



Encuentra más información en
www.f&h.es

F&H SUMARIO

01 AL 15 MARZO 2019_ Nº 431

16

CUADERNO

La primavera llega con los efectos impropios de un invierno cálido. Almería se retira antes en pimiento, habrá más calabacín en el mercado y se frena el ímpetu por sumar hectáreas de brócoli.

8

EN PORTADA
LA ROMANA YA SUMA EN EL 25% DE LOS HOGARES BRITÁNICOS

10

ENTREVISTA
ANTONIO VELO. STRATEGIC SOURCING DIRECTOR DE LANDGARD

12

EL DATO
RUMANÍA SUMA CADA VEZ MÁS IMPORTACIONES DE TROPICALES ESPAÑOLES

22

MERCADOS
EL REINO UNIDO ELEVA LA PRESENCIA DEL TOMATE 'PREMIUM'

26

MERCADOS
EUROPA FRENA SUS INVERSIONES EN ESPÁRRAGO

42

EMPRESAS
LOS GRANDES CONSTRUCTORES 'HIGH-TECH' DEL INVERNADERO EN ESPAÑA



SECCIONES

- 5. EDITORIAL
- 6. 360 HORAS
- 7. FOCUS
- 14. CUADERNO
- 22. MERCADOS
- 29. ORIGEN
- 34. MOSAICO
- 35. ENTORNO
- 36. LÍNEA VERDE
- 38. DISTRIBUCIÓN
- 39. GD
- 40. TECNO
- 42. EMPRESAS
- 45. RADIOGRAFÍA
- 46. PRIMER CORTE
- 47. LA IMAGEN



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.

Un nuevo ejemplo del impacto español

La lechuga Romana, el melón Piel de Sapo, el tomate Pera, ... Son algunos ejemplos de la capacidad de inmersión comercial que recoge la estructura comercial española. Durante estos días, los exportadores españoles de hoja han conocido de primera mano la progresión de la española Romana en el mercado británico.

Una línea de hoja con raíces españolas que ya está presente en uno de cada cuatro hogares británicos y respondiendo a los criterios de producto funcional y práctico entre los consumidores ingleses.

No es España un país que se destaque por exportar su talento. Más bien se destaca por adaptar las inquietudes e iniciativas del mercado europeo a la tierra para proyectar millones de piezas a los hogares UE.

El talento autóctono español difiere de las demandas europeas, ya que los registros de estilo de vida y horarios de comida no son similares a los del mundo anglosajón y germano, y por este motivo las soluciones de IV gama aterrizan como un helicóptero; o el negocio online y de domicilio para frutas y hortalizas no suma las mismas cifras ni la misma penetración que en los mercados de cultura anglosajona.

Pero el desarrollo turístico que tiene España permite el pantallazo de una serie de categorías muy españolas, que posteriormente tienen 'corner' de proyección en los lineales internacionales.

Y es lo que ha pasado con el melón Piel de Sapo o lo que está sucediendo últimamente con la lechuga Romana, una gama que ya está presente en el 25 por ciento de los hogares británicos por funcionalidad y sabor.

España es el primer proveedor de productos de hoja a la Unión Europea, no solamente por su destacado comercio durante los meses de invierno, sino por su trayectoria de productor durante los 12 meses para cubrir las necesidades de la industria turística en verano, una industria que hace de escaparate durante tres meses para que sume el resto de los meses en los mercados internacionales. ■

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.

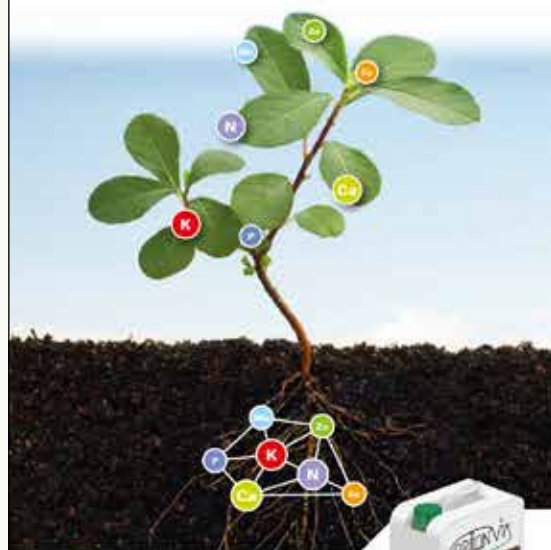


FERTILIZANTES INTELIGENTES

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.



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