

Garden

TECNO

Revista Profesional de Jardinería

Nº 205 • octubre 2018 • año XXV • www.tecnogarden.es

PVP: 10 €



ENTREVISTAS

- Miguel Bixquert, director de Iberflora
- José María Zalbidea, secretario general de Fepex
- Miriam Carretero, responsable de Comunicación de Grupo Projar

TRIBUNA

- Raúl Calleja, director de Flower & Garden Attraction
- Marc Daro, especialista en marketing y bricolaje

INFORME

- Economía circular en la producción de fertilizantes

FERIAS

- Iberflora
- Flower&Garden

EMPRESAS

- Floramedia estrena la nueva versión del portal profesional GuíaVerde.com
- Floragard celebra su centenario en Iberflora

ARTÍCULO

- Vivir cerca de espacios verdes urbanos

Disputable
Es tu momento STIHL

STIHL

STIHL.es



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

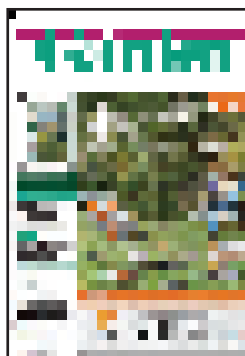
Flora  **gard**[®]

... ¡y todo florece!

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

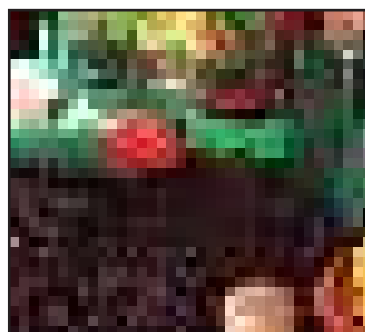


Síguenos en:
www.tecnogarden.es



ANDREAS STIHL S.A.

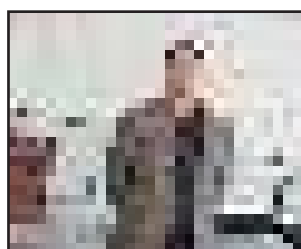
C/ Londres 20
28813 Torres de la Alameda
(Madrid)
Tel.: 900 922 100
www.stihl.es



30

Informe

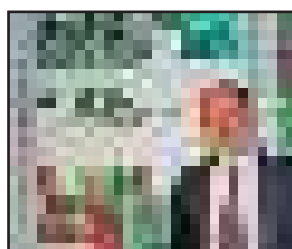
Economía circular en la
producción de fertilizantes



Entrevista

16

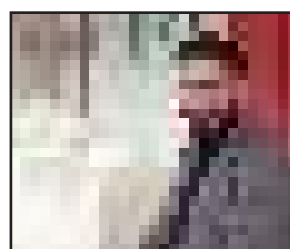
Miguel Bixquert, director
de Iberflora



Entrevista

26

José María Zalbidea, secretario
general de Fepex



Tribuna

24

Raúl Calleja, director de
Flower & Garden Attraction

Sumario

- 08 **Actualidad**
- 12 **Feria Iberflora**
- 18 **Floramedia estrena la nueva versión del portal profesional GuíaVerde.com**
- 20 **Tribuna Marc Daro. Otoño, tiempo de jardibrico o bricojardinero**
- 22 **Feria Flower&Garden**
- 32 **Entrevista con Miriam Carretero, responsable de Comunicación de Grupo Projar**
- 36 **Reportaje: vivir cerca de espacios verdes urbanos**



- 42. Actualidad agricultura y mantenimiento espacios verdes
- 44. Reportaje: La percepción en los jardines
- 46. Ignacio Solano graba en Madagascar una segunda entrega del documental "el corazón verde"
- 48. Plantarium, una fuente de inspiración en los Países Bajos
- 50. Parque Bishan-Ang MoKio, un modelo de canalización y biodiversidad
- 56. El rincón de Fernando Pozuelo: La importancia de estructurar un jardín



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

CONSEJERO DELEGADO
José Manuel Galdón Brugarolas

DIRECTOR GENERAL COMERCIAL
David Rodríguez Sobrino

DIRECTOR DE INFORMACIÓN
José Henríquez | jihenriquez@grupotpi.es

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

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

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

DEPARTAMENTO COMERCIAL
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
Eugenia Gonzales-Rubio, 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.



GRAN RENTABILIDAD

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

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

SEMILLAS

FILLOSANITARIOS

ABONOS

SUSTRATOS

Tres máximos responsables feriales, tres valiosas visiones



En los tiempos que corren, las revistas del sector profesional, más que publicaciones en papel o espacios informativos en la web, son herramientas para crear comunidades, generar experiencias y compartir contenidos. Junto a los productos editoriales, las ferias comerciales se configuran también como instrumentos impulsores de promoción y negocio, convocando en sus recintos a los diferentes agentes en torno a presentaciones de producto, concursos, premios, mesas de reuniones, ruedas de negocio, cócteles, seminarios o *stands*.

Estamos de enhorabuena. Después de unos años de bajada, las ferias se reivindican de nuevo como una excelente herramienta de marketing, recobrando un protagonismo que nunca debieron haber perdido como impulsoras de negocio en un espacio de concentración y de oportunidades, donde confluyen potenciales compradores y/o proveedores, emprendedores, congresistas y productos. Las ferias ayudan a llegar de una manera eficiente al cliente potencial gracias al contacto *face to face*, posicionándose como centros de reunión para los profesionales del sector. Estas nos facilitan un rápido acceso a informaciones de valor y son la puerta de ingreso a nuevos mercados.

Hemos dejado atrás momentos en los que las ferias muchas veces suponían una especie de dolor de muelas para los responsables de las empresas expositoras, quienes nos mostraban sus dudas de si conseguirían, al menos, amortizar el espacio contratado, mientras cruzaban sus dedos esperando la llegada de visitantes procedentes de mercados fuertes. A día de hoy parece que los pabellones se adivinan más deslumbrantes, los pasillos vuelven a mostrar un sustancial trasiego y en los *stands* prolifera de nuevo el *merchandising*.

Este mes de noviembre, dos citas consolidadas nos esperan en Valencia y Madrid, Iberflora y Fuit Attraction. Esta última con Flower&Garden de la mano, una nueva plataforma comercial internacional al servicio del sector profesional de flores y plantas, dispuesta a dar sus primeros pasos con éxito. Tomar el pulso a las tendencias y novedades del ecosistema de nuestro sector es clave para la supervivencia. Por eso, desde *Tecnogarden* siempre aconsejamos y acompañamos a las empresas a participar activamente en este tipo de encuentros.

En páginas interiores, máximos responsables e impulsores de estos encuentros, como son Miguel Bixquert, director de Iberflora; Raúl Calleja, director de Flower & Garden Attraction; y José María Zalbidea, secretario general de Fepex, entidad organizadora junto a Ifema de esta última feria, nos muestran su particular enfoque de estos salones de primera línea que capitanean, así como una profusa radiografía del sector. Un honor el nuestro el poder contar con su valiosa visión. ●

ÍNDICE DE ANUNCIANTES

ANDREAS STIHL	PORTADA
BELLVIPLAS	9
BURES	11
COMPO IBERIA	7
DISCOM	21
FERTILIZANTES NUTRIPLANT	CONTRAPORTADA
FLORAGARD	INTERIOR PORTADA
FLORAMEDIA	INTERIOR CONTRAPORTADA
FLOWER & GARDEN	47
GARDENA	35
GRAMOFLORE	13
HONDA	43
IBERFLORA	15
INFERTOSA	39 y 41
LA PARRILLA DE JUAN ADÁN	57
LECHUZA	31
NORTHGATE	55
PINDSTRUP MOSEBRUG	19
RAIN BIRD	25
SAP	53
SEMILLAS BATLE	4
SUMINISTROS ILAGA	45
YOIGO	49

Reserve ya el ejemplar!

¡Reservando ya el ejemplar de la revista, obtienes un descuento de 20% en la suscripción!

La revista de jardinería más importante de España, con los mejores consejos y trucos para cuidar tu jardín.

¡Reservando ya el ejemplar, obtienes un descuento de 20% en la suscripción!



¡Reservando ya el ejemplar, obtienes un descuento de 20% en la suscripción!

¡Reservando ya el ejemplar, obtienes un descuento de 20% en la suscripción!

¡Reservando ya el ejemplar, obtienes un descuento de 20% en la suscripción!

¡Reservando ya el ejemplar, obtienes un descuento de 20% en la suscripción!

¡Reservando ya el ejemplar, obtienes un descuento de 20% en la suscripción!



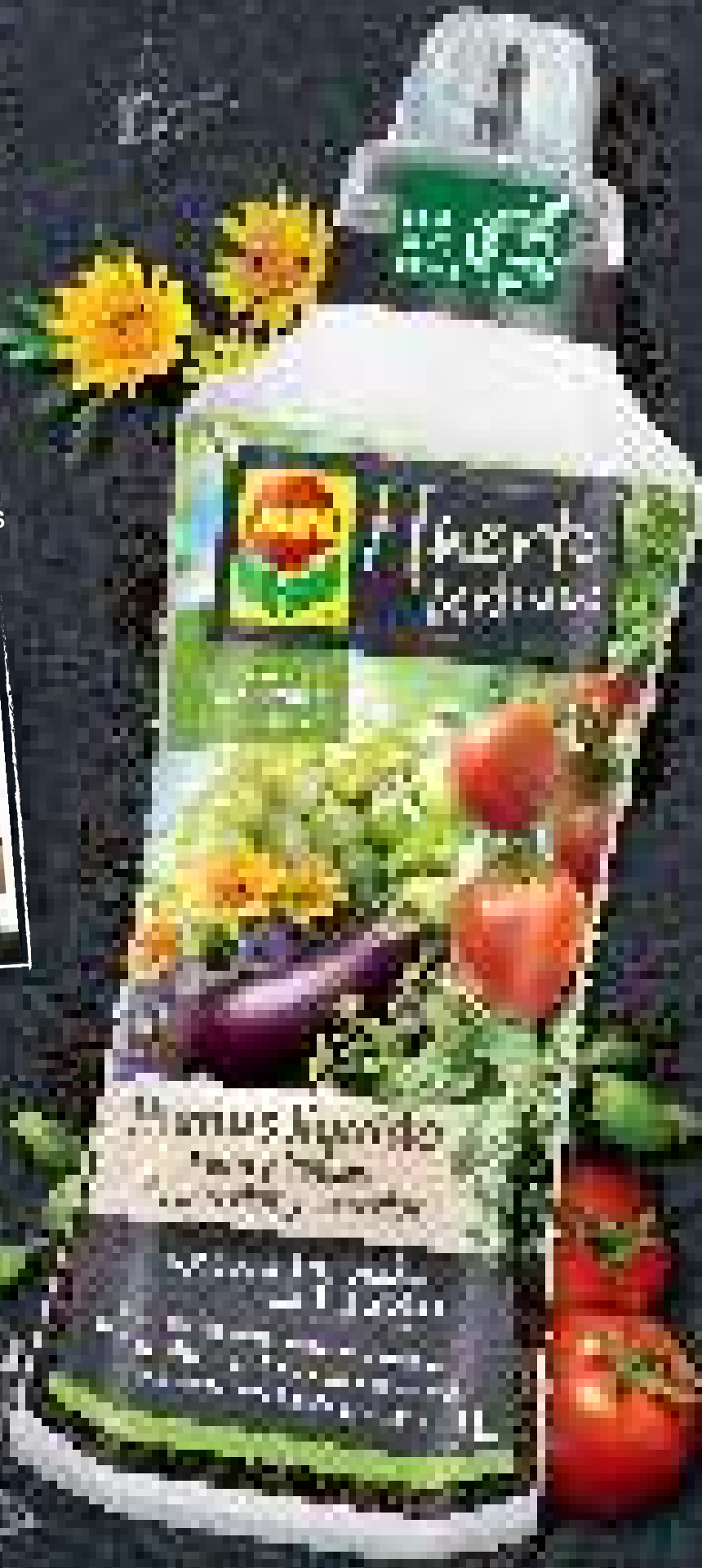
Humus Leonardita

AMOR POR LO NATURAL, PASIÓN POR LO AUTÉNTICO

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



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



Alianza empresarial entre Goizper Group y Micron Group

Goizper y Micron han anunciado una alianza entre ambos grupos de empresas, que cuentan con más de 120 años de experiencia en el desarrollo de equipos de pulverización.

Goizper Group es especialista en pulverizadores manuales (con marcas reconocidas mundialmente como Matabi, Osatu, Inter e IK). Por su parte, Micron Group se ha especializado en equipos de aplicación de bajo volumen, habiendo inventado y desarrollado el uso de atomizadores rotativos para aplicaciones de gota controlada a bajo volumen para equipos portátiles, montados en vehículos y aéreos (bajo las marcas Micron y Micronair).

La nueva alianza ofrece equipos de pulverización avanzados para agricultura, horticultura, silvicultura, jardinería, indus-

trial, plagas migratorias y aplicaciones de salud pública y animal en todo el mundo, desde pulverizadores robustos para ayudar a millones de pequeños agricultores en los países en desarrollo a aumentar el rendimiento de los cultivos y proteger su salud (malaria y otras enfermedades transmitidas por vectores), hasta sistemas de agricultura de precisión y de fumigación aérea para la agricultura a gran escala, así como a usos industriales y de jardinería especializados.

Tanto Goizper como Micron están dedicados a proporcionar equipos de aplicación que garanticen una pulverización eficiente y responsable con el medio ambiente, como lo atestiguan desde su creación sus clientes a nivel mundial, que incluyen agencias de ayuda internacional e instituciones gubernamentales al cargo

de programas de salud pública (p.ej. malaria) y plagas migratorias (por ejemplo, la langosta), así como sus numerosos premios y certificados internacionales.

La gama combinada de productos y los mayores recursos de la nueva alianza impulsarán la capacidad de ambas compañías para aprovechar su experiencia y desarrollar los equipos de aplicación para satisfacer las necesidades futuras de productores, usuarios y reguladores de todo el mundo para una mayor seguridad y eficiencia en aplicación (con ambas compañías involucradas en programas de I + D a largo plazo y desarrollo de Normas Internacionales).

Tanto Goizper como Micron mantendrán su identidad, sin cambios significativos en las políticas comerciales o de organización. ●

El Foro Piscina & Wellness 2018 se centra en la sostenibilidad, la digitalización y el diseño



Ángel Celorrio, director de Piscina & Wellness Barcelona y Pedro Arrebola, presidente de ASOFAP.

La Asociación Española de Profesionales del Sector Piscina (ASOFAP) y Fira de Barcelona organizarán los próximos 4 y 5 de octubre en Madrid el segundo Foro Piscina & Wellness, un evento que analiza las tendencias que están marcando la evolución del mercado de la piscina pública y residencial, así como del ámbito del wellness y spa. Este año se pondrá el acento en la sostenibilidad, el impacto de la transformación digital

en las empresas del sector, y en el diseño y la arquitectura del bienestar de los centros wellness, especialmente de los establecimientos hoteleros.

Con la participación de más de 30 expertos de referencia nacional, el Foro Piscina & Wellness 2018 propone sesiones plenarias, conferencias, mesas redondas, talleres y espacios de networking donde se debatirá lo último en innovación y desarrollo de soluciones para la gestión y el mantenimiento de piscinas; seguridad, calidad del agua y cuestiones relacionadas con el marketing y las ventas del producto piscina. En el marco del evento se presentará, asimismo, el Barómetro del sector de la Piscina en España 2018 que realiza ASOFAP.

El Foro se dirige a fabricantes, distribuidores, instaladores y vendedores de productos de piscina, además de arquitectos, ingenieros, diseñadores, constructores, gestores de piscinas públicas

e instalaciones deportivas, de establecimientos hoteleros y campings, operadores turísticos, diseñadores de parques acuáticos, profesionales de centros wellness y spa, propietarios de gimnasios, entre otros perfiles.

Este encuentro se celebrará en el Hotel Novotel Center de Madrid. Además de las diferentes sesiones formativas y la participación en espacios relacionales con ponentes y otros profesionales, el Foro Piscina & Wellness 2018 incluye los almuerzos y una cena de gala para los asistentes.

El Foro Piscina & Wellness se celebra de forma bienal en Madrid, alternándose con el salón Piscina & Wellness Barcelona, cita de referencia de la industria de la piscina y el wellness en España y una de las más importantes de Europa en su especialidad organizada por Fira de Barcelona, cuya próxima edición tendrá lugar del 15 al 18 de octubre de 2019. ●



VISITANOS
EN FERIA IBERFLORA
N3 P4 Stand D64
*IBERFLORA
Feria Internacional de Planta y Flor, Paisajismo, Tecnología y Bricojardín

Iwater busca los mejores proyectos de innovación y soluciones tecnológicas para el sector del agua

Iwater 2018 –en su apuesta por visualizar e impulsar la innovación aplicada–, busca los mejores productos, soluciones e investigaciones del momento que tengan impacto directo en cualquier fase del ciclo integral del agua. Con este objetivo, el salón que organiza Fira de Barcelona ha lanzado un llamamiento a las empresas expositoras, startups, operadores, universidades y centros tecnológicos vinculados al sector para

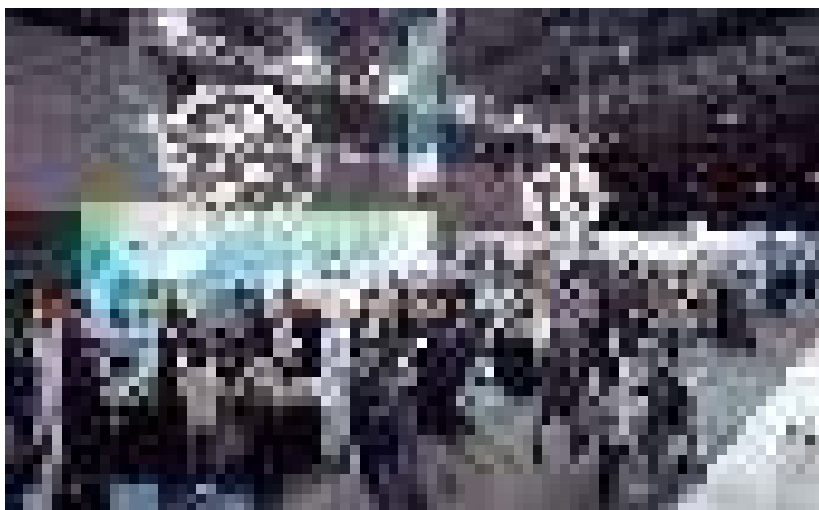
que presenten de forma destacada en el marco de los programas de presentaciones TechHub e InnoHub sus novedades y proyectos de I+D ante expertos, profesionales, compradores e inversores.

Este año Iwater incidirá especialmente en la innovación y en la transformación tecnológica como motores de desarrollo del sector del agua a través de la oferta comercial de las empresas expositoras y de diferen-

tes actividades divulgativas sobre la eficiencia en la gestión, sostenible e inteligente de los recursos hídricos en las ciudades, la agricultura y la industria; la reutilización del agua; la necesaria modernización de las infraestructuras y el reto de la evolución digital del sector.

Entre todas las propuestas recibidas participar en el TechHub y el InnoHub se elegirán los ganadores de las categorías Best Product Iwater, Best Research Iwater y Best Solutions Iwater de los Premios Iwater 2018, que se fallarán y entregarán durante los días de la feria.

La segunda edición de Iwater tendrá lugar del 13 al 15 de noviembre en el recinto de Gran Via de Fira de Barcelona. El salón se celebrará simultáneamente con otros tres eventos con los que compartirá sinergias y visitantes: Smart City Expo World Congress, dedicado a las ciudades inteligentes; Smart Mobility, sobre movilidad sostenible; y la Circular Economy European Summit, sobre economía circular. ●



MyPlant&Garden renueva su cita con los profesionales de la floricultura, jardinería y paisaje

Después del éxito de la pasada edición, la Cámara de Comercio e Industria Italiana para España (CCIS) con sede en Madrid, ofrece, en colaboración con Fiera Milano, la posibilidad a los profesionales del sector de viverismo y floricultura en España, de participar en calidad de expositores en un Área España personalizada y con óptima posición en la próxima edición de la feria "MyPlant&Garden 2019" o de visitar la

feria aprovechando de unas ventajas ofrecidas por los organizadores con el objetivo de realizar una serie de encuentros de negocios con los expositores presentes. MyPlant& Garden es una plataforma internacional B2B creada para las empresas del sector de la floricultura, jardinería y paisaje tendrá lugar del 20 al 22 de febrero de 2019 (<http://myplantgarden.com/>) en Fiera Milano Rho-Pero (Italia),

el recinto ferial más grande de Europa. MyPlant&Garden está reservada exclusivamente a los operadores profesionales de sectores que van desde los viveros hasta la arquitectura paisajista, de las flores cortadas a las maquinarias, con innovadoras propuestas procedentes de todo el mundo. El programa de la Feria cuenta con la participación de delegaciones de todo el mundo. ●



ESPECIALISTAS EN SUSTRATOS PARA PLANTAS



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

Burés, la buena tierra.

Burés S.A.U.

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

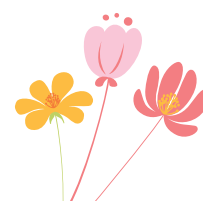
08830 Sant Boi de Llobregat (Barcelona) Spain

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

buress@buressa.com · www.bures.es



Iberflora regresa un año más con nuevos sectores y oferta

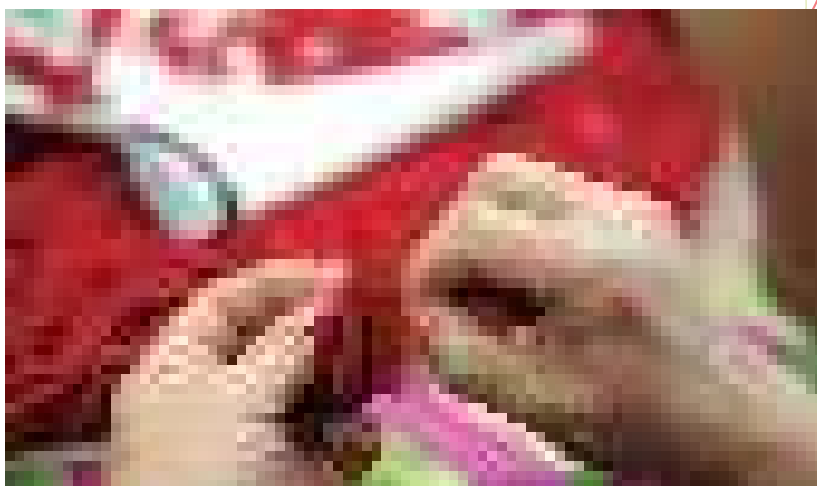


Iberflora estrena una nueva edición del 3 al 5 de octubre en Feria Valencia coincidiendo con Eurobrico, Salón Internacional del Bricolaje. Para esta cita, el escaparate de Iberflora crece en oferta, con la incorporación de nuevos expositores, tanto españoles como extranjeros, y la integración de empresas de otros sectores que se suman a la feria gracias a dos nuevos espacios: "Espacio Salud" y "Espacio logística".

Iberflora y Eurobrico conforman un escaparate de más de 500 empresas en una superficie comercial que rozará los 25.000 metros cuadrados. La feria ha tenido que reestructurar pabellones, reduciendo pasillos y ocupando parte del distribuidor central del recinto ferial, para dar cabida a toda la demanda. Los nuevos espacios que incorpora el gran evento profesional del sector verde en Europa se han creado con un objetivo común: incentivar las ventas de nuevos productos en España, además de facilitar el contacto entre el sector de planta y flor con la medicina, en el caso del sector "salud", así como con las empresas de logística.

De esta forma, "Espacio Salud" será un área dirigida a potenciar el sector salud dentro del canal *garden* y aportar información, a través de distintas jornadas, sobre la normalización en España de plantas medicinales y derivados, así como la introducción de este tipo de producto en los centros de jardinería. "Espacio Salud" incluirá sectores como fitoterapia, cannabis medicinal, alimentación saludable y plantas medicinales y curativas.

Por otro lado, con "Espacio Logística" Iberflora pretende facilitar el contacto entre el sector planta y flor y empresas de logística que le prestan servicios. En este espacio el visitante podrá conocer empresas de transpor-



te, transitarios, carga y descarga, carries y almacenaje.

Además, desde el punto de vista del comprador, Iberflora cuenta con la presencia de los grandes grupos de compra españoles y de los principales mercados exteriores -principalmente Francia, donde se han hecho los mayores esfuerzos.

Iberflora muestra una nueva APP

El equipo de Iberflora ha preparado una aplicación móvil para que tanto visitantes como expositores puedan disfrutar de "la feria en su smartphone". Y es que, de entre todas las funcionalidades a las que los usuarios tendrán acceso a través de la nueva App, están todas las noticias e información sobre la feria en tiempo real, todo el programa de actividades que se llevarán a cabo durante la feria con sus horarios, el catálogo de expositores con su respectivo número de stand, todos los videos o el acceso a las redes sociales de la feria.

A través de la aplicación se podrá asimismo descargar la entrada de acceso a Iberflora en PDF, para mayor comodidad de los usuarios que se registren como profesionales.

Otra de las novedades es el sis-

tema de modificaciones: el usuario podrá marcar aquellas charlas, actividades o talleres a los que desee asistir como favoritos para que la aplicación les avise antes de que comiencen y de este modo puedan sacar el máximo provecho a su presencia en Iberflora.

Principales invitados extranjeros

Iberflora ha puesto un especial hincapié en los compradores franceses, especialmente todos aquellos centros de jardinería que no están adheridos a ninguna central de compras. Así lo han asegurado fuentes de feria, añadiendo que, además, se está llevando a cabo una campaña especial en Marruecos.

Responsables de Iberflora han explicado que son perfectamente conscientes de que la exportación es prioritaria para muchos de los expositores, "una vertiente en la que trabajamos todo el año para aportar la mayor variedad posible de compradores extranjeros segmentados en diversos intereses dentro del Sector Verde", según ha explicado Miguel Bixquert, presidente de la feria. Por este motivo, en la pasada reunión del Comité de Iberflora se decidió apostar por estos mercados por varias razones: Francia es el principal mercado de los expositores y se calcula que

absorbe entre el 60 y el 70 % de nuestras exportaciones. Se calcula que en Francia hay algo más de 3.000 centros de jardinería, de los que aproximadamente un 90 % pertenece a algún grupo o central de compras. El resto, unos 300 centros de jardinería, son *gardens* independientes y muchos de ellos disponen de más de un punto de venta. Es en este segmento en el que se está focalizando el objetivo comercial de la feria.

Por otra parte, en Marruecos el objetivo de Iberflora es la búsqueda de importadores, almacenistas y grandes productores, empresas que buscan material auxiliar como sustratos, riego, invernaderos, mesas, bandejas, etc.

A estos dos mercados prioritarios, y a petición de los productores de Galicia y Andalucía, se ha propuesto la inclusión de unas treinta empresas portuguesas.

Espacio Logística

Iberflora presenta una nueva área dirigida a potenciar las relaciones comerciales entre el sector logístico y el sector verde: el Espacio Logística. El objetivo es facilitar el contacto entre los productores de planta y flor y las empresas que transportan y almacenan sus productos que tienen tanta relevancia en el sector.



ESPACIO LOGÍSTICA



Dentro del sector logístico, el transporte de planta y flor requiere de condiciones especiales y por ello dentro del Espacio Logística de Iberflora veremos representadas empresas de transporte, transitarios, empresas de carga y descarga, empresas especializadas en carries y empresas de almacenaje y control logístico.

El aumento de la distribución nacional y de las exportaciones a nivel internacional debido a la recuperación del mercado ha generado necesidades de transporte y almacenaje en las empresas que anteriormente no existían.

El Espacio Logística ha sido creado precisamente para ello: para poner en contacto a ambos sectores y encontrar la forma de que los productores puedan llevar a cabo su actividad de distribución y comercialización de la forma más sencilla y tranquila gracias a la confianza en empresas de transporte y almacenaje de confianza.

Algunas de las empresas de Logística que participan en Iberflora 2018 son Loggex Servicios Logísticos, Punkytrans o Comafast entre otras.

CIAF 2018, una a fusión de disciplinas artísticas

Iberflora ha convocado un año más la Copa Iberflora de Arte Floral (CIAF 2018), que tendrá lugar los días 3 y 4



PARA UN
CRECIMIENTO
RESPONSABLE

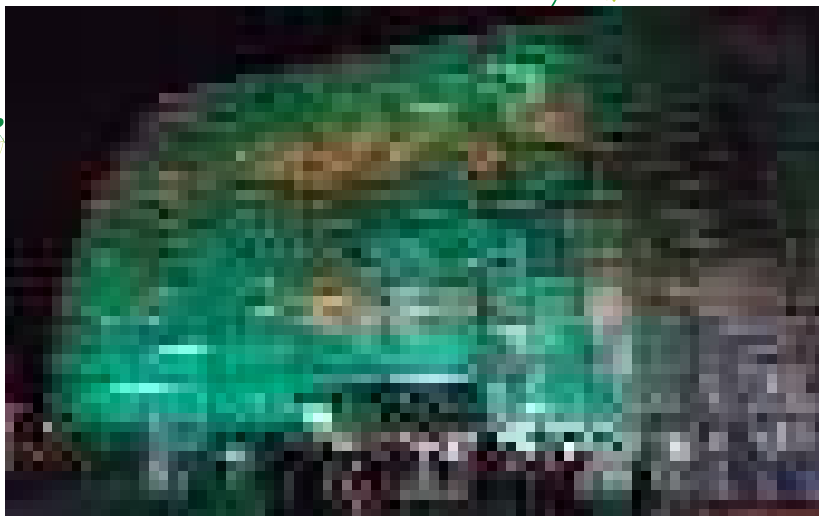
10-12 DE JUNIO
2018

Una feria completa

de productos y servicios
para el sector florero



IBERFLORA



de octubre en el espacio "Ronda de Floristas" de Iberflora.

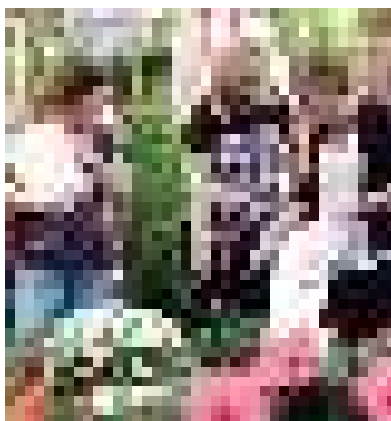
En colaboración con la Asociación Española de Floristas (AEFI), han organizado un certamen que fomenta la innovación, la técnica y la creatividad del florista a través de la fusión de distintas disciplinas artísticas dentro del arte floral.

Todo ello tiene como finalidad última la promoción de la imagen del sector de la floristería y el consumo de flores y por ello la participación está abierta a todos los floristas profesionales de nacionalidad española que desarrollen su actividad empresarial de floristería en España, una convocatoria que permanecerá a abierta hasta el próximo 14 de septiembre.

Los floristas competirán durante dos jornadas con el objetivo de alzarse como ganadores del certamen, lo que supone un premio de 10.000 euros en productos de los patrocinadores (proveedores de floristerías).

La CIAF 2018 constará de cuatro pruebas, dos de ellas eliminatorias y que tendrán lugar durante la primera jornada, el 3 de octubre.

La primera prueba consistirá en la elaboración de un ramo de mano cuya temática será la obra "El Beso", obra modernista de 1908 del pintor austriaco Gustav Klimt. Los concursantes dispondrán de 85 minutos para llevar a cabo la prueba, tiempo en el que se incluye la elección de material, boceto, justificación, ejecución y limpieza.



En la segunda prueba los concursantes llevarán a cabo una composición de plantas, bajo el tema "La Valse d'Amélie", uno de los temas principales de la película "Amélie", la popular comedia romántica francesa de 2001 dirigida por Jean-Pierre Jeunet. En esta ocasión el tiempo para llevar a cabo la totalidad de la prueba será de 80 minutos.

Tras el final de esta prueba, a última hora del día 3 de octubre, conoceremos a los finalistas que en la siguiente jornada competirán por ser los ganadores del certamen.

La tercera prueba consistirá en elaborar una composición de novia basada en la película "Desayuno con Diamantes" (Breakfast at Tiffany's) dirigida por Blake Edwards y en la que el papel y el look de la protagonista, interpretada por la actriz Audrey Hepburn, se ha convertido

en un icono internacional. La prueba tendrá la duración de 115 minutos para su completa ejecución.

La última prueba, y tras la que por fin conoceremos al ganador del certamen, constará de la elaboración de una composición de ambientación de un "seating plan de una boda de estilo rústico-chic", para la que los concursantes dispondrán de 140 minutos.

El criterio de valoración durante la CIAF 2018 será el sistema de 100 puntos de Florint (Organización Internacional de Floristería), utilizado en otros importantes certámenes de arte floral y que suena familiar a aquellos floristas acostumbrados a competir en este tipo de torneos.

Talleres en la Ronda de Floristas

La Copa Iberflora de Arte Floral y los talleres que llevarán a cabo las escuelas de arte floral serán las atracciones que más profesionales floristas congregarán, con interesantes propuestas e innovaciones que seguro serán de gran utilidad para el sector florista.

De entre las propuestas, la Escuela de Arte Floral Deflorarts de Gijón, ha presentado ya su propuesta de talleres que tendrán lugar en su stand durante los 3 días de feria enfocados a floristas profesionales en base a distintas técnicas y conceptos.

Algunos de ellos serán la creación de flores de pasta con efecto de porcelana, montaje de prendidos y complementos con las flores creadas, montaje de prendidos y complementos con flores preservadas y artificiales, iniciación a los arreglos paralelos comerciales, realización de estructuras versátiles para composiciones florales diferentes, originales y comerciales o técnicas de parafinado de flores, entre otras.

Otra de las escuelas que desarrollará distintos talleres en su stand del 3 al 5 de octubre es la valenciana Eifa Escuela Florista, que de la mano del profesor Juan Llesma realizará talleres de cajitas florales, tocados preservados, estructuras con alambre recocado, envoltorios de ramos y regalos de tienda o realización de presupuestos para bodas y eventos, entre otros. ●



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

www.iberflora.com

Pasión por el Verde

Convocatoria conjunta con:



Valencia 3 al 5 de octubre 2018




FERIA VALENCIA



Planta y Flor



Paisajismo y
Arboricultura



Producción y
Tecnología



Bricojardín y
Decoración

Miguel Bixquert, director de Iberflora

Iberflora aterriza en 2018, tal y como nos cuenta en esta entrevista su director, Miguel Bixquert, con una mayor oferta y nuevos sectores, así como un gran abanico de actividades formativas e informativas e interesantes propuestas que unirán *networking* y ocio para todos los profesionales. De hecho, y tras un profundo análisis, desde el Comité Organizador de Iberflora, asegura que se ha elaborado un plan estratégico a tres años, con el objetivo de que la feria recoja más oferta, incluyendo los nuevos canales y tendencias, para reforzarla como plataforma de internacionalización. “Podemos destacar la potenciación del sector de tecnología de producción y maquinaria y la ampliación de la oferta del Salón del Jardín, sobre todo, la decoración exterior”.

¿Qué valor añadido cree que tiene Iberflora hoy en día respecto a otras ferias del sector?

Iberflora es, ante todo, un instrumento al servicio de las empresas, cualquier decisión se consensúa con las empresas participantes. La gente la considera como algo propio, queremos que vuelva a coger fuerza el “nos vemos en Iberflora”. Iberflora es una feria atenta a los cambios sectoriales, a los que quiere siempre avanzar para ayudar a sus clientes a potenciar su negocio y abordar nuevos mercados. En España no hay una plataforma comercial mejor. Y en esta nueva etapa vamos también a aportar un valor añadido a la feria como fuente de información y centro de *networking* para los profesionales.

El sector verde ha experimentado una progresiva recuperación tras la crisis económica, ¿cree que esto se verá reflejada en esta edición?

Sin duda. Como le comentaba, la previsión es crecer tanto en oferta —lo cual ya tenemos asegurado— como en visitantes. En este sentido, hemos promovido una campaña de compradores centrándonos en nuestros mercados prioritarios, poniendo especial atención en el francés y en los *gardens* de este país, sobre todo en un número importante de *gardens* independientes. El objetivo es contar con un escaparate que, unido al de Eurobrico, sume cuatro pabellones, 22.000 m² cuadrados de ocupación comercial.

¿Qué evolución observa en la oferta expositiva? ¿Cuál es la progresión de sectores tradicionales y nuevos?

Iberflora es la feria con la mayor oferta de planta mediterránea y esto se sigue corroborando en esta edición, ya que aumenta el número de empresas expositoras y la superficie que ocupan. El sector del jardín en la edición que coincide con el certamen Eurobrico siempre recibe un mayor número de expositores, ya que una parte de las firmas decide participar cada dos años



coincidiendo con este certamen. En la ronda de floristas, la celebración en las últimas ediciones de eventos, como la Copa Iberflora de Arte Floral, ha provocado un gran interés por la asistencia de visitantes, lo que ha animado a nuevas empresas expositoras a participar. El equipo comercial de Iberflora ha trabajado para obtener una representación de nuevos sectores como Espacio Salud o Espacio Logística, que ha captado la atención de empresas dedicadas a este nuevo sector.

¿Cómo vienen siendo las cifras tras la consolidación sectores como el paisajismo, las cubiertas vegetales, la floristería, el mueble y decoración exterior y la tecnología de producción?

La renovación de los anteriores expositores ha sido del 97 %, el índice de fidelidad es altísimo. Hay 43 expositores nuevos y 27 empresas que quieren ampliar su stand. Estos resultados demuestran la consolidación del certamen. Estamos logrando una mayor optimización de los pabellones, estrechan-

do pasillos, eliminando zonas comunes y sacando fuera de los pabellones las actividades paralelas.

¿Qué actividades paralelas podría destacar?

Entre las principales novedades está el "Espacio Salud", que dará cabida a ámbitos como la fitoterapia o el cannabis medicinal, hasta las ventajas de las plantas en los lugares de trabajo o la alimentación saludable. Además, este año acogemos la entrega de premios de "Villas en flor", del que somos promotores. Y junto a ello, volveremos a contar con ponencias de máximo interés en torno a la jardinería y el paisajismo; el proyecto "Inspiratio" como vertiente cultural, más vinculado al arte y al diseño. Y un año más, la inauguración de Iberflora estará presidida por la gala profesional "La Noche +Verde"

¿Cuáles son las previsiones de "La Noche +Verde"?

En su tercera edición, La Noche +Verde se convierte en una fiesta sectorial todavía mayor, ya que, a su formato habitual, se une la celebración conjunta del décimo aniversario de la feria bienal Eurobrico, por lo que esperamos reunir a cerca de un millar de profesionales.

¿Se llevará a cabo alguna actividad relacionada con bricojardín?

Efectivamente, dentro del programa de actividades, tendrán lugar las Jornadas de Eurobrico, que tendrán como protagonista a la gran distribución y la venta *online* como canal de futuro. También se organizarán talleres sobre huertos urbanos y alimentación de proximidad

Iberflora ha mantenido reuniones con empresas de maquinaria para realizar demostraciones, ¿qué protagonismo tendrá finalmente la maquinaria en esta edición?

El visitante de Iberflora ha reclamado en los últimos años la presencia de firmas de maquinaria para jardinería y finalmente, tras varias gestiones con

"En la gran distribución, los gestores de compras están muy especializados, el que compra verduras de cuarta gama no compra crisantemos. Ni se conocen ni quieren verse en las mismas ferias"

las empresas más importantes de este sector, tendremos una buena representación. La presencia en la última edición de varias empresas ha propiciado que los sectores que abarcan la feria vean Iberflora como una potente fuente de negocio. Las concesionarias del Ayuntamiento de Valencia y sus proveedores estarán presentes con importantes *stands* y participarán en el diseño de las zonas de demostración y en las jornadas.

Otro de los sectores con mayor dinamismo es el de arboricultura y el paisajismo, con empresas de sustratos y riego, depósitos, viveros de árboles monumentales y equipos para trabajo en altura, ¿qué aceptación tienen estas empresas a la convocatoria de Iberflora?

El crecimiento de estas empresas en Iberflora es paulatino con un carácter ascendente, ya que las jornadas internacionales de paisajismo y arboricultura despiertan un gran interés y atraen a un gran número de técnicos de ayuntamientos, arquitectos, paisajistas, jardineros, etc. Este año, además, la protagonista en el sector de la arboricultura es Francia. De hecho, para el viernes 5 de octubre hemos organizado una jornada en el espacio Ágora Verde en la que participarán el responsable del Servicio de Árboles y Forestal Metropolitano de Burdeos, el responsable del Servicio de Árboles y Paisaje de Lyon, el jefe de Servicio de Desarrollo de Información de Parques y Jardines de Nancy. También estamos trabajando con los ingleses de Natio-

nal Trust y con los italianos FAI para la celebración de unas jornadas sobre Jardines Históricos, su conservación y su viabilidad económica.

Con respecto al nacimiento de Garden & Flower Attraction, impulsada por Ifema, que se celebra unas semanas después de Iberflora. ¿Cree que puede afectar al posicionamiento de Iberflora?

Respetamos cualquier iniciativa que suponga un beneficio para el sector siempre que se base en supuestos verdaderos para no confundir a las empresas. En la gran distribución, los gestores de las compras están muy especializados. El que compra verduras de cuarta gama no compra crisantemos. Es más, ni se conocen ni quieren verse en las mismas ferias. Pero, si, por el contrario, se divide el sector, las consecuencias pueden ser muy perjudiciales. La gente solo tiene que mirar a Padua y a Angers y extraer sus conclusiones. Iberflora celebra este año su 47ª edición. Tras la dura crisis que ha sufrido la economía española, y a la que el sector verde no ha sido ajeno, la feria lleva varios ejercicios creciendo en superficie ocupada y en visitantes. Y además, en los últimos dos años se han ido incorporando sectores a su oferta y representantes sectoriales a su comité organizador. De hecho, contamos con un respaldo mayoritario del sector en España y pensamos que Iberflora, como marca, está consolidada como cita referente en el calendario europeo. Las perspectivas son de fortalecimiento en próximas ediciones. ●

Floramedia estrena la nueva versión del portal profesional GuíaVerde.com

Floramedia, la empresa de comunicación especializada en el sector verde, ha lanzado recientemente la nueva versión 4.0 del portal profesional GuíaVerde.com, que supone la actualización más ambiciosa de todas las que se han realizado hasta la fecha.

Según indica Rafa Brines, director del portal, "la nueva GuíaVerde.com llega con dos objetivos: por un lado mejorar la experiencia del usuario y por otro ayudar a las empresas en la comercialización y el marketing de sus productos y servicios".

Para mejorar la usabilidad, se estrena un nuevo buscador en GuíaVerde, más potente, certero y con sugerencias de resultados que ayudarán a los usuarios del portal a encontrar con más facilidad la información que están buscando.



También se estrena un nuevo diseño responsive, tanto en la parte pública como en el panel de control de los usuarios registrados, para mejorar la navegabilidad y el acceso a los contenidos.



Referente a los contenidos, destaca la gran apuesta de GuíaVerde.com por confirmarse como en el medio de comunicación de referencia del Sector Verde, por lo que se ha incrementado la cantidad y calidad de las noticias, reportajes y entrevistas que, tanto en formato textual como en vídeo, se van a ofrecer desde ahora en el portal en sus remodeladas secciones de Actualidad y Vídeos.

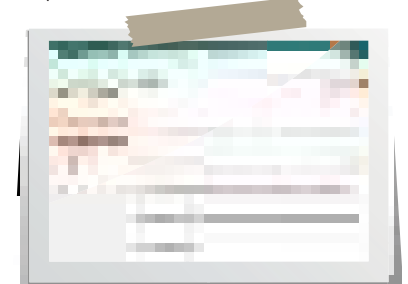


Otra de las novedades de GuíaVerde es la puesta en marcha del Informativo mensual de GuíaVerde, un noticiero en formato vídeo donde se podrá conocer lo último sobre horticultura, viverismo y jardinería.



Por otro lado, GuíaVerde.com ha dado un salto de calidad en lo que respecta a sus funcionalidades dirigidas a ayudar a las empresas en la difusión y comercialización de sus productos y servicios.

Ahora la Web de empresa personalizable en el portal ha mejorado su look & feel y sus prestaciones, permitiendo ofrecer información sobre personas de contacto, fotografías, vídeos, descargas, noticias, catálogo de productos, sedes de la empresa, etc.



Pero si se trata de destacar algunas funcionalidades que están pensadas específicamente para ayudar a las empresas a conseguir sus objetivos comerciales, hemos de mencionar dos concretamente. Por un lado, las Alertas de compradores, que avisarán a la empresa cuando algún potencial cliente ha solicitado a través de GuíaVerde un presupuesto sobre alguno de los productos y servicios que la empresa comercializa.



Y por otro, las Rutas comerciales, que permitirán a los comerciales de la empresa trazar rutas por carretera entre dos destinos para extraer un listado de posibles empresas a visitar en ruta, aprovechando la base de datos de empresas y profesionales de GuíaVerde, sin duda la más completa y actualizada del mercado.



Otra novedad que estrena la web GuíaVerde.com es la sección Ofertas de empleo de utilidad para las empresas que están buscando profesionales en el Sector Verde.



La primera versión de GuíaVerde.com, el portal web de Empresas, Productos y Servicios de Horticultura, Bricojardinería y su Industria Auxiliar, se estrenó en 1997 y en la actualidad cuenta con más de 9.500 empresas, 8.000 productos y servicios, 3.500 fichas botánicas de plantas y más de 7.000 usuarios registrados.

De media, GuíaVerde.com recibe unas 100.000 visitas al mes, y cuenta con unos 60.000 usuarios únicos/mes.

Además, cada año Floramedia edita el Directorio Impreso GuíaVer-

de, dirigido al comprador de planta y otros productos y servicios del sector de la horticultura ornamental y la jardinería, y que se distribuye gratuitamente en las principales ferias comerciales y empresas de Europa. ●

UNA APUESTA PARA LA MEJORA DE PRESTACIONES

"La nueva versión 4.0 del portal profesional GuíaVerde.com ha mejorado sus prestaciones. Con un diseño renovado, el nuevo sitio amplía sus contenidos y mejora el acceso a estos, adaptándose al tipo de usuario que visita sus páginas, para ofrecerle información personalizada en función de sus necesidades. Cabe destacar las alertas de compradores, que avisan a la empresa cuando el cliente solicita un presupuesto a través de GuíaVerde, así como las "rutas comerciales", que permitirán a los comerciales diseñar rutas por carretera para extraer un listado de posibles empresas a visitar".

INMA TEJUELO, PRODUCT MANAGER DE GUÍAVERDE

¿Quieres flores así?

¡Cultiva tus plantas con el **sustrato Mediterrania** de Pindstrup!

IDEAL PARA JARDINERAS Y MACETAS



Hecho en España por Pindstrup con tecnología danesa

Tus **buganvillas, cítricos, palmeras, hibiscus** y demás plantas de clima mediterráneo vivirán felices con este **sustrato específico**.

> Con turba rubia de *Sphagnum*, turba negra, arcilla granulada, abono NPK y aporte adicional de microelementos.



PINDSTRUP MOSEBRUG S.A.E.
www.pindstrup.es

MARC DARO,
especialista en bricolaje y marketing

Otoño, tiempo de *jardibrico* o *bricojardinero*

EL OTOÑO CON SU CAÍDA DE LAS HOJAS Y LA TRANSFORMACIÓN DE LA NATURALEZA DEL JARDÍN y del hogar es símbolo de renovación dentro de ese reloj del tiempo que permite mirar hacia atrás, pero no retroceder. Y con la reciente entrada de esta estación de suaves temperaturas, materiales pétreos y tonos rojizos, muchos negocios se preguntan ¿a quién favorecerá este año más? ¿Al *garden* con sus opciones de bulbos de siembra, sus abonos o sus ofertas de estufas? ¿o a la ferretería con las herramientas de poda? Pero, sobre todo, después de haber pasado una de las peores campañas de jardín de la era “postcrisis” de los últimos años, hay muchos que se preguntan por qué ha sido así y cómo saber hacerle frente.

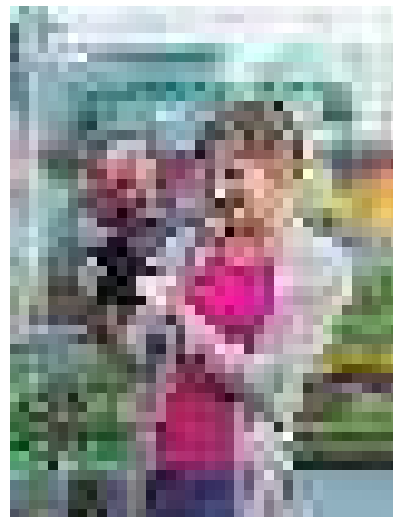
Factores claves que han incidido de forma negativa en la pasada campaña han sido las numerosas lluvias de final de invierno, que se prolongaron durante toda la primavera hasta bien entrado el verano, que llegó de forma muy tardía, con las pérdidas de muchas ventas. Otro factor a destacar es el cambio en las tendencias del consumo, lo que nos invita a analizar cómo es el consumidor actual y cómo este ha evolucionado en cuanto a sus necesidades y forma de efectuar la compra. El éxito del profesional del *garden* y de la ferretería es acertar a encorsetar las formas en que queremos que este compre.

Llegó la estación en la que podemos y debemos seducir al *jardibrico* o *bricojardinero*. No podemos condenar al cliente a olvidarse del jardín y a pensar en comprar estufas cuando aún vamos en manga corta. El cambio climático está haciendo que las estaciones cambien, que la primavera llegue antes y el otoño se acaba más tarde que hace 50 años. Desde un punto de vista biológico, esto quiere decir que las hojas de las plantas brotan antes y

caen más tarde. Cambiemos nosotros con ellas. ¿Por qué seguir con los patrones de las ofertas largas y clásicas? Halloween era la época de la castañera, y la fiesta la celebrábamos con bufanda, guantes y abrigos, ahora estos accesorios han cedido protagonismo a la manga corta. Si hemos sido capaces de cambiar los disfraces de miles de propuestas por las antiguas tostadoras de castañas, seamos capaces de ser multiofertas, multicanales. Los comercios a pie de calle cuentan con un importante limitador: el espacio físico pero los espacios corporativos de internet no tienen límites. Implementar también la venta online permite ofrecer una mayor variedad de productos sin necesidad de amontonarlos en tienda.

No hemos de vender estufas sí o sí, si el tiempo no lo brinda. Pero, por desgracia, las cadenas y grandes grupos de compra diseñan las ofertas de cada estación con muchos meses de antelación... Y aburrimos con ofrecer siempre los mismos productos. Solo cambian algunos modelos, pero si tomamos un folleto de un año a otro, salvo cuatro cosas, todo es igual. No olvidemos que el consumidor, hoy por hoy, quiere lo que necesita en el momento.

Las opciones de las diferentes cadenas o grupos deberían reflexionar sobre esto y ofrecer las ofertas de fin de verano, de cierre, pero no a mediados de agosto, sino a final de noviembre. Hacer campañas tan largas hace que este se junte con el árbol y luces de la Navidad... El tiempo, el clima el cliente cambia, hagámoslo ya nosotros. Ello conlleva adecuar los stocks a las necesidades reales del nuevo cliente, que sabe más que nosotros, que tiene más información al actualizada de todo. Tener estanterías, pódiums llenos de cosas, aparte de llenar de



polvo la tienda, y de no ofrecer nada interesante, no tiene sentido alguno.

Pensemos en internet, en mejorar nuestra web, donde las posibilidades de compra son infinitas durante los 365 días del año. Las redes sociales, las páginas web y la compra online no solo ayudan a captar más clientes, sino a llegar a ellos de una manera más efectiva. Los diferentes canales ofrecen inmediatez y permiten obtener un mayor conocimiento de los consumidores, lo que facilita que el negocio se adapte a sus necesidades. Si este exceso de lluvia ha generado muchas malas hierbas y muchas cosas a retocar en el jardín, seamos proactivos, demos soluciones, oportunidades e ideas innovadoras a nuestros clientes.

Seamos multioferta, multicanal y proactivos. Debemos sorprender y anticipar a las necesidades del *jardibrico* o *bricojardinero*. La frontera entre el bricolaje, la ferretería y el *garden* es muy fina. Sepamos adaptarnos y descubrir nuevas oportunidades de negocio, imaginemos aquello que desea encontrar nuestro cliente. No nos limitemos a cumplir con la oferta del calendario gregoriano de rigor, que ya ha quedado más que desfasado. ●

AVANCE DE NOVEDADES
2019

@discom
Garden complements GRUP

Eurobrico lanza un espacio con ideas para mejorar el lineal

La Feria Internacional del Bricolaje, Eurobrico ha creado un nuevo espacio en su exposición comercial con el objetivo de descubrir al profesional la mejor forma de mostrar su producto en el lineal y hacerlo más atractivo.

La inversión en el punto de venta es fundamental para todos los establecimientos, pero se hace más importante, si cabe, en el comercio de la ferretería y el bricolaje, ya que el 82% de las decisiones de compra se toman directamente en la tienda, según las conclusiones a las que han llegado 30 directivos que han participado en los grupos de trabajo Trade marketing AFEB.

En ese mismo estudio hacen hincapié en la importancia de que las marcas apuesten por la diferenciación de la competencia, el aumento del portafolio, la venta omnicanal y la menor dependencia del personal.

Para ello Eurobrico mostrará soluciones expositivas que acompañará con un amplio programa de conferencias que impartirá el experto en la materia Antonio Valls, director general de SystemShop Consulting y autor del libro *F de Ferretería. Manual para la ferretería del siglo XXI*, un completo análisis de todos los aspectos que una ferretería debe tener en cuenta para afrontar con éxito su día a día. El profesional podrá descubrir cómo mejorar su ferretería para el buen funcionamiento de su día a día: gestión, imagen, compras, promociones, inventarios, márgenes, rotación, folletos, cabeceras, formación, ventas, optimización, estrategia, señalización, competencia, stocks... Además, podrán conocer las nuevas técnicas y aplicaciones que se lanzan al mercado y aplicarlas en sus establecimientos de forma inmediata.

El *Espacio Punto de Venta Ideas para mejorar tu ferretería* consta de 24 metros lineales de exposición donde se mostrarán los productos y se realizarán las presentaciones. Estas tendrán lugar en diversos horarios durante la jornada y tendrán una duración de alrededor de 30 minutos. Esta nueva iniciativa de Eurobrico cuenta con el apoyo y patrocinio de Velum, firma especializada en soluciones de iluminación para ferreterías y grandes y medianas superficies. Dicho espacio estará ubicado dentro de la exposición comercial en el Pabellón 2 de Feria Valencia, junto al escenario del Eurobrico Forum. ●



DISCOM GRUP

Antiga Nacional II Km 549
08719 Jorba (Barcelona)
Teléfono 93 807 81 74
comercial@discomgrup.com

www.discomgrup.com



Flower&Garden Attraction contará con la presencia de grandes cadenas de distribución

La décima edición de Fruit Attraction, que se celebrará del martes 23 al jueves 25 de octubre de 2018 en Feria de Madrid, incorpora una nueva área expositiva dedicada al sector profesional comercializador de flores y plantas vivas denominado Flower & Garden Attraction, Raúl Calleja, director de este nuevo salón, manejará el timón de este barco que vira hacia nuevas latitudes con el ánimo de dinamizar el sector y ampliar la capacidad de las empresas participantes.

Flower&Garden Attraction, que estará ubicado en el pabellón 1, tenía confirmada, a mes y medio de su celebración, la participación de 28 empresas, procedentes de Andalucía, Canarias, Madrid, Valencia, Galicia y Cataluña, y empresas llegadas de Holanda, y otros países europeos, en un espacio de 800 metros cuadrados.

Asimismo, cabe destacar la presencia de las grandes cadenas de distribución, como francesa Leroy Merlin, o la alemana Rewem, entre otras, que han manifestado su interés de reunirse con sus proveedores nacionales de flor y planta y, del mismo modo, mantener contacto con expositores internacionales. También centrales de jardinería, como Villaverde que aglutina a más de 80 centros de jardinería en Francia y que muestra gran interés por planta en España.

Flower&Garden Attraction ofrecerá a los expositores, tal y como destacan sus responsables, "la máxima visualización en el marco de Fruit Attraction, así como una gran promoción internacional y nacional, contando con una importante inversión en el Programa de Invitados

Internacionales, que atraerá a Madrid a más de 1.000 jefes de compra retail, importadores y mayoristas invitados de todo el mundo". A este programa se ha sumado la Misión Comercial con empresas árabes.

Programa de Jornadas Técnicas

Un completo programa de jornadas técnica harán de Flower&Garden Attraction, el centro de conocimiento para el sector, con unas sesiones caracterizadas por la gran diversidad de contenidos, así como por el alto nivel de los participantes y ponentes.

Entre otra jornadas destacan "Renaturalización Urbana: diseño de zonas verdes con plantas autóctonas", organizada por la Comunidad Verde; "Tendencias de futuro de los Centros de Jardinería en Europa", ideada por AECJ; y "Encuentro de Euro Garden Fórum", de la mano de Fepex, Fruit Attraction, organizada por Ifema y Fepex, celebra su 10º Aniversario con la participación más completa de su trayectoria con la presencia de 1.600 expositores y 70.000 profesionales de 120 países.

Más información en
www.fruitattraction.ifema/flowergardenattraction

EXPOSITORES

A 13 DE SEPTIEMBRE

1. MASCARELL SEMILLAS
2. PLASTICOS ALBER
3. HOBBY SALIPLANT
4. SEMILLAS FITO DIVISIÓN HOBBY
5. SONNE-LOGTRA
6. SEMILLAS ROCALBA
7. EJITURBAS
8. SEMILLERO LAIMUND
9. JOEPA SUR, S.L.
10. MNP FLOWERS BV
11. CACTUSERRANO
12. PLANTAL PRODUCCIONES
13. PROPIAS DE LA PALMA
14. CATESA
15. ORQUIDALIA
16. DRAGO FLOR
17. VIVEROS MACÍAS
18. VIVEROS ANGEL
19. OZ PLANTEN
20. HAMIPLANT
21. ALLEGRO
22. VIVEROS MEDIPALM
23. VIVEROS GUZMAN
24. VIVEROS SEVILLA
25. VIVEROS TOBOADA
26. CULTIVOS LAS RESCLOSAS
27. POLE PLANT
28. SISAN FLOR



flower&garden attraction



RAÚL CALLEJA,
director de Flower & Garden Attraction

Fruit Attraction 2018, el lugar adecuado en el momento oportuno

ESTE ES UN AÑO MUY ESPECIAL PARA FRUIT ATTRACTION PUESTO QUE CUMPLE 10 AÑOS. Y lo celebramos por todo lo alto con más de 1.600 empresas expositoras y 70.000 profesionales de 120 países que se darán cita en Madrid del 23 al 25 de octubre. Unas cifras que tanto para Ifema como para Fepex, organizadores del evento, ponen de manifiesto el interés y respaldo del sector de frutas y hortalizas por impulsar Fruit Attraction como instrumento fundamental de internacionalización del sector, y punto de encuentro del conjunto de los profesionales que integran toda la cadena de suministro.

Fue en el año 2009 cuando el propio sector, a través de Fepex, identificó la necesidad de desarrollar un proyecto comercial que le ayudase a seguir potenciando su posición de liderazgo en los mercados internacionales. Así, Ifema, especialista en crear eventos a medida de los diferentes sectores económicos, desarrolló hace diez años la feria Fruit Attraction, básicamente centrada en poner a su disposición una herramienta comercial muy rentable, y económica, que garantizase afluencia de visitantes internacionales de primer nivel. Ahora, una década después, confirmamos que el esfuerzo y trabajo están dando sus frutos, tanto que hoy, podemos confirmar unas excelentes cifras de participación con un crecimiento del 16 %, tanto de expositores como de superficie. La primera edición de la Feria contabilizó una superficie expositiva de 7.400 metros cuadrados, y hoy se superan los 45.000. En cuanto a los profesionales, en su primer año de actividad, Fruit Attraction registró la participación de más de 8.400; en esta edición serán más de 70.000 los que asistirán a la gran fiesta del sector.

Estamos también especialmente satisfechos en esta convocatoria con el nacimiento de Flower&Garden Attraction, la nueva plataforma internacional para el



sector comercializador profesional de flores y plantas. Este evento nace con el objetivo de contribuir a dinamizar y activar este sector desde dos perspectivas: potenciar el desarrollo de canales de comercialización en el mercado doméstico, donde los centros de jardinería son los profesionales especialistas, ayudando a crear cultura de consumo de flor y planta en el mercado español acercándonos a los niveles de consumo europeos. Y por otro lado tiene como objetivo servir de punto de encuentro internacional para la comercialización entre oferta y demanda de cara a la importación y exportación.

España es el país de la UE que más está creciendo en sus importaciones de flores y plantas existiendo un potencial de desarrollo del mercado muy importante. Ya en 2017 las importaciones españolas alcanzaron los 216,3 millones. En relación a la exportación, en el

primer trimestre de 2018 ha crecido un 7%, totalizando 105 millones de euros, un crecimiento que se ha producido en los cuatro principales grupos de exportación: la planta viva, la flor cortada, follaje y bulbos. Pese a que se puede pensar que es una actividad poco destacada en la agricultura, los rendimientos generados por la producción y el valor de sus exportaciones son superiores al resto de los sectores agrarios.

Tenemos la seguridad de que la feria contribuirá en su dinamización; Flower&Garden Attraction nace para sumar, en el lugar adecuado y en el momento oportuno. Con el apoyo del sector, esta nueva cita permitirá ampliar la capacidad de las empresas participantes como plataforma internacional de venta, donde la diversidad, innovación y tendencias serán los ejes fundamentales de la convocatoria. ●

Floragard en la Iberflora: la celebración de un centenario



Cien años de historia invitan a celebrar y a echar la vista atrás para plasmar momentos condensadores de historia, de éxito, de validación de cultura, de consolidación de identidad, de mensajes de firme trayectoria. Son muchas las empresas que escriben con tinta difusa el correr de los años y la lucha por mantenerse a flote en un mar embravecido, a veces imposible de surcar. Pero son pocas las que llegan a su destino convertidas en un hito dentro sector, como lo ha hecho Floragard Vertriebs-GmbH.

Celebrar un centenario representa todo hito para una empresa que, después del largo camino recorrido, puede seguir presumiendo de seguir en la brecha de la innovación.

Iberflora será el espacio de integración donde esta compañía alemana amplíe la cobertura de su 100º aniversario con empleados, medios de comunicación y clientes, fortaleciendo aún más su imagen corporativa, en sinergia con la presentación de sus últimos desarrollos de producto y sus conocimientos en el ámbito de los subs-

tratos para la horticultura profesional y substratos Premium para el jardinero aficionado.

Para esta ocasión tan especial, Floragard presentará un nuevo envase, exclusivo y fresco, para el comercio especializado. También la receta ha sido considerablemente mejorada: se trata de un sustrato ecológico listo para usar, para trasplantar plantas de interior, balcón y contenedor. Calidades de turba seleccionadas facilitan el suministro de agua mientras que el abono especial Flora Bio-Mix y nutrientes adicionales fomentan el crecimiento sano de las plantas. El abono natural guano activa la vida del suelo.



Asimismo Floragard ofrecerá un sustrato aniversario, con una presentación única, típica de los años 50. La receta de esta edición limitada lleva un plus de arcilla y un abono de larga duración para suministrar nutrientes a las plantas hasta 8 semanas. “Nos sentimos orgullosos de poder celebrar el 100 aniversario de Floragard con estos productos tan especiales. Contamos con una experiencia de muchas décadas y la aprovechamos para modelar con productos innovadores un futuro exitoso para el sector verde”, explica el director de ventas, Juan Galindo.

Además de estos dos productos Floragard presentará otras novedades para el jardín. Viveros y semilleros tendrán la oportunidad de conocer substratos con un máximo de seguridad en el cultivo, procedentes del norte de Alemania y del Báltico.

Juan Galindo y sus asesores técnicos, António Duarte y Andreu Gómez, presentarán estos y más productos destacados a colaboradores e interesados en el stand de Floragard, nivel 3, pabellón 4, stand C65. ●

Programadores de riego Wi-Fi®

Controla el riego al mismo tiempo que estás fuera de casa
de una forma sencilla y segura.



RAIN BIRD

www.rainbird.com

José María Zalbidea,

secretario general de Fepex

Aunque no necesitaría presentación, José María Zalbidea, director de Fepex, cuenta con atributos que le definen y con los que es bien conocido en el sector: seriedad, conocimiento, compromiso, responsabilidad en su trabajo y sencillez sin poses. No es fácil robarle tiempo de su trabajo cuando vive absorto en él, hasta el punto de dejar sus vacaciones a un lado. Aun así, como siempre, se muestra solícito a la hora de colaborar con este medio, con una exhaustiva⁹ entrevista en la que nos aproxima a la realidad que vive el sector y las acciones promocionales más sobresalientes de la federación que él mismo encabeza.

Fepex viene promocionando el sector de frutas y hortalizas, flores y plantas vivas en ferias internacionales, ¿qué resultado podría destacar de estas acciones?

En el mercado exterior la incorporación del mayor número de empresas a la actividad exportadora es una de las principales prioridades que tiene este sector y es un instrumento clave para su mantenimiento y desarrollo futuro. En España existen actualmente alrededor de 150 empresas que exportan regularmente flores y plantas ornamentales a países europeos principalmente y otros países terceros.

En los últimos diez años España ha sido, después de Alemania, el país que más ha aumentado la exportación de plantas ornamentales, con un crecimiento del 80%, lo que demuestra la excelente aceptación de las plantas españolas en los mercados exteriores, y que nuestro país esté considerado ac-

tualmente como el de mayor potencial de crecimiento en Europa en la exportación de plantas ornamentales. El mantenimiento y la incorporación del mayor número de empresas a la actividad exportadora, con un apoyo de la Administración que facilite la difusión de la oferta española de estos productos y la diversificación de mercados, es una de las principales prioridades que tiene Fepex.

Fepex desarrolla un plan sectorial de internacionalización en colaboración con el Mapama y el ICEX con el objetivo de incorporar el mayor número de empresas a la actividad exportadora y diversificar los mercados de destino. Los resultados obtenidos y acreditados por los informes de seguimiento han sido muy satisfactorios, habiéndose cumplido en parte los objetivos que nos habíamos marcado en relación con la divulgación de la oferta española y la imagen de España como país productor de frutas, hortalizas, flores y plantas de calidad, y destacando la importancia que el sector otorga a la continuidad en el tiempo de estas ayudas como uno de las acciones más eficaces para conseguir en este momento mantener la actividad del sector.

En el año 2018 se ha suscrito con el Mapama el Convenio correspondiente a los años 2018/2019, incluyendo ayudas



a las empresas expositoras en la contratación del suelo en las Ferias Salon du Végétal (Angers – Francia), Asia Fruit Logística (Hong Kong), Sial (Montreal-Canadá) y la Feria IPM (Essen-Alemania) 2019. El Convenio tiene previsto un presupuesto global de 437.500 euros, y es cofinanciado por el Ministerio con una aportación de 210.000 euros y Fepex con aproximadamente 227.500 euros, realizándose una participación agrupada de aproximadamente 100 empresas de diferentes zonas de producción de los sectores de frutas y hortalizas, y flores y plantas.

Así mismo, se ha aprobado por parte del ICEX para el año 2018 un programa sectorial de promoción en los mercados exteriores con algunas novedades respecto a los planes sectoriales de años anteriores. El plan no incluye participaciones agrupadas en ferias Europeas, por lo que las acciones promocionales que Fepex tiene previsto desarrollar en colaboración con ICEX y sus Oficinas comerciales serán dos misiones inversas de compradores extranjeros a las ferias de Fruit Attraction e Iberflora.

“El principal factor de riesgo que afecta a la producción comunitaria de flores y plantas es la apertura del mercado de la UE y el incremento de la competencia de países terceros”

¿Cómo se presenta el nuevo espacio Flower&Garden, en el marco de Fruit Attraction, feria coorganizada por Ifema y Fepex?

Flower&Garden Attraction nace con vocación de permanencia en el tiempo y quiere tener la máxima presencia de expositores premium nacionales e internacionales con el fin de que la feria disponga de la mejor oferta comercial.

El objetivo es que el sector de flores y plantas aproveche las oportunidades que ofrecen la Feria Fruit Attraction y en particular la presencia de las cadenas de distribución europea, centros de jardinería y bricolaje. Es el caso de varias cadenas de centros de jardinería y de bricolaje que se reunirán con sus actuales proveedores nacionales e internacionales, así como con nuevos proveedores expositores de plantas ornamentales, frutales, plantas hortícolas y aromáticas para huerto urbano, así como de productos para el jardín.

La ubicación de Flower&Garden Attraction será específica dentro del Pabellón 1, es el primer pabellón de entrada a feria y tiene registro propio, por lo que se conducirá el tráfico de visitantes por el mencionado pabellón, ambientado y decorado con entidad propia.

La Feria está trabajando con un programa de compradores internacionales que asciende a 1,2 millones de euros, y que atraerá a Madrid a más de 1.000 jefes de compra retail, importadores y mayoristas invitados de todo el mundo, y del que se podrán beneficiar todos aquellos expositores que sean productores, invitando a alojamiento y vuelo.

Este año la Feria Fruit Attraction tiene como países invitados importadores a los Países de la Península Arábiga (Arabia Saudí, Emiratos Árabes, Jordania, etc), con la presencia de representantes de gran número de empresas importadoras de plantas, estudios de paisajistas y empresas de construcción.

En relación con las jornadas en Flower&Garden, están previstas las siguientes: Jornada sobre las tendencias de futuro de los Centros de Jardinería en Europa, impartida por Frank van der Heide, director de Tuinbranche; Encuentro de Euro Garden Forum; Jornada “Renaturalización Urbana: diseño de zonas verdes con plantas autóctonas”; Jornada sobre la venta de plantas y productos para el jardín en los centros de bricolaje y Jornada sobre mercados, subastas y *market places* de planta y flor”.

¿Qué evolución se ha observado en 2018 en el sector de flores y plantas?

El comercio exterior de flores y plantas ha tenido un importante crecimiento en el primer semestre del año 2018. La exportación española de flor y planta viva aumentó un 9% totalizando 247,7 millones de euros hasta junio de este año en comparación con el mismo periodo de 2017 y la importación aumentó igualmente un 3% ascendiendo a 120,6 millones de euros.

La exportación de planta aumentó un 16%, situándose en 212,8 millones de euros, de los que 94,9 millones de euros correspondieron a planta de exterior (+8%), 53,3 millones de euros a planta de interior (+13%) y 38,3 millones de euros a árboles y arbustos (+31%).

Por lo que respecta a la Las exportaciones de rosas superaron los 5,6 millones de euros, con un aumento del 41%, aunque la partida de flor cortada en su conjunto descendió un 2%, debido principalmente a la caída de las ventas de clavel que totalizó 23,9 millones de euros.

Por países de destino, los envíos españoles de flores y plantas vivas a Francia alcanzaron 80,8 millones de euros (+16%), seguido de Países Bajos con 42,4 millones (+13%), Alemania con 24,2 millones (+6%) y Portugal e Italia con 18,6 y 14,3 millones (-3%) y (+14%) respectivamente. Las exportaciones dirigidas a la Unión Europea alcanzaron los 202,7 millones (+11%) y las exportaciones a países terceros ascendieron a 45 millones (+30%).

En cuanto a la importación ascendió a 120,6 millones de euros (+3%), siendo las partidas más importantes la flor cortada que totalizó 39,7 millones de euros (+2%), la planta ornamental con 18,1 millones (+16%) y la partida de árboles y arbustos con 18,1 millones de euros (-1%).

¿Qué nota le daría a la competitividad del sector, tan inmerso en la globalización del mercado comunitario?

Las principales zonas de producción españolas son muy competitivas y tienen ventajas comparativas con relación a otras producciones comunitarias por las buenas condiciones climáticas, la excelente relación calidad/precio, la extensa variedad de productos y el amplio calendario de producción.

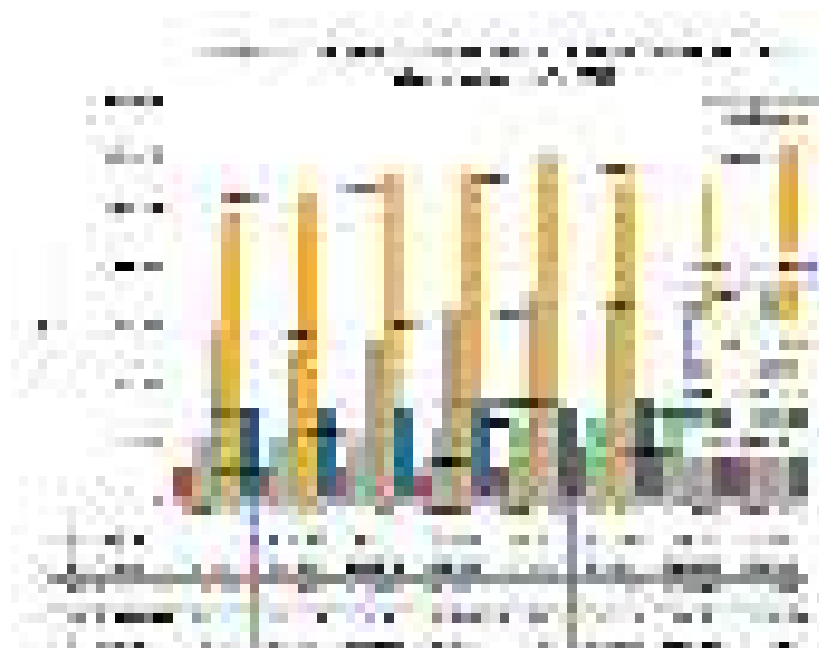
No obstante, el sector español tiene grandes desafíos comunes que afrontar para mantener el crecimiento: la mejora de la competitividad en un mercado crecientemente competitivo y global; los cambios en la situación de los mercados provocados por la implantación creciente de la preferencia nacional en la UE y nuevas formas de proteccionismo en los mercados de terceros países; la competencia creciente de otros países comunitarios con ventajas tecnológicas inherentes a una mayor capitalización y dimensión

de sus explotaciones; la competencia desigual de países terceros con ventajas competitivas porque no aplican el estricto marco regulatorio comunitario que abarca múltiples ámbitos que inciden directamente sobre los costes de producción, en un contexto de orientación hacia el libre comercio de la UE; el proceso de adaptación a métodos de producción sostenibles y de mitigación del cambio climático inherente a la evolución de la PAC, que su reforma plantea como objetivo estratégico y de obligado cumplimiento; la incertidumbre sobre el suministro de agua que garantice la racionalidad de las inversiones de mejora de las explotaciones y su viabilidad; y la incertidumbre generada por el Brexit. Estos desafíos se traducen en múltiples retos en diferentes ámbitos, siendo prioritario incrementar la competitividad de las explotaciones y mejorar la planificación de la producción y de la comercialización.

¿Cómo valora la competencia intra-comunitaria y de terceros países?

La principal amenaza y factor de riesgo que afecta a la producción comunitaria de flores y plantas es la apertura del mercado de la UE y el incremento de la competencia de países terceros como consecuencia de la firma de acuerdos comerciales bilaterales, que reducen el nivel de protección. El sector productor español conoce muy bien este grave problema porque ha sufrido la apertura del mercado comunitario de la flor cortada, especialmente las rosas, lo que ha provocado la reducción drástica de la producción nacional y la práctica desaparición de la exportación de este producto, cuando nuestro país y concretamente el sector productor de Canarias llegó a ser el segundo exportador de Europa.

La política comercial desarrollada por la Comisión Europea es determinante en la sostenibilidad del sector productor exportador de flores y plantas debido a múltiples factores. Por un lado, el mercado comunitario representa el 72 % de las exportaciones, y por otro, la preferencia comunitaria se ha devaluado fuertemente sin contrapartidas, porque



a pesar de los esfuerzos realizados tanto públicos como privados, los mercados de países terceros siguen manteniéndose en volúmenes poco representativos, con una exportación a países terceros no europeos en 2017 que representa el 18% del total.

El reducido valor que representa la exportación fuera de Europa obedecen a múltiples y diversas causas entre las que destacan las barreras fitosanitarias, además de a otras relacionadas con aspectos logísticos, financieros y comerciales, y ponen de manifiesto que la política de apertura de nuevos mercados que ha sido planteada desde distintos ámbitos como alternativa complementaria al mercado comunitario está dando escasos resultados. Desde Fepex consideramos prioritario impulsar las negociaciones comerciales para el levantamiento de las barreras fitosanitarias.

La apertura del mercado comunitario a la importación de plantas ornamentales de países como Costa Rica, Turquía o Marruecos, con producciones ya significativas y un gran potencial de crecimiento, es un peligro real y de enorme trascendencia para el futuro del sector europeo y Fepex debe adoptar una posición contraria y muy beligerante al respecto.

¿En qué medida el Ministerio viene

apoyando las inversiones para la mejora y modernización del sector?

El análisis comparativo de los rendimientos entre España y sus competidores más directos, tanto comunitarios como de terceros países, ha evidenciado fuertes diferencias y, para ello, es preciso incrementar las inversiones destinadas a la mejora de las explotaciones y de las estructuras comerciales con el fin de incrementar los rendimientos y la productividad, reducir los costes unitarios de producción, paliar el impacto del progresivo deterioro de los precios obtenidos en los mercados y reducir la dependencia y el impacto negativo de las condiciones climatológicas adversas. El cumplimiento de estos objetivos es difícilmente alcanzable en el marco de los programas de desarrollo rural de las diferentes Comunidades Autónomas, por lo que sería necesario la adopción de medidas específicas en un programa nacional.

El sector productor de flores y plantas es el sector agrario más liberalizado de todos y, por tanto, el que tiene más motivos para proponer un paquete de ayudas que permita una mejora de la producción y comercialización de flores y plantas, similar a la que existente en el sector hortofrutícola.

¿Qué puede destacar sobre la inse-

“La salida de Reino Unido de la UE en marzo de 2019 tendrá implicaciones negativas sobre los intercambios comerciales del sector, incluso en el escenario más favorable”

Seguridad generada en las principales regiones productoras sobre el suministro de agua?

Desde Fepex se considera necesario y urgente un Pacto de Estado sobre el Agua con el mayor consenso territorial, que asegure la actividad productiva y el empleo en todas las zonas productoras. Este Pacto debe contribuir a que se perciba de forma generalizada el problema del agua como una realidad que concierne a todos. Desde Fepex apoyamos plenamente el Pacto del agua de la Región de Murcia suscrito en el mes junio por los partidos políticos más significativos de esa Comunidad, PP, PSOE y Ciudadanos. El Pacto establece que es imprescindible la transferencia de recursos desde otras cuencas y apunta a la necesidad de un sistema integrado en todo el Estado que equilibre los déficit existentes a través de mejoras de eficiencia, programas de modernización, incremento de la reutilización, nuevas conexiones entre cuencas y, como recurso complementario, la desalación.

¿Y sobre productos fitosanitarios?

Fepex considera que la disponibilidad de productos fitosanitarios en igualdad de condiciones que los productores de otros países comunitarios y de terceros países competidores es un factor determinante de la competitividad. Los productos fitosanitarios son medios imprescindibles para la producción agrícola, tanto bajo los sistemas convencionales de agricultura, como bajo otros sistemas, como la integrada o la ecológica, pues los estragos potenciales de las diferentes clases de plagas, provocan la inviabilidad de

muchos cultivos en las zonas de producción de mayor interés económico y social e incluso la posibilidad de mantener almacenados los productos con un periodo de comercialización extenso. Así mismo, es notable su impacto por la carencia de productos para el tratamiento post-cosecha, lo que afecta a la capacidad de acceso del sector a mercados de países terceros lejanos. Por ello es prioritario aprovechar al máximo las posibilidades ofrecidas por los procedimientos de autorización previstos en la legislación vigente para suplir las carencias existentes.

¿En qué medida se está trabajando sobre la regulación de las prácticas comerciales desleales?

La propuesta de Directiva presentada por la Comisión Europea, en abril de 2018, que regula las prácticas comerciales desleales en el conjunto de la UE puede suponer cambios sustanciales en los usos y prácticas comerciales del sector de flores y plantas comunitario y pueden contribuir a mejorar la posición de los agricultores comunitarios en la cadena de valor.

El proyecto de Directiva establece la lista mínima de prácticas comerciales desleales prohibidas, tales como el periodo de pago superior a 30 días; cancelaciones de última hora de pedidos de productos perecederos; cambios unilaterales y retroactivos en los acuerdos; pago por pérdidas de productos en los locales del comprador no atribuibles al vendedor; así como otras prácticas prohibidas en el caso de que no se hayan acordado en el contrato correspondiente, tales como devoluciones de productos no vendidos, contribuciones para promoción y marke-

ting, etc. Prácticas que son claramente abusivas y cuya prohibición debería estar vigente en todos los Estados miembros.

Desde Fepex, consideramos que la Directiva debería contribuir a fortalecer el mercado único para los productores comunitarios y establecer medidas de salvaguardia para evitar que genere un mayor atractivo para las importaciones no sometidas a las prácticas prohibidas o de difícil vigilancia.

La salida de Reino Unido de la UE en marzo de 2019, ¿qué implicaciones tendrá sobre los intercambios comerciales?

La salida de Reino Unido de la UE en marzo de 2019, con un posible periodo transitorio hasta diciembre de 2020, sin que exista seguridad sobre cuál serán las condiciones del periodo transitorio ni el marco futuro de las relaciones entre Reino Unido y la UE a partir de 2021, tendrá implicaciones negativas sobre los intercambios comerciales del sector, incluso en el escenario más favorable al ser previsible un incremento en la competencia de países terceros y una mayor oferta propia en respuesta a la implantación creciente de la preferencia por el producto nacional.

Desde Fepex hemos planteado la necesidad de adoptar medidas para minimizar el impacto de los posibles controles aduaneros o fitosanitarios sobre los envíos a este mercado, considerándose prioritario establecer procedimientos para la presentación por vía telemática de la documentación aduanera y fitosanitaria que finalmente sea exigida en función del resultado de las negociaciones, y el establecimiento de una plataforma de servicios en las diferentes regiones productoras, donde se presten todos los servicios relacionados con los controles administrativos a la exportación (fitosanitarios, calidad, aduanas, etc.), aleatorios en caso necesario, de tal forma que el cumplimiento de los trámites administrativos no tengan ningún impacto sobre la planificación de la gestión comercial y del transporte en tiempo, distancia y servicio a los clientes. ●

Economía circular en la producción de fertilizantes

La producción de fertilizantes requiere mucha energía, pero, asimismo, en esos procesos se generan grandes cantidades de energía y calor, que pueden ser empleados a su vez en otros procesos, de manera que se logre un mejor rendimiento energético.

Además, en la fabricación de los fertilizantes minerales generalmente se incluyen sistemas de reducción de las emisiones al aire y de vertidos al agua, recuperándose los productos a través de ciclones, filtros, sistemas de depuración, etc., recirculándose los efluentes dentro de la misma instalación e incluso conectándose también con las corrientes de efluentes de otras instalaciones. Todo esto conduce a minimizar las emisiones y hacer un uso completo de las materias primas iniciales.

Legislación europea de fertilizantes

La Comisión Europea ha reconocido la contribución del reciclaje industrial y la simbiosis a la producción sostenible y a la competitividad de la industria europea. En este sentido, ha adoptado un nuevo y ambicioso paquete sobre economía circular, basado en la reutilización de los productos, con el objetivo de ayudar a las empresas y a los consumidores europeos a hacer la transición hacia una economía más circular, con beneficios tanto para el medio ambiente como para la economía.

Dentro de este paquete, la Comisión Europea ha presentado un proyecto de Reglamento sobre comercialización de productos fertilizantes, con el fin de poder incorporar a la fabricación de fertilizantes los subproductos de algunas industrias, reduciendo de esa manera la dependencia de la importación de diversas materias primas. La propuesta de la Comisión está dirigida a optimizar el valor de los productos, fomentando el ahorro de energía.

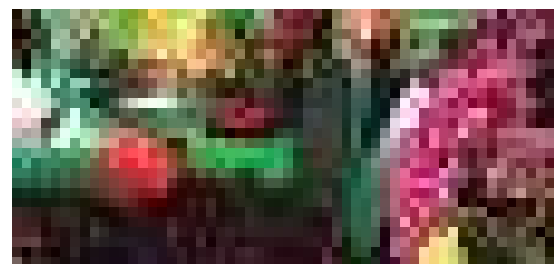
Materias primas

Las materias primas utilizadas tradicionalmente para fabricar los fertilizantes minerales provienen de fuentes naturales: El nitrógeno se obtiene del aire, del que forma parte aproximadamente en un 78 por cien, a través de un proceso industrial similar al que realizan las leguminosas. El fósforo procede de la roca fosfórica extraída de grandes yacimientos, mientras que el potasio se obtiene de las minas de potasa, formadas en zonas que estuvieron ocupadas por mares en el pasado.

La industria de fertilizantes, que lleva mucho tiempo investigando y trabajando en el desarrollo de productos relacionados con el reciclaje de nutrientes, como por ejemplo en la recuperación del fósforo, está de acuerdo con el nuevo enfoque de la legislación europea de fertilizantes. Pero, por otro lado, defiende la utilización únicamente de productos que sean seguros, eficientes agrónicamente y con un contenido de nutrientes adecuado, sin basarse exclusivamente en el reciclaje y la economía circular.

La industria considera que no es sostenible transportar y aplicar productos que apenas aportan nutrientes o emplear como fertilizantes productos insolubles o cuyos nutrientes no están fácilmente disponibles para las plantas. Los agricultores europeos deben poder disponer de fertilizantes efectivos y de calidad, tales como los que se han venido comercializando durante muchos años bajo el Reglamento 2003/2003.

Además, en la legislación europea de fertilizantes debe haber unos límites coherentes para los elementos contaminantes y patógenos, de manera que los materiales reciclados no presenten en un futuro un riesgo para la salud o el medioambiente. No deberán traspasarse algunas líneas rojas que lleven al campo a ser un vertedero de residuos. ●



PAPEL DE LOS FERTILIZANTES MINERALES

Los fertilizantes minerales, que representan en la actualidad aproximadamente el 80 por cien del mercado de la UE de los productos para la nutrición vegetal, cumplen un papel muy importante, ya que permiten:

- Alimentar actualmente al 50 por cien de la población mundial.
- Aportar nutrientes directamente disponibles para las plantas.
- Que se puedan utilizar complementando los aportes de los materiales orgánicos generados en las explotaciones agrarias (restos de cultivos, estiércol, etc.).
- Lograr mayores producciones agrícolas y generar más biomasa, que puede emplearse posteriormente para la obtención de energía y para la aplicación de más restos orgánicos al suelo para las siguientes cosechas.
- Que no se tenga que destinar a la agricultura una superficie mucho mayor del planeta, ya que con los fertilizantes se obtiene mucha más producción en menos superficie.

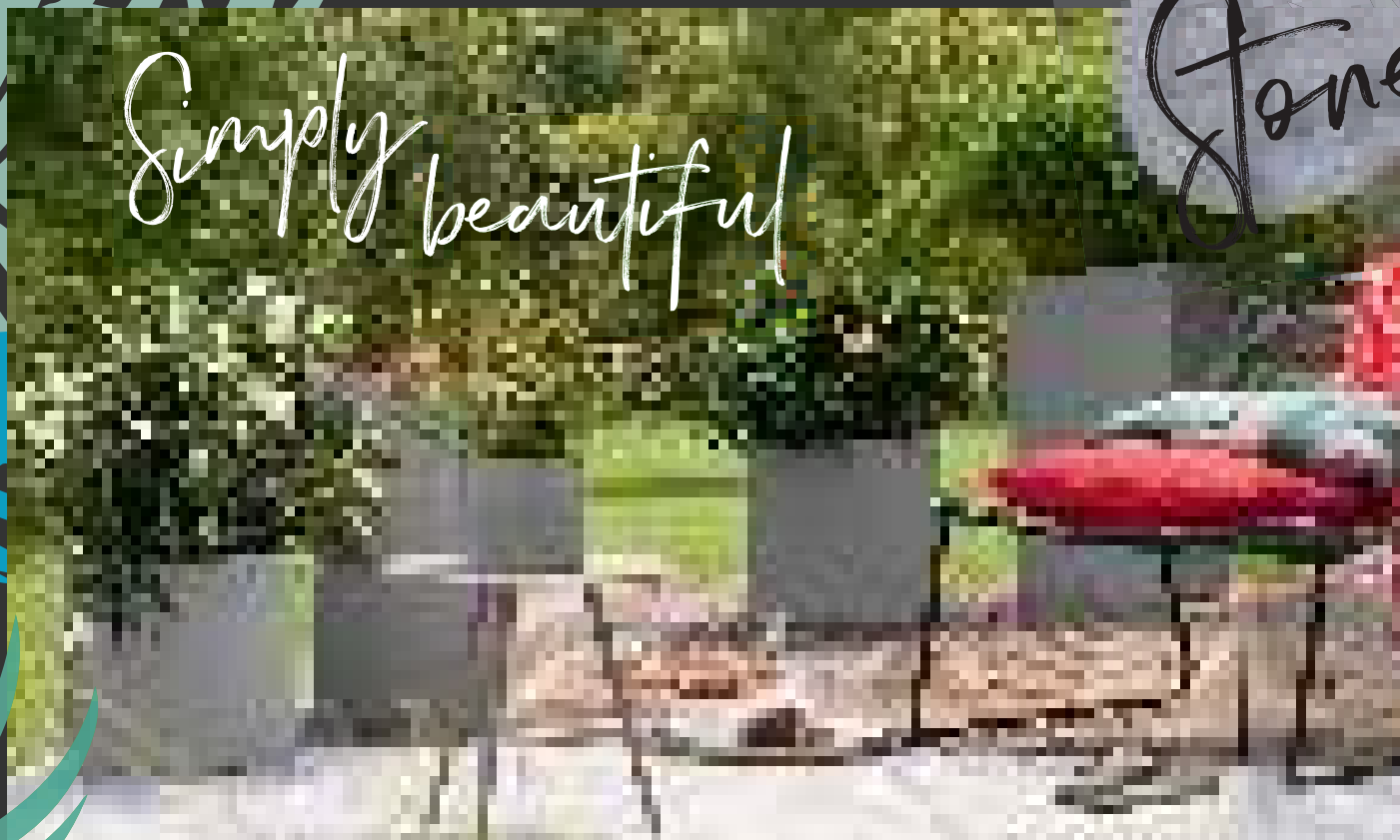
Fuente: Anffe

Lechuza®

T H E O R I G I N A L

Simply beautiful

Stone



A QUIEN LE GUSTEN LAS LÍNEAS PURAS, LE ENCANTARÁ CANTO COLOR

Su aspecto de piedra natural en tres tonos es ideal para plantar tanto en interior como en exterior. Además, incluye cubeta de plantado intercambiable que al tener las mismas medidas se puede utilizar sin problemas tanto en el modelo de cubo como en el de columna.



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 

Miriam Carretero, responsable de Comunicación de Grupo Projar



Gruppo Projar inició su actividad hace casi cinco décadas para especializarse en el área de la extracción y comercialización de turba para sustratos. El crecimiento de la compañía ha sido constante y, en la actualidad, cuenta con fábricas y centros logísticos ubicados en España, Portugal, Italia, Marruecos, México y Canadá. Además, Projar adquirió hace unos años la empresa de paisajismo Paimed, optimizando su oferta de servicios. Al frente del Departamento de comunicación se encuentra Miriam Carretero, una experimentada conocedora de la casa, cuya trayectoria profesional resulta un claro ejemplo del desarrollo que la empresa predica y practica. En definitiva, una profesional del sector cuya opinión es siempre merecedora de atención.

Con más de 230 empleados, una facturación superior a 33 millones de euros en 2017 y una miriada de desafíos y proyectos en infraestructuras, así como soluciones y productos innovadores, la empresa puede sacar "pecho" de su background e inteligente estrategia que no ha dejado de marcar desde su fundación líneas maestras en beneficio del sector verde y del medio ambiente.

¿Cuál es la filosofía de trabajo de Projar?

Nuestra filosofía es trabajar de la mano del viverista o el jardinero


para entender bien cuáles son sus necesidades y poder proporcionar soluciones a medida que van más allá del producto.

De este modo, y en el caso particular de los sustratos, nosotros vamos elaborando "recetas" con el conocimiento de nuestros ingenieros agrónomos, en base a lo que necesita el propietario del vivero o la explotación, según las particularidades del cultivo y sin pasar por alto el nivel de tecnología de las instalaciones. Conocemos muy bien las materias primas y conocemos bien el comportamiento de los sustratos resultantes. Llevamos muchos años trabajando en origen tanto la fibra de coco como la turba y controlando los procesos de producción, algo clave para disponer de la mejor materia prima y conseguir así los mejores sustratos para cultivo. Así, no sólo disponemos de numerosas recetas de sustratos especiales, sino que, además, si no tenemos lo que el viverista necesita, lo diseñamos a medida. Más allá del producto, incluso ponemos al servicio de nuestros clientes nuestro equipo de marketing para el diseño de envases, diseño web y captación digital de clientes. Lo mismo ocurre con todos los productos de alto valor innovador para jardinería,

nos adelantamos a las demandas del mercado final como pasó con los pavimentos permeables para la gestión sostenible del Drenaje Urbano o las cubiertas ajardinadas.

Grupo Projar ha formado un equipo de trabajo en digitalización para detectar puntos de mejora en los procesos e idear óptimas sistemáticas. ¿Cuál es el objetivo? ¿Podemos hablar ya de resultados?

El objetivo del proyecto de digitalización es mejorar nuestra competitividad basándonos en los múltiples beneficios que proporciona el acertado diseño y buen uso de diferentes herramientas digitales. Para todo ello, nos basamos en dos pilares, el cliente y las personas en la organización. Por un lado, procesos más sencillos permiten dar respuestas más rápidas. Estamos trabajando en acortar el ciclo de atención al cliente. Además, hemos implantado software que nos permite gestionar la cartera de clientes mucho mejor, de modo que cada cliente tiene una propia identidad y sabemos mejor lo que necesita. Por otro lado, estamos



empleando herramientas de trabajo colaborativo para aumentar nuestra eficiencia y productividad. Todavía estamos trabajando en este proyecto, los avances son favorables pero es pronto para hablar de resultados.

Projar ha apostado por la creación de una tienda online, ¿cuál está siendo su evolución?

La venta online ha permitido que podamos dar servicio a compradores que se sienten cómodos en el entorno digital y les gusta la agilidad de la atención online. La evolución es muy positiva y esperamos que, en el futuro, este canal de ventas se extienda a todo tipo de clientes.

Tras la adquisición de Paimed por Grupo Projar para dedicarse a proyectos y servicios paisajísticos completos, ¿qué balance nos puedes hacer?

La trayectoria de este camino juntos ha sido muy positiva. Paimed se ha especializado en soluciones paisajísticas avanzadas gracias a su conocimiento paisajístico y al apoyo tecnológico de Projar. Las alianzas de Projar con los principales proveedores de sistemas para cubiertas, o su capacidad de desarrollo de soluciones como Tecroc, han permitido a esta empresa una especialización muy reconocida en el sector. A Projar le permite conocer de primera mano las necesidades en el segmento de jardinería para el desarrollo de nuevos productos y poder ofrecer una solución integral a aquellos clientes que lo necesiten.

¿Qué proyección internacional tiene hoy en día Projar?

Projar actualmente exporta alrededor del 40 % de su facturación, principalmente en el área de Hortofruticultura. Desde hace unos años es el área que está experimentando mayores crecimientos.

Projar siempre ha tenido una vocación internacional, importando productos de diferentes continentes al mercado español desde los inicios de

“En un futuro próximo no va a dejarse un material tan importante como la turba, pero sí puede llegar a consumirse menos a nivel mundial, e implantar un uso responsable, si se combina con otras materias primas”

la empresa. Ese contacto internacional provocó hace ya años una apuesta por la internacionalización, primero de nuestra fabricación y segundo de las ventas. Esto nos benefició en momentos de crisis, pues ya estábamos creciendo en diferentes países.

¿Qué puede destacar del catálogo de Projar y cuáles son las gamas de producto más demandadas?

Los productos más demandados, sin ninguna duda, son los sustratos y la fibra de coco porque somos fabricantes y una empresa de reconocida reputación. Las estacas de madera y las cañas de bambú para entutorado también son otros de los productos que más demandan los clientes: por nuestra capacidad de servicio y por la garantía de calidad que ofrecemos.

Los productos más innovadores son todos los desarrollados para el cultivo sin suelo de berries, técnica muy novedosa en ese sector; todos los productos para optimización del agua en agricultura y para entornos forestales, como Stockosorb y Fruitponic y, por supuesto, los sistemas de drenaje urbano sostenible (SUDS) como las cubiertas vegetales, y los sistemas de estabilización y recubrimiento vegetal de superficies verticales Tecroc.

¿Ante la tendencia de nuestra sociedad a buscar productos más ecológicos, sostenibles y de proximidad, cómo viene respondiendo el sector?

Venimos de años complicados en nuestro país y es difícil que ese tipo de productos despeguen en esas condiciones. Sin embargo, ya hemos notado que la demanda crece. Se nota esa mayor concienciación social e, incluso, nuestros clientes, al menos, siempre tienen en cuenta esas opciones. Actualmente tenemos una amplia gama de sustratos y otros insumos, como abonos orgánicos y macetas biodegradables utilizables en agricultura ecológica. De modo que somos muy optimistas en ese sentido.

¿Qué peso tiene en las empresas la investigación y desarrollo, en el campo de los sustratos y los medios de cultivo?

Muchas empresas españolas relacionadas con la agricultura tecnificada se encuentran bien posicionadas a nivel internacional porque ofrecen productos y servicios fruto de una intensa actividad de investigación y desarrollo, compitiendo en el mercado exterior, como es nuestro caso en el campo de sustratos y medios de cultivo. Sí es verdad que gran parte de las empresas dedicadas a los sustratos en nuestro país tienen su actividad enfocada a mercados locales que pueden utilizar soluciones estándar, por lo que el nivel de investigación en estos casos es bastante limitado.

¿Qué protagonismo tiene hoy en día a nivel viverista la introducción de sustratos alternativos y



“Parece que el consumidor español empieza a preocuparse de verdad por el medio ambiente, la vida saludable y está dispuesto a apreciar esos valores”

sostenibles en sustitución de la turba? ¿Y a nivel generalizado en jardinería?

Nosotros ya llevamos años elaborando mezclas más sostenibles, incorporando, por ejemplo, fibra de coco. Fuimos pioneros en la introducción de la fibra de coco en el mercado español y ahora es ya un material de primer orden en el mundo del viverismo. Otros materiales, como la fibra de madera, están empezando a darse a conocer. Nosotros creemos que en un futuro próximo no va a dejarse un material tan importante como la turba, pero sí puede llegar a consumirse menos a nivel mundial, e implantar un uso responsable, si se combina con otras materias primas.

¿Cuáles son las tendencias a nivel general en el sector de tierras y sustratos?

La tendencia es utilizar mezclas más complejas y técnicas, con materiales más sostenibles. Además, no

hay que olvidar la cada vez mayor demanda de sustratos ecológicos.

¿Qué podría destacar sobre las negociaciones, comisiones de trabajo y documentos a nivel europeo que van publicándose sobre la nueva legislación de sustratos?

A través de la Asociación de Preparadores de Tierras y Sustratos para Cultivo (APTYS), que opera a nivel nacional y que, a su vez, está asociada a la europea Growing Media Europe estamos siguiendo la evolución de las negociaciones. Según la información a la que hemos tenido acceso de la propuesta en la que se está trabajando, los sustratos van a ser una categoría dentro de un reglamento más amplio que incluye fertilizantes, enmiendas y bioestimulantes.

¿Cuáles son las amenazas y las oportunidades que se vislumbran a corto y medio plazo en el sector?

Las oportunidades van más encaminadas hacia una agricultura y un urbanismo más sostenibles. Además, vemos un horizonte muy distinto gracias a la agricultura de precisión impulsada por la digitalización.

Por un lado, cada vez hay más hectáreas de cultivo ecológico y más demanda del consumidor. Por otro, muchas entidades públicas están apostando por ciudades más verdes, lo que fomenta actividades de jardinería y la producción de planta. En general, por fin, parece que el consumidor español empieza a preocuparse de verdad por el medio ambiente, la vida saludable y está dispuesto a apreciar esos valores.

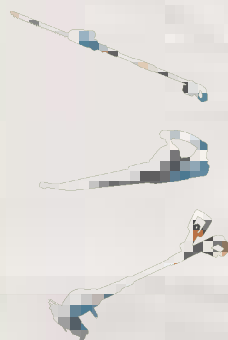
En cuanto a las oportunidades en agricultura de precisión, aquí hay un gran abanico de posibilidades que seguro van a generar un momento disruptivo en la agricultura. La recreación de ecosistemas, robótica aplicada a la recolección o planificación de alta precisión, gracias a la inteligencia artificial, serán algunos de los grandes avances del futuro.

Como amenaza vemos ciertas regulaciones en cuanto a cultivo ecológico, o falta incluso de concreción en las prácticas, mientras que en otras regiones del planeta está todo mucho más definido. Actualmente enfoques diferentes entre la normativa europea y la americana de producción ecológica que provocan que técnicas de cultivo aceptadas en una normativa como el cultivo sin suelo, no sean homologables por la otra regulación. ●

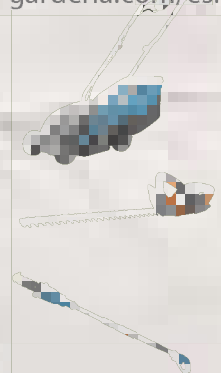


Pasión por el Jardín.

El sistema HeartBeat de GARDENA. Una batería para para un sin fin de aplicaciones. Mas información en gardena.com/es.



Li-Ion 18V
POWER SYSTEM



Passion for Life.



VIVIR CERCA DE ESPACIOS VERDES URBANOS SE ASOCIA CON MENOS RIESGO DE CÁNCER DE MAMA

Cada vez hay más estudios que relacionan el contacto con los espacios verdes con beneficios para la salud. Ahora, un nuevo estudio del Instituto de Salud Global de Barcelona (ISGlobal), centro impulsado por la Fundación Bancaria “la Caixa”, ha analizado por primera vez su relación con el cáncer de mama. Más de 3.600 mujeres en España han participado en esta investigación que concluye que las mujeres que viven cerca de espacios verdes urbanos, como parques y jardines, tienen menos riesgo de padecer cáncer de mama.

Los espacios verdes se han asociado con mejoras en la salud, como un mejor estado de salud general y mental, y mayor esperanza de vida. Recientemente, se ha relacionado con un deterioro cognitivo más lento en personas mayores. En niños y niñas, se ha vinculado con mejoras en la capacidad de la atención, en el desarrollo emocional y del comportamiento, e incluso con cambios estructurales beneficiosos en el cerebro. Hasta ahora, pocas investigaciones se han centrado en la relación con el riesgo de cáncer y, en concreto, con el de mama, el más común entre las mujeres y el que causa más muertes en la población femenina.

El nuevo estudio, publicado en la revista *International Journal of Hygiene and Environmental Health* y realizado en el marco del proyecto MCC-Spain, cofinanciado por el Consorcio de Investigación Biomédica en Red de Epidemiología y Salud Pública (CIBERESP), analizó los datos de 1.738 casos de cáncer de mama y de otras 1.900 mujeres sin historial de cáncer de mama de diez provincias españolas (Asturias, Barcelona, Cantabria, Girona, Guipúzcoa, Huelva, León, Madrid, Navarra y Valencia).



La investigación se realizó a partir de entrevistas a las participantes —sobre su historial residencial, hábitos de vida y actividad física— y de la estimación de la exposición a la contaminación del aire, la cercanía a espacios verdes urbanos y zonas agrícolas, y la densidad de población del lugar de residencia.

Los datos usados para la investigación se obtuvieron a través de entrevistas realizadas a cada una de las participantes —información sobre su historial residencial, hábitos de vida, nivel socioeconómico y niveles de actividad física— y a través de la geolocalización de su vivienda actual se registró la cercanía a espacios verdes urbanos o áreas agrícolas, los niveles de contaminación del aire y la densidad de población.

Por su parte, Mark Nieuwenhuijsen, coordinador del estudio y de la Iniciativa de Planificación Urbana, Medio Ambiente y Salud de ISGlobal, explica que en la investigación “se vio una tendencia lineal entre la distancia a las áreas verdes urbanas y el riesgo de cáncer de mama, es decir, cuanto más cerca vivían las

mujeres de los espacios verdes, menos numerosos eran los casos de cáncer”. Este estudio “demuestra la importancia de la naturaleza para la salud, que debe formar parte de la ciudad y, en lugar de puntos dispersos, los espacios naturales deben ser una trama que comunica todo el espacio urbano y beneficia a toda la ciudadanía”, añade.

“Aún desconocemos qué características de los espacios naturales son más beneficiosas para la salud de las personas y cuál es el mecanismo que explica esta relación”, explica Manolis Kogevinas, investigador de ISGlobal y coordinador del proyecto MCC-Spain. “Otros estudios indican que los mecanismos que podrían explicar el efecto beneficioso de los espacios verdes incluyen mayores niveles de actividad física y una menor exposición a la contaminación del aire, que se ha vinculado con el desarrollo del cáncer, aunque en este estudio no hemos podido observar estas asociaciones. Creemos que otros mecanismos, como la reducción de los niveles de estrés en las personas que viven cerca de espacios verdes, podrían explicar esta asociación, pero es necesario realizar más investigaciones para confirmar esta hipótesis”, argumenta.

En cuanto a la asociación entre el cáncer de mama y los espacios agrícolas, estudios previos sugieren que este vínculo se debe al uso de los pesticidas en la agricultura. “En nuestra investigación, no hemos analizado los niveles de exposición a agroquímicos, pero futuros estudios deberían tenerlos en cuenta para entender el mecanismo que explica esta asociación”, concluye O’Callaghan-Gordo.

Fuente: Instituto de Salud global de Barcelona. ●

Jardineros

www.jardineroshoy.es



● PAISAJISMO

- Parque Bishan-Ang MoKio, un modelo de canalización y biodiversidad

● ARTÍCULO

- La percepción en los jardines

● ACTUALIDAD

- Una gramínea recién descubierta y posiblemente ya extinta
- AMJA premiará a la gestión ejemplar de las áreas verdes de Andalucía
- Vilas en flor pone en valor
- Los espacios verdes urbanos
- El concurso "Carré des Jardiniers" volverá a su cita con Paysalia
- Se graba en Madagascar una segunda entrega del documental "El corazón verde"

● FERIA

- Plantarium, una fuente de inspiración en los Países Bajos ya extinta

● EL RINCÓN DE FERNANDO POZUELO

- La importancia de estructurar un jardín



UNA GRAMÍNEA RECIÉN DESCUBIERTA Y POSIBLEMENTE YA EXTINTA

Investigadores han descrito una nueva especie hallada hace 28 años en la Cordillera de los Andes en Ecuador, y que ha sido desplazada de su hábitat natural, ahora destinado al uso agrícola

Cuando paseaba por la Cordillera de los Andes en Ecuador, cerca del pueblo Facundo Vela, el investigador del Smithsonian Paul M. Peterson observó una pequeña e intrigante especie entre el pasto. Tras 28 años, un equipo de investigadores entre los que se encuentra el propio Peterson ha descrito esa especie, '*Poa laegaardiana*', una nueva gramínea que pone sobre la mesa importantes problemas de conservación.

Casi tres décadas después de su recolección, esta especie recién

descrita podría estar extinta. Los investigadores realizaron una búsqueda en Google Earth para descubrir que lo que solía ser el hábitat natural de esta especie ahora está ocupado predominantemente por pequeñas granjas.

Este uso agrícola intensivo del terreno hace muy probable que '*P. laegaardiana*' ya haya sido totalmente apartada de esta ubicación. "Se necesitan más estudios para buscar en el área y rastrear colecciones de especies de diferentes lugares", explica Peterson.

"Pero, de hecho, bien podría ser que nuestro estudio esté documentando la posible extinción de una especie, que ha ocurrido en tan solo 30 años.

La historia de '*P. laegaardiana*' serviría así para mostrar cómo la pérdida de hábitat inducida por el hombre puede ser una gran amenaza para la supervivencia de la vida en la Tierra", concluye el investigador.

La especie hallada, cuya descripción se ha publicado recientemente en la revista '*PhytoKeys*', fue nombrada en honor al prestigioso botánico danés Simon Laegaard, quien ha realizado extensas colecciones en Sudamérica, Groenlandia, Ecuador y Bolivia, que han contribuido a la documentación de la flora y a desarrollar programas de conservación y manejo, fundamentados científicamente.

Fuente: DICYT (Agencia Iberoamericana para la difusión de la ciencia y la Tecnología). ●

ESTEBAN MANRIQUE, INVESTIGADOR DEL CSIC, NUEVO DIRECTOR DEL REAL JARDÍN BOTÁNICO

La presidenta del Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC), Rosa Menéndez, ha



nombrado nuevo director del Real Jardín Botánico a Esteban Manrique Reol, profesor de Investigación del CSIC, que desarrollaba hasta ahora su labor investigadora en el grupo de Ecología del Cambio Global, en el Museo Nacional de Ciencias Naturales, tomando el relevo del, hasta ahora, máximo responsable del Jardín Botánico, el investigador científico Jesús Muñoz.

Esteban Manrique, que ya fue director del Museo Nacional de Ciencias Naturales entre 2009 y 2013, asegura afrontar esta nueva responsabilidad "con ilusión y orgullo por ser el Real Jardín Botánico uno de los centros señeros del Consejo Superior de Investigaciones Científicas con más de 260 años de historia y que para mí, a pesar de proceder de otro centro del CSIC, no es del

todo nuevo porque he trabajado en distintos proyectos con varios de sus investigadores".

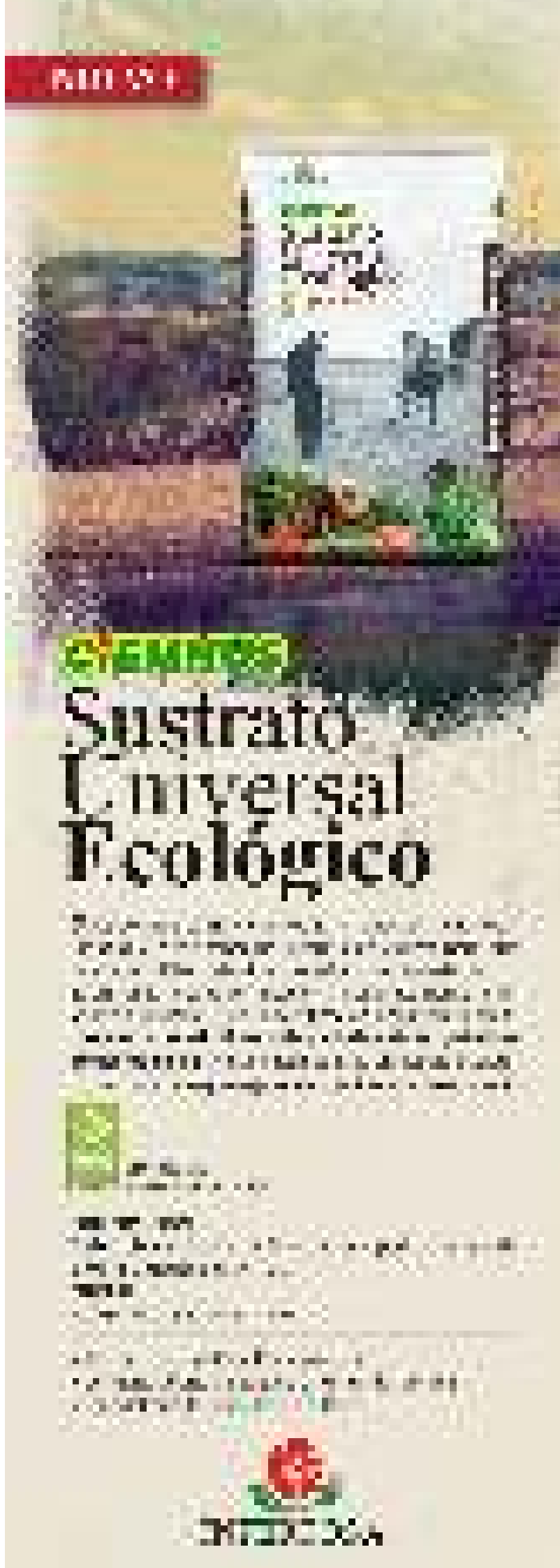
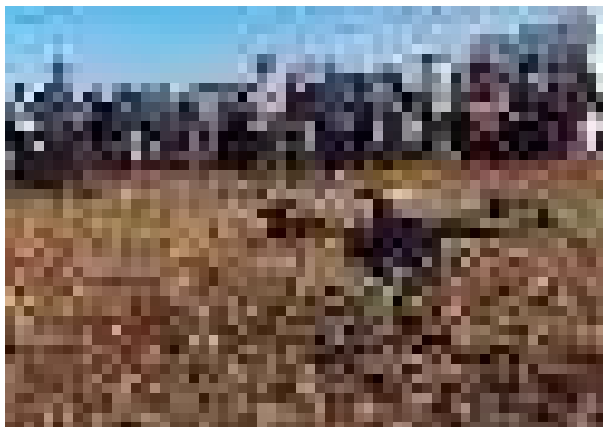
Doctor en Biología por la Facultad de Ciencias de la Universidad Autónoma de Madrid desde 1979, se licenció cuatro años antes, en 1975, en la misma especialidad por la Universidad Complutense de Madrid. Entre 1979 y 2002 fue profesor adjunto en la Facultad de Biología y profesor titular de Botánica en la Facultad de Farmacia de la Universidad Complutense.

Es autor o coautor de 80 publicaciones científicas, la mayoría de ellas de carácter internacional, sobre lixiviación, bioindicación de la contaminación atmosférica, efectos de la deposición atmosférica de nitrógeno en ecosistemas mediterráneos o cambio global, entre otros temas. ●

EL MAPAMA ORGANIZA UNA DEMOSTRACIÓN DE MAQUINARIA AGRÍCOLA PARA EL CULTIVO DE LA LAVANDA Y LA AGRICULTURA DE PRECISIÓN

El Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, en colaboración con la Consejería de Agricultura, Medio Ambiente y Desarrollo Rural de Castilla-La Mancha y el Ayuntamiento de Cifuentes (Guadalajara), ha organizado en esa localidad una Jornada técnica sobre el cultivo de la lavanda y las innovaciones tecnológicas en agricultura de precisión. Más de 300 agricultores y profesionales del sector han asistido a estas demostraciones en la que se han expuesto cosechadoras y chísels, así como remolques y contenedores para el cultivo y recolección de lavanda. También se han presentado drones y máquinas especializadas en cultivos extensivos, como gradas rotativas, dirigidas por tractores con sistema de autoguiado; abonadoras y pulverizadores, que han mostrado su eficacia en rastrojo de cereal.

Además se han organizado conferencias en las que se han abordado “Las ventajas de la agricultura de precisión para el agricultor”, tema desarrollado por Mariano Suárez, de la Universidad de Castilla-La Mancha, “La aplicación de los drones en este tipo de agricultura”, aspecto analizado por Rocío Ballesteros de la Universidad de Salamanca y “El cultivo del lavandín como una alternativa rentable para el campo”, que ha expuesto Francisco Gomez del Instituto Regional de Investigación y Desarrollo Agroalimentario y Forestal (IRIAF)-Centro de Investigación Agroforestal de Albaladejito. ●



AMJA PREMIARÁ A LA GESTIÓN EJEMPLAR DE LAS ÁREAS VERDES DE ANDALUCÍA

Andalucía en Flor es un proyecto que, bajo la iniciativa de AMJA, surge con el objeto de premiar aquellas entidades públicas que, de forma permanente, mantengan una apuesta clara por los espacios verdes, su gestión ejemplar, el cuidado del entorno urbano y el fomento de la educación ambiental. Andalucía en Flor reconoce esta labor a través de la entrega de galardones a los municipios, llamados Flores de Andalucía. El programa Andalucía en Flor está abierto a la participación de

los pueblos y ciudades de Andalucía. El Programa tendrá una convocatoria anual y será gestionado por AMJA con el apoyo de entidades administrativas locales, provinciales y autonómicas.

Para participar en el programa Andalucía en Flor es indispensable la inscripción formal en el mismo. Las instituciones inscritas recibirán el distintivo de "Flor de Andalucía" pudiendo, desde ese momento, participar en la convocatoria. Posteriormente un jurado puntuará las propuestas recibidas a ser distinguidas.

Los galardones anuales que se concederán según el criterio de un jurado formado por personalidades de reconocido prestigio de los sectores del viverismo, centros de jardinería, jardinería y paisajismo, turismo, cultura y otros ámbitos relacionados con este programa de Andalucía.

Las flores de Andalucía se conceden de forma honorífica hasta en tres niveles, a mayor número de flores otorgadas, mayor será la calidad valorada por el jurado. ●

VILAS EN FLOR PONE EN VALOR LOS ESPACIOS VERDES URBANOS



Trabajar en la optimización del espacio urbano y la mejora de la calidad de vida de las personas a través del cuidado de los espacios verdes en los municipios es el principal objetivo de Villas en Flor, programa nacional y anual, iniciativa de las asociaciones miembros del Comité de Flores y Plantas de Fepex Villas en Flor, que comenzó su andadura este 2018, está en marcha

en varias comunidades autónomas, como la Comunidad Valenciana, en la que funciona con el nombre de "Viles en Flor", de la mano de Asplant (Asociación Profesional de Flores, Plantas y Tecnología Hortícola de la Comunidad Valenciana).

Valencia cuenta ya en su primer año de funcionamiento con 16 municipios adheridos y celebrará su gala de entrega de las "Flors d'Honor" (Flores de Honor) durante la celebración de la feria Iberflora, Feria Internacional de Planta y Flor, Paisajismo, Tecnología y Bricojardín, que tendrá lugar del 3 al 5 de octubre en Feria Valencia y que es patrocinadora oficial del programa a nivel nacional.

La Comunidad de Aragón puso en marcha el programa Villas en Flor este año a través de APHARNS (Asociación Profesional de Horticultura de Aragón, Rioja, Navarra y Soria). Unos meses más tarde Asvinor (Asociación de Viveristas del Noroeste) tomó las riendas del programa Villas en Flor en Galicia junto con la Fundación Juana de Vega y Agaexar (Asociación Galega de Empresas de

Xardinería). Aún con menos tiempo que las otras comunidades para ponerse al día, esta comunidad cuenta ya con cinco municipios adheridos al programa y tiene programado celebrar su gala de entrega de Flores de Honor para el mes de octubre en el municipio al que se le otorguen más galardones.

La última comunidad en incorporarse al programa ha sido la Comunidad Canaria a través de Asocan (Asociación de Cosecheros y Exportadores de Flores y Plantas Vivas de Canarias).

El programa en las islas es incipiente y cuenta con una particular tesitura al tratarse de un archipiélago. Sin embargo, ha tenido una buena acogida por parte del Cabildo insular.

Cataluña fue la primera en poner en marcha un movimiento en pro del verde urbano a través de la CHOC (Confederació d'Horticultura Ornamental de Catalunya) años atrás, y hoy son ya más de 130 los municipios pertenecientes al programa "Viles Florides" en toda la comunidad.

Fuente: LCV. ●

FIMA YA TRABAJA EN SU PRÓXIMA CONVOCATORIA



De izda. a decha., Alberto López, director comercial y Marketing de Feria de Zaragoza; Jaime Hernani, presidente del Comité Organizador de FIMA 2018; Rogelio Cuairán, director general de Feria de Zaragoza y Javier Camo, coordinador área Agroalimentaria Feria de Zaragoza.

El análisis de los datos finales de la Feria Internacional de Maquinaria Agrícola refleja la satisfacción y el gran balance de una celebración “de oro”, con más de 240.000 visitantes.

La 40ª edición de FIMA, la Feria Internacional de Maquinaria Agrícola, piensa ya en la próxima celebración, en febrero de 2020, con la mirada puesta en una mayor internacionalización y la tecnificación del mercado 4.0 al servicio del sector agrícola.

En esta línea se expresó el presidente del Comité Organizador de esta edición, Jaime Hernani, quien afirmó que FIMA 2018 fue “una gran feria”, que vivió “un gran ambiente comprador e incrementó el ánimo del sector y la ilusión por la próxima celebración”.

El director comercial y de Marketing de Feria de Zaragoza, Alberto López, ha remarcado la importancia de llevar a cabo elementos que contribuyen a potenciar la imagen de FIMA, de manera que le den continuidad e incrementen la calidad de la próxima edición, puesto que, según afirmó, “FIMA 2020 empieza hoy”.

Para el coordinador del certamen, Javier Camo, FIMA tiene por delante dos años para trabajar “en el margen de mejora que indican las encuestas” y que “nos muestran que, en líneas generales, ha sido una gran feria”. En las respuestas de los expositores, Camo manifestó que estos destacan del salón tres aspectos: el posicionamiento de la cita, su preponderancia en el mercado nacional y su papel en el plano internacional, así como su contribución a la hora de promocionarse empresarialmente.

Asimismo, los expositores consideran importante atraer a compradores de mercados tan diversos como África, Asia, Oriente Medio o Latinoamérica. En este sentido, el 80 por ciento de las marcas afirman volver a exponer en 2020 gracias al buen balance de su participación en 2018. ●



EL CONCURSO "CARRÉ DES JARDINIERS" VOLVERÁ A SU CITA CON PAYSALIA



Paysalia viene siendo el marco para un evento de gran interés desde 2011: la fase final del concurso "Carré des Jardiniers". Una atractiva competición que tienen lugar en el corazón de salón y que este año tendrá lugar del 3 al 5 de diciembre en Lyon, Francia. Se trata de una competición que atrae a los mejores diseñadores de jardines, a través del más bello jardín propuesto, los conocimientos técnicos de una profesión y los valores humanos que encarna.

Abierto a todos los diseñadores y empresarios del paisaje, el concurso "Carré des Jardiniers" tiene lugar cada dos años y su objetivo es promover las profesiones de paisajismo y jardinería. El objetivo es conseguir que un jurado mixto de artistas y profesionales decidan qué profesional emprendedor merece el galardón "Master Gardener", convirtiéndose así en buque insignia de la profesión durante dos años.

A medida que se sucede las ediciones, ganar el Carré des Jardiniers, presidido por el famoso jardinero Jean Mus, que ha estado presente desde la primera edición del concurso, se ha convertido en un cada vez más destacado reconocimiento dentro de la profesión.

En 2017 se le otorgó el título Master Gardener a Anne Cabrol por su jardín titulado: "Gente feliz", premiado con un cheque de 15.000 euros,

entregado por Val'hor, socio oficial de "Carré des Jardiniers", y una ubicación de 50 m² para crear un jardín en el centro de la última edición del Carré des Jardiniers fue "Buen cuidado del Doctor Garden", es decir, cómo cuidar los cuerpos y las mentes aprovechando las fuentes de bienestar de la naturaleza. En 2019, el tema del Carré des Jardiniers será "La plaza del pueblo".

Finalistas de la competición

En este marco de la pasada edición, cinco finalistas compitieron durante los tres días de feria para completar su jardín en una superficie entre cien y doscientos metros cuadrados. Se trataba de conseguir que un jurado mixto de artistas y profesionales les otorgaran el galardón "Master Gardener 2013", convirtiéndose en buque insignia de la profesión durante dos años.

El pasado diciembre de 2017 se le otorgó el título de Master Gardener a Anne Cabrol por su jardín titulado: "Gente feliz", premiado con un cheque de 15.000 euros, entregado por Val'hor, socio oficial de "Carré des Jardiniers", y una ubicación de 50 m² para crear un jardín en el centro de los Jardins del Salón Jardin 2018 en París. En 2019, el tema del Carré des Jardiniers será "La plaza del pueblo".

Las solicitudes de los candidatos participantes para la edición de 2019 deben

enviarse entre el 1 de junio de 2018 y el 1 de marzo de 2019. El jurado está formado por quince miembros profesionales del mundo de la jardinería, paisajismo, periodismo y artistas, que valorarán la creatividad, sensibilidad y experiencia individual de los participantes. Presidido por Jean Mus, célebre arquitecto paisajista, y apadrinado por Alain Baraton, jardinero jefe del gran parque del Castillo de Versailles.

En el momento actual, donde el impulso y rehabilitación del centro pueblos y ciudades es un gran desafío para las autoridades públicas, The Village se posiciona en un centro del debate. Desde la Antigüedad, las plazas de los pueblos siempre han sido el símbolo de la vida pública y foros de discusión. En este sentido Village Square encarna la libertad, la igualdad y la democracia.

El ganador se convertirá en Master Gardener 2019 y obtendrá un cheque de 15,000 euros de la Asociación Val'hor, y recreará su jardín en el Carré des Jardiniers en el Jardin Show en las Tullerías en París en junio de 2020.

Fundada en 1995, Val'hor es la organización "paraguas" bajo la cual se concentran diversas organizaciones francesas de la horticultura y la jardinería. Reúne a las organizaciones profesionales de las áreas de producción, el comercio hortícola, viveros, paisajismo y jardinería. ●



HONDA
The Power of Dreams

Cuando el líder europeo
en maquinaria de jardinería

Se une a la marca japonesa
nº1 en USA y Japón

Da como resultado el tandem perfecto

Confía en el primer proveedor global en España de pequeña maquinaria para jardinería, agrícola, forestal e industria.
Y si eres un comerciante, conviértete en distribuidor de las marcas ganadoras: Honda y ECHO.

HONDA | **ECHO**

www.hondaencasa.com

www.echo-es.es

938 605 025

LA PERCEPCIÓN EN LOS JARDINES

Texto: Nerea Beitia Uranga, diseñadora y paisajista de Balitz.



“Si creamos un lugar donde todos los sentidos son colmados a la vez, podremos disfrutar de un espacio mágico”

Vivimos nuestras vidas en un mundo de cosas y, sin embargo, las personas percibimos nuestro entorno como un todo y no de forma aislada. Solo tenemos que cerrar los ojos, mirar al frente y abrirlos, para comprobar que lo que vemos es toda la habitación donde nos encontramos y no simplemente objetos sueltos. A principios del siglo XX ya lo decía la teoría de Gestalt: “el todo es más que la suma de sus partes”.

A través de nuestra percepción somos capaces de entender de qué está formado ese todo exterior y aislar aquello que más nos interesa, como cuando descubrimos algo. Incluso somos capaces de obtener placer por medio de las texturas, los sabores, los olores, los sonidos y los colores. Con la percepción interpretamos esas sensaciones y se convierten en la suave esencia de las flores, el murmullo del agua, el frescor de la sombra de un árbol, el dulzor de la fruta...

Así que, para experimentar plenamente de nuestro jardín el desafío de su diseño consiste en estimular la percepción a través de los sentidos. Si creamos un lugar donde todos los sentidos son colmados a la vez, podremos disfrutar de un espacio mágico.

Este concepto de diseño surge con del jardín árabe del que en España tenemos el orgullo de conservar un monumento como el conjunto de la Alhambra y el Generalife.

La Alhambra se compone de varios palacios y patios yuxtapuestos, en perfecta armonía con la orografía del terreno. La interacción de arquitectura y jardines es perfecta, los elementos del jardín aparecen tanto en espacios interiores como exteriores y están siempre presentes para enlazar las construcciones, para enmarcar panorámicas y para crear espacios de recreo y relax. El Patio de la Alberca se encuentra en el centro de las salas y habitaciones, donde se desarrollaba la vida oficial de la corte. Constituye una síntesis de arquitectura y jardín concebido con extrema sencillez. Su superficie es aproximadamente de 50x30m y sus lados están flanqueados por edificios de altura modesta y por pórticos de elegante pureza. El que está situado al norte, está dominado por la masa maciza de la Torre de Comares. La alberca de 45 x 7 metros constituye una

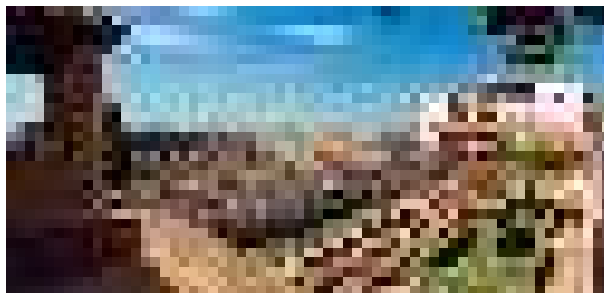


lámina de agua que espeja la arquitectura y enmarcada por setos de arrayán dirige la vista hacia el pabellón real.

Al hacer esta descripción me pregunto si soy capaz de hacer entrever con palabras todo lo que expresa, puesto que las palabras son abstractas y no pueden sustituir a la auténtica experiencia física y sensorial que percibe cada persona.

Únicamente entrar, pasear y estar en un jardín permite que el ojo deambule libremente por entre los detalles ingeniosos y sentir la experiencia de la luz cambiante, el olor y los sonidos que resuenan en el espacio, sensaciones táctiles de la textura de la piedra y de los bancos de madera y las relaciones de escala y proporción, el paso del tiempo, la sombra, la transparencia, los matices de los colores. Y todas estas sensaciones sin palabras. El jardín habla de los fenómenos perceptivos a través del silencio. ●

Texto: Nerea Beitia, diseñadora paisajista



IGNACIO SOLANO GRABA EN MADAGASCAR UNA SEGUNDA ENTREGA DEL DOCUMENTAL "EL CORAZÓN VERDE"

El biólogo Ignacio Solano ya ha finalizado la grabación y edición del documental *El Corazón Verde: Expedición Madagascar*. Un apasionante documental, compuesto por siete capítulos, que trata tanto la biología como los ecosistemas de selva, semiselva y desierto que conviven en esta curiosa isla africana. Ignacio Solano y su equipo partieron con el objetivo de encontrar tres ejemplares de especies exóticas: el uroplatus phantasticus o gecko cola de hoja, la rana mantella baronni y la extraña orquídea *bulbophyllum insolitum*. Tras semanas de búsqueda, el equipo logró encontrar la rana venenosa y el esquivo reptil, pero lo más importante es que también localizaron de la pequeña orquídea *bulbophyllum insolitum*, una especie muy particular que desde hace dos décadas nadie ha sido capaz de documentar en su hábitat natural y que está considerada casi extinta.

Esta última edición de *El Corazón Verde*, está ya disponible en el canal de Youtube de Ignacio Solano. Una grabación en la que se puede disfrutar de algunos de los lugares más recónditos de la selva de Madagascar y descubrir algunas de las especies más peculiares como: el indri, el lémur más grande que existe, variados colibrís, una gran diversidad de ranas o un curioso coatí, entre otras. También se pueden ver los contratiempos a los que los protagonistas se enfrentaron durante la filmación del documental.

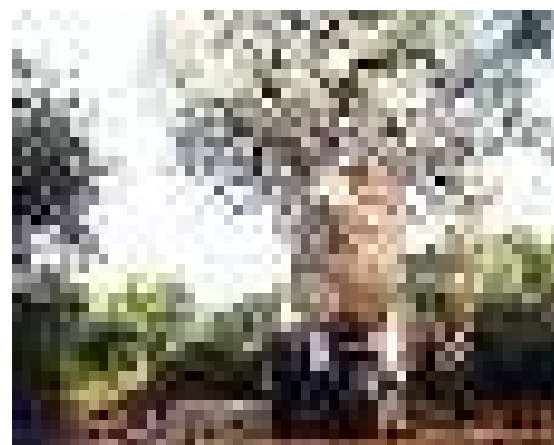
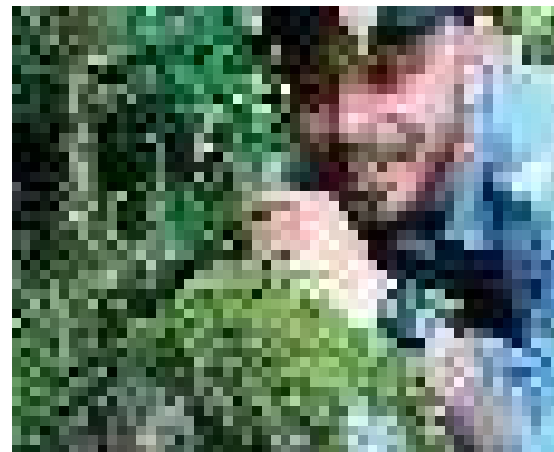
En esta ocasión el investigador Ignacio Solano, se ha adentrado en Madagascar acompañado de un equipo audiovisual y un grupo de expertos compuesto por Borja Avi, experto en saurios y Josep Canela, en anfibios. Todos ellos partieron de Antananarivo, la capital de la isla y avanzaron hacia

“Durante la expedición el biólogo y su equipo lograron localizar a la pequeña y casi extinta orquídea *bulbophyllum insolitum*”



el suroeste hasta llegar a Toliar, conducidos por un guía local. En esta travesía, que duró un mes, el equipo de expertos se dedicó a estudiar la naturaleza de Madagascar en profundidad, el primer pedazo de tierra que se separó de Pangea y el lugar del planeta donde más especies endémicas hay.

Una gran parte de la trayectoria de Ignacio Solano se basa en los viajes y expediciones que realiza a diversas partes del mundo en busca de las especies más peculiares. México fue su primer destino y después le siguieron lugares tan exóticos como las Islas Reunión, Costa Rica, Chile, Ecuador, Chicaque o las selvas del Chocó en Colombia, donde se grabó la primera entrega de “El Corazón Verde”. Durante estas expediciones observa la naturaleza presente en sus ecosistemas, que posteriormente aplica de forma práctica en la construcción de los jardines verticales. ●






flower&garden attraction

INTERNATIONAL HORTICULTURAL TRADE SHOW

23-25
OCTUBRE
2018
MADRID-ESPAÑA



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

www.fruitattraction.com/flower-gardenattraction

IFEMA - Feria de Madrid

902 22 15 15 · (+34) 91 722 30 00 · fgattraction@ifema.es



ORGANIZAN



PLANTARIUM, UNA FUENTE DE INSPIRACIÓN EN LOS PAÍSES BAJOS

"Hagamos el mundo más verde juntos" ha sido el lema con el que Plantarium ha celebrado su última edición, del 22 al 24 de agosto, en el International Trade Centre Boskoop, en Boskoop-Hazerswoude (Países Bajos). Por primera vez, esta feria especializada en viveros de árboles, plantas vivaces y jardinería, y salón GROEN-Direkt compartieron espacio dentro del mismo recinto, lo que supone para la organización un valor añadido, tal y como lo destacó Jos van Lint, de Plantarium, quien manifestó su satisfacción con los resultados: "La combinación de la estrategia Plantarium, donde las innovaciones, las presentaciones y las relaciones con los clientes son el enfoque principal, con la amplia oferta de los productores en GROEN-Direkt, tuvo un enorme valor agregado para muchos visitantes".

Alrededor de 250 empresas participaron directa o indirectamente en esta edición, que ha ocupado un área de exhibición de 12.000 metros cuadrados. Con 175 stands, 88 presentaciones de producto en el Showcase de novedades y 14 que optaron al Premio de Prensa, se ha logrado un año más que esta feria se configure como una especial fuente de inspiración e innovación.

En cuanto a la afluencia de visitantes, los dos primeros días de feria contaron con un flujo continuo desde la apertura, manteniéndose estable durante todo el día. El último día de también acaparó un destacado tráfico de personas, aunque estas se concentraron más avanzada la mañana. Al igual que otros años, en esta edición se registró una gran presencia internacional, con una buena acogida por parte de los expositores.

Creciendo juntos

El tema de esta 36ª edición fue 'Growing together'. La cooperación entre las dos organizaciones de ferias ha derivado en la realización del mayor evento de planta de jardín de los Países Bajos. Los expositores también son conscientes de la importancia de la cooperación y así se refleja en el protagonismo que estos otorgan a las diversas áreas compartidas dentro del recinto ferial y la forma en que estos trabajaron juntos para mostrar sus novedades.

Premios de la prensa

El Premio de prensa es uno de los premios que se presentan anualmente en Plantarium, este galardón lo protagonizan los medios internacionales y es otorgados por un jurado de periodistas. Para este Premio se presentan establecen dos categorías. Por una parte Plantas de jardín, balcón y terraza y

por otra, Conceptos. Este se han recibido un total de catorce candidaturas, siete para cada una de ellas.

Ficinia Ice Crystal de FN Kempen bv (Mijdrecht) se alzó con el primer premio en la categoría de Plantas de jardín, balcón y terraza. En la de Conceptos, este premio fue para Triple Beauty, también de por FN Kempen bv, con el entusiasmo mostrado por el jurado, que destacó la atractiva combinación de colores de tres plantas perennes, en una sola maceta.

El jurado fue unánime en cuanto al premio de Ficinia Ice Crystal una planta muy adecuada para su uso en un pequeño jardín o en un balcón. El hermoso color y las finas vellosidades de las hojas otorgan a esta variedad una gran belleza.

En la categoría Plantas de jardín, el segundo premio fue para Amelanchier alnifolia 'Saskatoon Berry', presentado por Joh. Stolwijk & Zn., de Boskoop, y el tercero recayó en Pinus nigra 'Aron' (Summer Breeze) de Van Son & Koot (Kaatsheuvel).

Good Roots of Hoogeveen Plant, de Hazerswoude, obtuvo el segundo puesto, dentro de la categoría Conceptos mientras que el tercero fue a parar a Crear tu propio Jardín, de Koetsier Vaste Planten, de Boskoop.

El jurado del Premio de Prensa estuvo compuesto por dieciocho periodistas, que representan a los siguientes países: Alemania, Inglaterra, Finlandia, Francia, Italia, Países Bajos, Ucrania, Polonia, Rusia, República Checa y Suiza. El premio fue presentado por el presidente del jurado, Andreas Henk, periodista comercial en Gabot - Das Gartenbau Portal, de Alemania.

La próxima edición de Plantarium se celebrará en agosto de 2019. ●



**TANTAS SOLUCIONES
COMO CLIENTES
EN TU EMPRESA.**



EMPRESAS

yoigo

FIBRA | MÓVIL | FIJO
1496 • EMPRESAS.YOIGO.COM

EL PARQUE BISHAN-ANG MOKIO, UN MODELO DE CAÑALIZACIÓN Y BIODIVERSIDAD



Bishan-Ang Mo Kio Park by Ramoll Studio Dreiseitl. Photo Credit: Public Utilities Board.

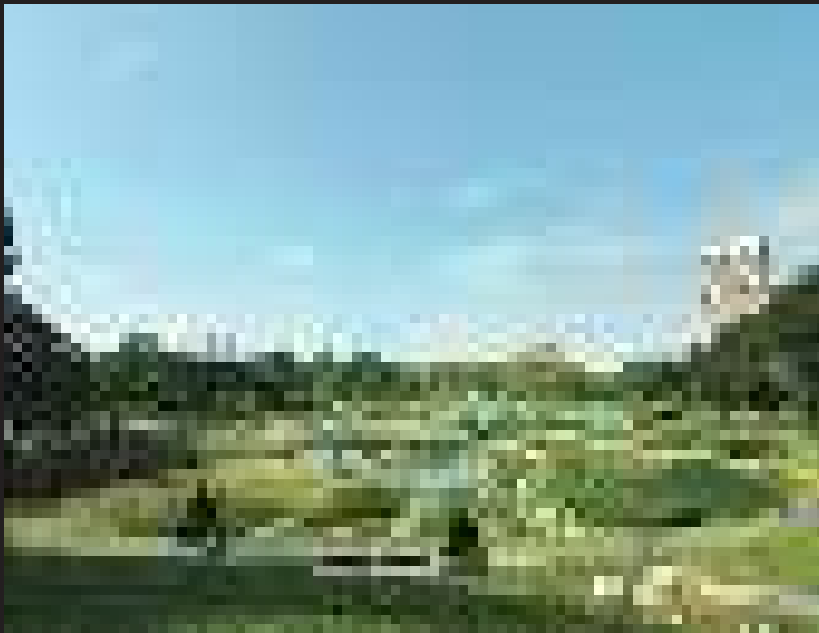
EL PARQUE BISHAN-ANG MOKIO, UBICADO EN SINGAPUR

y diseñado por Ramboll Studio Dreiseitl, (Alemania), es el resultado de una reconversión infraestructural que parte de un sistema de canalización de hormigón armado, donde no había cabida para la vegetación. La remodelación ha traído de vuelta la biodiversidad, proporcionando valiosos hábitats para la fauna silvestre y nuevas zonas de ocio.

Con la rápida modernización y urbanización de Singapur en los años 60 y 70, se construyeron drenajes y canales de hormigón como solución a las innumerables inundaciones que padecía la zona. Es el caso del río Kallang, que se condujo a través de estos sistemas, en varios lugares clave, para que el agua de los duros monzones se drenase de forma rápida. Se trata del río más largo de este país

asiático, que fluye diez kilómetros por el centro de la isla, desde el embalse de Lower Peirce hasta el embalse de Marina, que también sirve como parte del sistema que proporciona agua potable a la ciudad.

El parque Bishan-Ang Mo Kio es una de las zonas más populares de Singapur. Fue construido en 1988 como un destino de ocio y naturaleza entre las nuevas ciudades residenciales de



Bishan-Ang Mo Kio Park by Ramoll Studio Dreiseitl. Photo Credit: Ramboll Studio Dreiseitl.

Bishan y Ang Mo Kio. Sin embargo, la construcción del canal de drenaje limitó el espacio verde. En 2006, la Agencia Nacional del Agua de Singapur, PUB, implementó una iniciativa a largo plazo para transformar las infraestructuras de agua del país, y abrigar así nuevas soluciones más allá de sus funciones de drenaje y suministro de agua. El objetivo era crear además espacios vibrantes para el ocio y disfrute de la comunidad.

Antes de la remodelación del espacio, la ribera del río Kallang era una clara línea divisoria entre el parque y la comunidad. Se trataba de un canal cercado y vallado de hormigón, que precisaba una mejora con un doble objetivo: evitar las inundaciones y ampliar el espacio de naturaleza, con espacios vibrantes para el ocio y disfrute de la comunidad.

Narrativa del proyecto

La primera actuación fue dismantelar la zona para recuperar un sistema hidrológico que había sido sometido y anulado. Los residuos extraídos de la demolición del canal de hormigón se reciclaron en los muros de contención del parque.

Asimismo, las dos riberas del río se reactivaron con huertos comunitarios,

juegos para niños, fuentes de agua, zonas deportivas, paseos, senderos, esculturas, tres puentes, una galería ribereña adosada, plataformas fluviales, escalones a un lado del río y un parque acuático alimentado con el agua de río. En definitiva, una oportunidad de acercarse a la naturaleza y al agua, experimentando todos sus ritmos naturales y belleza, fruto del sentido de responsabilidad de la comunidad hacia su entorno.



Bishan-Ang Mo Kio Park by Ramoll Studio Dreiseitl. Photo Credit: Ramboll Studio Dreiseitl.

El parque Bishan-Ang Mo Kio es una de las zonas más populares de Singapur. Fue construido en 1988 como un destino de ocio y naturaleza

Renacimiento del río

Los biotopos ubicados en diversos trayectos, se encargan de filtrar el agua sin recurrir a sistemas mecánicos, sino aprovechando las cualidades de especies vegetales locales aptas para filtrar y depurar agua. Esta, que ingresa al sistema completamente contaminado, emerge del otro lado depurada y lista para el consumo humano. Diseñado en base a un concepto de llanura inundable, los visitantes pueden acercarse al agua y disfrutar de actividades recreativas a lo largo de las riberas del río cuando el nivel del agua es bajo. Durante las fuertes lluvias, el terreno del parque adyacente al río actúa también como canal de transporte, ayudando a



Bishan-Ang Mo Kio Park by Ramboll Studio Dreiseitl. Photo Credit: Ramboll Studio Dreiseitl.

llevar el flujo de agua río abajo. La reingeniería de la sección transversal del río se traduce en que mientras que antes el canal tenía un ancho máximo de 17-24 m en la capacidad de inundación, ahora puede extenderse a casi 100 m de ancho. Esto aumenta la capacidad de transporte en aproximadamente en un 4 %.

Otras instalaciones

El nuevo espacio también alberga dos parques infantiles, dos restaurantes, baños y el punto de referencia "Recycle Hill", un mirador construido a partir de bloques de hormigón reciclado del antiguo canal. El parque está abierto todos los días, las 24 horas, y es un lugar común de encuentro, con áreas

para practicar tai chi, campos de fútbol, pesca, bancos y zonas de relax

Biodiversidad

La alineación del nuevo cauce integra meandros de anchuras variables para crear diversos patrones de flujo, que son característicos de los sistemas fluviales naturales, dando forma a hábitats ecológicamente valiosos, naturales y óptimos para la biodiversidad. Las especies vegetales han sido seleccionadas con cuidado, lo que ha atraído a las especies animales que le son afines. La re-naturalización del río ha aumentado la biodiversidad del parque en un 30 %. Desde entonces, se han identificado un total de 66 especies de flores silvestres, 59 especies de aves y 22 especies de libélulas.

El parque acoge a innumerables aves debido a la ubicación del país dentro de la ruta migratoria Asia-Australasia, un área con más de 50 especies que viajan a lo largo de ella, entre ellas algunas curiosas como el obispo rojo de Zanzíbar, nativo de África; el búho moteado, del bosque de la jungla en Indonesia y el perico de cola larga de las Islas Andamán. Desde 2015, una familia de cinco nutrias convirtió esta zona en su hogar, atrayendo así la atención de los visitantes. Hoy en día, la familia ha crecido considerablemente. La restauración del río ha creado gran variedad de microhábitats, lo que aumenta la diversidad biológica y la resistencia de las especies dentro del parque, me-

**EN UNA PYME
EN CRECIMIENTO
RESULTA COMPLICADO
CENTRARSE EN EL FUTURO,
CUANDO HAY TANTO POR
HACER EN EL PRESENTE.**

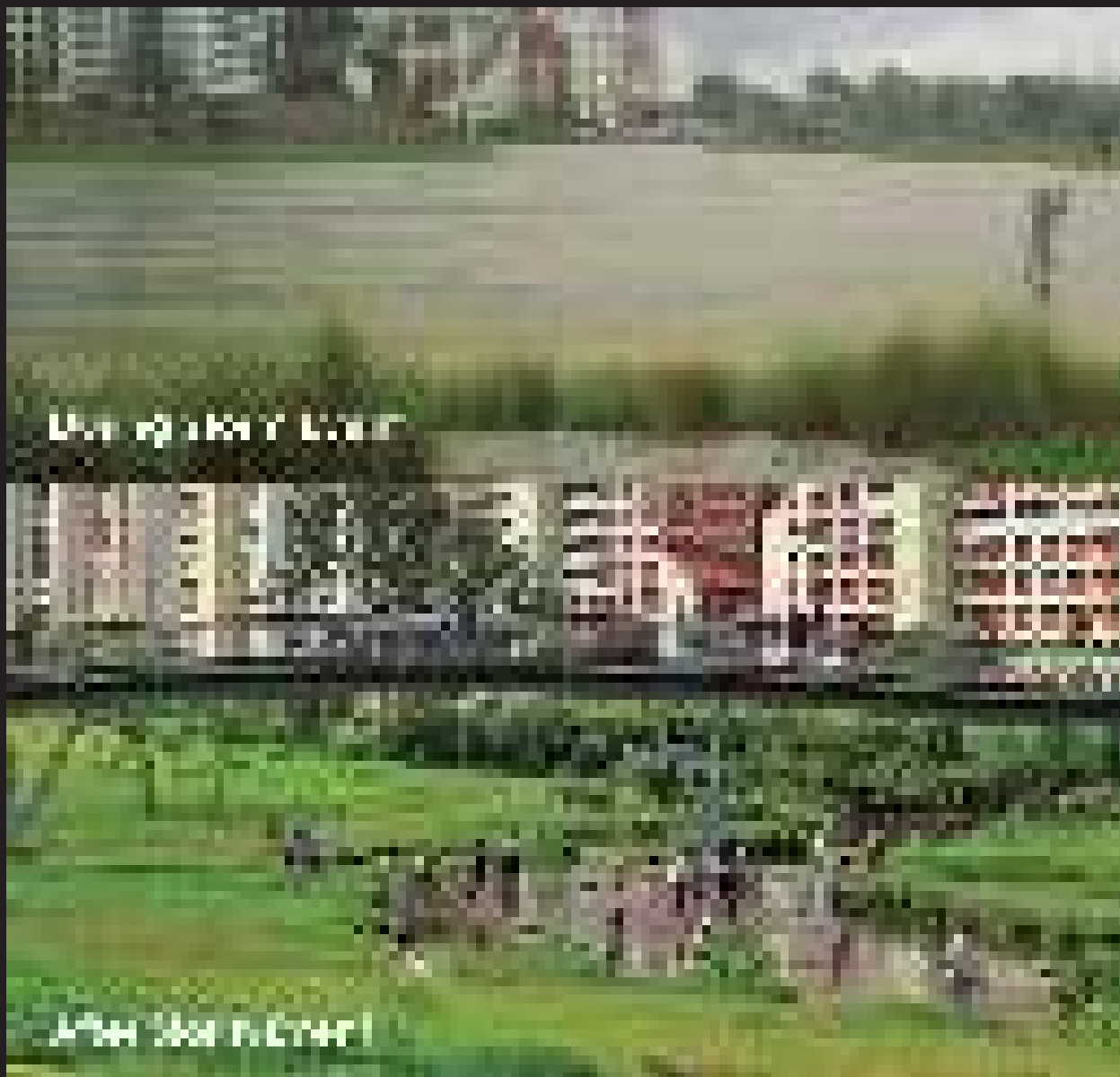
**HA LLEGADO EL MOMENTO
DE SIMPLIFICAR
CON SAP BUSINESS ONE®
POWERED BY SAP HANA®.**

Cuando una pyme está creciendo, cada minuto cuenta. SAP Business One powered by SAP HANA, proporciona a su empresa visibilidad en tiempo real a fin de que pueda tomar mejores decisiones más rápidamente. Acelere los ciclos de planificación, los procesos de venta, las transacciones financieras y sus actividades diarias, de modo que tenga más tiempo disponible para pensar en el futuro.

Si desea obtener más información, vaya a discover.sap.com/business-one-sap



Run Simple



yorando su capacidad de supervivencia a largo plazo.

La seguridad

Terreno "salvaje" o natural no implica que sea más peligroso. En este caso podemos decir que hoy en día este lugar es más seguro en momentos de inundaciones. En estos casos el cauce del río se llena lentamente, proporcionando suficiente tiempo para que las personas se trasladen cómodamente del agua a un terreno más elevado. Un sistema integral de monitoreo y advertencia del río con sensores de nivel de agua, luces de advertencia,

El parque Bishan-Ang Mo Kio Park es más que un parque, y el río Kallang no es solo un canal de drenaje. Es una infraestructura ecológica y social

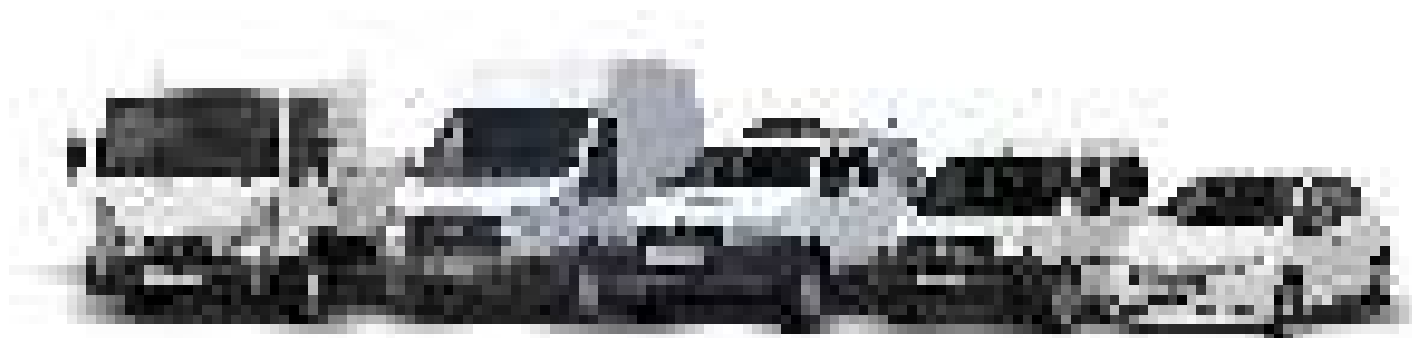
sirenas y anuncios de audio están instalados para proporcionar una alerta temprana en caso de lluvias fuertes o aumento del nivel del agua.

Objetivos múltiples

El enfoque holístico reconoce que el todo es más que la suma de sus partes. El parque Bishan-Ang Mo Kio Park es más que un parque, y el río Kallang no es solo un canal de drenaje. El nuevo área es un ejemplo inspirador de cómo un parque urbano puede funcionar como infraestructura ecológica, una combinación inteligente de fuente de agua, gestión de inundaciones, biodiversidad y ocio. ●



Sea cual sea la necesidad de su negocio,
con el **Renting Flexible** de **Northgate**
tendrá los vehículos que le hacen falta
en cada momento.



Furgonetas • Furgonetas Isotérmicas • Furgones • Furgones Isotérmicos
Vehículos eléctricos* • Camiones hasta 3,5 Tn



SIN PERMANENCIA

Podrá devolver su vehículo cuando quiera, a partir de un mes, sin penalizaciones.



RÁPIDO

Su vehículo, operativo en un plazo de 48 horas.



CERCA

Siempre cerca de su negocio, con la mayor red de delegaciones del renting nacional para ayudarle.



VEHÍCULO DE SUSTITUCIÓN

Tantos vehículo de sustitución como necesite. Siempre de la misma categoría.

* Consulten las condiciones de contratación para los vehículos eléctricos

TODO INCLUIDO EN UNA SOLA CUOTA:

- Mantenimiento y revisiones • Seguro a todo riesgo sin franquicia • Asistencia 24h
- Cambio de neumáticos • Impuestos de matriculación y circulación • Tasas de ITV

900 923 900 | www.northgateplc.es

NORTHGATE
Renting Flexible

LA IMPORTANCIA DE ESTRUCTURAR UN JARDÍN



CUANDO NOS SITUAMOS FRENTE A UN JARDÍN QUE DEBEMOS REHABILITAR,

nos encontramos ante un proyecto único y diferente. A pesar de que los espacios puedan ser similares por su magnitud o sus características, nunca llegarán a ser iguales. Y por ese motivo hacemos diseños personalizados, siempre basados en las necesidades y gustos de los inquilinos de la casa a la que complementan.

Su rehabilitación tiene como puntos clave la iluminación y los juegos del agua, además de una vegetación protagonizada por plantas y árboles de hoja perenne. Y siempre se realiza con la finalidad de realizar un consumo de agua eficiente.

Las balizas de luz, realizadas mediante troquel láser, aportan un mensaje escénico. Y es en este punto donde converge la parte técnica y artesanal que da como resultado un trabajo industrial

que parece haber sido realizado por un orfebre. Toda la luz del espacio, de tecnología LED, está presente mediante iluminación directa e indirecta.

El agua es otro de los factores imprescindibles del jardín que, junto a la iluminación, conforman un conjunto artístico que da vida al lugar, haciendo posible la adecuación de estos elementos con el fin de personalizar aún más esta área en función de cada persona que lo disfrute. Uno de los dos tipos de fuente que protagoniza este proyecto se ha realizado en metal con forma de castillete y oculta en su interior se encuentra una bomba por la que el agua pasa para limpiarla mediante rayos ultravioleta. La luz mata las sustancias del agua, quedando completamente limpia y, como resultado, mientras se proyecta la luz sale el agua. El otro modelo de fuente es un bloque de piedra que se ha obtenido mediante

la técnica de control numérico computarizado cuyo resultado es del tamaño y forma que previamente se ha diseñado. Una fuente de casi 300 kg que queda prácticamente suspendida en el aire a 30 cm del suelo gracias a la sujeción en forma de ménsula que presenta en la parte trasera. Las zonas se separan con vallas perimetrales realizadas en acero inoxidable junto con vidrio y mallas decléllé, que resultan como una mosquitera transparente. Queda entonces completado el jardín con una huerta y una pequeña plantación de granados que potencian el efecto romántico del espacio. Y como parte de la reforma también se ha recurrido al cerramiento acristalado del porche y a la construcción de una urna de vidrio situada en la entrada principal que protege del frío debido a su orientación hacia el norte.

Fernando Pozuelo Landscaping Collection. ●

La familia de
Juan Dolan



7:14 AM

C. G. Clark, H. K. Hargrave et al.

THE

www.bentley.com



AGENDA

IPM MIDDLE EAST

Dubai, Emiratos Árabes Unidos, EUA
01.10.2018 - 03.10.2018
www.ipm-dubai.net

SIBFURNITURE

Novosibirsk, Rusia
02.10.2018 - 05.10.2018
www.sibfurniture.ru

WORLD DAIRY EXPO

Madison, Estados Unidos
02.10.2018 - 06.10.2018
www.worlddairyexpo.com

IBERFLORA

Valencia, España
03.10.2018 - 05.10.2018
www.iberflora.feriavalencia.com

APROPOS PFERD

Viena, Austria
04.10.2018 - 07.10.2018
www.arenanova.com

EUROBRICO

Valencia, España
03.10.2018 - 05.10.2018
www.iberflora.feriavalencia.com

EXPO FORESTAL MÉXICO

Guadalajara, México
10.10.2018 - 12.10.2018
www.expoforestal.gob

FERIA BIOMASSA FORESTAL DE CATALUÑA

Vic, España
18.10.2018 - 20.10.2018
www.firabiomassa.cat

FLOWER & GARDEN ATTRACTION

Madrid, España
23.10.2018 - 25.10.2018
www.ifema.es

FRUIT ATTRACTION

Madrid, España
23.10.2018 - 25.10.2018
www.ifema.es

IFTF

Amsterdam, Holanda
07.11.2018 - 09.11.2018
www.hppexhibitions.com

AGROSIB

Novosibirsk, Rusia
07.11.2018 - 09.11.2018
www.agrosib-expo.ru

AGRITEK UZBEKISTAN

Taskent, Uzbekistan
07.11.2018 - 11.11.2018
www.expoposition.com

EIMA INTERNATIONAL

Bolonia, Italia
07.11.2018 - 11.11.2018
www.eima.it

AGRO ALPIN

Innsbruck, Austria
08.11.2018 - 11.11.2018
www.agroalpin.at

EUROTIER

Hanover, Alemania
13.11.2018 - 16.11.2018
www.eurotier.com

INTERPOMA

Bolzano, Italia
15.11.2018 - 17.11.2018
www.fierabolzano.it/interpoma

FLORA OLOMOUC

Olomouc, República Checa
13.12.2019 - 16.12.2019
www.flora-ol.cz

HARDWARE LUZERN-LUCERNA

Lucerna, Suiza
13.01.2019 - 15.01.2019
www.hardware-luzern.ch

SIVAL

Angers, Francia
15.01.2019 - 17.01.2019
www.sival-angers.com

GREEN WEEK BERLIN

Berlín, Alemania
18.01.2019 - 27.01.2019
www.gruenewoche.de

IPM ESSEN

Essen, Alemania
22.01.2019 - 25.01.2019
www.ipm-essen.de

VIVERALIA

Elche, Alicante
30.01.2019 - 01.02.2019
www.feria-alicante.com

MYPLANT & GARDEN

Milán, Italia
20.02.2019 - 22.02.2019
www.myplantgarden.com

SIMA

París, Francia
24.02.2019 - 28.02.2019
www.simaonline.com

TECNOVID

Zaragoza, España
26.02.2019 - 01-03.2019
www.feriazaragoza.es

ENOMAQ

Zaragoza, España
26.02.2019 - 01-03.2019
www.feriazaragoza.es

ORTOGIARDINO

Pordenone, Italia
02.03.2019 - 10-03.2019
www.ortogiardinopordenone.it

GARTEN

Stuttgart, Alemania
02.03.2019 - 10-03.2019
www.messe-stuttgart.de

MACFRUT

Rimini, Italia
09.05.2019 - 11.05.2019
www.macfrut.com

INFOAGRO EXHIBITION

Almería, España
22.05.2019 - 24.05.2019
www.infoagroexhibition.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

PLATAFORMA PROFESIONAL. PORTAL WEB Y DIRECTORIO IMPRESO DE EMPRESAS, PRODUCTOS Y SERVICIOS DE HORTICULTURA, BRICOJARDINERÍA Y SU INDUSTRIA AUXILIAR.



Lleva a tu empresa a otra dimensión

Consulta todas las opciones para destacar tu empresa en GuíaVerde, en el Dossier de Servicios a Empresas.



we green market

En Guíaverde nos mueve la pasión por la horticultura y la jardinería.

Informar sobre la actualidad del sector verde es un objetivo prioritario para nosotros, con el objetivo de convertir a GuíaVerde.com en el medio sectorial de referencia de la horticultura y la jardinería.

GUÍAVERDE EN CIFRAS:

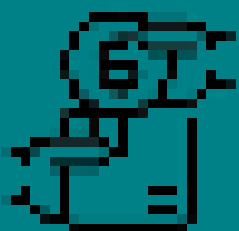
100.000
visitas/mes al portal

13.000
profesionales con email

12.000
seguidores en Redes Sociales

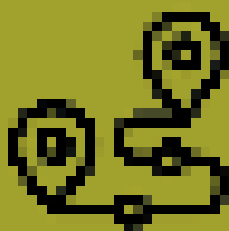
5.000
ejemplares del usuario
distribuidos gratuitamente

NUEVAS FUNCIONALIDADES PARA IMPULSAR TU NEGOCIO



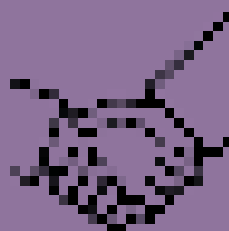
PRESENCIA DIGITAL

Presencia digital en el sector verde, online y offline, para atraer clientes y aumentar las ventas.



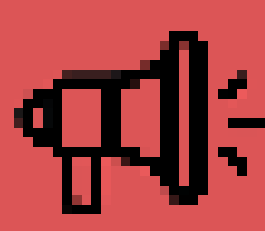
ALTA VISIBILIDAD

Alta visibilidad en el sector verde, online y offline, para atraer clientes y aumentar las ventas.



OPORTUNIDADES DE NEGOCIO

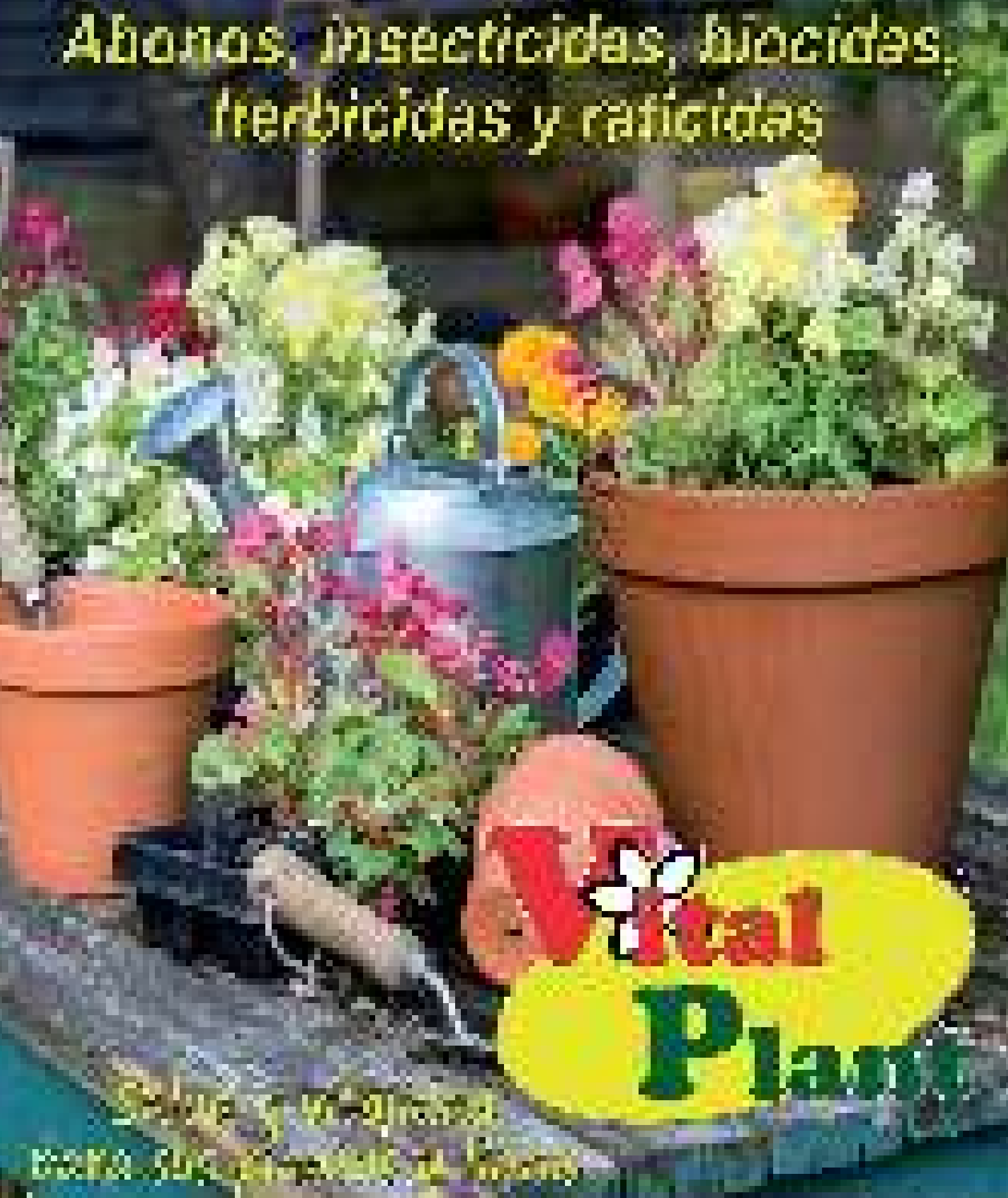
Oportunidades de negocio en el sector verde, online y offline, para atraer clientes y aumentar las ventas.



PROMOCIONES

Promociones en el sector verde, online y offline, para atraer clientes y aumentar las ventas.

Fertilizers, insecticides, biocides,
herbicides and raticides



Specialty Horticulture
KING OF THE HILL

WINTER VITAL-PLANTS

Volume 11 December Edited by STAFF