



Encuentra más información en
www.f&h.es

F&H SUMARIO

16 AL 31 MARZO 2019_ Nº 432

14

CUADERNO

La gama de hojas se cuele en el segmento 'gourmet'. Nuevas texturas, sabores y colores para un mundo que encuentra más soluciones.

8

EN PORTADA
DETALLES PARA PREPARAR
UN EVENTO INTERNACIONAL

10

ENTREVISTA
ANTONIO LÓPEZ.
DIRECTOR GENERAL
DE FRUTAS ANTONIO

24

MERCADOS
EL BRÓCOLI AUPA 'PELLAS'
ESPAÑOLAS EN POLONIA

26

MERCADOS
EL MARCO DE CONSUMO
DE DEL ESPÁRRAGO VERDE
FRENTE AL BLANCO

30

MERCADOS
VISIBILIDAD PARA LA
ALCACHOFA

34

MERCADOS
EL 11% DE LAS
REFERENCIAS EN EL LINEAL
DE UN 'SUPER' ES... TOMATE

37

ORIGEN
FITÓ TRAS EL SABOR DEL
CUELLO VERDE

38

EMPRESAS
LOS 'FUERTES' DE
MERCAMADRID



SECCIONES

5. EDITORIAL
6. 360 HORAS
7. FOCUS
14. CUADERNO
24. MERCADOS
37. ORIGEN
39. ENTORNO
40. LÍNEA VERDE
42. DISTRIBUCIÓN
44. EMPRESAS
50. PRIMER CORTE
51. LA IMAGEN



Sandwich triangular
con hojas de la variedad
Salanova® de Rijk Zwaan.

EDITA:



F&H FRUTAS Y HORTALIZAS. C/ Turquía, 1º - Edif. Adriano. Portal I - 6º D. 04009 Almería.

Tel. +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.

Argumentos de ferias

La industria hortofrutícola española se hace cada vez más visible en eventos y muestras profesionales prueba de su madurez y seguridad a la hora de ofrecer gama y servicios a los mercados.

Las muestras y exposiciones internacionales se han convertido en una herramienta tangible de impacto independientemente de los resultados finales.

Y para que ese resultado sea el mejor posible el director de Fruit Attraction, Raúl Calleja -16 años de experiencia en eventos internacionales-, esbozó en las Jornadas 5 al Día una serie de directrices básicas para saber gestionar con eficacia y solvencia la presencia de la empresa en los eventos internacionales.

El número de departamentos de comunicación y relaciones públicas se ha elevado en las empresas 'top' de la industria y es una inversión medible y tangible. La industria recoge varios casos de éxito del buen hacer desde los departamentos de marketing + comunicación + relaciones públicas como Anecoop, Unica, Fruits de Ponent, Rijk Zwaan, Agrobio, Syngenta, La lista es muy amplia y demuestra la conveniencia de que las empresas tengan en su 'staff' a equipos especializados en organizar eventos, como elevó el profesional Raúl Calleja.

La mayoritaria clase media y familiar de la industria también se ha incorporado a los eventos internacionales y para este amplio colectivo de la empresa hay diferentes propuestas y claves a tener en cuenta a la hora de estar presente en una muestra de este tipo, como adelanta el profesional Calleja en la sección En Portada (Pags. 8 y 9) de esta edición de F&H.

La presencia de la empresa en una muestra no se trata de metros, sino de saber aprovechar tanto el espacio horizontal como vertical y gestionar la comunicación en los previos de los eventos. ■

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.

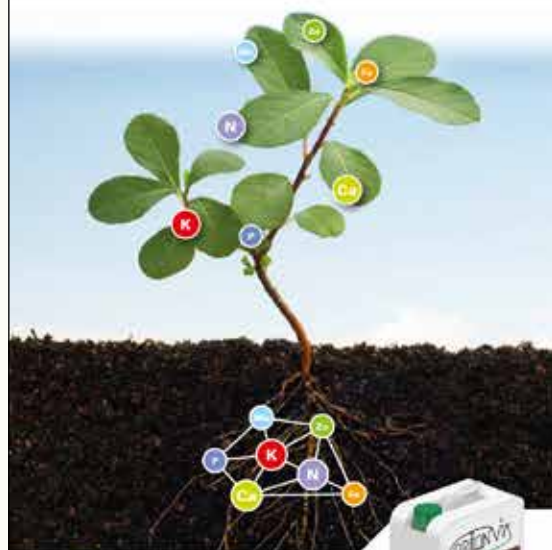
ORIONVIA®

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