



16

Cuaderno

La maquinaria de la exportación hortícola española comienza. ¿Qué cambios hay en los 'category management' de las cadenas? y ¿cómo operarán las cadenas con estos cambios? F&H radiografía algunos cambios de profundidad.

◆ **En Portada**
ALEMANIA VA AL
CHERRY. RAZONES

8

34

◆ **Origen**
DUMAS LIDERA LA
OFERTA DE ASURCADOS

◆ **Entrevista**
FRANCISCO
LOZANO

10

38

◆ **Línea Verde**
EL NUEVO CRITERIO EN LAS
APERTURAS DE BIOCOOP

◆ **El Dato**
LOS MAYORISTAS
QUE DEJARON DE
SERLO

12

40

◆ **Distribución**
MÁS VEGANOS EN
ALBERT HEIJN

◆ **Mercados**
LA CHINA FRANCESA
MUERDE LA CHIRIMOYA

26

42

◆ **Empresas**
GRANADA LA PALMA: 10
MILLONES DE EUROS EN
INVERSIONES

◆ **Origen**
CLOSER, EL NUEVO
ENEMIGO DE PULGÓN
Y MOSCA BLANCA

32

◆ Secciones

5 Editorial
7 360 Horas
10 Entrevista
12 El Dato
14 Nombres
15 Tendencias

16 Cuaderno
26 Mercados
28 Retail
31 Entorno
32 Origen
37 Mosaico

38 Línea Verde
40 Distribución
42 Empresas
45 Servicios
46 Primer Corte
47 La Imagen

Toque de atención a los genetistas de tomate

El tomate cherry invade el lineal de los supermercados alemanes y el paladar de los consumidores, en una prueba de que el tomate tradicional de calibre convencional y otra serie de líneas está perdiendo la batalla del sabor.

Una encuesta realizada por la analista alemana Kristin Jurkenbeck del Georg August – Universität Göttingen, y que exponemos en exclusiva para los lectores de la revista F&H, refleja que el tomate cherry gana mucho espacio en el lineal de los supermercados y ese crecimiento va vinculado con la satisfacción del consumidor por el sabor de esta familia de tomates.

Ni los tomates asurcados, ni los tomates ramas, ni las especialidades de tomate Beef. El consumidor alemán se va retirando lentamente de las variedades tradicionales, y la nueva generación de consumidores ni catan estas variedades.

Estamos ante un toque de atención a genetistas por parte de consumidores y cadenas, ya que la nueva generación de variedades de tomate tradicional de gran calibre no consiguen llamar la atención de los consumidores, a pesar de que las cadenas no quieren hacer el lineal de tomate un monocolor. El tomate suelto y el tomate rama están perdiendo mucha fuerza y espacio en el lineal de los supermercados. Las firmas de semillas lanzan variedades, las sellan de competitivas, pero el examen del consumidor no pasa el OK.

No es materia fácil lanzar una variedad que sea productiva para el productor, estable en conservación para la cadena y gustosa para el consumidor. Este tipo de tomate de calibre grueso no existe y sí existe en el caso del tomate cherry.

Sin ser fácil, y si la cadena no gusta de un monocolor en el lineal de tomate, los detallistas tendrán que asumir que los grados de sabor no van unidos a los grados de conservación, por lo que el personal de las cadenas tendrá que dejar de ser anónimo para ser más personal de cara al consumidor.

EDITA:



Director: **Rafael I. Losilla Borreguero**

Redacción y Firmas: **Daniel Lafuente, María E. Losilla, Juan Arias, Francisco Flores, Francisco Bonilla** (Fotografía).

Corresponsales: **Vicente Pizarro** (Suecia), **Pedro Alonso** (Kenia), **Omar Sidahi Gabri** (Marruecos), **Ancuta Loredana** (Rumanía), **René Rombouts** (Holanda), **Giovanni Nicotra** (Italia).

Producción/suscripciones: **Trinibel Barranco**.

Dpto. Comercial: **Manuel Flores**.

Diseño y Maquetación: **Francisco Valdivia**.

Imprime: **Gráficas Piquer**.

C/ Turquía, 1º - Edif. Adriano
Portal I - 6º D.
04009 Almería
Telf. +34 950 62 54 77
Fax +34 950 14 06 89
E-mail: info@fyh.es
www.fyh.es

D. LEGAL: AL - 270 - 2000.
ISSN: 1886 - 6484

F&H es una revista pluralista que, respetando las opiniones de todas las colaboraciones que se insertan en la misma, no se hace, necesariamente, partícipe de ellas.



K-80 Natura



Ctra. La Cañada - Viator s/n. Paraje Haza Tableada
04120 La Cañada de San Urbano (Almería)
Telf. 950 290 900
Fax 950 290 903
administracion@viagro.es
www.viagro.es