



Encuentra más información en
www.f&h.es

F&H SUMARIO

14

CUADERNO

Alemania, Francia, Holanda, Reino Unido... el calabacín poco a poco se está haciendo un hueco en los hogares europeos, donde prima sobre todo, el calabacín verde oscuro. La penetración del amarillo y redondo es todavía muy lenta.



01 AL 15 FEBRERO 2019_ Nº 429

8

EN PORTADA
LA TERCERA EDAD
REDIME EL CONSUMO
HORTOFRUTÍCOLA

10

ENTREVISTA
MIRCO ZANELLI, DIRECTOR
COMERCIAL APOFRUIT

12

EL DATO
PEPINOS SNACKS,
PIMIENTOS O BERRIES SE
HACEN FUERTES EN UK

20

MERCADOS
LOS DOS ROSTROS DEL
TOMATE EN ALEMANIA

24

ORIGEN
KOPPERT ESPAÑA TRAZA SU
NUEVO RUMBO

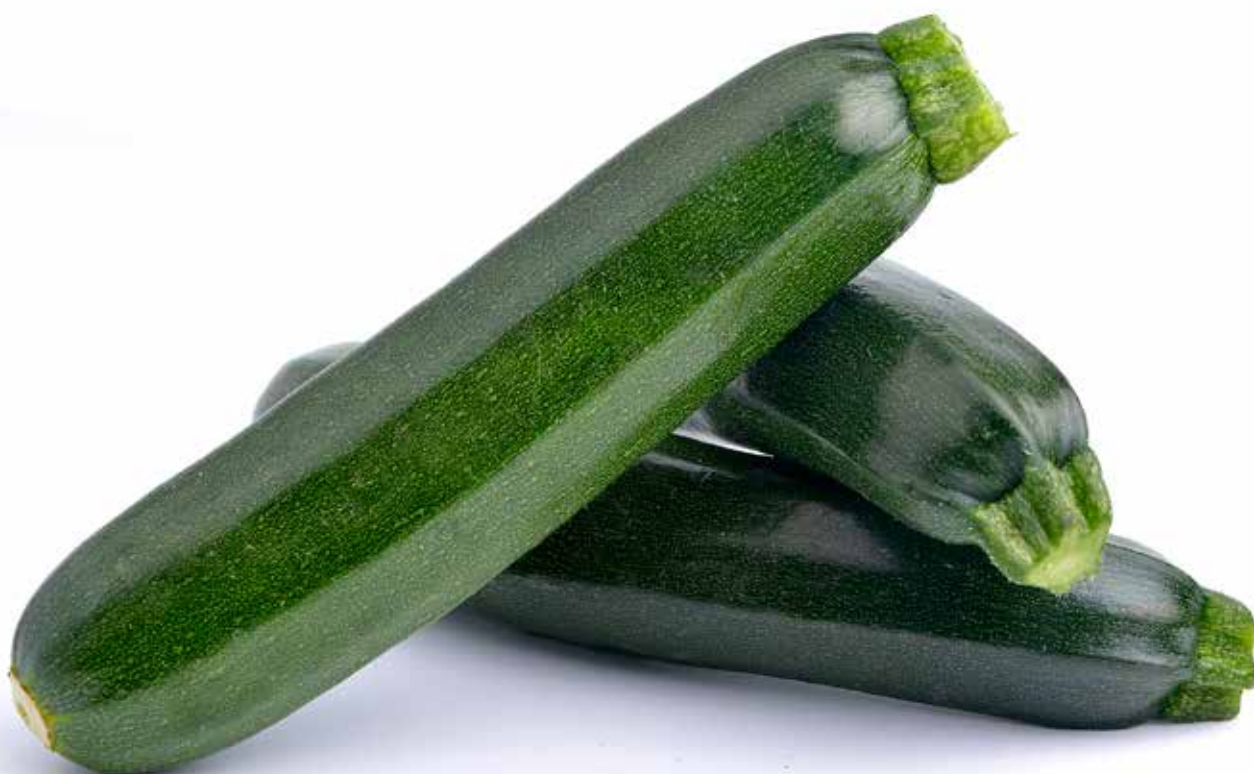
27

LÍNEA VERDE
ESPAÑA ES PUNTERA EN
PRODUCCIÓN ORGÁNICA



SECCIONES

- 5. EDITORIAL
- 6. 360 HORAS
- 7. FOCUS
- 14. CUADERNO
- 20. MERCADOS
- 24. ORIGEN
- 31. ENTORNO
- 32. LÍNEA VERDE
- 34. DISTRIBUCIÓN
- 36. GD
- 38. TECNO
- 40. MOSAICO
- 41. EMPRESAS
- 44. RADIOGRAFÍA
- 46. PRIMER CORTE



CREDITO DE FOTO

Francisco Bonilla

EDITA:



F&H FRUTAS Y HORTALIZAS. 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

DEPÓSITO 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.

Ni Millenials, ni milenios

La realidad no para de ser tozuda. Estamos ante un momento dulce de la imagen de las frutas y hortalizas entre los consumidores, pero el impulso final no termina de impactar.

Consumidores, profesionales, público en general, ..., reconocen que consumir frutas y hortalizas es sano, adecuado y necesario, pero cuando llegan las cifras del Ministerio de Agricultura de las Españas, salta la realidad: al sector le salva la tercera edad.

El 30 por ciento de la demanda hortofrutícola se encuentra en el público adulto de la tercera edad, cuando no representan el 30 por ciento de la población española.

Es cierto que los estudios de Kantar Worldpanel no dudan en señalar que este público se va a mantener fiel al consumo de la gama de frescos, pero no es un público de futuro, sino uno de presente.

Los Millenials han incrementado la demanda pero posiblemente no el volumen y su consumo es más casual y 'convenience', lo que no garantiza los grandes volúmenes.

La presencia de mucho producto 'snack' en las estanterías y en el estómago de los jóvenes no es suficiente, ya que el grueso sigue estando en manos de la clientela que come en el hogar.

Estamos otro año cerca de una nueva Asamblea de 5 al Día -a celebrar los próximos 6-7 de marzo-. Esta ha sido la iniciativa que más iniciativas y luces ha concentrado alrededor del consumo de las frutas y hortalizas, y la que se mantiene firme en el tiempo a pesar de las dudas sobre su utilidad de algunos asociados.

La industria hortofrutícola española, atendiendo al informe que aparece en la sección En Portada de esta edición sobre el consumo de las frutas y hortalizas en España, elaborado por el profesional Juan Arias, debe plantearse retomar la vuelta a esta iniciativa, ya que ha demostrado consolidación, originalidad con pocos recursos y talento en sus iniciativas para fomentar la dieta verde entre los consumidores más juveniles. ■

Director
Rafael I. Losilla Borreguero

Redacción y Firmas
Daniel LaFuente Juan Arias

Fotografía
Francisco Bonilla

Corresponsales
Vicente Pizarro [Suecia]
Osmar Sidahi Gabri [Marruecos]
Ancuta Loredana [Rumania]
René Rombouts [Holanda]
Giovanni Nicotra [Italia]
Fotis Karampetsos [Grecia].

Producción /Suscripciones
Trinibel Barranco.

Departamento Comercial
Manuel Flores.

Diseño y Maquetación
Francisco Valdivia.

Imprime
Gráficas Piquer.

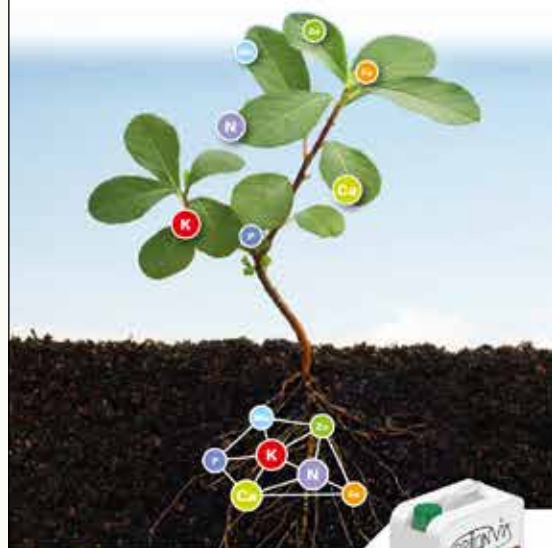
ORIONVIA®

FERTILIZANTES INTELIGENTES

AHORRO FERTILIZANTE
UTILIZANDO ORION VÍA, DEPENDIENDO DEL CONTENIDO DE ARENA EN SUELO.



OPTIMIZA EL ESTRÉS HÍDRICO
ENSAYO EOR SAN JAVIER MAYO 2016. COMPARATIVA HUMEDAD DE CAMPO.



VIAGRO
NUTRICIÓN Y MANEJO VISUAL

ALMERÍA - Telf. 950 290 900
www.viagro.es