



capa
Cifra

Pere Papasseit

Local es tendencia

La comunicadora Anneke Ammerlaan, invitada a la Tomato Conference de Syngenta Seeds celebrada este verano en Holanda, para explicar tendencias, plantea si "el futuro reside en el pasado". Los supermercados ingleses comienzan a informar en los envases de ciertos alimentos sobre la "huella del carbono", con etiquetas que alertan de que aquel alimento, para llegar a la tienda, ha tenido que recorrer grandes distancias. En el libro de Jane Goodall, *Otra manera de vivir, cuando la comida importa*, explica que una comida tradicional de domingo en Gran Bretaña, hecha con ingredientes importados, ocasiona casi 650 veces más emisiones de dióxido de carbono que si se elaborara con ingredientes locales. Stefano Masini, de una asociación de productores italiana de Col-diretti ha inventado el logo "Kilómetro Cero". Más de mil agricultores se han registrado y hay adheridos 50 restaurantes de la región. Son necesidades de cambio apoyadas en la idea del "consumo crítico". En Estados Unidos los supermercados Wall Mart están disfrutando del éxito de una campaña basada en frutas y hortalizas *super fresh seasonal food*. El mensaje es que los productos de estación son un lujo, "son valiosos" y que con buenos mensajes, como hace este supermercado mastodóntico, puede venderlos "más caros" aún siendo producidos por los proveedores locales. En los supermercados españoles hay mensajes publicitarios que aconsejan la fruta de la estación, utilizando un *merchandising* que pertenece a una campaña del Ministerio de Medioambiente, Rural y Marino. Con el tiempo, me parece que estos tipos de informaciones favorables a los alimentos locales van a verse más. Lo local es tendencia. En frutas y hortalizas, la mejora de los aspectos de calidad (origen, envasado, conveniencia, trazabilidad, etc...) continúa y, con todo ello, vender "un producto local" tiene que ser un valor. Y producir en local no significará de ningún modo, dejar de utilizar las mejores tecnologías hortícolas disponibles.

Alicia Namesny, editora del libro Directorio Poscosecha y de las webs www.poscosecha.com y postharvest.biz, y la revista Horticultura, estuvieron presentes en el Seminario de la Universidad de Davis. Los contenidos del Seminario se publicarán próximamente junto con un informe sobre tendencias de ventas de frutas y horticul-tura en los supermercados utilizando datos de éstos en Norteamérica y conceptos de los ponentes en el Seminario.

Más información:

www.horticom.com?71221

Los pasados días 9 y 10 de julio tuvo lugar en Sant Carles de la Ràpita (Tarragona), la "XI Reunión del Grupo Nacional de Mejora y Agronomía del Arroz". Este grupo está integrado por investigadores y técnicos de centros públicos de investigación de todas las zonas arroceras españolas: IVIA (Valencia), CIFA (Sevilla), IMIDA (Mur-

cia), UPV (Valencia), ITG agrícola (Navarra), Finca La Orden (Extremadura), CTTA (Aragón) e IRTA (Cataluña) así como por representantes de dos cooperativas arroceras de Aragón. En la reunión, se expusieron los trabajos de investigación realizados en la mejora y la agronomía del arroz en las diferentes zonas arroceras del territorio español. Quedó patente que la voluntad de este grupo es la de crear una red temática del arroz y, en este sentido, se continuará trabajando con tal de solicitarlo al INIA.

Más información:

www.horticom.com?71080

Un estudio afirma que la sandía contiene un principio llamado citrulina con efectos similares al Viagra. Este verano, en lugar de hacer la dieta del cucurucho, harán la de la sandía. Muchos se aficionarán a comerse la corteza, apenas degustada por sus paladares.

Más información:

www.horticom.com?71167

Calidad Certificada acude a Expo Zaragoza 2008 con chefs andaluces de prestigio internacional

La Consejería de Agricultura y Pesca participó del 29 al 31 de julio en Expo Zaragoza 2008 con una campaña específica que permitió difundir la alta cocina y alimentación andaluzas de la mano de chefs de la Comunidad de reconocido prestigio internacional, con la realización de diversas degustaciones y catas y la distribución de material promocional alusivo al tema central de la muestra: el agua. A lo largo de los tres días también se organizaron otras catas y degustaciones de aceite de oliva virgen extra, jamón certificado por algunas de las denominaciones de calidad de Andalucía y vinos.

Para más información:

www.horticom.com?71202

Align®

El insecticida natural
preferido por todos



Con su formulación única es el insecticida natural que combate eficazmente las plagas, sin crear resistencias, para que tus insectos beneficiosos hagan mejor su trabajo.

Align su éxito y tu confianza lo han convertido en el Nº 1



www.sipcam.es

Larga vida a la calidad de exportación española



Los pepinos, tomates y pimientos españoles son conocidos en toda Europa por su vivo color, su espléndido cuerpo y su delicioso sabor. Naturalmente, a menudo es más difícil conseguir todo esto durante el invierno cuando la humedad, la luz y la temperatura varían considerablemente. Sin embargo, esto no es necesariamente un problema. Con nuestras pantallas que combinan el ahorro energético y la reflexión solar, el calor acumulado durante el día puede ser utilizado por la noche y el clima de crecimiento puede ser estabilizado durante las 24 horas del día. La calidad y cantidad de la cosecha son mejoradas, los pesticidas pasan a un segundo plano e incluso los insectos útiles permanecen para ayudar al encontrarse bajo condiciones idóneas. Así pues, con una pequeña ayuda de clima de Svensson, la calidad de la exportación española debe continuar para triunfar campaña tras campaña.

Para informarse de cómo Svensson puede ayudar a cimentar su solidez competitiva, llame a Fernando Pérez de LS España al 956 384 439