



Economía empresarial

Pannitteri

Rosaria, una naranja con personalidad



Pannitteri es una empresa de Sicilia que, como tantas otras, produce naranjas sanguíneas, variedades tradicionales de esa zona. ¿Cuál es la diferencia con otras empresas? Que los hermanos Pannitteri apostaron por el marketing y, con la ayuda de profesionales lograron situar su marca, Rosaria, entre las naranjas que se reconocen y se piden.

En la imagen aparecen Aurelio (izquierda) y Salvatore con Claudia Ferreyra, de la consul-

tora de empresas Viva, quien se ocupó del marketing operativo. Han trabajado en sinergia para crear una imagen moderna para la empresa y sus productos, avalados –algo que una marca no sustituye, claro- en unos están-

dares muy altos de calidad. Con éste llevan su tercer año en Macfrut, donde fue tomada la foto, y el 2º año de Fruit Logistica, y tienen en cartera muchas más ideas de las que ya han implementado en promoción.

Acaban de poner a disposición del mercado su línea de zumos frescos, cuya puesta a punto les llevó más meses de los previstos inicialmente para poder sacar al mercado un producto que cumpliera con lo que el consumidor esperaba en cuanto al sabor.

Rosaria cuenta con su propia web a buenas prácticas agrícolas, dan como resultado frutos de alta calidad. Si a ello se suma un marketing que lo comunique, el consumidor está encantado de disfrutar de naranjas sanguíneas, que en mercados del norte de Europa constituye además un fruto “diferente”. Rosaria cuenta con su propia web.

Para saber más:

www.aranciarosaria.it

www.horticom.com?71013

Periódico digital, su punto de información diaria en Internet

www.horticom.com/empresas

Política económica

■ La supresión de la tarifa especial de riego agrícola aprobada el 1 de julio según la Orden ITC/1857/2008

El 1 de julio desapareció la tarifa especial de riego de la agricultura y entraron en vigor las subidas previstas, según la Orden ITC/1857/2008 por la que se revisan las tarifas eléctricas. Los agricultores y regantes seguirán negociando con las compañías eléctricas y con el Ministerio de Industria, durante los próximos tres meses, buscando soluciones para poder afrontar las nuevas tarifas eléctricas, hasta el 30 de septiembre. Negociarán aspectos como la cuota de la potencia y el factor de

potencia. El Senado aprobó el 24 de junio, una moción parlamentaria instando al Gobierno a establecer una prórroga de dos años al sistema de tarifas eléctricas, iniciando negociaciones con la UE para el beneficio de un IVA reducido de los regadíos agrícolas e instalaciones ganaderas. Pero el 27 de junio el Consejo de Ministros no ha accedido a la petición de esta prórroga, pero ha aceptado establecer un periodo transitorio de tres meses de negociación para alcanzar acuerdos.

La supresión de las tarifas eléctricas especiales para riego influirán en el sector hortofrutícola.

Para más información:

www.horticom.com?71031

Fitosanitarios

Biobest

Un estudio determina que las placas celeste suave capturan más trips y respetan los depredadores beneficiosos

Un estudio realizado en cultivos de pimiento por el departamento técnico de Biobest, determina que las placas adhesivas de color azul celeste claro, tanto para monitoreo como para captura masiva de insectos fitófagos, dan un mejor resultado frente a las de otros colores u otras tonalidades de azul, ya que muestran altos niveles de capturas de trips y bajos índices de captura del depredador *Orius laevigatus*, insecto utilizado en la lucha biológica. Viene a solucionar un grave problema que tenían muchos agricultores, ya que al intentar reducir la población de trips en cultivos de lucha integrada, eliminaban también los insectos beneficiosos. La utilización de estas placas adhesivas en invernaderos donde se han introducido enemigos naturales provoca que organismos alados, como por ejemplo el *Orius laevigatus* en su estadio adulto, se sientan atraídos igualmente por el color de estas trampas y queden adheridos junto con los insectos plaga.



Placa celeste de Biobest colocada en cultivo de pimiento.

En la actualidad se están realizando varios ensayos en instituciones de carácter privado que están evidenciando los mismos resultados que los trabajos aquí expuestos.

Mayor información en:

www.horticom.com?70931

www.biobest.es



Internet

Nueva página web en ruso del Grupo Hortiberia

El Grupo Hortiberia acaba de publicar su página web en ruso, lo que demuestra la apuesta que está realizando por los nuevos mercados del este europeo. El director Gerente de Hortiberia, Fermín Sánchez Navarro apunta que “cada día es mayor nuestro volumen de comercialización en los mercados emergentes del este europeo”, por lo que “nos parecía muy interesante poder acercarnos a estos mercados a través de nuestra presencia en la red, y, además, hacerlo en su propio idioma”.

Para más información: www.hortiberia.es

www.horticom.com?71035

TURBULENTO JUNIOR

TURBULENTO TANDEM

TURBULENTO MULTIBAR

SIBERLINE, S.A.
 P.I. El Pileco, c/ Cordeleros, 4/n
 41410, Carmona, Sevilla
 Tel: +34 954 196008 Fax: +34 954 196130
 E-mail: siberline@siberline.com <http://www.siberline.com>



Consumo y salud

Difusión de hábitos de alimentación saludable Calidad certificada entre los escolares andaluces

La Consejería de Agricultura y Pesca ha dado a conocer el sello Calidad Certificada a más de 11.000 escolares de 11 y 12 años a lo largo del curso escolar 2007-2008, en el marco de la campaña El Campo y el Mar en la Escuela Andaluza para la difusión de hábitos de alimentación saludable, conjuntamente con la Consejería de Educación y que se ha clausurado en días pasados en Cádiz.

La iniciativa de la Junta se puso en marcha el pasado curso y en los últimos dos años ha recorrido cerca de 300 colegios, sumando en la actualidad más de 22.000 alumnos beneficiados, que representan el 15% de la población escolar andaluza.

El autobús divulgativo de Calidad Certificada y las mascotas infantiles Lujita y Los Calicertis son los elementos fundamentales de este programa di-

vulgativo, con la finalidad de transmitir los valores de los productos agrarios y pesqueros andaluces de calidad.

En el interior del autobús se proponen diferentes actividades lúdicas e interactivas, como un karaoke en el que pueden cantar la canción 'La vida está de lujo'.

El autobús divulgativo de Calidad Certificada también ha estado presente en otras iniciativas de relevancia, como la I Feria Internacional Andalucía Sabor.

Para saber más:

www.horticom.com?70930
www.juntadeandalucia.es

Internet

■ Un millón de visitas en la Plataforma Horticom en la primera mitad de 2008

Durante los seis primeros meses del presente año, la Plataforma Horticom ha recibido casi un millón de visitas, como queda reflejado en el informe realizado a partir de la información recogida por los programas Webalizer y Google Analytics. Este número de visitas sigue la tendencia de los datos obtenidos durante el ejercicio del año 2007, en el cual la Plataforma Horticom obtuvo un número de visi-



tas espectacular, con más de dos millones de visitantes registrados. En 2008, más de la mitad de las visitas procedieron de España, seguida de Argentina y Mejico, y los canales más visitados han sido Horticom Empresas, con más de 230.000 visitas, y Horticom News, con casi 220.000 visitas.

Para más información, visite las páginas con los dos informes de estadísticos de 2008 en:

www.horticom.com?70985
www.horticom.com?70308

Economía empresarial**De Ruiter Semillas****Días internacionales del melón**

De Ruiter Semillas celebró durante los días 18, 19 y 20 de junio los Días Internacionales de Melón, donde se congregaron un amplio número de empresarios del sector para conocer las nuevas variedades de melón que ofrece para los distintos tipos de cultivos y zonas geográficas de todo el mundo.

La cartera de producto que ofrece la compañía permite abarcar la totalidad de los mercados meloneros, garantizando productos de exquisito sabor, aroma y azúcar, con altas resistencias y perfecta conservación. Se presentaron como productos estrella dos variedades de la Línea Cyro: Edecos y Dario.

El programa comenzó en la finca del Jimenado (Murcia), donde se mostraron las novedades que de Ruiter Semillas

ofrece en melones tipo Charentais, Cantaloupe, Piel de Sapo, Amarillo Canario, Ananas y Galia. Los invitados conocieron las novedades de IV Gama de la mano de la empresa inglesa Bakkavor, así como las innovaciones el empaquetado para



transporte de melones por parte de la empresa StePac. También se realizó una visita a Fruveg.

Para este evento se contó con la presencia de plataformas suministradoras de supermercados como Socomo y Tesco, empresas representativas de varios países como Hillfresh, Bakkavor, Fyffes, Dole, Del monte, así como empresas de la región de Murcia como Gregal, Fruveg o Kernel Export.

Más información en: www.deruiterseeds.com

Actividades

■ **IVII Jornadas de Puertas Abiertas para cultivos de aire libre de Rijk Zwaan**

Rijk Zwaan celebró en sus VII Jornadas de Puertas Abiertas para cultivos de verano en la estación de ensayos que Rijk Zwaan tiene en Picassent, Valencia. Han acogido visitas de clientes que han venido desde diferentes puntos de España y Marruecos. Alrededor de 10.000 m² de cultivo dedicados exclusivamente a la demostración han puesto de manifiesto el liderazgo de Rijk Zwaan en el sector hortícola.

Para más información: www.rijkzwaan.com

www.horticom.com/?70973

**Invernaderos
Centros de Jardinería
Pantallas Térmicas
Banquetas de Cultivo
Mesas de Exposición
Calefacción
Complementos**

**25 años
ININSA**

D> Camino Xamussa, s/n. Apdo.145; 12530 Burriana (Castellón) España
T >(+34) 964 514 651 F >(+34) 964 515 068 M> ininisa@ininisa.es W> www.ininisa.es