

Garden

TECNO

Revista Profesional de Jardinería

Nº 207 · enero - febrero 2019 · año XXVI · www.tecnogarden.es

PVP: 10 €



ESPECIAL TIERRAS Y SUBSTRATOS

- Escaparate de productos más destacados
- Opinión de los profesionales del sector

ENTREVISTAS

- Ángel Jublete, director general de Productos Flower
- Enric Bonet, director general de Biovert

FERIAS

- Horticultura y paisajismo en la feria IPM ESSEN
- Congreso Expogarden
- El Viveralia más internacional finaliza tras tres días de feria
- My Plant & Garden continúa su senda de crecimiento
- Digitalización, un pilar de Piscina & Wellness Barcelona

INFORMES

- Exportación española de flor y planta viva
- Espacios verdes y enfermedades



INFERTOSA

Especialistas en productos ecológicos para tu cultivo

Ferti Complet

CIEMHUS

FEMABON

Marcas registradas de Infertosa.

RATICIDA EN CEBO FRESCO



EFICAZ CON UNA SOLA INGESTIÓN

ESTUCHES DE 150 GR.
A BASE DE BRODIFACOUM 0.0029%



www.vital-plant.es



Infertosa

C/ Olta, 12 bajo izquierdo
46026 Valencia, España
Tel. +34 96 334 83 05
infertosa@infertosa.com
www.infertosa.com



34

Tierras y sustratos

Escaparate de productos más destacados
Opinión de los profesionales del sector



Entrevista 22
Enric Bonet, director general de Biovert



Entrevista 30
Ángel Jublete, director general de Productos Flower

Sumario

- 08. Actualidad**
- 12. Horticultura y paisajismo en la feria IPM ESSEN**
- 14. Congreso Expogarden**
- 16. El Viveralia más internacional finaliza tras tres días de feria**
- 18. My Plant & Garden continúa su senda de crecimiento**
- 20. Digitalización, un pilar de Piscina & Wellness Barcelona**
- 26. Informe sobre exportación española de flor y planta viva**
- 28. Informe Espacios verdes y enfermedades**
- 40. Empresas Bayer, Fitoralia y Syngenta**
- 58. Agenda del sector**

Jardineros

- 44. Actualidad**
 - El Ayuntamiento de Gijón renueva su confianza en Acciona para el mantenimiento de espacios verdes
 - El sector hortofrutícola alerta ante un Brexit sin acuerdo cada vez más cerca
 - Arrancan los preparativos para FIMA 2020
 - Continúan los avances contra Xylella fastidiosa en España, Portugal e Italia
 - Infoagro Exhibition albergará más empresas de maquinaria agrícola
- 48. Proyecto Diverfarming: beneficios de la diversificación de cultivos**
- 56. Jardines ingleses como inspiración en la actualidad. Por Fernando Pozuelo**



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

CONSEJERO DELEGADO
José Manuel Galdón Brugarolas

DIRECTOR GENERAL COMERCIAL
David Rodríguez Sobrino

DIRECTOR DE INFORMACIÓN
José Henríquez | jhenriquez@grupotpi.es

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

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

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

DEPARTAMENTO COMERCIAL
Diego Camacho, Teresa del Amo, Luis González, Ignacio Vázquez. **Delegación Barcelona:** Corina Estrella

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

MAQUETACIÓN Y DISEÑO
Jaime Dodero

DEPARTAMENTO DE PRODUCCIÓN
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

DISTRIBUCION POSTAL

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



Servicios Postales
TGIES



La colección perfecta para hacer crecer tus ventas y tus beneficios



La completa gama de productos Batlle para el Huerto y el Jardín, es justo lo que necesitas para satisfacer la exigente demanda del mercado y para aumentar tus ventas y tus beneficios. Una colección perfecta.

Y recuerda que ya está disponible el nuevo Catálogo 2019



HORTICULTURA ORNAMENTAL, UNA INDUSTRIA EN CRECIMIENTO



AIPH, Asociación Internacional de productores hortícolas, ha publicado un informe con una visión internacional sobre el futuro de la horticultura ornamental. Con el título “Horticultura ornamental, una industria en crecimiento”, este estudio tiene como objetivo identificar los principales impulsores e inhibidores que influyen e influirán en la producción hortícola ornamental hasta 2030.

El informe es publicado por un Comité Directivo de AIPH, formado por un equipo de expertos en horticultura. El secretario general de AIPH, Tim Briercliffe, ha destacado que “con una inteligencia precisa y fiable, la industria puede prepararse y planificarse de forma más eficaz de cara a los cambios que probablemente se producirán en el futuro”.

El informe diferencia ubicaciones geográficas específicas y segmentos de mercado, descubriendo que el gasto real per cápita en plantas ornamentales es mucho mayor de lo que los informes anteriores han presentado. El informe proporciona también un análisis específico sobre factores variables de peso, como la elasticidad de los precios al consumidor, los principales acontecimientos relacionados con el gasto de flores y plantas (bodas, funerales, etc.) y el gasto público en espacios verdes urbanos, que señala como particularmente relevante en un mundo cada vez más urbanizado.

Los resultados del informe deberían ayudar a la industria a desarrollar acuerdos normativos adecuados para ayudar a optimizar los flujos comerciales futuros. En definitiva, una oportunidad para que los actores de la industria puedan utilizar los resultados para dirigir con acierto sus acciones y explorar futuros mercados y segmentos de consumidores.

Está claro que el cambio en la demanda y la producción es inevitable. En las próximas décadas, una serie de macrofactores hará que los consumidores tomen diferentes decisiones de compra a las actuales y esto va a impactar la demanda de plantas ornamentales.

Durante los últimos años diferentes organismos internacionales, medios de comunicación y organizaciones no gubernamentales están alertando sobre la pérdida de calidad del medio ambiente y sobre las consecuencias, poco alentadoras, que puede tener esta degradación para el Planeta y para la Humanidad. Se hace evidente que el modelo actual no se puede mantener en el tiempo ni en el espacio

ÍNDICE DE ANUNCIANTES

AECJ.....	21
Burés	27
Compo.....	25
Discom	9
Floragard	Contraportada
Floramedia.....	29
Gardena	17
Gramoflor	13
Infertosa.....	Portada
Industrystock	Interior contraportada
La parrilla de Juan Adán.....	47
Lechuza.....	19
Mentes brillantes.....	55
Northgate.....	33
Nutriplant.....	Interior portada
Pindstrup Mosebrug	11
Productos Flower.....	7
Semillas Batlle.....	4

¡Reserve ya su ejemplar!

INFORMACIÓN ÚTIL
Y RENTABLE PARA
SU NEGOCIO

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

IVA y gastos de transportes Incluidos.

73€



Solicite ya su suscripción:

☎ 91 339 67 30

🌐 www.grupotpi.es/suscripciones

@ suscripciones@grupotpi.es



TR Edita, SA. Depto. Suscripciones. Avda. Manzanares, 26; 3ª planta. 28050 Madrid

Luz VERDE al césped

Nuevo diseño
de nuestra
línea de abonos
para césped



Abonos a la carta



Descubre
toda
la gama



FLOWERresponde



FLOWERJARDNERIA

www.productosflower.com



La ONU proclama 2020 como el Año Internacional de la Sanidad Vegetal

La Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) y la Secretaría de la Convención Internacional de Protección Fitosanitaria (CIPF) -que alberga este organismo-, han acogido con satisfacción la decisión de proclamar 2020 como el Año Internacional de la Sanidad Vegetal.

Con hasta un 40% de los cultivos alimentarios del mundo que se pierden cada año debido a las plagas, resulta de vital importancia propiciar plantas saludables, tanto para la opinión pública como para los responsables de las políticas, ha señalado la FAO, al tiempo que ha apuntado que solo en términos económicos, las enfermedades de las plantas cuestan a la economía mundial cerca de 220.000 millones de dólares anuales y los insectos invasores unos 70.000 millones.

“El Año Internacional de la Sanidad Vegetal es una iniciativa clave para resaltar la importancia de la salud de las plantas para mejorar la seguridad alimentaria, proteger el medio ambiente y la biodiversidad e impulsar el desarrollo económico”, ha asegurado la directora general adjunta de la FAO, María Helena Semedo.

La Asamblea General de las Naciones Unidas ha invitado a la FAO, junto con la Secretaría de la CIPF, a actuar como organismo líder para encabezar

las actividades relacionadas con el Año Internacional de la Sanidad Vegetal, y ha instado a los gobiernos, sociedad civil y sector privado a participar a nivel mundial, regional y nacional. Entre los miles de eventos que se realizarán en todo el mundo en el transcurso de 2020, hay ya prevista una Conferencia Internacional sobre Sanidad Vegetal.

Finlandia fue quien propuso por vez primera en 2015 la celebración de este Año Internacional al órgano rector de la Convención Internacional de Protección Fitosanitaria. En julio de 2017, la Conferencia de la FAO adoptó una resolución en apoyo a la propuesta.

“Las plagas y enfermedades no tienen pasaporte ni cumplen con las normas de inmigración y, por lo tanto, prevenir la propagación de estos organismos es en gran medida una empresa internacional que requiere la colaboración de todos los países. Por este moti-



vo Finlandia propuso proclamar 2020 el Año Internacional de la Sanidad Vegetal”, ha explicado Jari Leppä, ministro de Agricultura y Bosques de Finlandia.

Por su parte, Semedo ha subrayado que, a pesar del creciente impacto de las plagas y enfermedades de las plantas, “los recursos para abordar el problema son escasos”. “Esperamos que este nuevo Año Internacional de Sanidad Vegetal -añadió- propicie una mayor colaboración mundial para apoyar las políticas de sanidad vegetal a todos los niveles, lo que contribuirá de forma significativa a la Agenda de Desarrollo Sostenible”, ha añadido. ●

EUGIC, Conferencia Europea en Infraestructura Verde Urbana tendrá lugar en abril en Londres

Tras el éxito de la pasada edición en la ciudad de Budapest, este año la III Conferencia Europea en Infraestructura Verde Urbana (European Urban Green Infrastructure Conference) tendrá lugar en Londres los días 10 y 11 de abril, en el Queen Elizabeth Olympic Park.

EUGIC 2019 es un evento dinámico, interactivo y emocionante de intercambio de conocimientos, diseñado para maximizar las redes en todos los sectores e industrias. El evento reunirá diversas soluciones basadas en la naturaleza, para ciudades adaptadas

al clima, resistentes y saludables a través de proyectos de ecologización urbana de Europa y más allá; presencia de expertos y profesionales líderes en infraestructura verde urbana; entre 300 y 400 participantes, ponentes, expositores, arquitectos, paisajistas,



ecologistas, ingenieros y planificadores; presencia de desarrolladores, inversores, contratistas, constructores, gerentes de instalaciones y paisajismo; y académicos, organizaciones comunitarias y ONG.

Desde el 14 de enero está abierta la convocatoria de participación en los Premios EUGIC 2019, que celebrarán, un año más, los mejores conceptos, estrategias y proyectos implementados en infraestructura urbana verde en toda Europa. Los participantes deberán resaltar sus trabajos en pro del mantenimiento de los ecosistemas, sus estrategias para la reducción del efecto isla de calor en los espacios urbanos, su mejora de la calidad del aire y del agua, la buena gestión de las aguas pluviales, etc. ●

Efiagua vuelve en 2019 del 5 al 7 de noviembre y junto a Ecofira

Vuelve Efiagua. La Feria Internacional para la Gestión Eficiente del Agua de Feria Valencia regresa al calendario ferial este año para cumplir con su bienalidad y llegar a su quinta edición, que se celebrará finalmente del 5 al 7 del próximo mes de noviembre en el recinto ferial valenciano. El certamen, consolidado como cita de referencia en el arco mediterráneo para el sector del agua, volverá a coincidir con la veterana Feria Internacional de Soluciones Medioambientales y Energía, Ecofira, salón con el que se establecen innumerables sinergias, sobre todo, en el ámbito de la digitalización y las 'smart cities'.

Precisamente el ámbito de las ciudades inteligentes y cómo mejorar la sostenibilidad de las mismas a través de una gestión más eficiente del agua y de los residuos urbanos será el hilo conductor de una próxima edición que ya ha iniciado sus preparativos con la primera reunión de su Comité Organizador. Presidido de nuevo por Vicente Fajardo, director general



Distribuidores oficiales de:



más info :
www.discomgrup.com

de Global Omnium, en el Comité están representados importantes operadores del sector como Hidraqua, DAM, Facsa (Grupo Gimeno), los instaladores de ASEIF o regantes com Fenacores o la Confederación Hidrográfica del Júcar.

En esta reunión, celebrada el pasado 10 de enero en las instalaciones de Feria Valencia, se abordaron los ejes principales sobre los que pivotará la próxima edición de EFIAQUA, especialmente en lo que concierne a la ampliación de su oferta expositiva hacia sectores de interés como el tecnológico o el de la prestación de servicios en el ámbito del regadío, segmento en el que la Comunitat Valenciana es referencia. ●



Comienza la suscripción del seguro de viveros, planta viva, flor

El 1 de febrero es la fecha fijada para la apertura del periodo de suscripción del seguro de viveros y cultivo flor y planta. Así lo ha fijado el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, MAPA, para el seguro de la línea 320. Un seguro que garantiza las explotaciones de planta viva y de flor cortada, semillas y viveros en Península y Baleares.

El Boletín Oficial del Estado, BOE ha publicado una disposición de este Ministerio en la que se explican todas las con-

diciones para la suscripción de dichos seguros agrarios. Una póliza que cubre los daños en la producción provocados por inclemencias meteorológicas como pedrisco, heladas, granizo o viento.

Entre las producciones e instalaciones asegurables en la línea 320 se encuentran las de plantas aromáticas, césped, bonsáis y planteles, viveros de vid, cítricos, frutales y forestales y semilleros de alcachofa, alfalfa, cardo, cebolla, remolacha o zanahoria.

Las principales novedades para el nuevo plan del seguro de viveros, planta viva, flor cortada y semillas son las siguientes:

- Para la Planta Ornamental (panta viva). Se dispone que, en las tablas de valoración, para los grupos asegurables de planta de temporada arbustiva de flor, que figuran solo para el riesgo de helada, se expresa que serán de aplicación, para todos los riesgos con cobertura de calidad.
- Para los viveros de vid. Se fijan precios diferentes para Estaca, Estaquillas base y Planta Injerto Base, por las peticiones del sector productor. Se amplía el periodo de contratación en 15 días del grupo asegurable de Estacas Injertadas (ahora hasta el 15 de abril).
- Para el resto de viveros. Se modifica la tasa de pedrisco al alza un 30% en todo el ámbito. También se establece una prima base para los riesgos excepcionales por parcela del 3'08% en la comarca Ávila de esta provincia y de un 0'85% en la comarca Noroeste de Murcia.

Por último, para las instalaciones: Se establecen las mismas modificaciones y se incluye el macrotúnel especial, que las que figuran en la redacción de las condiciones especiales de la línea de Hortalizas Bajo cubierta del plan de 2018. ●



El Real Jardín Botánico, un vivero de investigadores

Los proyectos Eugenia, que apoya la Fundación BBVA, y LiquenCity, que cuenta con financiación de la FECYT, las praderas pictóricas del Jardín Botánico o un curioso estudio sobre las mariposas del RJB complementan esta publicación divulgativa

Una docena de doctorandos realizan sus tesis doctorales en el Real Jardín Botánico (RJB-CSIC) bajo la dirección de investigadores del Jardín. Su trabajo constituye un apoyo fundamental para la investigación que desarrolla este centro del Consejo Superior de Investigaciones Científicas y es un trampolín para protagonizar, dentro de unos años, el futuro de la botánica en España.

La formación de los futuros investigadores, que generalmente emplean cuatro años en concluir su tesis doctoral, conocer qué investigan, la aportación científica de los investigadores postdoctorales que permanecen en diferentes proyectos en el RJB para que el centro alcance sus objetivos de productividad y excelencia, programas como el Fondo de Garantía Juvenil o estudios de post grado, como el Máster en Biodiversidad en Áreas Tropicales y su Conservación, reúne el tema central del nuevo número de El Diario del Jardín Botánico, el número 13 de esta publicación.

Este proyecto plantea un novedoso enfoque basado en datos genómicos y modelos epidemiológicos para evaluar la diversidad genética de especies amenazadas y de sus congéneres invasores, con el fin de inferir las bases genómicas de la capacidad de resiliencia de una especie a las perturbaciones climáticas y antrópicas. Eugenia se financia con una de las cinco ayudas que concede anualmente la Fundación del BBVA a proyectos de investigación. El del RJB fue el único proyecto centrado en biología de la conservación de plantas. ●



Sustratos de calidad profesional para tus plantas

¡ESTAMOS DE ESTRENO!



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

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

¡BÚSCANOS EN TU CENTRO DE JARDINERÍA!



PINDSTRUP

www.pindstrup.es



Horticultura y paisajismo en la feria IPM ESSEN

Alrededor de 1.600 expositores de casi 50 países han presentado sus innovaciones de productos en Messe Essen, Alemania. Como destacada feria de jardinería, paisajismo y horticultura, ha mostrado amplio espectro del sector verde, con una dilatada gama de plantas, foros e información sobre nuevos servicios. Los ganadores del escaparate de la innovación fueron anunciados durante la ceremonia de inauguración, que contó con 300 invitados y durante la cual el Alcalde Thomas Kufen, enfatizó la alta internacionalidad.

Un total de 58 innovaciones, en ocho categorías y presentadas por 31 expositores, han competido por el premio "IPM Innovation 2019". Después de la evaluación por una Comisión experta en la víspera de la feria, las innovaciones

han sido premiadas en siete de las ocho categorías.

En el caso del stand conjunto de España, organizado por Fepex, ha estado configurado por la oferta de más de 30 empresas que han mostrado sus novedades en más de mil metros cuadrados de exposición. En esta área se han concentrado empresas especializadas en producción, exportación y muchos obtentores. Las adelfas, olivos o hibiscos son algunas de las especies que han predominado en la feria. Empresas de la Comunitat Valenciana, Cataluña, Galicia, Andalucía y Canarias, aunque también otras comunidades autónomas, han estado presentes. Otras veinte empresas españolas ha participado también en diferentes halls de esta feria internacional.

El programa paralelo ha contado con un gran número de conferencias y eventos especializados. Entre los temas estrella de esta edición cabe destacar los mercados emergentes, entre ellos Asia y Oriente Medio, que se anticipan como nuevos destinos de interés para las exportaciones de plantas.

Premios Show Your Colors

En el marco de la feria, Corokia virgata Maori Green & Maori Silver, presentada por Addenda de Honselersdijk (Holanda) recibió el premio Show Your Colors Award IPM 2019. Un jurado profesional otorgó este galardón, que fue entregado a Corina van der Heiden de Growers Association Addenda por el presidente del jurado Oliver Mathys, en el stand de BIZZ de Holanda.

PARA UN CRECIMIENTO RESPONSABLE

ELEGIMOS LA MEJOR
OPCIÓN

Una gama completa
para el exigente
comercio especializado



Corina van der Heiden se mostró muy feliz con el premio. "Ganar el premio Show Your Colors Award IPM 2019 es un gran reconocimiento e impulso que se da a nuestro producto, ayudándolo a posicionarse de forma aún más sólida en el mercado", señaló Van der Heiden de Addenda. El jurado fue unánime en su veredicto y coincidieron que era perfecto en todos los aspectos, tanto por su atractiva y clara etiqueta, con óptima información para el consumidor, como su moderna apariencia y todo lo que expresa el producto.

El segundo premio fue otorgado a los árboles frutales Wonder Tree, presentados por Fruithof de Kapelle, un municipio de la provincia de Zelanda (Países Bajos). Por su parte, Hydrangea macrophylla x H. scandens 'French Bolero', presentado por van Vegepolys de Angers Cedex (Francia) consiguió el tercer lugar. Las otras plantas nominadas fueron Camellia japonica Winter Perfume Pink & Pearl de Van Son & Koot (Países Bajos), Cordyline-Mix de About Plants Zundert (Países Bajos), Cyclamen persicum Indiaka (varios colores) de Morel Diffusion SAS (Francia), Dianthus Pink Kisses de Selecta One (Dinamarca), Laurus nobilis Feel Green Kitchen Bay tree de GOVA Decorum (Países Bajos), Lavandula intermedia Phenomenal de Joh. Stolwijk & Söhne (Países Bajos), Lucky Berry de Diederik Heinje y BCM Baumschule Christoph Marke (Dinamarca) y Rubus-Mix de Jungheim Boomkwekerijen (Países Bajos).

Las plantas nominadas se exhibieron en el stand de BIZZ Holland en la feria. Los visitantes pudieron votar por su planta/concepto favorito hasta el jueves por la mañana usando unas monedas especiales. El jurado profesional estuvo compuesto por Linda Hoogendoorn - Veelenturf (Stichting Beurshal), Jacqueline van der Burg (Varb), Sytse Berends (Blunt Communicatieadvies), Oliver Mathys ("I green you you") y Andreas Henk (periodista de Das Gartenbau Portal). El premio Show Your Colors Award IPM 2019 es una colaboración entre la organización de ferias IPM y BIZZ Communications. ●



¡Transparencia crea confianza!
Más información en
www.gramoflor.com

Gramoflor GmbH & Co. KG
Teléfono: +34 962 954 005
E-Mail: info@gramoflor.de

GRAMOFLOR
¡calidad desde el principio!



MÁS DE 70 GARDEN SE CITARON EN CÓRDOBA PARA PULSAR LA SITUACIÓN DE LA JARDINERÍA EN ESPAÑA

Expogarden apela a la motivación para afrontar el futuro del sector

La Expogarden más motivacional. Fue la conclusión final de Santiago González, director de la Asociación Española de Centros de Jardinería (AECJ), para cerrar el congreso con espacio expositivo de día y medio que en la edición de 2019 se celebró en Córdoba. El sugerente título 'El Futuro del Garden (a medio plazo...)' presidió la cita anual de un sector en auge que afronta los nuevos retos de la tecnología, el marketing digital y los cambios en los hábitos de consumo.

Productividad, comunicación, digitalización y liderazgo fueron conceptos clave de Expogarden 2019, cuatro palabras que presidieron cada una de las ponencias, la mesa redonda y también la aportación de Santiago González en su exposición 'Ventajas de tener un Garden', que resumió sus 24 años de trayectoria en la AECJ. Bien fuera desde la atalaya de la experiencia de González, el día a día de los viveros más premiados de los últimos años, o desde la periferia de los *coaching*, todos centraron sus intervenciones en el plano de la motivación, imprescindible para hacer frente a una realidad cambiante que amenaza con arrollar a los centros

de jardinería que no estén abiertos a los cambios de la metodología habitual y adaptarlos al siglo XXI.

A lo largo de la jornada y media de Expogarden, el congreso con espacio expositivo en el que se dieron cita más de 70 centros de jardinería y 42 proveedores asociados, los asistentes recibieron una batería de consejos para mejorar sus negocios en base a las nuevas tecnologías y la capacidad de adaptación a las necesidades que demanda un cliente cada vez más heterogéneo que busca en un garden el lugar donde recibir las emociones que completan su vida personal. "Vendemos experiencias y emociones", afirmó con

rotundidad David Marqués, máximo responsable de Cocos Garden, referente del sector en Mallorca, crítico con la implantación de Internet en el sector "porque esa emoción no se consigue *online*, hay que tratar directamente con la persona".

En la mesa redonda moderada por Santiago González, junto a Marqués, participaron Jordi Nassarre de Artiflora y José Javier González de Endanea Garden, quienes, de manera ágil, directa y transparente, detallaron distintos aspectos sobre la organización interna de sus centros, la formación del personal, los servicios de jardinería que ofrecen, la cada vez más importante parcela de la floristería

para eventos, la comunicación o la inminente necesidad de apostar por la formación continua de los empleados en un sector en constante actualización de productos y servicios.

Con diferencias en el modelo de gestión, estos casos de éxito coincidieron en destacar la zona exclusiva para mascotas y, sobre todo, la decoración y floristería como segmentos al alza que ya representan un 20 % en su porcentaje anual de ventas, por detrás de las plantas (55 %) y macetas y accesorios (25 %). Como novedad pusieron en valor la bautizada como Zona Gourmet o Kilómetro Cero, espacio diferenciado en el que se encuentran productos de la zona, ecológicos, tanto para consumo como para plantación, cada vez más demandados por los jóvenes que se acaban de incorporar a la horticultura o jardinería.

Por último, todos coincidieron en demandar a la AECJ una recuperación de la formación continua que se llevaba a cabo antes de la crisis, "necesaria para todos, que se ha ido relegando" denunció Marqués, mientras Nassarre incidió en que "hace tres años se hicieron diferentes formaciones que crearon una sinergia muy buena entre los distintos estamentos de los centros de jardinería, se crearon vínculos que perduran en el tiempo, esto hay que mantenerlo, sabemos que somos un sector con un mercado muy pequeño, pero deberíamos buscar la fórmula con el Ministerio de Educación para crear una formación profesional específica para la jardinería". Santiago González recogió el guante y anunció que la formación se dejó por motivos presupuestarios, "cada vez los centros enviaban menos gente como consecuencia del ajuste de personal derivado de la crisis", y anunció propuestas de formación para este mismo año, tanto presencial como *online*, esta última con pequeños videos cortos informativos, "píldoras de 5 minutos que se consuman con facilidad" dedicados a cómo atender en un garden, como asesorar en la sección de fitosanitarios, qué explicar de las plantas de

interior, cómo recomendar una planta para regalo o asistir a un cliente en la sección de sustratos.

Lidera en verde

El evento se abrió con el debut de la nueva presidenta de la AECJ, Paula Orozco, quien se encargó de realizar la inauguración oficial, para dejar paso a Anahí García, directora del Instituto Europeo Pigmalión, que disertó sobre las herramientas de mejora en la comunicación de la empresa, así como la motivación y gestión de equipos, en base a su trayectoria, que le ha llevado a recibir en 2017 y 2018 la medalla de oro europeas al Mérito en el Trabajo profesional. Poniendo el foco en la importancia del marketing para los garden, que se ha puesto de relieve una vez más en esta edición, Diego Martín habló sobre las mentiras y verdades del marketing *online* para que una empresa del sector de la jardinería saque partido del mundo digital. Este ingeniero agrónomo con más de 20 años de experiencia en distribución comercial en BriCor, donde fue director general, apuntó las claves para uti-

lizar internet de forma que se traduzca en ventas directas para los gardens.

La segunda jornada, tras la Asamblea General de la AECJ, culminó con la exposición de Sara Bartol, fundadora y directora de la empresa de formación y coaching 'alCANza', sobre cómo desarrollar el autoliderazgo para fomentar un perfil de líder transformaciones que dé respuesta a las necesidades del sector. Con una implicación total de los asistentes, Bartol dio lo que considera cinco claves para 'Liderar en Verde' y que pasan por el valor de la actitud, el empoderamiento de la motivación, la resistencia como aprendizaje, la correcta dirección para mantener la hoja de ruta y la capacidad de organizar equipos multigeneracionales. "Somos regateadores del esfuerzo, hay poca gente que dé el 100%", de ahí que considera fundamental la motivación, para lo cual puso el ejemplo del huevo: "si se rompe por una fuerza exterior la vida termina, si la fuerza es interior la vida comienza". "No juzgues cada día por lo que cosechas, sino por las semillas que plantas" fue el broche final de Bartol.

ATRAER CLIENTES AL ASOCIADO

Expogarden 2019 dejó un hueco a la Asamblea de la AECJ, que por primera vez presidía Paula Orozco, en la que se detallaron el movimiento asociativo en 2018, así como el seguimiento presupuestario y el resumen de actividades y servicios para 2018, antes de la aprobación del presupuesto para el presente ejercicio y la propuesta de mejoras. En este sentido, destacaron la nueva necesidad de dar a conocer a los centros de jardinería como establecimientos expertos en la venta de plantas y servicios, para lo cual se han contratado seis nuevos videos cortos que definiría perfectamente las seis escenas cotidianas de atención de un garden. Además de disponer de ellos como socios, van a ser usados masivamente en redes sociales con un plan estratégico muy ambicioso. El gran objetivo final, según la AECJ, es "combatir con el resto de operadores que venden productos coincidentes" y así atraer a clientes a las tiendas de los asociados.

También se van a reeditar seis folletos digitales que de una forma muy gráfica y simple aportarán muchas ideas e información sobre palmeras, arbustos de flor, coníferas enanas, trepadoras, medicinales y aromáticas. Por último, anunciaron que ya están finalizando la nueva versión de la página web que recibe más de 15.000 visitas únicas al mes y donde se disponen de cientos de artículos sobre información de jardinería, mascotas, bricolaje o tratamientos. Como dato a tener en cuenta, la AECJ tiene más de 100.000 seguidores en Facebook y el último video colgado en esta red social sobre cómo elegir una poinsetia ha tenido 99.000 visitas en un mes.



Viveralia, un paraíso de naturaleza en IFA

Un año más, IFA se ha convertido en un jardín con la ayuda de los 55 expositores en sus casi 13.000 metros cuadrados brutos. El Salón Profesional Internacional de la Planta Ornamental y Afines es la primera feria del año que se celebra del sector en el ámbito nacional, y abre la temporada ferial en IFA.

La 16ª Edición de Viveralia, Salón Profesional Internacional de la Planta Ornamental y Afines, que se ha celebrado del 29 al 31 de enero, es una cita de interés para los profesionales de viveros,

zonas verdes y jardinería, atrayendo a cerca de 5.000 visitantes cada año. Viveralia supone un encuentro para un sector de gran importancia a nivel internacional, sobre todo en la Comunidad Valenciana que es una de las principales exportadoras por delante de Andalucía y Cataluña, concentrando además más de un 30% de las ventas en el exterior.

En esta edición ha destacado la gran presencia en Viveralia de empresas de provincias como Murcia, Valencia, Jaén, Tenerife, Las Palmas, Barcelona, Madrid, Almería o Alicante.

En esta edición ha destacado la presencia de empresas de provincias como Murcia, Valencia, Jaén, Tenerife, Las Palmas, Barcelona, Madrid, Almería o Alicante.

Más internacional que nunca

Además este año ha tenido lugar una visita propiciada por la Cámara de Comercio de Alicante, el IVACE y la Asociación de Empresas Productoras de Plantas de Vivero de Alicante (VAME), quienes organizan una misión inversa con importadores de Azerbaiyán, Croacia y Turquía.

Durante los tres días de feria, las empresas de estos países han mantenido entrevistas individuales con las empresas de este sector específico de la provincia de Alicante, y se realizarán visitas dirigidas a los viveros de la provincia.

Concursos de Planta Excepcional, Deco-stand e Innovación

En el transcurso del certamen se ha llevado a cabo el Concurso de Planta Excepcional, que celebra su 9ª edición. El pasado año la vencedora fue la *Chamaerops humilis*, perteneciente a Viveros Lozoya, una pieza de 5 metros de tronco y unos 90 años aproximadamente.

También se ha celebrado la IX edición del Concurso Deco-Stand, en la que han participado todos los expositores de Viveralia.

Resultados

- **Primer premio** ha sido una *Phoenix Dactylopera* de 6 troncos, que se conoce popularmente como palmera datilera, de 8 metros de tronco y una edad aproximada de 25 años, perteneciente a Excavaciones Illicitanas Coves.

- **Segundo premio** ha sido para la *Yucca Asparagaceae*, conocida comúnmente como Yucca, edad aproximada de 80 años con 10 metros de altura, perteneciente a Viveros Lozoya.

- **Tercer premio** ha sido para una *Olea Europea*, ejemplar de cuatro metros de tronco, perteneciente a Viveros Durá.

- **Diploma a la Innovación** para la empresa Holmac con su modelo HZC 40 en su 50 aniversario, por la novedosa maquinaria capaz de extraer una planta del suelo y transportarla sin necesidad de recurrir a grúas o camiones.

- **Premio Deco-Stand** ha sido para Viveros La Finca. Se ha valorado la singularidad, innovación, iluminación y la presentación de las plantas. ●



New!

Haz lo que amas.

Mientras tanto, el nuevo SILENO CITY te creará una alfombra con tu césped. Controlable con una aplicación, fácil de instalar y de limpiar con una manguera. Más Información en gardena.com/es

Potencia y corte aleatorio
- Para praderas hasta 500m²



Pasión por vivir.

 **GARDENA**[®]





My Plant & Garden se celebra con un aumento de espacios de exhibición

Del 20 al 22 de febrero, My Plant & Garden ha ofrecido exposiciones divididas en ocho macrosectores: viveros, macetas, flores, maquinarias, arquitectura del paisaje, decoración, servicios y cuidado del jardín. Al final de su IV edición (2018), My Plant & Garden ya confirmó números récord que se reflejaron en un aumento en los espacios de exhibición, presencia de compradores internacionales, iniciativas y presencias en los pabellones.

Con una extensión de 45.000 metros cuadrados, My Plant & Garden es sede de negocios, nuevas tendencias, cultura social y profesional en la industria de los espacios verdes.

Destinada inicialmente al sector B2B, My Plant & Garden edición destaca por la fuerza con la que crecen los expositores extranjeros. En 2018 representaron casi el 20 % del total, con un crecimiento del 14% en relación al año anterior. Se trata de un evento que ha tenido un constante crecimiento y desarrollo en cuanto a expositores, compradores internacionales, actividades

paralelas celebradas y número de visitantes. De esta forma el salón ha ido ganando cada vez más crédito, atención y mercado a nivel internacional.

Esto se confirma por los números récord que, en solo cinco años, han visto una gran cantidad de espacios de exhibición, presencia de compradores internacionales seleccionados, iniciativas puestas en marcha, presencia en los pabellones.

My Plant & Garden ofrece una variada oferta de congresos dedicada a los temas actuales dentro del ámbito



ecológico: conferencias sobre paisajismo y jardinería; seminarios y talleres profesionales; encuentros y diálogos con arquitectos y paisajistas; ambientaciones escenográficas; demostraciones e iniciativas relacionadas con el mundo de flores; I giardini di myplant (concurso anual de proyección dedicado al ámbito social) y vetrina delle eccellenze (concurso anual reservado a los expositores y a sus nuevos productos).

Los visitantes han podido ser testigos de ideas creativas y comerciales para el universo de la floristería, la decoración y los accesorios con un área espectacular para las tendencias de bodas, el Decor District, dedicado especialmente a floristas y organizadores de bodas con espectáculos de moda de flores, concurso y talleres con maestros de la floristería internacional.

Otro de los servicios presentados en el salón ha sido el e-service, plataforma web dedicada a los expositores con una gama de servicios especializados, capaces de satisfacer las exigencias relacionadas con el evento. ●

Lechuza®

THE ORIGINAL

¡Estilo Glossy!

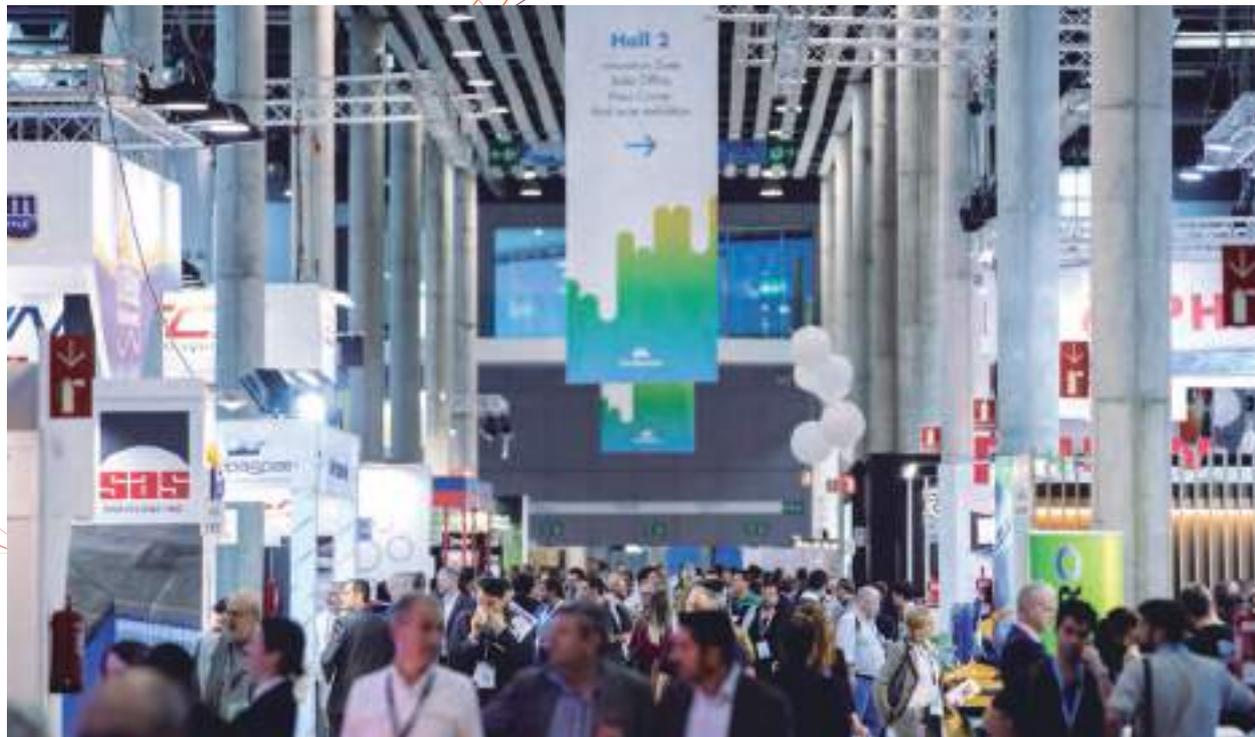


Las macetas perfectas para dar a nuestras habitaciones un toque elegante. Además incluyen nuestro sistema de riego de tierra LECHUZA. Imprescindibles esta nueva temporada. CUBE Glossy cabe perfectamente en los alféizares, mesas o estantes. ¡Un pequeño cubo que marca la diferencia! El CUBE Glossy más grande ofrece mucho espacio para flores y con su forma alargada puede deslumbrar en cualquier rincón.



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 



Digitalización, innovación y bienestar centran la próxima edición de Piscina & Wellness Barcelona

Piscina & Wellness Barcelona prepara su 14ª edición renovando su apuesta por la innovación, la digitalización, la internacionalización y la sostenibilidad. El salón, que ya ha asignado el 80 % del espacio previsto, potenciará el uso terapéutico del agua en los ámbitos del bienestar, salud, diversión y deporte y su conexión con la industria turística, así como el conocimiento sectorial y el networking entre los operadores del mercado nacional e internacional.

Organizado por Fira de Barcelona en colaboración con la Asociación Española de Profesionales del Sector Piscinas (ASOFAP), el salón tendrá lu-

gar del 15 al 18 de octubre de 2019 en los pabellones 1 y 2 del recinto de Gran Vía de Fira de Barcelona donde presentará toda la cadena de valor del producto piscina para uso residencial y público, además de instalaciones, equipamiento y accesorios relacionados con el wellness y spa. El salón acogerá asimismo una nueva edición de los Premios Piscina & Wellness Barcelona, que reconocen la inversión en I+D+i de las empresas del sector que ven en la innovación la herramienta estratégica para obtener productos sostenibles y ganar cuota de mercado.

Con más de 1,18 millones de unidades, España es el segundo país de

Europa y el cuarto del mundo con el mayor parque de piscinas. Esta cifra convierte España en un mercado que ofrece oportunidades de negocio para la rehabilitación, mantenimiento y equipamiento, que atrae profesionales del sector de la piscina de todos los continentes. Además, cuenta con una industria especializada que está entre las más sólidas y avanzadas del mundo en cuanto a innovación y know how.

Según las principales conclusiones del Barómetro Sectorial 2018 realizado por Asofap, el sector de la piscina ha aumentado su facturación un 5,45 % en 2018, el doble de la economía española (2,5%). ●



EXPOGARDEN19

CÓRDOBA 31 DE ENERO Y 1 DE FEBRERO

EL FUTURO DEL GARDEN A MEDIO PLAZO

MÁS INFO EN
www.expogarden.org



PATROCINADOR PRINCIPAL

Enric Bonet

director general de Biovert

España es de forma indiscutible una de las potencias más importantes en desarrollo, producción y exportación de agrot nutrientes y bioestimulantes agrícolas a nivel internacional. El I+D+i de las empresas fabricantes españolas ha permitido que en pocas décadas se generen completos catálogos de soluciones eficaces para ir dando respuesta a las necesidades de una agricultura de alto rendimiento, cambiante y ante nuevos retos ya sean de productividad como vinculados al medioambiente.

Ante un mercado cada vez mayor y con más necesidades, actualmente asistimos a un proceso de fusiones y adquisiciones de modo que empresas inicialmente de origen familiar puedan abordar eficazmente los desafíos tecnológicos, regulatorios y de mercados que se avecinan en los próximos 5 años.

Para abordar esta temática, entrevistamos a Enric Bonet, director general de Biovert, empresa con más de 30 años especializada en la fabricación de bioestimulantes y nutrientes avanzados. Biovert es empresa miembro de AEFA desde 2010 y Enric Bonet participa de forma destacada en diferentes juntas directivas y comisiones especiales de esta Asociación.

La globalización del mercado está creando presión adicional para las compañías fabricantes de bioestimulantes y agrot nutrientes avanzados, ¿cómo abordar este desafío?

De hecho este es el reto actual y de los próximos años. La necesidad de

invertir en I + D para desarrollar nuevos productos diferentes, las inversiones en los mercados existentes para mantener la cuota de mercado y la inversión para desarrollar nuevos registros para llegar a nuevos mercados, son enormes para una empresa PYME, especialmente en el marco de la modificación de Regulaciones en muchos países y la aparición de nuevas Regulaciones para nuestros productos a nivel Europeo y en Estados Unidos.

Como resultado, en nuestro caso optamos por no tener ganancias mayores al final del año, sino invertir la mayor parte de nuestro EBITDA en el futuro. Es una política, aprobada por nuestro Consejo de Administración en la que se ha estado trabajando a lo largo de los años. Esperamos continuar con esta política, estableciendo metas y objetivos claros para cada mercado y año que nos permitan continuar siendo una empresa de éxito en los próximos años.

Para las empresas, el encontrar un equilibrio comercial entre la diversificación hacia nuevos mercados y fortalecer su posición en los mercados donde ya están presentes es un reto. ¿Cuál es su opinión sobre la estrategia para los próximos años y en qué mercados ve las me-



jores oportunidades de crecimiento,... para Biovert en particular y para el sector de bioestimulantes en general?

La mayor parte de las empresas del sector están enfocadas a nivel internacional en retos parecidos, aunque los países objetivo y los nichos a alcanzar son diferentes en algunos casos. En nuestro caso, durante los últimos años hemos invertido en la diversificación de mercados, como por ejemplo en algunos países asiáticos sin tener todavía un gran éxito, aunque todo llegará, y al mismo tiempo estamos enfocados en fortalecer nuestras posiciones en nuestros mercados tradicionales en Latinoamérica, donde tenemos grandes posibilidades de crecimiento gracias a los nuevos productos lanzados durante estos tres últimos años y sumándolo a nuevos acuerdos con socios locales. Todavía podemos crecer mucho en México, Brasil, Colombia, Perú, Chile y en los Estados Unidos, que es nuestro nuevo objetivo para 2019 y siguientes años.

El continente americano ofrece grandes posibilidades para que el sector de bioestimulantes crezca, mientras que estas posibilidades también

“Con el proceso actual de consolidación del sector, en donde se generan compañías mayores en términos de facturación y de generación y disponibilidad de recursos, seremos capaces de competir en cualquier país y frente a productores de otros países, especialmente italianos”

existen y aumentarán en Asia y África, pero debido a nuestro tamaño no podemos llegar a todas las áreas al mismo tiempo, aunque nos gustaría. Por lo tanto, seguiremos nuestra política de hacerlo bien según nuestras posibilidades en nuestros mercados actuales y acercarnos a nuevos mercados de forma lenta pero segura, buscando los partners adecuados que encajen en nuestra filosofía y valores.

El sector tecnológico de los bioestimulantes y agronutrientes avanzados es muy complejo y más cuando se incorporan los microorganismos. ¿Cuál va a ser la estrategia de los microorganismos,... permanecerá enfocado en productos bioestimulantes o se expandirá para ser incluido en el control biológico?

Dar respuesta con carácter genérico es complicado, pero para hacerlo le comento nuestra visión particular. Los bioestimulantes basados o combinados con microorganismos serán una parte de nuestro enfoque comercial a partir de 2019, pero hace unos años y especialmente para el negocio de exportación, se desarrollaron una serie de productos biopesticidas que también tendrán cabida en nuestro catálogo fuera de la UE. Mencionar que nuestro primer bioestimulante que contiene microorganismos se lan-

zará en Chile en breve, mientras que en España se están llevando a cabo las pruebas de campo para el mismo producto y esperamos obtener su registro en España en 2019.

Los biopesticidas tienen barreras de entrada más grandes en comparación con los bioestimulantes, Europa es un ejemplo de ello, en donde cuesta mucho tiempo monetizar una inversión en biopesticidas, por lo que no asignaremos grandes partidas económicas a corto plazo para esto. Nuestros biopesticidas, en fase de registro en América Latina, se comercializarán tan pronto como dispongamos de las

autorizaciones correspondientes por producto y por país, empezando en Chile, y ampliaremos sus usos a diferentes cultivos y plagas en cada país latinoamericano en el que estamos presentes a medida que surjan las necesidades y se puedan cubrir los costes de registro en cada país. En este punto el seguimiento del retorno de la inversión efectuada es una métrica muy importante para nosotros.

Nos habla de Chile y si nuestra información es correcta su firma ha estado muy activa adquiriendo posiciones en una empresa de este país que produce microorganismos, además de adquirir instalaciones de extracción de algas marinas en España. ¿Estos pasos indican un cambio en su estrategia de producto? ¿Por qué los microorganismos y las algas marinas?

Efectivamente adquirimos una pequeña empresa chilena de I + D que desarrolla y vende productos con microorganismos, tanto bioplaguicidas como bioestimulantes. Además, hemos invertido en la adquisición y mejora de una tecnología que puede usarse para producir extracto de algas marinas, pero nuestro objetivo es desarrollar otros extractos de otras materias primas naturales que posean acción bioestimulante utilizando esta



tecnología de extracción, que estamos mejorando mes a mes, y que nos va a dar nuevos productos sostenibles y certificados para uso en Agricultura Ecológica en los próximos años.

Los bioestimulantes están viviendo un momento singular y eso ha estado creando un creciente interés para muchas nuevas empresas. ¿Cómo se puede afrontar esta creciente competencia de productos similares de otras compañías de reciente creación?

Cada empresa establece sus propias estrategias y una vez más solo puedo hablar con propiedad desde la nuestra. Así, creemos que estamos logrando una diferenciación a través de la oferta de nuevos productos que hemos incorporado a nuestra línea durante los últimos años y no tienen aún competencia directa. Además, es necesario crear alianzas con los buenos competidores, con los que mantenemos buenas relaciones, para colaborar y así disminuir los costos de desarrollo y registro de manera que después compitamos en los diferentes mercados de interés. Estamos en esta etapa y veremos si esta estrategia ofrece buenos retornos en breve.

¿Cree que hay un tamaño crítico que se deben alcanzar las empresas para tener un mejor posicio-

“Nuestro primer bioestimulante que contiene microorganismos se lanzará en Chile en breve, mientras que en España se están llevando a cabo las pruebas de campo para el mismo producto y esperamos obtener su registro en España en 2019”

namiento y rentabilidad en un mercado global?

Lo hay, y es variable en función de los objetivos perseguidos. Por ejemplo, para nosotros creemos que nuestro tamaño es demasiado pequeño para nuestras capacidades a nivel de conocimiento y recursos humanos disponibles y para afrontar necesidades futuras. Hemos recibido diferentes propuestas para crecer como uno de los líderes en bioestimulantes en España, pero por el momento creemos que la oportunidad adecuada aún no ha aparecido.

No solo se trata de dinero, sino también de visión, valores y estrategia para alcanzar los resultados deseados que harán que nuestro Consejo de Administra-

ción evalúe las propuestas que puedan resultar en una entidad más grande.

Para costear una investigación innovadora, así como inversiones activas en mercados prometedores como Estados Unidos, sabemos que algunas empresas italianas han sido más activas que otras españolas. ¿Qué hace que el sector sea diferente entre estas?

Creo que la razón principal es que en España estamos muy orgullosos de ser dueños de algo, incluso si es pequeño. El tejido empresarial del sector, hasta hace poco, ha estado formado por empresas familiares pequeñas, y esto dificulta el acceso y crecimiento rápido hacia el exterior por las razones indicadas al inicio de la entrevista. Con el proceso actual de consolidación del sector, en donde se generan compañías mayores en términos de facturación y de generación y disponibilidad de recursos, seremos capaces de competir en cualquier país y frente a productores de otros países, especialmente italianos.

La sensación de propiedad y liderazgo personal es algo muy fuerte en las empresas familiares españolas, y esto hace que en muchos de los casos que conozco de adquisición y concentración, los líderes y sus equipos se mantienen en las compañías adquiridas, solo transfiriendo la propiedad, porque el conocimiento de mercado y de producto del que disponen es un activo difícilmente traspasable. ●





Huerto Urbano

AMOR POR LO NATURAL, PASIÓN POR LO AUTÉNTICO



- Ideal para frutas, verduras y plantas aromáticas
- Apto para Agricultura Ecológica
- 100% Materias primas naturales: a base de turba, compost vegetal y guano

SÍGUENOS EN COMPO JARDINERÍA www.compojardineria.com



Fuerte crecimiento de la exportación española de flor y planta viva en 2018

La exportación española de flores y plantas vivas ha crecido un 18% y ha alcanzado los 360,5 millones de euros hasta octubre de 2018, según el último mes del que se disponen datos oficiales de la Dirección General de Aduanas, lo que hace prever que 2018 cerrará con un incremento de las ventas al exterior superior al 15%.

En los diez primeros meses de 2018, la exportación de flor y planta viva ha crecido tanto en el capítulo de planta viva, el principal de las ventas españolas en el exterior, con un 18% más y 305 millones de euros como en el de flor cortada, con un 14% más y 37,7 millones de euros. También han aumentado las exportaciones de follaje, con un 15% más y 13,7 millones de euros y bulbos con un 2% más y 4,3 millones de euros.

De enero a octubre de 2018 la exportación española de flor y planta viva ha crecido en todos los meses comparados con el mismo mes de 2017, excepto en marzo, y la tasa de crecimiento mensual ha sido muy alta en meses como enero de 2018 cuando las ventas al exterior aumentaron un 45% con relación a enero de 2017, totalizando 23,4 millones de euros o agosto de 2018, cuando crecieron un 83% respecto a agosto de 2017, totalizando 22 millones de euros. El mes de mayor exportación en 2018 ha sido abril, con 68,5 millones de euros, un 20% más.

Por grupos de productos, dentro de la planta viva destaca el crecimiento de árboles y arbustos, con un valor de exportación hasta octubre de 2018 de 56,2 millones de euros, un 35% más que en el mismo periodo de 2017. En flor cortada destaca la rosa con 11,4 millones de euros hasta octubre, un 58% más.



Los datos hasta octubre hacen prever que las exportaciones españolas de flor y planta serán superiores a la de 2017 en un 15% aproximadamente, superando los 417 millones de euros. Los mayores incrementos corresponderán a Andalucía y Comunidad Valenciana, comunidades que hasta octubre de 2018 han exportado por valor de 94,9 millones de euros en el caso de Andalucía, un 25% más y 93,1 millones de euros en el caso de la Comunidad Valenciana, un 15%.

En cuanto a la importación, de enero a octubre de 2018 se situó en 195,5 millones de euros, un 6% más que en el mismo periodo del año anterior, de

los que 99 millones correspondieron a planta viva (+7%) y 76,2 millones a flor cortada (+6%), lo que refleja una mejora significativa del consumo privado en España, el país europeo que más ha aumentado las compras de estos productos en los últimos años..

El sector español de flores y plantas afronta el año 2019 con optimismo después de la buena campaña de exportación en 2018 y del aumento del consumo privado, así como el incremento de la demanda de plantas por parte de ayuntamientos, empresas de jardinería y obra pública.

Fuente: Fepex ●



ESPECIALISTAS EN SUSTRATOS PARA PLANTAS



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

Burés, la buena tierra.

Burés S.A.U.
Cami de les 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
bures@buressa.com · www.bures.es



Los vecindarios con más espacios verdes tienen menos probabilidad de presentar enfermedades cardíacas



Las personas que viven rodeados de áreas verdes tienen un riesgo menor de desarrollar enfermedades cardíacas. A esta conclusión llega el estudio llevado a cabo por la Universidad de Louisville (EEUU) y publicado en la revista *Journal of the American Heart*.

En este estudio, el primero de este tipo, investigadores de la Universidad de Louisville abordaron el impacto de los vecindarios verdes en marcadores individuales de estrés y riesgo cardiovascular.

Durante cinco años, se recogió sangre y orina de 408 personas de varias edades con un promedio de 51 años, con distintas etnias y niveles socioeconómicos. Los sujetos del experimento, que en su mayoría sufrían sobrepeso y niveles altos de colesterol y/o presión arterial, fueron contactados a través de la Clínica de medicina cardiovascular de la Universidad de Louisville y contaban con un riesgo elevado de desarrollar enfermedades cardiovasculares.

La densidad de los espacios verdes en la cercanía de las viviendas de los participantes se midió utilizando el sistema NDVI (Normalized Difference Vegetation Index), una herramienta que indica los niveles de vegetación a través de una serie de imágenes recogidas por un satélite de la NASA. Los niveles de contaminación del aire se midieron utilizando material de la United States Environmental Protection Agency.

Los investigadores descubrieron que las áreas con mayor vegetación se asociaban con:

- Menores niveles de la hormona epinefrina en la orina, indicando bajos niveles de estrés.
- Menores niveles de F2-Isoprostano, un marcador que indica un menor nivel de estrés oxidativo, y por lo tanto mejor salud.
- Mayor capacidad de reparación de los vasos sanguíneos.

También descubrieron que estas asociaciones con la epinefrina eran mayores en mujeres y en personas que no habían tenido previamente ataques al corazón.

“Nuestro estudio muestra que vivir en un vecindario con alta densidad de árboles, arbustos y otros tipos de vegetación puede ser bueno para la salud del corazón y de los vasos sanguíneos” afirma Aruni Bhatnagar, director del estudio, profesor de medicina, “De hecho, incrementar la cantidad de vegetación en los vecindarios puede ser suponer una influencia medioambiental no reconocida en la salud cardiovascular y suponer una intervención significativa en la salud pública”.

Estas conclusiones se han extraído independientemente de la edad, la etnia, el estatus de fumador, el nivel socioeconómico del vecindario, utilización de farmacología indicada para problemas cardiovasculares y la exposición al tráfico.

Estudios anteriores sugerían que los vecindarios con mayor cantidad de espacios verdes estaban asociados con efectos positivos tanto a nivel físico como psicosocial, en el bienestar, así como en la reducción de los ratios de muerte por enfermedades respiratorias y cardiovasculares, mejorando los ratios de supervivencia a los infartos. Sin embargo, esas investigaciones estaban altamente limitadas por la confianza en cuestionarios que los sujetos experimentales iban rellenando y otro tipo de metodología no tan fiable como la empleada en esta ocasión.

Fuente: *Journal of the American Heart* ●

PLATAFORMA PROFESIONAL. PORTAL WEB Y DIRECTORIO IMPRESO DE EMPRESAS, PRODUCTOS Y SERVICIOS DE HORTICULTURA, BRICOJARDINERÍA Y 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 directorio impreso distribuidos gratuitamente

NUEVAS FUNCIONALIDADES PARA IMPULSAR TU NEGOCIO



PRESUPUESTOS

Recibe solicitudes de presupuestos de profesionales y empresas del sector, y gestionalas desde tu panel de control.



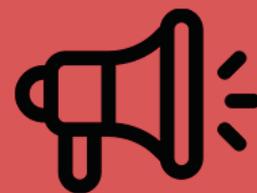
RUTAS COMERCIALES

Crea rutas entre dos puntos y obtén listados de empresas para visitar en la zona.



OFERTAS DE EMPLEO

Publica y gestiona tus ofertas de trabajo directamente desde el panel de control de GuíaVerde.



PROMOCIONES

Crea ofertas y promociones de tus productos en GuíaVerde.com y envíalas por email a nuestra base de datos.

Ángel Jubete, director general de Productos Flower

Ángel Jubete es un hombre lúcido con una mente brillante, capacidad de crear y validar ideas con éxito. En el sector es conocido por dar luz a patrones innovadores a menudo ocultos bajo una modesta apariencia. Su talento y vocación emprendedora, que arrastra desde muy joven, le ha posicionado en un lugar reconocido dentro del universo de los espacios verdes. En el sector de la jardinería, empezó formando parte del Departamento Comercial de Asocoa. Después de dirigir dos negocios con éxito, entró a formar parte del Consejo de Administración de Flower, su primera vinculación con la marca. Posteriormente emprendió en solitario el proyecto Productos Flower, consiguiendo una transformación e impulso total del negocio, dentro de un continuo proceso de crecimiento. Su filosofía de empresa es satisfacer las necesidades que se van produciendo en el mundo de la jardinería y el huerto urbano. Y estas necesidades pasan —tal y como asegura Ángel Jubete— por “ampliar la gama de productos ecológicos, porque son los que suponen apostar por un mayor bienestar humano y una mejora de la calidad de vida. Por lo tanto, nuestros valores se basan en la eficiencia y en proporcionar productos prácticos para contribuir a un mayor bienestar de las personas”.

Hoy en día, Productos Flower es una empresa que puede presumir de una producción integral. Su foco se orienta hacia el diseño, fabricación y comercialización de productos para el cuidado de plantas y flores, césped, huerta, así como

complementos de jardinería. Su complejo industrial de más de 50.000 metros cuadrados en la provincia de Tàrraga (Lleida) alberga, además de sus oficinas, dos naves para la fabricación de sustratos, fertilizantes y fitosanitarios, así como almacenaje. Desde su nacimiento, ha sabido adaptarse con éxito al sector con elevadas dosis de tecnología, diseño e innovación, consolidado su posición tanto en el mercado nacional como en el internacional.

¿Qué proyección internacional tiene hoy en día Productos Flower? ¿A qué países exporta?

Estamos en permanente proyección hacia Europa, Oriente Próximo y Asia, además del norte de África, donde nuestros productos tienen muy buena acogida. Exportamos a Bahrain, Marruecos, Bélgica, Francia, Rumanía, Hungría, Bosnia Herzegovina, Israel, Austria, Alemania, Suiza, Gabón, Croacia, Chipre, Portugal, Italia, Lituania, Letonia, Holanda, Grecia, la República Checa, Argelia y Eslovenia. De todos estos países destaca especialmente Israel, donde ya llevamos 15 años y la marca Flower es muy conocida. Estamos especialmente orgullosos de llevar tantos años en este país porque es uno de los territorios más avanzados en temas de agricultura y jardinería. Un reto para el futuro es América, centro y sur, donde nuestra marca empieza a despertar mucho interés para los distribuidores locales.



¿Qué peso tiene para Flower la I+D+i? ¿Cómo se refleja este aspecto en la ampliación de su catálogo cada año?

La investigación es fundamental en nuestra empresa. Somos una compañía que fabrica un tanto por ciento elevadísimo de los productos que comercializa. Somos pioneros en el sector de la jardinería y huerto urbano. Y para esto la investigación y el trabajo previo en laboratorio es clave. Disponer de laboratorio propio nos proporciona la ventaja de anticiparnos al mercado y proveerlo de productos exclusivos. No hay año que no lancemos más de 20 novedades propias con el sello Flower. Sólo de esta forma podemos asegurar una calidad y una trazabilidad del producto que nos aporta un valor añadido del que pocas empresas pueden presumir.

¿Cómo ha sido la facturación del Productos Flower en el ejercicio 2018 y cuál es la previsión para 2019?

La facturación de la compañía en 2018 fue elevada, un poco más que el año anterior, pero también hay que decir que no fue espectacular. En un sector como el nuestro es muy importante el factor meteorológico, con lo que estamos sujetos al buen o mal tiempo que

hace especialmente en primavera, que es la época de la mayor facturación del año. Evidentemente no sabemos cómo será el tiempo esta primavera y es un factor contra el que no podemos luchar. Lo que sí podemos hacer es crear y comercializar productos que permitan desestacionalizar las ventas y repartir la facturación de manera más uniforme durante todo el año.

¿Qué puede destacar del catálogo de productos de la empresa y cuáles son las más demandadas?

Este año hemos dividido el catálogo en 2 partes: la línea biológica y la línea convencional. Con esta acción pretendemos poner en valor las gamas de productos ecológicos, que están en auge constante desde hace muchos años y que todo apunta que van a estarlo durante muchos años más. En 2001 Flower fue el primer fabricante nacional en apostar por los productos ecológicos con la creación de la marca BioFlower.

Este año esta gama cumple 18 años y hemos desarrollado bajo esta marca decenas de referencias bio de alta calidad para el huerto urbano y la jardinería ecológica que se idean en nuestro laboratorio y se producen en nuestra propia fábrica. Ello ofrece unas garantías de calidad y trazabilidad inigualables.

También, bajo la marca Ecofin, desarrollamos plaguicidas totalmente ecológicos, cuyas ventas van en aumento año tras año como consecuencia del interés creciente que tienen este tipo de productos por parte de los consumidores. Y también hay que hablar de los compostadores, que bajo la marca Combox, son cada vez más demandados por una sociedad que apuesta cada día más por este tipo de acciones, afortunadamente. Por lo tanto, los productos de las gamas bio son muy valorados en el catálogo. Sin embargo no puedo menospreciar nuestra gran gama de sustratos, con más de 20 variedades distintas, ni tampoco nuestra gran gama de fitosanitarios y de abonos.

“Los sustratos sin turba ofrecen las mejores prestaciones posibles agrónomicamente hablando, haciendo que cada día tengan más demanda”



Respondiendo a la tendencia de nuestra sociedad a buscar productos más ecológicos, sostenibles y de proximidad, Flower cuenta con una línea Bio, ¿cómo responde la demanda ante este tipo de productos?

Este tipo de productos está en permanente alza desde hace más de dos décadas. Y cada día va a más. Nuestra línea Bio, que ya tiene su mayoría de edad, es cada día más amplia y completa. Y, dentro de esta gama, destacan especialmente los productos preventivos, como el Fytosave, las ortigas, la cola de caballo o la tierra de diatomeas, que suponen una inyección de vitaminas y refuerzos a la planta con la finalidad de que no enferme. De ahí la palabra preventivos. Es hacia dónde va el sector ecológico. Y es lo que queremos potenciar en Flower: plantas sanas y fuertes desde el interior, para que no enfermen.

¿Qué peso tienen en nuestro país las empresas en cuanto a investi-

ción y desarrollo, en el campo de los sustratos y los medios de cultivo?

Los sustratos son una parte, sino la más importante, de la facturación de nuestra empresa. Tenemos la gama de sustratos más completa del mercado con más de 20 referencias distintas. El sustrato es imprescindible para una buena fijación de la planta y es fundamental para su supervivencia. Por lo tanto, además de sustratos universales para plantas poco exigentes, hay que desarrollar formulaciones específicas para ciertos tipos de plantas que requieren unas condiciones muy específicas. En Flower solemos lanzar un sustrato nuevo cada año por este motivo.

¿Qué protagonismo tiene hoy en día en jardinería la introducción de sustratos alternativos y sostenibles en sustitución de la turba?

La introducción de sustratos alternativos y sostenibles sin contenido en turba es una apuesta importante de cara a minimizar el hecho del impacto

“En Europa occidental están más avanzados en cuanto a la mentalidad ecológica y al reciclaje. Esto va a llegar aquí. De hecho, ya ha llegado, pero nos falta un tiempo para ponernos a su nivel”



ambiental que tiene el uso de turba. Durante muchos años se ha utilizado turba en la producción de sustratos, haciendo de este recurso que sea muy escaso, y por este motivo la introducción de materias primas más sostenibles medioambientalmente como la fibra de madera hace cada día más importante este tipo de sustratos. Estos sustratos sin turba ofrecen las mejores prestaciones posibles agrónomicamente hablando, haciendo que cada día tengan más demanda este tipo de sustratos.

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

La demanda de sustrato está aumentando. Es uno de los productos estrella en los puntos de venta del sector de la jardinería. Y el consumidor está más mentalizado sobre la necesidad de utilizar distintos sustratos dependiendo del tipo de planta, porque sabe que, si usa el sustrato adecuado, la planta vivirá y crecerá en mejores condiciones. Ya no se fija tanto en el precio sino en la calidad y en la necesidad de la planta.

Y este punto es muy positivo, porque supone una profesionalización del sector en lo que se refiere a consumidor. Es decir, el consumidor “compra” esta diversificación de la oferta en sustratos. Buenas noticias, obviamente.

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

Lo que está muy claro es que la nueva legislación de sustratos va a permitir un control más detallado sobre la producción y venta de sustratos, con el fin de asegurar la mejor calidad para el cliente final. Vemos esta legislación como un punto positivo con el fin de unificar criterios y calidades de sustratos, que hace unos años no existía y podía crear dudas en el usuario final. Como todas las legislaciones, cada país las adaptará a sus necesidades teniendo en cuenta los intereses de todas las partes, y seguro que nos beneficiará a todos.

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

Una de las amenazas más importantes que sufre el sector de la jardinería es el cambio continuo de reglamentos en lo que respecta a los fitosanitarios. Los registros vienen y van y eso crea inestabilidad en el sector. En cuanto a las oportunidades, está claro que el auge por todo lo sano, lo natural, por el estilo de vida saludable, por los huertos urbanos, por el compostaje, por la ecología, por la permacultura, ... Nos favorece enormemente, pero no sólo a los fabricantes, sino también al planeta. Y esto es, sin duda, una muy buena noticia.

¿Qué le queda a España por hacer para situarse al mismo nivel de países tan avanzados como Francia o Alemania?

Para empezar Francia y Alemania tienen otro clima. Las altísimas temperaturas que se registran en España nos perjudican. Por lo tanto, es difícil ponerlas al mismo nivel. En Europa occidental están más avanzados en cuanto a la mentalidad ecológica y al reciclaje. Esto va a llegar aquí. De hecho ya ha llegado, pero nos falta un tiempo para ponernos a su nivel.

Su opinión sobre el nacimiento de Flower & Garden en Madrid

Cualquier iniciativa que promueva el sector creo que debemos celebrarla. Es una feria muy centrada en el profesional que despierta el interés de empresas que se dedican a este colectivo, aunque no es nuestro caso.

¿Qué apariciones ha tenido Flower el último año en el calendario ferial?

Estamos en la mayoría de ferias de jardinería nacionales e internacionales: Iberflora, que es nuestra feria de referencia en España, y IPM Essen y Spoga Gafa. Son citas imprescindibles para una empresa como la nuestra. Además, como nuestra gama de productos de hogar es muy amplia, cubrimos también las ferias del sector ferretero, como Expocadena. ●



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.

* Consultenos 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

Eficiencia hídrica

El Árido Ligero Batlle es un material mineral de larga duración, que tiene la ventaja de ser ligero gracias a su gran porosidad. Es fácil de manejar y una vez en el suelo no tiene degradación. Su porosidad proporciona un excelente aislamiento contra el frío y las heladas. Permite reducir el riego, minimizando la evaporación y mejorando la infiltración de agua en el suelo, aporta una gran calidad estética. Limita el desarrollo de malas hierbas y evita el uso de herbicidas químicos. Su color claro permite devolver la radiación solar hacia las plantas y crea un agradable contraste con el follaje oscuro. Destinado a la cobertura de jardines, superficie de las plantas en macetero y permite ser pisado. Apto para agricultura ecológica.

Por otro lado, Las Astillas de Madera Batlle son un material de excelentes propiedades estéticas como elemento decorativo. Aportan diferentes mejoras: reduce el consumo de agua al crear una capa entre el sustrato y el aire reduciendo la evaporación. Maximiza la eficiencia hídrica al mejorar la infiltración del agua y convertir la lluvia caída o el riego aplicado en 100% útil para la planta. Evita la aparición de malas hierbas. Tanto en interior como en exterior. Colores amarillo-rojo-natural.

www.semillasbatlle.com



Gama adaptada a cada necesidad



Pindstrup ha adaptado su gama de sustratos y el tamaño de los envases a las necesidades actuales del consumidor final. Responsables de la firma han reiterado su compromiso para “responder en profundidad a las exigencias del mercado y a los requerimientos actuales del consumidor final. Queremos superarnos a nosotros mismos y posicionarnos en lo más alto en calidad, tanto en la composición de los productos como en la manejabilidad y diseño de los envases y la imagen de marca”. Con este objetivo, la empresa ha

adaptado su gama de sustratos, así como el tamaño de los envases, y en 2019 lanzan los siguientes productos: Sustrato Universal Premium en envases de 5 L, 20 L, 40 L y 70 L; Sustrato Plantas de Flor en envase de 40 L y Sustrato Cactus y Suculentas en envase de 5 L.

Además, Pindstrup completará la renovación de la gama de sustratos a principios de 2020. “Queremos que el consumidor final se beneficie de ‘Forest Gold’, nuestra nueva e innovadora materia prima de fibra de madera, un producto testado con excelentes resultados en el mercado profesional durante los últimos años. Somos sensibles y conscientes de la necesidad de buscar materias primas alternativas a la turba que evite su consumo abusivo. Nuestra nueva línea de productos contendrá por ello una mayor proporción de ‘Forest Gold’ y corteza de pino compostada, productos fabricados y controlados por nosotros mismos”, subrayan desde la firma.

www.pindstrup.es

Una nueva fórmula de origen orgánico

Gracias a su amplia variedad de formulaciones, Florava representa una solución para todo tipo de cultivos. Cabe destacar el sustrato 100 % a base de turba rubia, mezcla de 80 % de turba rubia + 20 % de turba negra, mezclas al 50 %, sustrato 100 % fibra de coco o mezclas con los compuestos antes mencionados. Esta gama de productos está disponible en diferentes granulometrías y embalajes (desde 25 litros hasta Big Balas).

Florava dispone de certificaciones para la exportación, con controles periódicos mediante análisis hechos por laboratorios acreditados.

Este año, además, la firma presenta una nueva fórmula de origen orgánico. Se trata de un compost microbiológicamente activo para jardinería y otro para agricultura, ambos respetuosos con el medio ambiente.

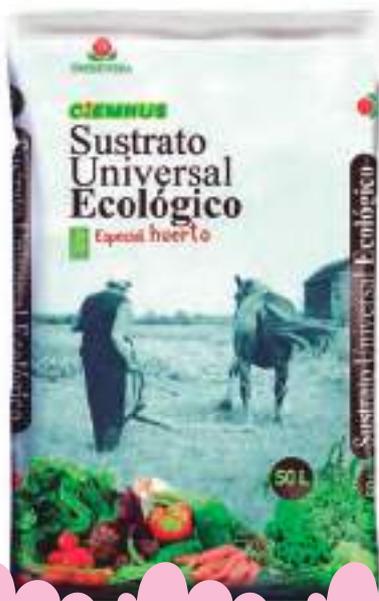
www.fertilex.es



Contenido en humus de lombriz y abono ecológico

Infertosa lanza su nuevo Sustrato Universal Ecológico, ideal para huertos ecológicos y mesas de cultivo. Su estructura ayuda a la buena circulación del aire y agua favoreciendo así el crecimiento, y su contenido en humus de lombriz y abono ecológico permite poder pasar las primeras semanas tras la siembra o trasplante sin abonar. Viene certificado por Intereco.

www.infertosa.com



Introducción de fibra de madera propia



Desde principios del año 2018, Gramoflor dispone de su propia instalación para la producción de fibra de madera. Con esta inversión la firma supera otro hito con la vista hacia la conservación de los recursos, utilización de materias primas alternativas y del ahorro de CO2.

Además de su propia turba procedente del norte de Alemania, Gramoflor cuenta también con su propia fibra de madera de alta calidad, Lignofibre, que se encuentra en tres variantes: con estructura Media-gruesa natural (apta para sustratos ecológicos), con estructura Media coloreada (con un aspecto similar a la turba) y estructura Extrafina coloreada (para la utilización en sustratos de estructura fina).

Su línea de producción de fibra de madera está equipada con innovadora tecnología. A partir de astillas certificadas se obtiene, mediante un proceso de extrusión térmico-mecánico, una materia prima óptima para su incorporación en los sustratos de cultivo.

www.gramoflor.com

Un diseño más atractivo del saco

El Sustrato Universal J-2 con Certificación Ecológica mantiene las características físico-químicas del producto de siempre: ligero, con una elevada capacidad de retención de agua y aire, excelente drenaje, porosidad... y mejora su riqueza nutricional incorporando fertilizante organo-mineral ecológico que garantiza una buena respuesta del cultivo a corto y también largo plazo.

El nuevo diseño del saco de color plateado refleja la máxima calidad del producto que se obtiene a partir de un cuidado proceso de selección de las materias utilizadas en su preparación: turbas de *sphagnum*, fibras y cortezas compostadas, proceso de mezclado y ensacado. La nueva imagen del Sustrato J-2 convive bien con la renovada gama de sustratos de especialidad de Burés, presentada recientemente.

Para mayor comodidad en su uso, Burés dispone del Sustrato J-2 con un nuevo formato de 15 litros y con asa, que mejora el traslado del saco, más ligero y más fácil de agarrar. También está disponible en el mercado en formatos de venta de 80, 50 y 5 litros de capacidad.

www.buressa.com/es



Con una receta mejorada

Para su centenario, Floragard presenta su sustrato universal con un diseño fresco y una receta mejorada. Reducido en turba, este sustrato está recomendado para el desarrollo y crecimiento de todo tipo de plantas. Turbas escogidas, materias primas renovables y una combinación altamente eficaz del abono orgánico-mineral Flora Bio-Mix, de abono natural guano y de abonos a base de oligoelementos adicionales, componen esta receta moderna y bio, derivada de la jardinería profesional. El saco, diseñado exclusivamente para el mercado de habla española, ayuda al jardinero aficionado con muchos consejos prácticos en la parte posterior.

www.floragard.de/es



Con abonado muy completo

Profesional Mix Floraplan es un sustrato ideal para el cultivo de plantas autoflorescentes. Compuesto por materias primas de alta calidad formando un sustrato óptimo en cuanto a aireación, retención de agua, CE, pH controlado y con los nutrientes básicos que la planta necesita para que se desarrolle correctamente en su fase inicial de enraizamiento.

Se estimula el crecimiento y desarrollo de la raíz con el fin de favorecer la captación de nutrientes y resistencia de la planta.

También lleva incorporado un abonado muy completo para suplir posibles carencias de fertilizantes durante todo el ciclo de vida de la planta favoreciendo la floración.

Tierra indicada especialmente para las primeras etapas de crecimiento de las plantas. Al tener una conductividad mínima, se considera un sustrato ideal para cultivos indoor y outdoor.

www.flonatur.com



Sustrato para todo tipo de plantas

Prodeasa RT50 ECO es un sustrato a base de turba rubia Sphagnum y corteza de pino calibrada y compostada, con abono orgánico ecológico. La turba Sphagnum aporta gran capacidad de retención de agua y la corteza de granulometría gruesa permite la aireación y el drenaje. Con efecto supresor de enfermedades.

El sustrato presenta una ligera acidez, permitiendo a la planta su mejor asimilación de nutrientes. Se fabrica con turbas de diferentes calibres para adaptarse a las necesidades de las plantas. Es adecuado, sobre todo, para todo tipo de plantas de ciclo corto-medio y cultivo en exterior: género cyclamen, planta perenne, conífera y arbustiva.

www.burespro.com



Más de 20 variedades



Flower cuenta con más de veinte variedades de sustratos, según las necesidades de las plantas y del período de plantación, lo que le convierte en uno de los fabricantes especialistas más importantes del mercado español.

Sustratos ecológicos, de interior, de exterior, universales, de plantación y transplante, específicos (como el de cactus, orquídeas, plantas ácidas, geranios, rosales, cítricos...) conforman el amplio abanico de posibilidades que ofrece el grupo, que fabrica todo tipo de tierras garantizando una trazabilidad completa de cada producto.

El último sustrato que ha incorporado en su gama de sustratos a la carta es el Substrato Cítricos, especialmente formulado para el desarrollo y crecimiento de plantas cítricas. Contiene turba rubia y negra, además de compost vegetal, fibra de coco y abono. Ello favorece el crecimiento de las plantas cítricas y ayuda a una buena fructificación.

www.productosflower.com

Adecuado con abonos de lenta liberación y enraizador

Pflanzerde es un sustrato a base de turba rubia, turba negra, fibra de coco con una granulometría fina para realizar su función de plantación.

Mezcla muy adecuada para la plantación y recreación de plantas de cannabis.

Adecuado con abonos de lenta liberación y enraizador.

www.sonne-logtra.com



Opinan los profesionales del sector

“La demanda actual de tierras y sustratos en España es buena, no obstante, estamos lejos de la capacidad máxima del país ya que es un sector todavía poco desarrollado si nos comparamos con países vecinos como Francia e Italia. Pienso que va a seguir creciendo los próximos años.

El sector está claramente en crecimiento, tenemos por delante un futuro muy esperanzador, con muchas cosas por hacer. España es un país tradicionalmente agrícola y lo seguirá siendo. Por otro lado, la jardinería doméstica está cada vez más de moda y poco a poco nos acercaremos al potencial de ventas que tienen la mayoría de los países de Europa”.

Guillem Amillo, director comercial de Semillas Batlle

“La tendencia en el universo de los sustratos apunta hacia envases más pequeños y manejables por el usuario. Podemos destacar un consumo más racional y sostenible de la turba, con el fin de asegurar la continuidad, durabilidad y perennidad de cada ecosistema.

Respecto al packaging, vendedor silencioso, es el elemento que hace más perdurable la imagen de marca de un producto, un elemento clave de fidelización. Desde Pindstrup hemos sido siempre conscientes de esta realidad sin dejar a un lado una de nuestras máximas: una óptima relación calidad-precio del producto final, que es nuestro mejor y más perdurable sello de identidad”

Yolanda Severino, coordinadora de Ventas de Pindstrup

“La demanda de sustrato está aumentando y sigue siendo uno de los productos estrella en los centros de jardinería. El dato más importante para Flower es que se está produciendo un cambio de mentalidad: el consumidor está buscando sustratos más específicos, dirigidos a usos concretos para que den más rendimiento, por lo que se valoran otros factores, además del precio. Por lo tanto, buenas noticias para el sector.

En cuanto a la situación del sector, si dejamos al margen el año pasado, que fue un año muy afectado por el factor climatológico, se encuentra en un buen momento. La subida es moderada, pero es un dato a valorar en positivo. Se están acometiendo reformas y reestructuraciones en los centros, por lo que hay una mentalidad de mejora continuada. A corto-medio plazo, se prevé seguir con esta tendencia”.

Jose Navarro, jefe de Ventas de Flower

“Entre las tendencias en aumento, hemos constatado una mayor demanda de productos ecológicos. A pesar de que el consumidor continúa prefiriendo sustratos tradicionales, no se puede negar que la sensibilidad hacia temáticas ambientales ha aumentado entre nuestros colaboradores. Así, consideramos que, teniendo en cuenta esta nueva orientación, es indispensable poner a disposición del sector soluciones innovadoras con el fin de hacer más sostenible el proceso productivo. Por este motivo, una de las misiones de Fertilex a corto plazo es la integración del uso de desechos orgánicos en la producción de componentes del compost y nuevas propuestas de materiales para sustrato. En ambos casos, la propuesta de material se efectuará teniendo en cuenta la caracterización química, física y biológica y la creación de un producto homogéneo para una integración segura en el ambiente”.

Miriam Gatti, Departamento Técnico Comercial de Fertilex

“La demanda de sustratos es muy estable en el tiempo, sin grandes subidas ni grandes bajadas como pueda ocurrir en otros sectores. Bien es cierto que el mercado de sustratos se está volviendo cada vez más exigente y busca sustratos con la mejor relación calidad- precio. El sector está bastante estable y aunque hace un par de años pensábamos que la crisis estaba olvidada vemos que la realidad es bien distinta ya que se sigue sin ver ese optimismo deseado por todos. Desde Infertosa buscamos siempre un diseño de saco atractivo, un muy buen producto, ajustar márgenes para ser competitivos y un servicio rápido”.

Francisco Pomar Nadal, ingeniero Agrónomo, responsable de Ventas de Infertosa



“Desde hace ya unos años la tendencia actual en el mundo de los sustratos es la demanda cada vez mayor por parte de los consumidores de sustratos con materias primas alternativas a la turba y que además sean renovables. No cualquier materia prima vale, debe de cumplir unas exigencias de calidad, homogeneidad y trazabilidad. Es por ello que desde mediados de 2018 Gramoflor cuenta con una instalación propia para la producción de fibra de madera en su fábrica de Vörden (Baja Sajonia), donde dicho proceso se controla de principio a fin, garantizando que nuestra Lignofibra cumple con los estándares de calidad establecidos por el RAL. El sector demanda cada vez más productos específicos, y más concretamente los sustratos ecológicos. En este sentido, Gramoflor dispone de los sustratos ecológicos BIO Blumen- & Pflanzeerde y BIO Kräuter- & Gemüseerde, ambos certificados por Ecocert, en los que solamente utilizamos materias primas renovables y fertilizantes orgánicos. Además de utilizar para estos artículos embalajes *1/m Green*, donde el 60 % de dichos embalajes se fabrica a partir de caña de azúcar, reduciendo así el uso de plásticos. Siendo todos los componentes de estos sustratos, 100 % renovables”.

Salvador Pellicer Silvestre, ingeniero Agrónomo, responsable I+D+i de Gramoflor para España

“La demanda actual de tierras y sustratos está en la línea de disponer de productos más respetuosos con el medio ambiente: sustratos ecológicos que ofrezcan una buena respuesta a las tendencias de moda como son los sustratos para horticolas y hierbas culinarias, sustratos adecuados para el cultivo en mesas y banquetas en huertos urbanos.

A corto-medio plazo. El sector se encamina a productos más prácticos y de mayor comodidad de uso, como es el nuevo formato de saco con asa de Burés. La demanda de productos de jardinería también se orienta hacia el sector del bricolaje y los agrocentros”.

Xavier Giménez, director de Burés S.A.U.

“En toda Europa se aprecia un cambio en el mercado de los sustratos dedicados al jardinero aficionado: aparte de la turba, se utilizan muchas más materias primas, como el humus de corteza, el coco, el compost o la fibra de madera. Sin embargo, la calidad del sustrato debe preservarse y las propiedades positivas de las distintas materias primas deben combinarse sabiamente y en las cantidades adecuadas. Esta evolución se refleja también en las nuevas recetas de Floragard. Estas han sido desarrolladas para cumplir la demanda cada vez más creciente de sostenibilidad, pero también han sido cualitativamente valorizadas. Esta es nuestra respuesta al consumidor final de nuestros días, quien requiere productos de calidad que funcionen perfectamente y que sean sostenibles”.

Juan Galindo, director de ventas España y Portugal, Floragard Vertriebs-GmbH

“La actual demanda de tierras y sustratos sigue la tendencia de los movimientos económicos actuales: productos de bajo coste que puedan penetrar en mercados de menor poder adquisitivo (con una horquilla mayor, de 55-60 %), frente a productos de alta calidad. Por su parte, los productos de base ecológica vienen dados por dos normativas comunitarias, lo que causa cierto revuelo. Nuestra firma trabaja con gama biológica y con gama ecológica (principalmente de procedencia alemana) que son productos Free-torf; es decir, que no contienen nada de turba.

Los organismos públicos siguen siendo considerados como competencia desleal de cara a los productos destinados a la obra pública, principalmente por la elaboración del compost a base de restos vegetales y restos de elementos orgánicos, seguidos de su riego por aguas de recogida de escorrentía... Frente a este escenario, nos encontramos que cada vez la salida de estos productos a través de empresas privadas es más difícil. Con la modernización de normas en algunas comunidades autónomas, se tiende a una elaboración más técnica, procediendo a su venta a precios reales de fabricación. Esto ha llevado a que las ventas se igualen en el mercado. Las deudas internas generadas por los gobiernos de la UE nos llevan a periodos de austeridad más alargados y, por ello, se enfría el consumo en mercados como el terciario, que es el nuestro. Este año espero que con las elecciones municipales el sector se mueva algo más. En fin, lo veo un poco pesimista”.

Jorge Aguilar Margalef, director consultoría técnica Sonne Logtra

Bayer ha presentado sus nuevas soluciones Monolith y BioAct Prime

Bayer ha estado presente en el 15º Symposium de Sanidad Vegetal, que se ha celebrado del 23 al 25 de enero en Sevilla, con la presentación de dos nuevas soluciones: Monolith para el control de enfermedades en los cereales y BioAct Prime para combatir los nematodos en el cultivo de hortalizas. Además, un equipo de profesionales de la división Crop Science ha atendido en el stand de Bayer a clientes y asistentes donde han resuelto sus dudas y conocido los últimos productos y servicios disponibles para ayudar en la toma de decisiones en el campo.

Jordi Fullana, responsable de marketing para los cultivos hortícolas de Bayer Iberia, ha explicado las ventajas que el nuevo nematocida BioAct Prime proporciona a los agricultores ya que "es un producto flexible, sin residuos, autorizado también en producción ecológica que va a ayudar a construir estrategias sostenibles en el control de los nematodos" y también la nueva herramienta para el control de nematodos, 'Nematool', desarrollada por la compañía.

Asimismo, Samuel Gil, responsable de marketing para los cultivos extensivos de Bayer Iberia, ha presentado Monolith, un herbicida de uso en post-emergencia de trigo blando, trigo duro y triticale para el control



de las principales malas hierbas gramíneas y algunas dicotiledóneas. "En Bayer apostamos por la innovación, y los nuevos productos que lanzamos al mercado son el resultado de años de investigación para ofrecer las mejores soluciones a nuestros clientes" ha comentado Samuel Gil.

Además de la presentación de productos, Bayer ha contado, durante los tres días de este symposium, con un stand en el que sus especialistas han atendido las consultas de los asistentes y donde han acercado a los profesionales del sector las novedades de la plataforma Bayer Agro Servicios. ●

Fitoralia presenta sus nuevas gamas de productos #NaturalEcoLife



Fitoralia presenta tres nuevas líneas de productos que diversifican su catálogo, hasta ahora especializado en plantel y frutal ecológico. El primero es una colección de semillas ecológicas que se compone de 90 variedades de hortalizas y 30 variedades de aromáticas y culinarias. La colección se sirve en sobres con un envasado aislante en capa de aluminio para una mejor conservación del producto. Se trata de la gama más completa de semillas ecológica del mercado.

La segunda novedad es una línea de fertilizantes ecológicos. Está compuesta por abonos sólidos y líquidos de diferente composición para dar una completa respuesta a los distintos estadios de crecimiento de las plantas: abonado de fondo, crecimiento, floración y engorde de frutos. Los abonos líquidos contienen aminoácidos a base de microalga spirulina y son aptos para su uso en cultivos veganos.

Finalmente, #NaturalEcoLife incorpora productos de cuidado vegetal ecológico para el tratamiento de plagas y enfermedades en dos formatos. En pistola con sistema flairosol listo para su uso, y

en concentrados, incluyendo dosificador y guantes, para su uso en aplicador. Cada producto está indicado para una problemática concreta y completa el arco de soluciones a plagas y enfermedades con productos ecológicos de residuo 0.

El catálogo de #NaturalEcoLife supone cerrar el círculo de la producción ecológica, ya que, además de planta, Fitoralia suministrará ahora todos productos necesarios para el desarrollo de cultivos ecológicos, desde la siembra a la recolección. Todos los productos #Na-

turalEcoLife han sido probados y usados en Fitoralia como productor de planteles y, por tanto, reúnen dos condiciones básicas: son ecológicos y funcionan.

Además de una nueva imagen y diseño revolucionario en estas nuevas gamas, Fitoralia también ha desarrollado expositores para puntos de venta, que están realizados en madera, y son modulares y combinables para ajustarse a diferentes espacios. ●

Más información en:

www.fitoralia.com

Además de planta ecológica, el nuevo catálogo de la empresa incorpora también semillas, abonos y productos para sanidad vegetal, todos ellos certificados ecológicos

Syngenta presenta Operación Polinizador para invernaderos

Operación Polinizador es un proyecto internacional que lleva 10 años de andadura en Europa y que se ha desarrollado principalmente en fincas de cultivos extensivos, donde se plantan alrededor de las parcelas una serie de márgenes multifuncionales, con flores autóctonas, que sirven refugio y alimento a multitud de especies de polinizadores y de fauna auxiliar beneficiosa para los cultivos. Este proyecto es uno de los pilares de "The Good Growth Plan" de Syngenta en España: desde 2014 hasta 2017 se han conseguido aplicar acciones relacionadas con el fomento de la biodiversidad en 89.159 hectáreas.

Syngenta, con la colaboración de Greenyard y Semilleros Laimund, ha organizado una jornada que, bajo el título "La Biodiversidad como elemento clave en el agrosistema almeriense: sostenibilidad en la práctica local", ha servido para presentar la implantación del proyecto Operación Polinizador en zonas de los invernaderos de Almería y Murcia. A las jornadas han asistido cerca de 200 técnicos, agricultores y prensa especializada que han podido conocer las ventajas de estas acciones de sostenibilidad.

En Almería se ha adaptado el proyecto Operación Polinizador para poder aplicarlo en zonas de invernaderos hortícolas y de planta ornamental. Así, se están implantando setos con flores y plantas rodeando el exterior de los invernaderos o en terrenos cercanos. Hay diversos tipos de flores y plantas que se pueden poner en estos setos, según el clima de la zona y el tipo de cultivo: las plantas deben potenciar la aparición de polinizadores y de fauna auxiliar beneficiosa para la lucha

Existen subvenciones para la creación de estos setos alrededor de los invernaderos

biológica y el control de plagas. En Semilleros Laimund, por ejemplo, se han puesto alrededor de los invernaderos plantas adaptadas al clima de Almería, como puede ser el Alyssum o la lobularia, que producen alimento para los polinizadores y sirven de refugio para insectos beneficiosos, frenando el movimiento de las plagas de un invernadero a otro.

Ayudas para su implantación

En las Jornadas se han destacado varios puntos que han despertado el máximo interés de los agricultores y técnicos. En primer lugar, la existencia de ayudas por parte de la Junta de Andalucía para implantar este tipo de acciones de sostenibilidad en los invernaderos. A través de los Programas de Desarrollo Rural (PDR) se pueden subvencionar la creación de estos setos alrededor de los invernaderos, para lo que es conve-

niente informarse a través de las OPFH o en la administración local.

Sin embargo, las ayudas no servirán si los agricultores no ven claramente las ventajas en calidad e imagen que les da un proyecto como Operación Polinizador. En la jornada quedó muy claro que la implantación de este tipo de proyectos es clave para poder diferenciarse en Europa con unos estándares de calidad y de cuidado del medio ambiente a los que no llegan las producciones de otros países competidores. Así, la gran distribución europea ha puesto ya este tema de sostenibilidad en sus duras auditorías internas que realizan a sus proveedores. Por tanto, para vender hoy en un supermercado alemán o inglés no solo cuenta la calidad y las especificaciones correctas del producto, sino la forma de producirlo, con medidas eficaces tanto de protección laboral como de sostenibilidad y cuidado del medioambiente. ●



Jardineros

www.jardineroshoy.es



● PAISAJISMO

- Las plantas más utilizadas para arte topiario

● ACTUALIDAD

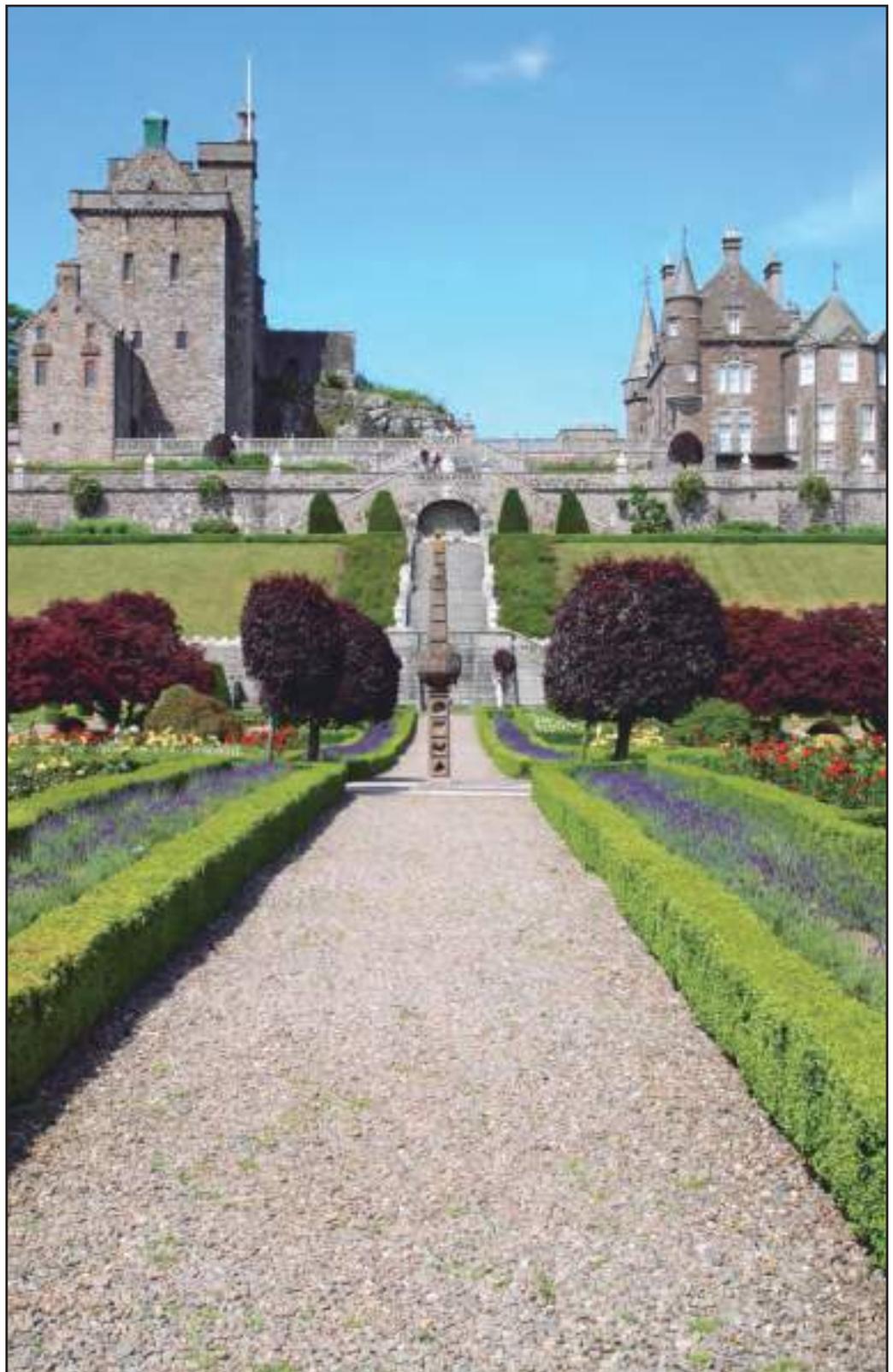
- El Ayuntamiento de Gijón renueva su confianza en Acciona para el mantenimiento de espacios verdes
- El sector hortofrutícola alerta ante un Brexit sin acuerdo cada vez más cerca
- Arrancan los preparativos para FIMA 2020
- Continúan los avances contra Xylella fastidiosa en España, Portugal e Italia
- Infoagro Exhibition albergará más empresas de maquinaria agrícola

● PROYECTO

- Diverfarming, beneficios de la diversificación de cultivos

● EL RINCÓN DE FERNANDO POZUELO

- Jardines ingleses como inspiración en la actualidad



EL AYUNTAMIENTO DE GIJÓN RENUEVA SU CONFIANZA EN ACCIONA PARA EL MANTENIMIENTO DE ESPACIOS VERDES

Divertia Gijón ha prorrogado el servicio de mantenimiento, conservación y mejora de los espacios verdes del Jardín Botánico Atlántico a la compañía Acciona Service un año más, por un importe de 315.000 euros. Acciona viene prestando este servicio desde el mes de octubre de 2017, proporcionando una gestión integral basada en criterios de sostenibilidad medioambiental.

De este modo, Acciona continuará realizando las tareas de conservación del estado estético y sanitario de la vegetación y áreas existentes en el jardín, desarrollando los trabajos necesarios para incorporar nuevas colecciones botánicas, la producción de las especies necesarias para reposición, la promoción de la rotación de exposiciones y las nuevas plantaciones, además de la preparación de los espacios para incorporar nuevas especies botánicas.

Acciona Service, en su apuesta por la sostenibilidad, aplica a sus servicios criterios de jardinería sostenible, así como la utilización de vehículos y herramientas eléctricas.

La compañía aporta su experiencia en servicios de jardinería, paisajismo, limpieza y mantenimiento en localidades próximas tales como el Concejo de Siero, además de en otras ciudades



como Madrid, León, Segovia o Cádiz, en las que lleva a cabo el mantenimiento de espacios verdes, áreas biosaludables, zonas de juegos infantiles y de esparcimiento canino. Acciona trabaja también en parques emblemáticos y de especial interés turístico como en ciertos parques históricos de la ciudad de Madrid (Parque del Retiro, Parque del oeste, Jardines de Sabatini o Alameda de Osuna), zonas en las que se ocupa de la conservación integral, jardinería, riego, gestión de consumos y vigilancia.

Hoy en día Acciona tiene presencia en más de 40 países, desarrollando su actividad empresarial bajo el compromiso de contribuir al desarrollo econó-

mico y social de las comunidades en las que opera. De esta forma la compañía pretende liderar la transición hacia una economía baja en carbono, poniendo al servicio de todos procesos de innovación orientados a la optimización y al uso eficiente de los recursos y el respeto al entorno.

Acciona ha participado como empresa expositora en las últimas ediciones de Iberflora, Feria Internacional de Planta y Flor, Paisajismo, Tecnología y Bricojardín, concretamente en el pabellón 3, junto al Ágora Verde, espacio en el que tienen lugar las Jornadas Internacionales de Arboricultura y Paisajismo. ●

Fuente: Iberflora

EL SECTOR HORTOFRUTÍCOLA ALERTA ANTE UN BREXIT SIN ACUERDO CADA VEZ MÁS CERCA

El sector de frutas y hortalizas agrupado en Fepex se prepara para una salida de Reino Unido de la UE sin acuerdo, después de que el Parlamento británico rechazara, ayer, el acuerdo alcanzado entre Theresa May y la Comisión Europea en noviembre pasado. Los derechos arancelarios, las declaraciones de aduanas y los certificados fitosanitarios son los aspectos que más preocupan.

El rechazo del Parlamento Británico del acuerdo alcanzado entre la jefa de Gobierno británica y la Comisión Europea supone que ni siquiera está garantizado un periodo transitorio para la salida de Reino Unido de la UE, con lo que Reino Unido sería un país tercero el próximo 30 de marzo y la exportación se regiría por las mismas normas que estos países. Esto supondría la ne-

cesidad de presentar por parte de los exportadores comunitarios una declaración aduanera de exportación para cada envío, la realización de controles aduaneros, el pago de derechos arancelarios y la presentación de certificados de tipo fitosanitarios, de calidad u otro tipo de requisitos que Reino Unido exigiera, ya que las normas comunitarias ya no serían aplicables en este país.

La imposición de controles aduaneros y fitosanitarios a las exportaciones hortofrutícolas comunitarias al Reino Unido, afectaría a la logística del transporte, ralentizando o bloqueando el acceso al mercado británico, considerando el elevado nivel de envíos españoles, que hasta octubre de 2018 se situaron en 1,1 millones de toneladas por un valor de 1.433 millones de euros. En cuanto al pago de derechos arancelarios supondrían un grave perjuicio económico y afectaría a la competitividad de las exportaciones españolas, según Fepex.

Si finalmente Reino Unido sale de la UE sin acuerdo, abril sería el primer mes en el que se verían afectadas las exportaciones. En abril de 2018 la exportación española de frutas y hortalizas a Reino Unido ascendió a 139.134 toneladas por un valor de 198,5 millones de euros, siendo las hortalizas más vendidas la lechuga, con 21.955 toneladas, las coles, con 17.412 toneladas y el tomate, con 11.696 toneladas. Las frutas más exportadas en abril de 2018 a Reino Unido fueron los cítricos y la fresa con 11.030 toneladas.

Para Fepex, las consecuencias económicas sobre las zonas de producción

serían extremadamente graves dada la importancia de Reino Unido en las exportaciones de Murcia, Andalucía y Comunidad Valenciana, las tres comunidades que más exportan a este país. Las exportaciones de Murcia en abril de 2018 se situaron en 52.081 toneladas por un valor de 55,6 millones de euros; la de Andalucía totalizaron 46.032 toneladas por un valor de 102,8 millones de euros y las de Comunidad Valenciana totalizaron 29.423 toneladas por un valor de 30,7 millones de euros, según datos de la Dirección General de Aduanas. ●

Fuente: Fepex

ARRANCAN LOS PREPARATIVOS PARA FIMA 2020

FIMA comienza con los preparativos de la próxima edición, que tendrá lugar del 25 al 29 de febrero de 2020, fechas que se han dado a conocer en la primera reunión de su Comité Organizador, y en la que el director general de Feria de Zaragoza, Rogelio Cuairán, ha destacado como principal reto “conseguir superar la exitosa edición de 2018 tanto en el número de expositores y visitantes como en su grado de satisfacción”.

En esta primera toma de contacto, se ha presentado a José Lafuente, director general de Kuhn Ibérica, para dar el relevo a Jaime Hernani, director general de Agragex, en la presidencia del Comité Organizador. Lafuente ha mostrado gran satisfacción y compromiso con el cargo y ha agradecido la confianza depositada por Feria de Zaragoza y Ansemat para nombrarlo presidente.

De este modo, arranca la que será la cuadragésimo primera edición del salón de referencia de la maquinaria agrícola en el Sur de Europa y uno de los más importantes del continente.

En este sentido, el director de Marketing y Comercial de Feria de Zaragoza, Alberto López, ha presentado a los miembros asistentes a la reunión algunas de las acciones previstas por la organización de FIMA 2020 para reafirmar la posición de la institución ferial como “principal organizador de eventos del sector agroalimentario”.

“Desde Feria de Zaragoza estamos haciendo una gestión integral de la agroalimentación y buena prueba de ello es que solo en 2019 se van a celebrar en nuestro recinto siete certámenes vinculados con esta industria y reconocidos con el sello de internacio-

nalidad”, ha añadido López.

Por otro lado, el director de FIMA 2020, Javier Camo, ha destacado como uno de los principales objetivos para la próxima edición la mejora de la promoción y comunicación del salón.

“A finales de 2018 ya comenzamos con la difusión del evento en otros certámenes internacionales celebrados en países como Italia, Alemania o México y también acordamos acciones de promoción con nuevos medios de comunicación extranjeros para que FIMA esté visible en los cinco continentes”, ha asegurado Camo.

Las mejoras en la página web y la aplicación móvil también se han presentado como cambios para hacer más útil y productiva la visita del profesional, así como la disposición de información relevante para el sector agrícola durante todo el año.

Asimismo, la organización ha comenzado a trabajar para dotar al salón del mayor dinamismo y rentabilidad posible, así como de proyectar su imagen de internacionalización y profesionalidad por todo el mundo.

La dirección de FIMA 2020 pretende batir de nuevo récords de cifras, por eso, ha comenzado a trabajar para superar las más de 1.570 firmas participantes y los 240.000 profesionales que visitaron las instalaciones de Feria de Zaragoza en la edición de 2018. ●



CONTINÚAN LOS AVANCES CONTRA XYLELLA FASTIDIOSA EN ESPAÑA, PORTUGAL E ITALIA

Se celebra en Madrid una reunión técnica sobre el proyecto europeo *Life Resilience* para analizar las actividades realizadas hasta la fecha y las tareas a llevar a cabo en los próximos meses.

El principal objetivo de este proyecto, cofinanciado por el programa Life de la Unión Europea, y que cuenta con un presupuesto total cercano a los tres millones de euros, es desarrollar unas variedades de olivo que sean lo más tolerantes posible a *Xylella fastidiosa*

y a otros patógenos, minimizando las pérdidas que hasta ahora conlleva tener una plantación infectada, así como implantar prácticas sostenibles que contribuyan a prevenir la propagación de la bacteria y aumenten la resistencia hacia brotes de plagas y patógenos.

A esta reunión asistieron los distintos socios que forman el proyecto Life Resilience Galpagro, Agrodrono, Asaja, Agrifood Comunicación, Universidad de Córdoba, CNR IVALSÀ, Nutriprado, Salov y SACH, así como Transfer Consultancy

como Compliance Manager e Ideagro como socio tecnológico.

A lo largo de la jornada se presentó el material de formación que recoge la información básica sobre las estrategias y las técnicas a implementar en las tres fincas demostrativas que forman parte de este proyecto y que están situadas en España, Portugal e Italia. Esta formación va dirigida a los socios del proyecto y posteriormente, se transmitirá al personal laboral directamente implicado en la implementación de las estrategias. ●

INFOAGRO EXHIBITION ALBERGARÁ MÁS EMPRESAS DE MAQUINARIA AGRÍCOLA



Del 22 al 24 de mayo de 2019, los expositores de maquinaria de Infoagro Exhibition, dispondrán de 850 metros cuadrados adicionales a los 1500 m² utilizados en ediciones anteriores.

“Dada la gran demanda de solicitudes de participación que hemos recibido, hemos visto la necesidad de ampliar el espacio destinado a la exposición de empresas de maquinaria, de forma que este subsector

esté aún mejor representado en la feria, tenga una mayor visibilidad y el profesional que la visite encuentre una mayor variedad de productos y fabricantes”, destaca Jesús García, director de la muestra.

Se trata de una ampliación que dará cabida a la gran demanda de solicitudes de participación con que cuenta la Organización por parte de las empresas de maquinaria y que posibilitará la inclusión de un mayor número de expositores de este subsector, que puedan dar a conocer sus productos a los más de 40.000 visitantes profesionales que acogerá la feria durante los tres días de su celebración.

Infoagro Exhibition, feria de producción intensiva que se celebra en Aguadulce (Almería), aglutina a empresas de todos los subsectores de la industria auxiliar de la agricultura, de forma que el productor agrícola encuentre en la muestra, un amplio abanico de compañías que le puedan proveer de todos los productos y servicios necesarios para llevar a cabo su labor en la producción hortofrutícola. ●

La parrilla de

Juan Adan



*¿te gusta
la carne?*

Telf.: 914 167 653

C/ Santa Hortensia, 62

28002 Madrid

www.laparrilladejuanadan.com

BENEFICIOS ECONÓMICOS DE LA DIVERSIFICACIÓN DE CULTIVOS

El proyecto Diverfarming desarrolla una metodología de evaluación económica que integra desde la producción cultivo en campo hasta el final de la cadena de valor

El cambio de paradigma planteado por el proyecto europeo H2020 Diverfarming se sostiene sobre las herramientas que la diversificación de cultivos y las prácticas de manejo de bajos insumos aportan al sector agrícola europeo en la lucha contra los efectos negativos que ponen su estabilidad en jaque: degradación y pérdida de suelos, descenso de la biodiversidad o bajo rendimiento de las cosechas y sus repercusiones socioeconómicas en el sector.

La necesidad de rentabilizar y valorizar la diversificación de cultivos en términos económicos es crucial para la sostenibilidad del sector y de los agricultores que lo conforman. De ahí que un grupo de trabajo de Diverfarming (WP8) se encargue de la evaluación económica a nivel de finca y de cadena de valor, en busca de alcanzar el aumento de ingresos y la mejor organización de la cadena de valor con la intención de rentabilizar económicamente el sistema de cultivo elegido.

El grupo de trabajo, compuesto por personal de las universidades Politécnica de Cartagena, Tucsia (Italia) y Portsmouth (Inglaterra); y liderado por el instituto de investigación finlandés Luke ha desarrollado una metodología de investigación que permite evaluar económicamente

Buscando responder a la cuestión de ¿qué aportan los sistemas diversificados de cultivo?, a nivel de finca se estudia la eficiencia de la diversificación teniendo en cuenta parámetros como los de cosecha, uso de fertilizantes, plaguicidas, maquinaria, labor y margen bruto.

los diferentes casos de estudio que se ensayan en el marco del proyecto y los futuros diseños de sistemas diversificados que los agricultores adopten en sus fincas.

Este documento incluye una serie de pautas que, a partir de los datos recogidos por otros grupos de trabajo en los ensayos de campo, permitirán la integración de los resultados obtenidos del análisis de las partes interesadas, el análisis económico a nivel de granja y a nivel de la cadena de valor y el estudio de los costes y beneficios de 'no mercado'.

Buscando responder a la cuestión de ¿qué aportan los sistemas diversificados de cultivo?, a nivel de finca se estudia la eficiencia de la diversificación teniendo en cuenta parámetros como los de cosecha, uso de fertilizantes, plaguicidas, maquinaria, labor y margen bruto. Se utiliza como unidad de medida la cantidad de recursos usada por hectárea y se obtiene la información a través de hojas de recolección completadas por agricultores e investi-

gadores. Además del uso total de inputs a nivel de finca, se tendrán en cuenta las elecciones de cultivo, tipo de diversificación y manejo por parcela. Por último, a nivel de cultivo se recogen datos de rendimientos de cultivo según cantidad y calidad.

A nivel de cadena de valor se medirá el incremento del valor añadido relacionado con el cultivo, la logística y las fases de procesamiento en las diferentes vías a través de las cuales se da salida a los cultivos: alimentación, pienso para animales o productos industriales. Así se podrá conocer en qué casos las prácticas de diversificación contribuyen a cambios en el valor del producto o en la cuota de mercado, aparición de nuevos mercados o formas de vender más sostenibles.

Por último, en cuanto a la valoración de los elementos de 'no mercado' implica cuantificar diversos valores sociales que no están directamente involucrados en la finca o en la cadena de valor. Se trata de



parámetros sociales y medioambientales que afectan tanto al mercado como al bienestar humano. A través de la aproximación a los servicios ecosistémicos se miden los beneficios que la población obtiene de la naturaleza, como es el alimento, las materias primas, el secuestro de carbono, la polinización o el turismo

y cómo la diversificación de cultivos aumentaría la cantidad de estos beneficios, teniendo en cuenta que la biodiversidad es esencial para la sostenibilidad de los ecosistemas.

Entender el valor económico de estos servicios, al igual que poner en el centro del debate la comparación económica entre los sistemas

de monocultivo convencional y los diversificados ayudará a los encargados de gestionar las políticas agrícolas y medioambientales a tomar decisiones más adecuadas a la situación actual. En ese ámbito es en el que espera incidir esta nueva metodología.

Fuente: UCO ●



LAS PLANTAS MÁS UTILIZADAS PARA ARTE TOPIARIO

LA JARDINERÍA ES CONSIDERADA COMO UN ARTE, YA QUE EN ELLA LOS DISEÑADORES PUEDEN EXPRESAR DE FORMA VIVA UNA IDEA, un sentimiento o un movimiento que genera impacto en el espectador, logrando activar casi todos sus sentidos.

¿Qué es Arte Topiario?

El nombre asignado a esta clase de arte, procede del latín, Topiarius, que significa paisajista o jardinero ornamental, y es aquella persona que

embellece o adorna un ambiente de tipo vegetal (árboles, arbustos, entre otros...), dándoles una forma diferente a su naturaleza. En otras palabras, el arte topiario, es una manifestación en el ámbito de la jardinería, usado para dar forma artística a las diferentes clases de plantas que sirven para ello.

Las figuras más utilizadas en el arte topiario van desde circunferencias, pirámides, medias lunas, arcos, mariposas, corazones y siluetas humanas. En la actualidad, se ha desarrollado de tal manera que ha pasado de figuras sim-

ples a difíciles esculturas que conllevan un impresionante trabajo, y no solo de unas cuantas horas de podado, sino de años. Tomando las plantas desde su juventud hasta la madurez, moldeando las figuras para generar hermosas e impresionantes esculturas que deleitan y embellecen el lugar donde estén.

En general, las plantas más utilizadas para generar estos hermosos jardines con el método del arte topiario son perennes y de tronco leñoso para soportar el diseño que será creado. Estos árboles o arbustos mayormente



Arte topiario con Laurel (*Laurus nobilis*) en el Jardín del Parterre del Parque del Retiro en Madrid.

son de hojas pequeñas y de abundante follaje y no crecen de forma dispersa, en cambio sus ramas son más unidas, lo que permite dar forma a la vegetación con mayor facilidad.

Las plantas ideales para Arte Topiario

- **Boj africano (*Myrsine africana*)**
Pertenece a la familia de las Myrsinaceas, el Boj africano es una planta originaria de las regiones tropicales. La especie se caracteriza por su crecimiento lento y por ser un arbusto bastante frondoso con hojas brillantes de color verde oscuro. Es usado en jardines donde se manifiesta el arte topiario, dándole forma, por lo general, de circunferencia. Esta clase vegetación, amerita una gran cantidad de luz solar directa para su completo desarrollo y un riego constante, pero parcializado.

- **Ciprés (*Cupressus sempervirens*)**
El ciprés o *Cupressus sempervirens* es una de las plantas conocidas como siempre verdes, ya que su color permanece intacto durante todas las estaciones del

año. Es una especie arbórea de hoja perenne que posee una altura que va de los 30 a los 40 metros en su madurez.

El crecimiento del ciprés es de forma horizontal sin torcer su tronco en ningún momento, del cual se despliegan sus ramas dándole una forma cilíndrica con

una punta en la cima. La especie es usada para crear formas cónicas u obeliscos en jardines de arte topiario.

- **Leilandi (*x Cupressocyparis leylandii*)**
Esta peculiar especie de ciprés es un híbrido generado por la naturaleza en el cruce de un *Cupressus macrocarpa* y un *Chamaecyparis nootkatensis*. Posee la apariencia de un ciprés común, sus hojas, tamaño y adaptabilidad son similares a las de otros ejemplares de la misma familia; pero lo curioso de este árbol es que, al ser un híbrido natural su nacimiento es único. Se ha intentado crear esta unión de forma genética pero no se ha logrado hacerlo con precisión, debido a que su follaje, envergadura o adaptabilidad varían comparadas con el Leilandi original.

El *x Cupressocyparis leylandii* es usado generalmente en los jardines de tendencia topiarias para crear figuras de conos, anillos, espirales, cubos y muchas más, gracias a su estructura y follaje que la hacen una planta perfecta para podar y crear espectaculares diseños.

- **Mirto (*Myrtus communis*)**
El Mirto o *Myrtus communis* es originario de Europa y África, y pertenece a la familia de las Myrtaceae. Es un arbusto del grupo catalogado como



Parque del Laberinto de Horta.

PAISAJISMO

siempre verde y del género de plantas aromáticas. Su apariencia es de gran y abundante follaje, de al menos 5 metros de espesor, con hojas pequeñas de color oscuro.

Es una planta ornamental usada desde la antigüedad para decorar jardines y aún en la época de antaño como símbolo de amor y victoria, como se puede observar en la corona de los campeones olímpicos. Es utilizada en el arte topiario para crear grandes rectángulos que adornan pasillos, pero también se pueden crear curvas o círculos de tamaños considerables al ser cultivada por largos tramos.

- Acebo (*Ilex aquifolium*)

El acebo, es un arbusto con apariencia de árbol de mediana escala, ya que logra llegar a tener una altura de unos 20 metros. Pertenece a la familia de las aquifoliáceas y, pueden llegar a tener una larga vida sobrepasando los 100 años de edad. Es reconocido mundialmente, al ser un complemento habitual en decoraciones navideñas.



Jardín Topiario de Animales Verdes. Fuente: yellojkt.

- Parque del Laberinto de Horta

Ubicado en la ciudad de Barcelona, en España, en una antigua finca de la familia Desvalls, este parque es reconocido como el jardín más antiguo de la ciudad condal y enmarcado en la categoría de museo-jardín. Su construcción tiene lugar en el año 1794, donde el diseñador Domenico Bagutti se inspiró en el amor

contemporáneo de esa época, lo cual, lo llevó a crear un jardín lleno de topiarios.

Este jardín se caracteriza por su intrincado diseño, desde las medidas y distribución de las plantas, para crear un impresionante laberinto. Este se encuentra en el centro del parque, y fue construido con plantas de Cipreses (*Cupressus sempervirens*) un árbol de gran



Parque del Laberinto de Horta.

Los jardines más impresionantes de arte topiario

Cuando el ser humano influye de forma artística en la naturaleza, puede generar cambios impresionantes e impactantes. En este caso, tenemos aquellos artistas que buscan plasmar sus ideas dentro de la jardinería, para crear hermosas obras de arte perdurables.



Jardín Pearl Fryar. Fuente: <https://www.flickr.com/photos/gardenconservancy>



Jardines del castillo Drummond.



Jardines del castillo Drummond.

tamaño, de los denominados siempre verde, usado para crear estas formas cúbicas, cilíndricas y rectangulares. El laberinto del Parque de Horta es conocido como "el Laberinto del amor".

- Jardín de Longwood

Reconocido como uno de los jardines botánicos más importantes de Estados Unidos de América, abarca unos 1050 acres de extensión, donde alberga hermosos jardines, prados, fuentes, estanques entre otras atracciones.

Fue diseñado por Pierre S. Dupont en 1906, arquitecto que anhelaba diseñar un jardín que se convirtiera en un referente mundial

Este jardín da una amplia representación del arte topiario, ya que sus esculturas y diseños van desde figuras geométricas simples hasta elaboradas y complejas formas de animales y personas.

También, se puede apreciar la búsqueda de color al momento del florecimiento de las plantas, para revestir las figuras moldeadas por el artista. Algunas especies utilizadas en este jardín son: El Boj común (*Buxus sempervirens*), el Acebo (*Ilex aquifolium*) y el Ciprés (*Cupressus sempervirens*).

- El jardín del castillo Drummond

Ubicado en el centro de Escocia, se encuentra un jardín tanto emblemático

como artístico. Es la decoración externa del Castillo de Drummond, el jardín fue diseñado luego de la construcción del castillo en 1491 y ha permanecido hasta ahora, aun cuando en 1716 fue quemado. Este precioso jardín es una obra de arte que preserva el emblema nacional de Escocia en su diseño, la cruz de San Andrés.

Arbustos de *Buxus sempervirens* (Boj común), perfectamente podados, fueron usados para crear los muros que establecen los pasillos y dan forma a la cruz emblema de la nación. También, se aprecian los Ciprés (*Cupressus sempervirens*) y otras especies de esta misma familia, que fueron usados para crear diseños de conos, circunferencias y triángulos.



Jardín Lotusland

- Jardín Topiario de Animales Verdes

Con una extensión de 7 acres dedicados a la jardinería y la práctica del arte topiario, el Jardín Topiario de Animales Verdes alberga alrededor de 80 figuras de animales, que han sido cuidadosamente formadas a través de este arte. Este jardín fue uno de los precursores del movimiento Topiario en el año 1912, en las manos de Joseph Carreiro, quien era el jardinero de la casa.

Podemos identificar en este jardín especies como el *Buxus sempervirens* (Boj común), el cual es un arbusto especial para el diseño de figuras debido a que crece de forma compacta y es muy frondoso. También, el Tejo común (*Taxus baccata*) tiene su participación en este escenario, ya que posee las características requeridas para el diseño en el arte topiario, gracias a su abundante follaje y color siempre verde durante todo el año.

- Jardín Pearl Fryar

Abierto en 1980, cuando su diseñador,

Pearl Fryar, decide plasmar una idea abstracta e ingeniosa en su jardín. Partiendo del reciclaje ecológico usando plantas que habían sido desechadas como futuro abono, poco a poco, fue dando forma a esta obra de arte, donde los diseños tradicionales del topiario dieron un giro de 180 grados, ya que las personas al verlo no identifican fácilmente la idea plasmada, lo cual lleva al espectador a un momento de autodescubrimiento e inspiración.

Este jardín se caracteriza por ser un jardín siempre verde, característica que permite a los visitantes disfrutar de su colorido todo el año.

El jardín alberga alrededor de 400 plantas individuales, de las cuales la mayoría eran plantas desechadas por los vecinos. Podemos mencionar plantas como el *Thuja orientalis* (*Arborvitae* oriental) que es un arbusto con apariencia de árbol por su gran tamaño y el *Cedrus deodara Pendula* (Cedro deodar llorando), un gran árbol usado para crear formas cilíndricas o piramidales en el topiario clásico.

- Jardín Lotusland

Ubicado en California, el Lotusland posee una extensión de 15 hectáreas o 37 acres. Allí, alberga gran cantidad de especies vegetales, distribuidas en diferentes jardines dentro del mismo. Ellos son: El jardín azul, Bromelias, Jardín de las mariposas, Cactarium, Jardín de cicas, Jardín de helechos, Jardín japonés, Huerto, parterre, Jardín de suculentas, Topiaria, Jardín tropical y el Jardín de plantas acuáticas.

En el área de Topiaria, encontramos una de los más llamativos diseños de este lugar, un enorme reloj de unos 8 metros de diámetro hecho de *Bálsamo azul* (*Senecio mandraliscae*), además de un hermoso laberinto diseñado con Boj común (*Buxus sempervirens*), una gran cantidad de animales en topiaria y otras figuras como piezas de ajedrez, formas geométricas y diseños clásicos del topiario. ●

Fuente: Paisajismo digital

IX CONGRESO



MENTES BRILLANTES

28 Y 29 MAYO 2019 TEATRO ALCÁZAR - MADRID

21 MENTES BRILLANTES, 21 MINUTOS
Y 21 MUJERES

ENTRADAS YA A LA VENTA
WWW.MENTESBRILLANTES.TV

ENTRADAS
TICKET
75€

ENTRADAS
GOLD
120€

ENTRADAS
VIP
250€

PALCOS Y GRUPOS (+4 PERSONAS) CONSULTAR:
tdelamo@grupotpi.es 91 339 6159

PATROCINA



CONTENT PARTNER

Thinking Heads
CRAFTED LEADERSHIP

COLABORADOR
INSTITUCIONAL



PROVEEDOR
OFICIAL



COCHE
OFICIAL



HOTEL
OFICIAL



ORGANIZA



MENTESBRILLANTES.TV

JARDINES INGLESES COMO INSPIRACIÓN EN LA ACTUALIDAD

LOS JARDINES INGLESES REPRESENTAN UNA FUENTE DE INSPIRACIÓN PARA LOS PAISAJISTAS que buscamos renovar conceptos y soluciones técnicas que enriquezcan los distintos lugares.

Se caracterizan por albergar espacios como el denominado 'kitchen garden' que alude a los jardines que se divisan desde la cocina o 'bowling green', una zona para jugar a la pelota. El ojo paisajístico es otro elemento característico de estos espacios que consiste en repetir periódicamente el mismo elemento, de forma que se crea una concatenación de perspectivas que conduce la vista hacia el final; por ejemplo, podemos hacerlo con los árboles. Otra peculiaridad de estos lugares son los jardines acidófilos, que reúnen plantas como la hortensia, la azalea o el rododendro; o pequeños puentes sobre lagos que alberga la finca.

Son particularidades que nos ayudan a identificar los jardines ingleses, como también lo hace el concepto ha-ha. Se trata de una solución técnica que se aplicaba en los jardines paisajistas ingleses para establecer el perímetro del espacio. Estaba indicado especialmente para grandes explanadas verdes, campos de golf o la típica pradera con árboles diseminados.

Para conseguir esa delimitación del terreno, a partir de una superfi-

cie plana se generaba una pequeña y suave

colina que caía abruptamente formando una especie de excavación o zanja. Así se conseguía crear un foso que los animales eran incapaces de cruzar, ya que este era el principal objetivo de este procedimiento.

Aplicando el concepto ha-ha mantenemos la esencia del ancestro paisajístico inglés y renovamos los espacios creando nuevos y modernos lugares. Hacemos desaparecer el límite visual existente entre el paisaje y el jardín, quedando este último por encima del entorno perimetral. Podríamos enmarcarlo con elementos escultóricos que formen un perímetro que aporte valor artístico y un plus de modernidad al espacio porque su ubicación más elevada mantendrá la sensación de estar integrado dentro del espacio que lo rodea.

Es fundamental saber cuáles son las tendencias pasadas que han dominado dentro del ámbito del paisajismo ya que nos conducen a nuevos estilos y propuestas que renuevan los conceptos de jardines. No debemos olvidarnos de las técnicas que han funcionado años atrás y, por lo tanto, no podemos dejar de modernizarlas para seguir teniéndolas presentes, siempre con un toque de actualidad. ●

Fernando Pozuelo Landscaping Collection
www.fernandopozuelo.com





VIVERALIA

Alicante, España
29.01.2019 - 31.01.2019
www.feria-alicante.com

EXPOGARDEN

Córdoba, España
31.01.2019 - 01.02.2019
www.expogarden.org

SMAGUA

Zaragoza, España
05.02.2019 - 07.02.2019
www.smagua.es

PRO GREEN EXPO

Colorado, Estados Unidos
05.02.2019 - 08.02.2019
www.progreenexpo.com

FRUT LOGÍSTICA

Berlín, Alemania
06.02.2019 - 08.02.2019
www.fruitlogistica.de

ARCO VERDE

Santiago de Compostela
14.02.2019 - 16.02.2019
www.asvinor.com

MYPLANT & GARDEN

Paris, Francia
20.02.2019 - 22.02.2019
www.myplantgarden.com

BAHRAIN INTERNATIONAL GARDEN SHOW

Bahrain, Golfo Pérsico
20.02.2019 - 24.02.2019
www.bigs.com.bh

CLIMAG

Silleda, España
21.02.2019 - 23.02.2019
www.cimag.es

GARDENIA

Poznan, Polonia
21.02.2019 - 23.02.2019
www.gardenia.mtp.pl

LUSOFLORA

Santarém, Portugal
22.02.2019 - 23.02.2019
www.appfn.pt

SIMA

Paris, 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

PROPET

Madrid, España
21.03.2019 - 23-03.2019
www.propet.ifema.es

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

SPOGA&GAFA

Colonia, Alemania
01.09.2019 - 03.09.2019
www.spogagafa.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



EL LÍDER MUNDIAL B2B



industrystock.es

DISPONIBLE EN 16 IDIOMAS



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



PACK PREMIUM MUNDO:

30 PALABRAS CLAVE.

10.000 IMPRESIONES BANNER.

IDIOMAS: CH, AL, IN, ES, FR, IT, PT,
PL, RS, TC y AR

PRECIO ANUAL: 2472€



PACK PREMIUM ESPAÑA:

10 PALABRAS CLAVE.

IDIOMAS: IN, ES y PT

PRECIO ANUAL: 708€



PACK PREMIUM EUROPA:

20 PALABRAS CLAVE.

IDIOMAS: AL, IN, ES, FR, IT y PT

PRECIO ANUAL: 1416€

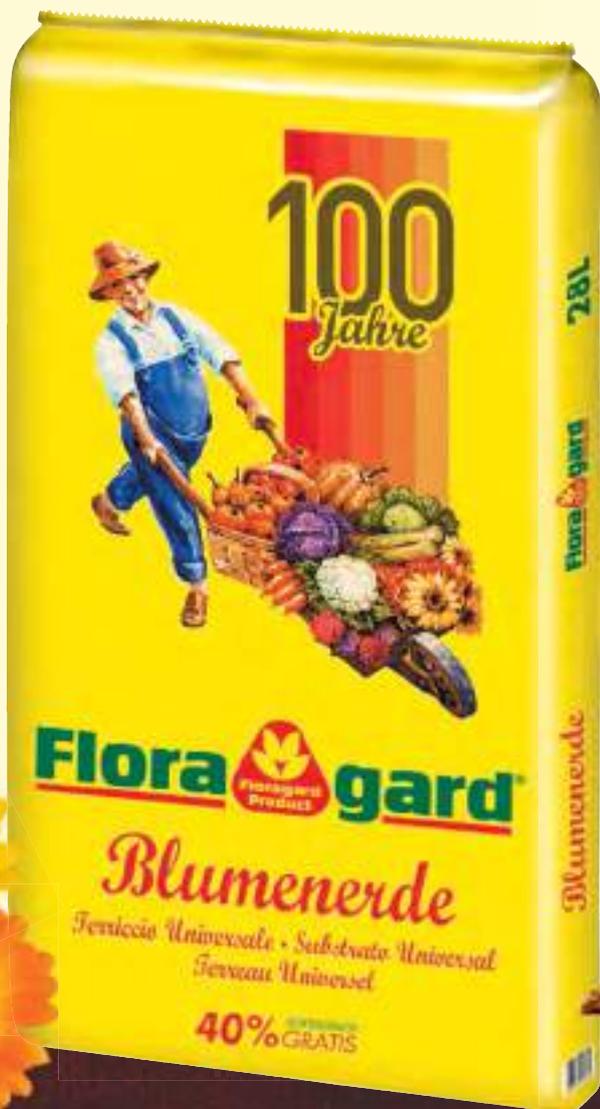


¡ NO BUSQUE MÁS ! ENCUENTRE CON  **industrystock.es**

Flora  **gard**[®]
Floragard
Product

... ¡y todo florece!

100 años Floragard – SUBSTRATO UNIVERSAL SE VUELVE RETRO



FORMATO AHORRO:
40% GRATIS

WWW.FLORAGARD.DE