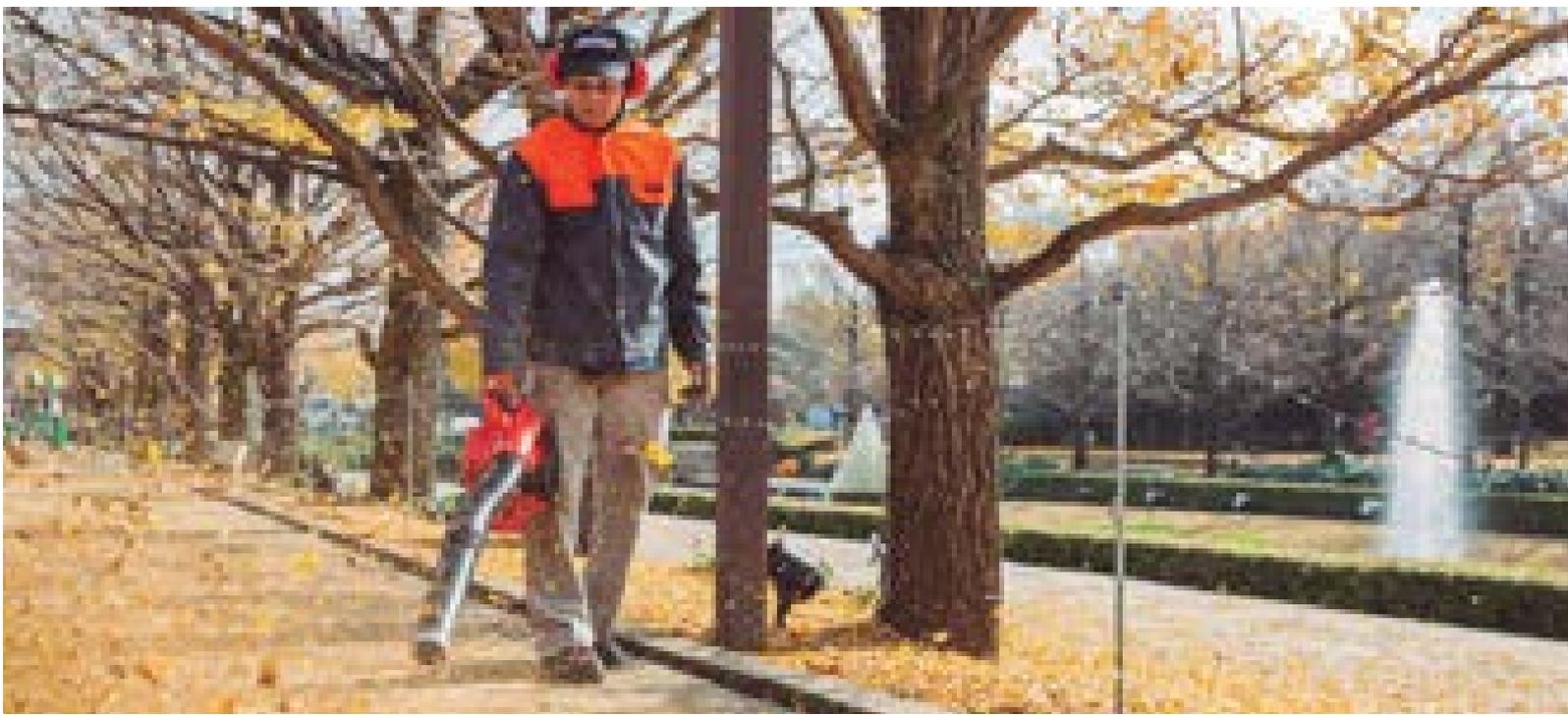
Así, la evolución de la maquinaria para los espacios está en un periodo de transición de la maquinaria de motores térmicos a modelos de batería. Los fabricantes apuestan cada vez más por estos desarrollos. Esto se ve sobre todo por las novedades que se lanzan al mercado anualmente, siempre enfocadas a este tipo de gamas. Nos encontramos en ese momento de transición, aunque dependiendo del país, está yendo más rápido o más lento. Todavía seguimos pendientes de cómo evolucionará en un futuro próximo, pero la mayoría de las inversiones están enfocadas en dicha gama”.

José Luis Velasco, Product manager de Gardena y McCulloch

“El consumidor, ya sea particular o profesional, tiene claro que elige aquella maquinaria que le hace más fácil la tarea a realizar, es decir, maquinaria productiva, que pueda hacer su trabajo en menos tiempo o, lo que es lo mismo, realizar más trabajo durante la jornada laboral. Además, año tras año, vemos como nuestros clientes aprecian aquellos productos que llevan implícitos una clara conciencia medioambiental, que son respetuosos con nuestro entorno: cortacéspedes y segadoras con menores emisiones, con tecnologías que ayudan al césped a mantenerse más sano y a crecer con las raíces más fuertes.

El sector sigue evolucionando hacia encontrar nuevas vías de incrementar la productividad de la maquinaria y, al mismo tiempo, garantizar su compromiso medioambiental. En este sentido, se están haciendo avances considerables en la maquinaria a batería (en pequeño formato, sobre todo) aunque en sectores muy específicos, como el de golf, se han alcanzado avances realmente notables en maquinarias helicoidales. En estos momentos existen oportunidades muy significativas en este sentido”.

Vicente de Dios, jefe de Ventas División Maquinaria Áreas Verdes Riversa



THE ROOM STUDIO PRESENTA ESPACIOS EXTERIORES CON ALMA

El estudio de interiorismo y arquitectura The Room Studio, liderado por Meritxell Ribé y Josep Puigdomènech, presenta distintos estilos de espacios exteriores adaptados a cada contexto.

Muntaner

Una acogedora terraza en medio de la gran ciudad. Un lugar íntimo y cálido gracias a la presencia de materiales nobles como la madera o el ratán y una gama cromática neutra con tejidos ligeros. La discreta luminaria en el suelo y la elección de mobiliario sobrio y funcional favorecen la creación de este espacio íntimo y personal. La nota salvaje y de color la aporta la selección de plantas robustas y de hoja grande.



Ático Rambla de Cataluña

Una terraza ecléctica en un ático modernista de gran personalidad. El comedor traslúcido y recogido se ha creado para todo el año y permite disfrutar de las vistas privilegiadas a la ciudad de Barcelona. Se combina interior y exterior, empleando plantas bajas y secas siguiendo la misma línea del edificio. La madera envejecida, combinada con materiales nobles y sobrios son el hilo conductor de este diálogo ecléctico. La racionalización del mobiliario y la utilización de colores oscuros, son una prolongación de la gama cromática terrenal que se funde con el entorno.

Putxet

Una estructura de hierro hace de soporte al cáñamo natural formando una pérgola bajo la que se ha ubicado este comedor de verano, perfecto para las largas tardes de calor. El protagonismo en este espacio lo tiene la vegetación, los colores tierra y el mobiliario atemporal. Destacan también los textiles y accesorios mediterráneos que aportan armonía cromática y estética. Un patio perfecto en el que se han preservado algunos elementos originales de la casa. ●



Jardineros

www.jardineroshoy.es



● PAISAJISMO

Arboretum, la naturaleza al servicio de la comunidad y de los más pequeños

● ENTREVISTA

Manel Montaña Salmerón,
director general de Afepasa

● EVENTO

Jornadas Técnicas AEFAtch.
Innovando en la nutrición
vegetal

● FERIAS

Fruit Attraction potencia el
sector de productos frescos
orgánicos con su espacio

● INFORME

Presente y futuro del sector
agrícola español

● EL RINCÓN DE FERNANDO POZUELO

Jardines naturales: claridad y
sencillez en el espacio



JOHN DEERE CELEBRA UN NUEVO HITO EN SU FÁBRICA DE TENNESSEE

John Deere ha alcanzado un nuevo hito con motivo de la fabricación de su unidad número 5 millones en minitractores para jardinería, elaborado en la planta de Greeneville, Tennessee.

En sus orígenes, fue fundada como una pequeña fábrica satélite, pero en la actualidad, Greeneville se ha convertido en la instalación de mayor volumen para John Deere, y es responsable de la fabricación de muchos de los icónicos cortacéspedes que vende la marca. La instalación se consolidó en 1988 y celebró su trigésimo aniversario en julio del año pasado.

“La producción de la máquina número cinco millones es un importante hito para el equipo de Greeneville, para John Deere y, también, para nuestros clientes más fieles”, ha dicho el gerente de la fábrica, Jeff Hollett. “Estamos muy orgullosos del legado que hemos construido aquí, en Tennessee. Y saber que hemos construido cinco millones de máquinas es algo de lo que estamos realmente orgullosos”.

En la actualidad, la planta fabrica los pequeños modelos John Deere de la serie 100, algunos de los cuales están equipados con el galardonado sistema de cambio de aceite Easy Change en treinta segundos, así como el tractor para césped S240 y las segadoras de giro cero de las series Z300 y Z500 de Z300.

“Alcanzar la producción de cinco millones de unidades, pone en valor el trabajo que se desempeña aquí a diario”, ha dicho Hollett. “Es más que fabricar máquinas para ayudar a las personas a cuidar su césped. Se trata de nuestro compromiso inquebrantable con la calidad y la integridad. Esta es la única fórmula para alcanzar este hito, que es un testimonio del éxito a largo plazo de John Deere Greeneville”. ●



KUBOTA IMPULSA SU NEGOCIO DE TRACTORES DE GRAN POTENCIA EN NORTEAMÉRICA

Kubota ha anunciado su decisión de usar las capacidades de desarrollo y producción de Buhler Industries Inc. (Sede: Winnipeg, Manitoba, Canadá; presidente: Marat Nogerov; en adelante denominada “Buhler”) para fabricar una nueva serie de tractores.

Buhler tiene un reconocido historial en diseño, fabricación y distribución de grandes tractores en Norteamérica. Con este acuerdo, Kubota pretende mejorar los plazos de desarrollo y optimizar las especificaciones del producto para cumplir con los requisitos de los mercados locales.

Esta nueva colaboración permitirá a Kubota incorporar tractores con mayor potencia respecto a la que tiene actualmente,



hasta 170 CV, para impulsar su división de grandes tractores en el mercado norteamericano.

Estos nuevos grandes tractores se han personalizado exclusivamente para Kubota aprovechando los conocimientos técnicos de la compañía para facilitar un diseño operativo y funcional. Los tractores se comercializarán en Estados Unidos y Canadá durante la segunda mitad de 2019, en el marco de la estrategia de Kubota para introducirse en el mercado de grandes tractores en Norteamérica. ●

SMART BUILDING


+9.000
VISITANTES
PROFESIONALES


+200
EXPOSITORES


+380
SPEAKERS


4
AUDITORIOS


6
VERTICALES

CONGRESO NACIONAL DE ARQUITECTURA AVANZADA Y CONSTRUCCIÓN 4.0

Offsite | Eficiencia Energética | Domótica | Smart-Lighting | ConTech | Nanotecnología | LEED Urban Outdoors | Living Spaces | BIM | Buildtech | Interiorismo | Nuevos Materiales | Proptech IoT | Madera | CLT | Diseño Wellbeing | BAM | 3D | Digital | Inteligencia Artificial | VR/AR Blockchain | Economía Circular | Estrategia | Passivhaus | Sostenibilidad

SECTORES DEL SHOWROOM


COCINA & CO


PLANETA BAÑO


SUELOS Y SUPERFICIES


INSTAL PRO


OUTDOORS


EFICIENCIA ENERGÉTICA


SERVICIOS


HOME CLOSING


STUDIO INTERIORS


CONSTRUCCIÓN DIGITAL

NEW HOLLAND CELEBRA SU CONVENCIÓN ANUAL DE CONCESIONARIOS EN CÓRDOBA

Córdoba ha sido el lugar elegido por la marca de maquinaria agrícola New Holland para llevar a cabo su convención anual de concesionarios oficiales de la marca.

El pistoletazo de salida se dio con la reunión que se celebró en el Palacio de Congresos de Córdoba, donde Riccardo Angelini, director general de New Holland España, habló sobre los retos de este año y las líneas estratégicas a seguir por parte de la marca. A dicho acto también acudió como invitado de honor Cesar Lumbreras Luengo, director del programa radiofónico *Agropopular*, el cual intervino en la misma dando su aporte periodístico a la reunión, mostrando, a modo de coloquio, junto con los responsables de cada departamento, la visión que se tiene a día de hoy

del negocio agrícola y la tendencia a la profesionalización de las redes de distribución. Acabada la reunión todos los participantes se dirigieron al Castillo de Almodóvar del Río para dar fin a esa primera jornada con una cena de gala.

El segundo día comenzó con el I Foro New Holland-Grandes Empresas Agroalimentarias, encuentro organizado por la marca con cuatro empresas referentes a nivel nacional del sector ganadero, cerealista, vinícola, hortofrutícola y olivarero, para dar su valor y opinión de donde se encuentra el sector agrícola y hacia dónde se dirige. Fue Alessandro Maritano, vicepresidente New



Holland, el encargado de participar y comentar todos los aspectos relacionados con la situación de la marca a nivel global.

Posteriormente se asistió a un espectáculo ecuestre en las Caballerizas Reales, pertenecientes al Ayuntamiento de Córdoba, para dar por concluido este evento con una visita guiada a la Mezquita de Córdoba ●

JOSÉ SOUTO, GANADOR DE LA PRIMERA EDICIÓN DE LOS PREMIOS XARDÍN GALEGO

El paisajista José Souto ha sido el ganador de la primera edición de los premios Xardín Galego, un galardón puesto en marcha por la Asociación de Cultivos del bajo Miño (acuBam) y la

Asociación Gallega de Empresa de Jardinería (Agaexar) para reconocer y difundir actuaciones ejemplares en trabajos de jardinería pública y privada realizados por empresas y autónomos de Galicia.

“Para mí es una honra ganar este concurso. Mi estilo es el jardín inglés y sin esos productos que me acerca el Baixo Miño no tendría la evolución que tuvo mi trabajo en este tiempo, ha señalado José Souto.

Sven Dieter, paisajista alemán residente en Galicia desde hace 20 años, fue el ganador del segundo premio de este certamen con una terraza hecha en Lugo para una empresa que tenía “un espacio que no se utilizaba para nada y que querían convertir en una entidad verde dentro de la empre-

sa para uso de trabajadores y trabajadoras, sostenible en el tiempo y con un mantenimiento casi autónomo”. “Esperamos que esta primera edición sea el comienzo de muchas más”, aseguró Óscar Vaquero, miembro de acuBam, durante la entrega de los premios de la 16ª Muestra de Cultivos del bajo Miño, organizada de forma conjunta por acuBam y el Ayuntamiento de Tomiño. Durante el acto, Víctor Pérez, presidente de Agaexar, presentó la segunda edición de los premios, en los que de nuevo se valorarán los trabajos que den prioridad al uso de material vegetal frente a materiales inertes, en los que tenga preferencia el material vegetal producido en Galicia y criterios de sostenibilidad aplicados a la obra, así como el diseño, creatividad, originalidad o composición vegetal, combinación de especies, textura y color. ●



¿NECESITAS POSICIONAR TUS PRODUCTOS EN EL MERCADO INTERNACIONAL?



industrystock.es

DISPONIBLE EN 16 IDIOMAS

CON INDUSTRYSTOCK AHORA ES POSIBLE

ACCELERAR TUS VENTAS
VENDER TUS PRODUCTOS
EN INTERNET
CONSEGUIR MEJOR VISIBILIDAD
EN GOOGLE
COMERCIALIZAR EN EL
MERCADO INTERNACIONAL
GENERAR LEADS CUALIFICADOS



708

€/anual
sin iva.

¡HAZ QUE TU NEGOCIO CREZCA!

REGISTRA TU EMPRESA EN  **industrystock.es**

INNOVANDO EN LA NUTRICIÓN VEGETAL



De izda. a dcha.: Camino García Martínez de Morentín, directora de relaciones institucionales y comunicación de AEFA; Noelia Vera, de Seipasa; Estefanía Hinarejos, de Mathex; Esther Debón, de Syntech Research; Juanjo Serra, de LIDA Plant Research; Ángela Varó, de Green Universe y Juan Carlos Pérez Montero, director técnico de CAAE.

El salón de actos del Instituto de Ingeniería de España (IIES), AEFA ha desarrollado con gran éxito de asistencia su III Jornada Técnica AEFA-tech bajo el título de “Aplicación de la normativa sobre agronutrición en España y Europa”. Más de cien asistentes, asociados de AEFA y profesionales reconocidos del sector, respaldan el interés

por estar al día de las novedades en normativa de agronutrientes.

La apertura de la Jornada la llevó a cabo el presidente de AEFA, Victorino Martínez, acompañado por la directora de Relaciones Institucionales y Comunicación de la asociación, Camino García. Durante su intervención reivindicó la necesidad de “una normativa justa que

regule adecuadamente el sector de los fertilizantes y bioestimulantes”.

Ángela Varo, de Green Universe, y Juanjo Serra, de LIDA Plant Research, presentaron las novedades del recientemente aprobado Reglamento Europeo de Fertilizantes. Desde su perspectiva como expertos en legislación de empresas fabricantes españolas dieron un amplio repaso a esta nue-



va norma que regulará el sector de los fertilizantes a nivel europeo y que entrará en vigor en 2022. Además, ambos ponentes, que también forman parte de EBIC, asociación europea con muchos intereses comunes a AEFA, desde su visión y trabajo como presidenta de la Task Force España y presidente del Grupo de Public Affairs respectivamente, presentaron las prioridades de EBIC, que realiza un importante trabajo para tratar de obtener un marco legal adecuado y abordable para los biestimulantes en Europa.

AEFA y la certificadora CAAE firmaron el año pasado un acuerdo de colaboración para trabajar conjuntamente en la expansión de las Normas UNE para insumos aplicables en agricultura ecológica y ambas formaron parte muy activa del comité técnico que ha desarrollado estas normas del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.

Pior su parte, Juan Carlos Pérez Montero, director técnico de CAAE, explicó las claves y retos para abordar el proceso de certificación de fertilizantes mediante las normas UNE 142500, UNE 315500 y UNE 66500.

Documentación exigida

María Luisa Ballesteros Jareño, consejera técnica de la SG de medios de producción agrícola, situó el marco normativo para el desarrollo y registro de productos fertilizantes a base de



microorganismos. Durante su intervención, muy esperada por nuestros asociados por las dudas que giran en torno a los ensayos de eficacia requeridos para la inscripción de estos productos, se despejaron muchas incógnitas sobre los errores más frecuentes que se está encontrando la Administración en la presentación de la documentación exigida para el correcto registro de estos fertilizantes especiales.

Para finalizar, tres ponentes con una reconocida trayectoria en el sector abordaron la problemática que están encontrando en la preparación de la documentación de los informes para la inscripción de los productos fertilizantes basados en microorganismos anteriormente presentados por el Ministerio desde tres puntos de vista diferentes: Estefanía Hinarejos, de Mathex, como consultora experta en el área de la biotecnología; Esther Debón, de

Syntech Research, especialista en la realización de ensayos oficiales reconocidos para fertilizantes y bioestimulantes; y Noelia Vera, de Seipasa y miembro de la Comisión Técnica de AEFA. Las tres expertas mostrarán la visión de las empresas fabricantes de fertilizantes, utilizando como hilo conductor sus experiencias y casos prácticos.

La Administración disculpó su participación en el coloquio por la carga de trabajo que tiene actualmente su departamento, no obstante, se mostraron muy positivos y solicitaron la posibilidad de tener acceso a un informe con las preocupaciones y problemáticas que está encontrando la industria, y ofrecieron a la Comisión Técnica de AEFA una reunión donde se puedan expresar las preocupaciones y sugerencias para la mejora en la presentación de los dossiers referidos a Microorganismos y otros productos del grupo 4.4.

Tras el turno de preguntas a todos los ponentes de la jornada y con "puntualidad inglesa", nuevamente Victorino Martínez, presidente de AEFA, dio por concluida la tercera edición de este AEFAtch haciendo un rápido repaso a los titulares de la mañana y agradeciendo otra vez a todos los participantes su asistencia.

Con la tradicional foto de familia y un vino español dónde todos los presentes pudieron comentar la jornada.

Camino García Martínez de Morentin, directora de relaciones institucionales y comunicación de AEFA ●



MANEL MONTAÑO SALMERÓN, director general de Afepasa



Utilizado desde la antigua Mesopotamia, el uso de azufres ha tenido y tiene una gran importancia en la agricultura, tanto desde el punto de la protección de cultivo como para la agronutrición. Estamos ante el cuarto elemento y su reconocimiento en la nueva reglamentación europea elevará al azufre elemental a la categoría de macronutriente, un merecido reconocimiento a sus bondades y a las necesidades que los cultivos tienen de este.

Para acercar el mundo del azufre como fertilizante agrícola, entrevistamos a Manel Montaña Salmerón, director general de Afepasa, empresa con más de 125 años de antigüedad focalizada en la producción y distribución en más de 80 países de fitosanitarios, fertilizantes y bioestimulantes en base a azufre elemental. Actualmente es la mayor planta de azufre para la agricultura de Europa y la segunda del mundo. Afepasa es miembro de AEFA desde 2018.

¿Es el azufre uno de los elementos esenciales en la agricultura?

Se trata del cuarto elemento como en muchos foros agrícolas se le conoce, de hecho, la nueva reglamentación europea, colocará el azufre elemental como macronutriente, igualándose a las normativas de otros continentes, mucho más sensibles y conocedoras de sus bondades y de las necesidades que los cultivos tienen de azufre.

De hecho, la planta necesita el mismo porcentaje en la planta de fósforo que de azufre, 0,3 – 0,5 %; sin embargo, el azufre se considera secundario (porque hasta ahora había mucha reserva en el suelo), mientras que el fósforo es primario por su baja disponibilidad.

Debemos destacar que el azufre es la mejor vía de aportación de sulfatos al suelo, ya que al transformarse en la forma asimilable también se convierte en un vehículo para nutrientes del suelo.

¿Qué características posee el azufre elemental?

La principal característica del azufre elemental es su insolubilidad en agua, que, a diferencia con los sulfatos, tiosulfatos, etc., le proporciona un aporte duradero de azufre a la planta, ya que en estos últimos casos debido a su gran solubilidad son fácilmente lixiviables y no perduran más de 6 días a disponibilidad de los cultivos.

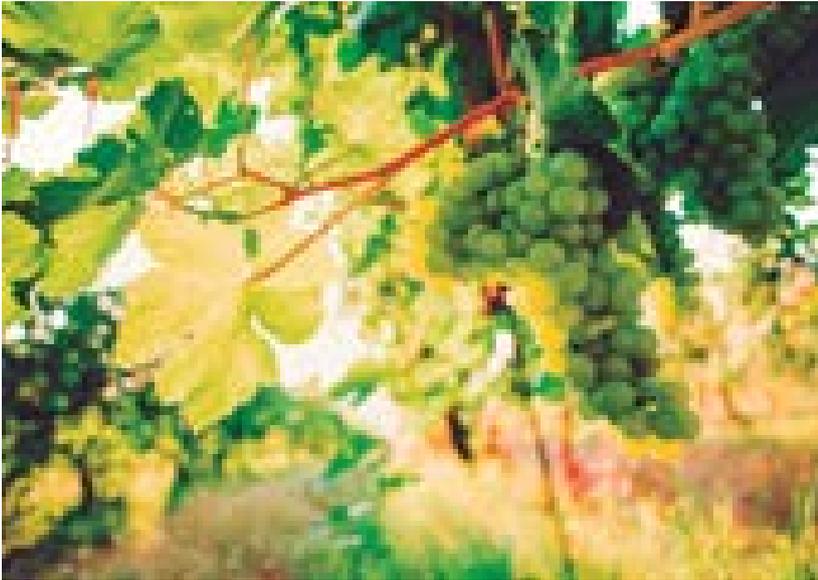
El azufre también es el constituyente de la metionina y cisteína, dos aminoácidos esenciales, implicados en multitud de bioprocesos dentro de la planta. Entre ellos cabe destacar la funcionalización de determinadas proteínas, enzimas, cofactores, etc. que están involucrados tanto a nivel estructural, como en importantes bioprocesos como la fotosíntesis o en la generación de glucógeno, tan importante en situa-

ciones de estrés para las plantas. En nuestro caso por ejemplo desarrollamos la tecnología de bioestimulación Sultech que tiene la propiedad de estimular la planta para acelerar estos enlaces pues son fracciones cristalinas de azufre.

Por otro lado, debido a la bio-transformación que tiene lugar en el suelo mediante determinados microorganismos, proceso exclusivo del azufre elemental y no de los sulfatos o tiosulfatos, se promueve una serie de equilibrios bioquímicos que contribuye a una mejor absorción de nutrientes, y a una solubilización de nutrientes inmovilizados. Esto ocurre porque, los exudados de los microorganismos favorecen el crecimiento de la microbiota del suelo, creando un entorno más vivo y óptimo para el crecimiento vegetal.

También es un acondicionador de suelos ¿Cómo actúa?

Exactamente, el azufre elemental es un regulador de suelos, contrariamente a lo que a la gente se le ha dicho. El azufre ayuda a bajar el pH del suelo pero es una bajada muy lenta y a grandes dosis, para poder bajarlo son necesarios distintas formas físicas del azufre, no se trata de poner piedras o pepitas de azufre en el suelo, pues estas no se incorporan en el suelo y no actúan. Afepasa en algunos de sus formatos logra bajadas en menos de un año entre un 0,5 a 0,7 puntos de pH sostenibles,



es decir que si mantenemos anualmente una cierta dosis esta bajada se mantiene.

Cuando se utilizan sulfatos o ácidos, los pH bajan, pero estos solo perduran unos días, aquí es una de las grandes ventajas del azufre que son realmente acondicionadores de suelos. El azufre, tras bajar a un primer impacto, el pH se estabiliza y la gráfica se vuelve de exponencial a asintótica, es decir que ya no baja nunca por debajo de 6, lo que es un dato importante pues si hablamos de suelos ácidos no debemos trabajar con sulfatos porque estos se pierden a gran velocidad, pero sí con azufre elemental porque la reacción química con el hidrogeno no tiene lugar y queda más azufre libre para oxidarse a la vez de dar poco a poco el sulfato que la planta necesita combatiendo así la lixiviación.

Otra ventaja es el “balance” o equilibrio de la conductividad del suelo. El azufre ayuda a solubilizar sales insolubles procedentes de la salinidad marina, sobre todo en zonas costeras. Pero cuando la conductividad es baja el azufre se oxida a mayor velocidad, quedando iones libres que permiten subir la conductividad.

Asimismo destaca el aumento de la riqueza microbiana del suelo, la

“microbiota”. El azufre es el principal alimento para las thiobacterias que tenemos en casi todos los suelos y los exudados de estas ayudan al desarrollo de otras muchas, creando una reacción en cadena. Un buen ejemplo de ello es cuando los agricultores más veteranos mezclaban estiércol o material orgánico con azufre para ayudar a solubilizar o a “esponjar” el suelo.

¿El agricultor debe contemplar la diferencia entre necesidades del azufre como nutriente con respecto a su uso como enmienda?

Por supuesto, el azufre se trata de una liberación lenta y programada de los iones sulfatos, esenciales para la nutrición de las plantas. Todas las plantas necesitan para su desarrollo iones sulfatos que son los encargados de captar los distintos micronutrientes y así assimilarlos, pero este es un proceso gradual y totalmente duradero, porque el azufre es insoluble en agua y aunque en primeros estadios si aplicamos directamente sulfatos, éstos funcionan durante los primeros días de vida (6 aproximadamente), pasados estos días el sulfato al ser soluble en agua se lixivia a gran velocidad, con la consiguiente necesidad de aplicar más cantidad. Es por ello que en épocas

lluviosas solo es efectivo el azufre gracias a su insolubilidad.

¿Desde cuándo se utiliza el azufre en nutrición vegetal?

Desde la antigua Mesopotamia, existen escritos del uso de azufres tanto para la protección de cultivo como para la nutrición. Ha sido una desgracia que en las últimas décadas, sobre todo aquí en Europa, algunas empresas por miedo a manejar azufre y buscar solo los beneficios, se haya erradicado de sus formulados el azufre elemental, por suerte solo ocurre en Europa y por suerte también aquí en Europa está Afe pasa con más de 125 años desarrollando y defendiendo el uso de azufre y no los sulfatos.

Hay otro punto muy importante, que se trata de la teoría de Singh y Schwan (2011), donde explicó que por cada kg de deficiencia de azufre en el suelo se perdía una potencial asimilación de 15 kg de nitrógeno, por lo que, además, nos ahorra costes en dosis de aplicación.

En la actualidad ¿Se sigue empleando igual o ha experimentado una evolución en su formulación y forma de presentación al agricultor?

Cierto, antiguamente se cogían placas de azufre procedente de vertidos de volcanes o tierras removidas ricas en ello. Los suelos con los siglos han ido empobreciéndose porque hemos ido extrayendo azufre sin reponerlo hasta llegar a la situación crítica actual.

Formulados hay muchos y basta con indagar en los catálogos de las empresas que formamos AEFA. En nuestro caso por ejemplo, los hay desde liberaciones lentas de recubrimiento de distintos NPK aprovechando la insolubilidad de azufres gruesos ideales para aplicar en abonadora totalmente libres de polvo, pero que tras su aplicación en breves días, se disgregan y vuelven a un estado de polvo de fácil asimilación en el suelo. También disponemos de

“El azufre es la mejor vía de aportación de sulfatos al suelo, ya que al transformarse en la forma asimilable, también se convierte en un vehículo para nutrientes del suelo”

formulados para ser aplicados como enmienda de azufre de acción rápida, o también de drástica activación con aditivos especiales e incluso otras mezclas líquidas que ayudan a combatir la clorosis férrica por poner una acción concreta en la planta.

El azufre huele siempre a azufre y más importante aún, es amarillo e insoluble en agua. Lo digo porque hay empresas que intentan ofrecer productos teóricamente con azufre que no son de color amarillo o son 100% solubles.

¿Cómo puede encontrar el agricultor este producto en los almacenes de suministro?

Existen numerosos formatos, tanto sólidos granulados, como en complejos en sacos de 25 kg o bigbags, en forma líquida en suspensión en garrafas, en polvo directamente y la forma polimérica, etc. El secreto es mantener siempre la estructura química del azufre y solo varía la física, así mantenemos todas las propiedades intactas.

¿Qué fuentes de aporte tiene?

El azufre está en la naturaleza. Hace algunas décadas, por desgracia también en el aire, creando lluvias ácidas al reaccionar los gases de los coches y fábricas con el agua. Hoy en día ya no existen dichas lluvias pero nadie lo aporta de nuevo al suelo. El mineral de azufre se encuentra en el suelo unido a otros minerales, no existen otros modos de generación.

¿Puede utilizarse en agricultura ecológica?

Por supuesto, es de los productos más antiguos que se conocen no

solo como fertilizante ecológico, sino como biocida y como pesticida. El azufre es 100% ecológico y natural, no se crea, no se fabrica, por ejemplo en nuestra fábrica solo se transforma su forma y se limpia, pero el azufre es tal cual como lo han sacado del suelo mezclado con otros minerales preciosos.

Es importante diferenciar entre ecológico y sostenible, cuidado con confundir o dejarse confundir con los llamados “azufres de mina o minerales”, esto es simplemente un juego de palabras de la “gente de marketing”. El azufre es un mineral, por supuesto, siempre lo será y su origen es el suelo. Si este es recogido de las minas de carbón, de los volcanes o de los pozos petrolíferos es solo un modo de extracción, minas como tal de azufre no existen, puesto que su precio en bruto es muy barato y nadie podría subsistir en ello.

El azufre es un residuo hoy por hoy para mucha industria química, y simplemente se trata de cogerlo, limpiarlo, adaptarlo y devolverlo al lugar de donde es: el suelo.

¿Qué otras aplicaciones tiene el azufre en agricultura?

Muchas. Las más conocidas son la fitosanitaria como fungicida contra oídio o como acaricida y repelente de araña roja. También la fertilizante como agente encapsulador para las liberaciones lentas aún en ausencia de agua; como biocida debido a la acción biocida registrada del gas de S₂ conocido como sulfitos. Aun así, gracias a los avances tecnológicos se pueden incorporar nuevas aplicaciones, como en

nuestro caso, que hemos iniciado la revolución del azufre como bioestimulante, con nuestra tecnología Sultech, que consiste en la manipulación del azufre elemental en sus tres estados físicos para la obtención de formulados nutricionales y bioestimulantes.

¿Cómo se puede aplicar el azufre en la planta?

Por pulverización, por fertirrigación o por aspersión como en todos los productos líquidos de Afepasa, en abonadora tanto los granulados complejos como los granulados de azufre y por espolvoreo. El azufre en caso de aplicación en *blending* es igualmente bueno, aunque es mejor en complejo. Las propiedades del azufre si es en un formulado asimilable puede ser mezclado, que el rango de cobertura es mayor que el de algunos otros macronutrientes.

¿Es fácil detectar la carencia de azufre en la planta? ¿Y el exceso?

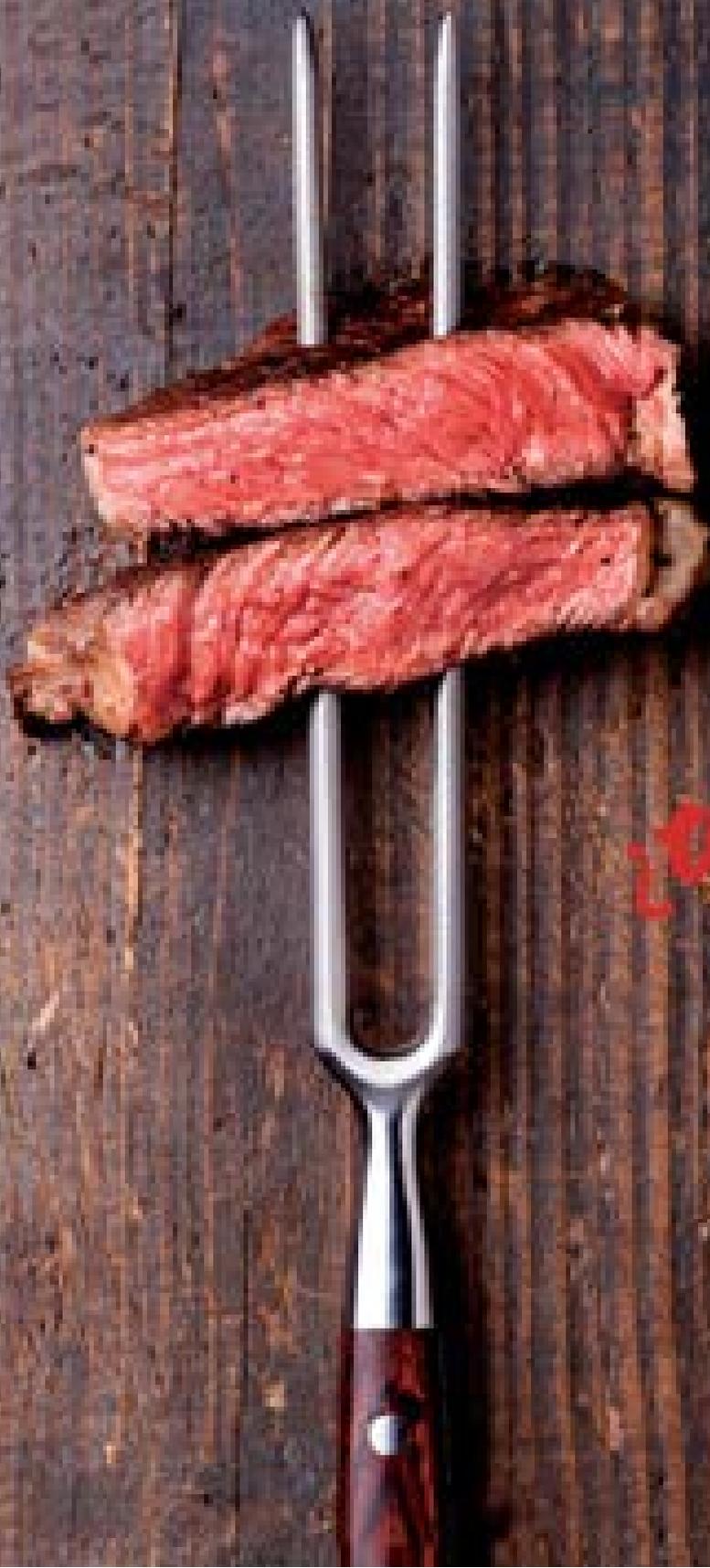
Sí, pero el problema está que solo es posible verlo por diferencia, es decir, de un agricultor que lo usa a uno que no lo usa, pues se ve con la potencia del color verdoso de las hojas, el tamaño de las plantas o por los aumentos según producto de vitaminas, proteínas, etc. de algunos cítricos, cereales, etc.

En la detección de la carencia de azufre, se puede confundir con carencias de nitrógeno, ya que la forma de asimilación en la planta, siguen procesos similares.

En cuanto al exceso, con el aporte de azufre elemental es más complicado llegar al exceso. Debido a su degradación sostenida en el tiempo no existe un pico de azufre el día de la aplicación, sino que se mantienen en el tiempo. Además, por mucho exceso de azufre elemental, las bacterias llegan a un máximo por lo que aunque se aplique mucho azufre, el sulfato que es lo que se absorbe, no estará en exceso. ●

La parrilla de

Juan Adán



*¿te gusta
la carne?*

Tel.: 914 167 653

C/ Santa Hortensia, 62

28002 Madrid

www.laparrilladejuanadan.com



FRUIT ATTRACTION POTENCIA EL SECTOR DE PRODUCTOS FRESCOS **ORGÁNICOS CON SU ESPACIO**

Fruit Attraction 2019 potenciará el sector de productos frescos orgánicos en su espacio Ecorganic Market. Ubicado en el pabellón 6 de IFEMA, esta área dará respuesta a la creciente demanda tanto nacional como internacional de productos ecológicos.

De esta manera, del 22 al 24 de octubre, las empresas hortofrutícolas de productos biológicos podrán mostrar al conjunto de los operadores del sector, importadores, retail, horeca, y todo el canal de distribución hortofrutícola, sus propuestas de marcas y pro-

ductos de cara a promover relaciones de aprovisionamiento y exportación.

La producción ecológica en España ha experimentado un importante auge desde sus inicios en la década de los 80, ocupando en estos momentos el primer lugar en superficie de agricultura ecológica de la UE y entre los cinco primeros del mundo, con un consumo interno creciente y un notable volumen de exportación.

Por primera vez, España ha entrado en el Top 10 mundial tanto por volumen de mercado interior -1.686 millones de euros, como por el crecimiento

interanual -13%-. Dentro de los grupos de productos ecológicos, las hortalizas, frutas, tubérculos, legumbres y frutos secos ocuparían la primera posición en producción y comercialización.

Fruit Attraction se presenta como un destacado escenario para que las empresas de productos hortofrutícolas ecológicos presenten sus productos y servicios. Para ello, contarán con esta área de exposición exclusiva, y de mayor superficie en relación a ediciones anteriores, que estará ubicada en un emplazamiento privilegiado dentro de la feria. ●

AEPLA PRESENTA UN INFORME SOBRE EL PRESENTE Y FUTURO DEL SECTOR AGRÍCOLA ESPAÑOL

Aepla ha promovido el estudio desarrollado por PwC 'El futuro del sector agrícola español', cuyo objetivo es identificar los retos y oportunidades a los que se enfrentará la agricultura española y reflexionar sobre la mejor estrategia a seguir.

La sede del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación ha acogido la presentación de este informe, que aspira a sentar las bases de un Plan Estratégico para el sector agrícola, en materia de innovación y tecnología. La apertura del acto corrió a cargo de Adonay Obando, presidente de Aepla, quien declaró: "nuestra asociación quiere ser un embajador efectivo que trabaja para crear consenso en el sector agrario a favor de la tecnología en la agricultura, para aumentar la productividad de alimentos seguros y para optimizar la competitividad de la agroeconomía española. En este espíritu hemos solicitado a PwC la realización del Informe "El futuro del sector agrícola español". Nuestra intención es lograr comprender junto a los demás actores, la velocidad y transversalidad de la tecnología como el elemento que amalgama todos los esfuerzos del sector agrícola de cara a una estrategia conjunta a futuro".

En opinión del secretario de Agricultura, Fernando Miranda, "la agricultura cambiará profundamente en los próximos años, se producirá un relevo generacional y un salto tecnológico. Por eso, la visión de futuro del informe Aepla nos permitirá alinear nuestras prioridades y planificar el futuro".

En palabras de Jordi Esteve de PwC, consultora responsable del desarrollo del informe: "El mundo experimentará una transformación sin precedentes en las próximas décadas motivada por megatendencias globales de carácter



De izq a drcha: César Márcos, moderador; Jordi Esteve de PwC; Carlos Palomar, director general de Aepla; Esperanza Orellana, directora general de Producciones y Mercados Agrarios MAPA; Adonay Obando, presidente de Aepla; Pedro Barato, presidente de Asaja, e Ignacio Senovilla, secretario de Agricultura de UPA.

macroeconómico y geoestratégico. Los cambios demográficos, los cambios en los poderes económicos mundiales, el progreso de la urbanización, la revolución tecnológica o la escasez de recursos y el cambio climático, están teniendo un profundo impacto ya hoy en día y van a ser la fuente de los principales retos a los que se va a enfrentar el sector agrícola español en el futuro".

'Definiendo la agricultura del futuro' ha sido el tema escogido para el interesante debate programado, y en el que participaron además de Jordi Esteve, Esperanza Orellana, directora general de Producciones y Mercados Agrarios del MAPA, Pedro Barato, presidente de Asaja e Ignacio Senovilla, secretario de Agricultura de UPA (ambas organizaciones miembros de ALAS, la Alianza por una Agricultura Sostenible) y Carlos Palomar, director General de Aepla.

Sincera intervención y fuerte defensa y puesta en valor de la agricultura la que ha manifestado Pedro Barato, presiden-

te de Asaja: "Se nos ve, pero no se nos mira. Nuestra agricultura y ganadería, y no solo la ecológica, sino también la convencional, y no digamos la que usa los pocos OGMs autorizados en Europa, supera con nota muy alta lo mayores y más estrictos controles de seguridad, calidad, trazabilidad, bienestar animal o niveles de residuos".

El informe menciona específicamente una iniciativa de éxito creada recientemente: ALAS (Alianza por una Agricultura Sostenible). En opinión de Ignacio Senovilla de UPA, "ALAS y las organizaciones que lo forman identificamos hace tiempo que nuestro modelo productivo podría estar en peligro y vimos claro que nuestro papel en la actualidad y en el futuro es la defensa de la forma de producir que tenemos. Queremos dar a conocer a políticos, responsables de la administración y ciudadanos, que preservamos el medioambiente, somos competitivos y líderes en muchos sectores, pero sobre todo producimos con mucha calidad. ●

ARBORETUM, LA NATURALEZA AL SERVICIO DE LA COMUNIDAD Y DE LOS MÁS PEQUEÑOS

ARBORETUM ES UN JARDÍN DE AVENTURAS PARA NIÑOS Y PARA TODA LA FAMILIA, UBICADO EN EL ESTADO DE DALLAS CON UN TAMAÑO DE OCHO HECTÁREAS.

En medio de la pendiente natural del terreno, el centro alberga áreas de aprendizaje tanto en el exterior como en el interior. un lugar donde se pueden ver innovadoras exhibiciones y la tecnología más interactiva que pretende invitar al público a explorar las ciencias de la tierra y la naturaleza.

Texas skywalk es una pasarela alevada de más de 60 metros de largo que proporciona una amplia accesibilidad a todas las áreas y que serpentea a través de un árbol, elevándose a seis metros por encima de la exuberante base. tanto el paseo por el skywalk como las distintas exhibiciones brindan interesantes vistas e ideas sobre las interconexiones entre los organismos vivos y sus hábitats; en definitiva, conceptos que no se aprenden de forma tan eficiente en un aula cerrada. el lugar constituye así un apoyo científico a las escuelas para mostrar la naturaleza a los estudiantes a través de métodos más atractivos.

EL JARDÍN

Son muchos los elementos sostenibles que dibujan el jardín: materiales seleccionados para una gran durabi-





lidad y requisitos de bajo mantenimiento, materiales reciclados, techos verdes que reducen el calor, tuberías de bajo flujo y una cisterna para recoger el agua de lluvia que se recicla para el riego.

GALERÍAS DE APRENDIZAJE

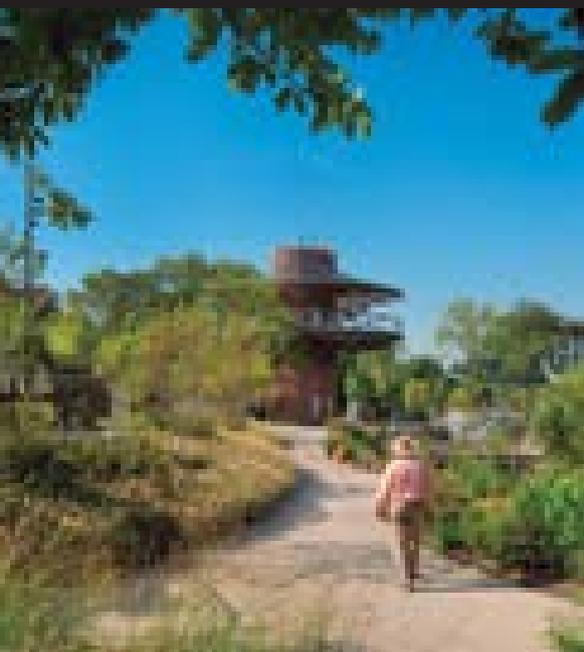
El centro cuenta con 17 galerías de aprendizaje indoor y outdoor y 150 exhibiciones interactivas, incluido omniglobe, una esfera de seis pies de diámetro que proyecta fenómenos atmosféricos y geológicos. en el nuevo laboratorio de plantas dentro del centro de descubrimiento, las lecciones aprendidas en el exterior se refuerzan con experimentos realizados insitu utilizando medios informáticos innovadores y monitores de video interactivos.

Si bien la misión general del programa es hacer que la ciencia sea di-



PAISAJISMO

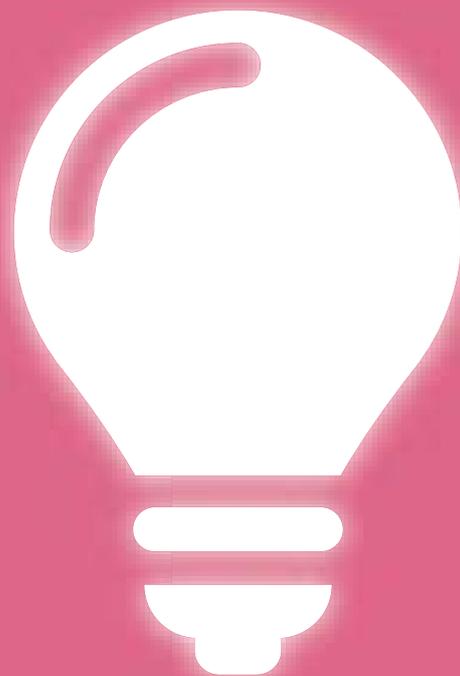
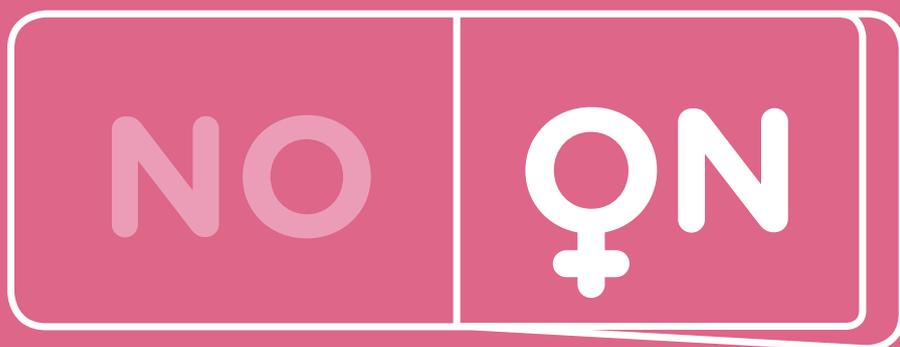
vertida, interesante e inspiradora, los espacios y la naturaleza también integran soluciones para las necesidades funcionales y operativas. el campus ofrece a los visitantes una experiencia de aprendizaje tangible mediante el uso de técnicas que incorporan materiales de bajo mantenimiento, energía solar fotovoltaica visible, luz natural y edificios que incorporan estructuras protegidas de la tierra y estructuras de hormigón para atenuar los cambios de temperatura. ●



Si eres una mujer con discapacidad,
encuentra trabajo o formación en:

mujeresenmodoON.es

Dale al **ON** tú también



MUJERES
en modo **ON**

y brilla con luz propia.

#MujeresEnModoON

JARDINES NATURALES: CLARIDAD Y SENCILLEZ EN EL ESPACIO

CADA JARDÍN REFLEJA LA PERSONALIDAD DE LOS QUE LO DISFRUTAN, Y SUS GUSTOS Y PREFERENCIAS SON perceptibles en cada uno de los rincones del espacio. Es por ello que no hay ni un solo jardín igual; cada uno de ellos atiende a modelos similares, pero todos cuentan con un toque personal que los diferencia del resto.

Existen muchas ideas iniciales y tendencias que marcarán el estilo definitivo del diseño final como pueden ser los jardines naturales, que resultan ser un ejemplo de sencillez, sin sobrecargar el ambiente. Son los más demandados por aquellos que buscan un espacio creado a través de líneas puras basadas en la simplicidad y la transparencia. Tienen como objetivo no ocultar nada y dejar que todos los elementos exteriores del jardín queden a la vista dando al espacio una sensación de claridad y sencillez. Las transparencias no hacen referencia a la desnudez del espacio sino todo lo contrario puesto que el carácter diáfano del exterior posibilita una nueva concepción de espacio haciendo jardines más exclusivos a la vez que simples y abiertos a la ensoñación. Todos los componentes del jardín siguen un orden estudiado y ocupan el lugar indicado para aportar armonía y formar una unidad completa.

La naturalidad del entorno viene marcada por la utilización de líneas rectas y básicas que posibiliten la construcción de un lugar diáfano, que se abre para descubrir la esencia del paisajismo, en ge-

neral, y del jardín en particular. En estos espacios, considerados como obras de arte, la forma en la que están dispuestos los distintos elementos invita a disfrutar de un sitio único cargado de simbolismo donde la armonía, el confort y la naturalidad se convierten en pilares sobre los que se sustentan este tipo de jardines.

Para conformar de forma armónica todo el conjunto se utilizan colores y mobiliario que concuerden con las guías de estos jardines en los que se apuesta por los tonos tierra, siempre complementados con las especies naturales propias de la estación en la que nos encontramos. ●

**Fernando Pozuelo Landscaping
Collection**
www.fernandopozuelo.com



EXPO GARDEN COSTA DEL SOL

Marbella (Málaga) - España
01.05.2019 - 05.05.2019

www.expogardencostadelsol.com

GARDEN SHOW IRELAND

Hillsborough Castle - Irlanda - Reino Unido

03.05.2019 - 05.05.2019

www.gardenshowireland.com

MACFRUT

Rimini - Italia

08.05.2019 - 10.05.2019

www.macfrut.com

HORTIFLOREXPO IPM BEIJING

Beijing - China

09.05.2019 - 11.05.2019

www.hortiflorexpo.com

BIOCULTURA

Barcelona - España

09.05.2019 - 11.05.2019

www.biocultura.org

DEMOAGRO - MAQUINARIA

Cuarque (Huesca) - España

21.05.2019 - 23.05.2019

www.demoagro.es

CHELSEA FLOWER SHOW

Londres - Reino Unido

21.05.2019 - 25.05.2019

www.rhs.org.uk

INFOAGRO EXHIBITION

Almería - España

22.05.2019 - 24.05.2019

www.infoagroexhibition.com

AGRI BIOSTIMULANTS

Roma - Italia

05.06.2019 - 06.06.2019

www.agribiostimulants.com

SEMANA VERDE DE GALICIA

Silleda (Pontevedra) - España

06.06.2019 - 09.06.2019

www.feiragalicia.com

GREENTECH - TECNOLOGÍA

Amsterdam - Países Bajos

11.06.2019 - 13.06.2019

www.greentech.nl

FLOWER TRIALS

Aalsmeer, Westland y
Renania-Westfalia - Alemania
11.06.2019 - 14.06.2019

www.flowertrials.nl

AGROMASHOW

Tel Aviv - Israel

25.06.2019 - 26.06.2019

agro.mashovgroup.net

HORTITEC

Holambra - Brazil

26.06.2019 - 28.06.2019

www.hortitec.com.br

ENFLOR Y GARDEN FAIR

Holambra - Brazil

14.07.2019 - 16.07.2019

www.enflor.com.br

NURSERY LANDSCAPE EXPO

Dallas - Estados Unidos

08.08.2019 - 10.08.2019

www.nurserylandscapeexpo.org

BLOMSTERFESTIVAL

Odense - Denmark

15.08.2019 - 18.08.2019

www.blomsterfestival.dk

FAR WEST

Portland - Oregon (Estados Unidos)

21.08.2019 - 23.08.2019

www.farwestshow.com

PLANTARIUM

Books - Países Bajos

21.08.2019 - 23.08.2019

www.plantarium.nl

FLORALL OTOÑO

Gante - Bélgica
27.08.2019 - 27.08.2019

www.florall.be

EXPOFLORA

Holambra - Brazil
30.08.2019 - 29.09.2019

www.expoflora.com.br

SPOGA&GAFA

Colonia - Alemania
01.09.2019 - 03.09.2019

www.spogagafa.com

SALON DU VEGETAL

Nantes - Francia
10.09.2019 - 12.09.2019

www.salonduvegetal.com

IBERFLORA

Valencia - España
01.10.2019 - 03.10.2019

www.feriavalencia.com

**FLOWER & GARDEN
ATTRACTION**

Madrid - España
22.10.2019 - 24.10.2019

www.fruitattraction.com

EIMA

Bolonia - Italia
07.11.2019 - 11.11.2019

www.eima.it

AGRITECHNICA

Hannover - Alemania
10.11.2019 - 16.11.2019

www.agritechnica.com





**DESCUENTO
DE HASTA
EL 50% PARA LOS
LECTORES DE TPI**

**CÓDIGO
TPI2019**

¡COMPRA YA TU ENTRADA!

En www.mentesbrillantes.tv introduciendo el código **TPI2019**

PATROCINAN



Inserta



UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El Fondo Social Europeo invierte en tu futuro

CONTENT PARTNER

Thinking Heads

CRAFTED LEADERSHIP

ORGANIZA



COLABORADORES



PROVEEDOR OFICIAL



COCHE OFICIAL



BEBIDA OFICIAL



NOVEDAD

Vital[®]
Plant

TRIPLE ACCIÓN EN
UN SOLO **PRODUCTO**



RESULTADOS EN
24

www.vital-plant.es