

F&H

FRUTAS Y HORTALIZAS

BLOCK ORGANIC

OCTUBRE - 2015



ENTRA EN EL MUNDO **BioGraphy**

Y DESCUBRE QUIÉN HA
CULTIVADO TUS MANZANAS
100% BIOLÓGICAS EN:
biography.vip.coop

BUSCA

1

EL NOMBRE DEL AGRICULTOR
EN LAS ETIQUETAS DEL ENVASE

ENTRA EN

2

biography.vip.coop

INTRODUCE

3

EL NOMBRE DEL AGRICULTOR
EN LA CASILLA CORRESPONDIENTE

¡DESCUBRE

4

QUIÉN HA CULTIVADO
LAS MANZANAS 100% BIO!



PEVESA

b i o t e c h



HEALTHY CROPS, HEALTHY FOOD, HEALTHY PEOPLE

LÍNEA BIOACTIVE BIOACTIVADORES

Obtenidos por hidrólisis
enzimática de proteínas
vegetales.
La dieta vegetal para
sus cultivos.

VitaRoot
VitaGrow
VitaMare
VitaLix
VitaBoost
Promax Gel
Promax Vital

LÍNEA VITAFERT NUTRIENTES

Nutrientes
bioencapsulados.

Kaligo 
Vitafert Boro 
Vitafert Calcio 
Vitafert ZiMa  

LÍNEA BIOCONTROL DEFENSAS NATURALES

Inductores de
mecanismos de
defensa.

VitaProtect
VitaCare



www.pevesa.com

♦ Agromark	6	58 ♦ Green Food
♦ Balcón de Níjar	10	62 ♦ Lafuente Tomey
♦ Biosabor	14	66 ♦ Mr.Organic
♦ Biosanz	18	70 ♦ Organic Growers
♦ Campoberry	22	74 ♦ Sacoje
♦ Campo de Lorca	26	78 ♦ Solagora
♦ Ca'nova	30	82 ♦ Toñi Fruits
♦ Cítricos del Andarax	34	84 ♦ Agrocolor
♦ Ecopark	38	86 ♦ Val Venosta
♦ Ecosur	42	88 ♦ Campojoyma
♦ Ekobaby	46	90 ♦ Rijk Zwaan
♦ Frunet	50	92 ♦ Cristalplant
♦ Frutas Vargas	54	96 ♦ Saliplant
		98 ♦ Vitalis

EDITA:



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 www.fyh.es

Director: **Rafael I. Losilla Borreguero.**
Redacción y Firmas: **Daniel Lafuente, Marina López, María E. Losilla, Francisco Bonilla** (Fotografía).
Producción: **Trinibel Barranco.**
Departamento Comercial: **Manuel Flores.**
Diseño y Maquetación: **Francisco Valdivia.**
Imprime: **Gráficas Piquer.**

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.





Mr.Orgánica

Productos ecológicos

Mr.Orgánica es una empresa de distribución nacional e internacional de productos ecológicos.

Ofrecemos productos con certificación ecológica a mayoristas y detallistas del sector bio.

Disponemos de producción propia de fruta y hortalizas ecológicas que nos permite servir un producto de alta calidad en condiciones muy competitivas tanto económicas como de disponibilidad, variedad y suministro.

Gracias a nuestra política de alianzas con productores y fabricantes líderes en el sector bio, ponemos a su disposición un completo surtido ecológico, entre otros: Huevos, bebidas y proteínas vegetales, productos sin gluten, lácteos, zumos y otras bebidas, súperalimentos, desayunos, conservas, pastas, higiene, cosmética...

P.E. Cabecicos Blancos. C/Molino Grande, nave 9, buzón 31
30892-Librilla Murcia

info@mrorganica.bio T.+34 968 92 60 60



Agromark

LA PRODUCTORA,
COMERCIALIZA-
DORA Y EXPOR-
TADORA AGRO-
MARK CONTINÚA
APOSTANDO POR
EL PRODUCTO
BIOLÓGICO Y
LA GRAN DIS-
TRIBUCIÓN DEL
MERCADO INTER-
NACIONAL.

La exportadora Agromark produce y comercializa frutas y hortalizas procedentes de cultivos propios. Su producción de producto orgánico supone ya el 11% del volumen comercializado por la empresa murciana.

Una producción de productos BIO que ha ido creciendo en los últimos años llegando a las 2.200 toneladas en 2014, un aumento en 600 toneladas con respecto a 2011.

Agromark es productora, envasadora, comercializadora y exportadora; para ello cuenta con una planta de confección y manipulado de 9.000 metros cuadrados para la producción de hortalizas ecológicos. Una planta que trabaja la producción de las 170 hectáreas con que cuenta la empresa Alfonso Domenech.

Entre su oferta BIO, destaca la producción la coliflor, pero la producción de brócoli llega a las 1.200 toneladas, 350 toneladas de col picuda y de col crespita una producción de 150 toneladas. Todas ellas comercializadas bajo su firma, Agromark; en mercados de Reino Unido, Holanda, Alemania y Países Escandinavos; siendo Holanda el que mayor crecimiento ha tenido para esta firma en los últimos años.

En los últimos dos años, Agromark ha realizado una inversión de 400.000 euros en máquina autopropulsada para recolección y envasado. Y en la actualidad, se ha marcado como objetivo estar presente en las ferias del sector y en los medios especializados. ♦





Hermanos Domenech, propietarios de Agromark.

AGROMARK PRODUCES, COMMERCIALISES AND EXPORTS FRUITS AND VEGETABLES, WHICH IS COMMITED TO ECO-FRIENDLY PRODUCTS AND RETAIL SECTOR INTO THE INTERNATIONAL MARKET.

Agromark produces and commercialises fruits and vegetables from own crops. Its organic production reaches by 11 per cent of the volume commercialised by this company from Murcia.

A volume of production of ecological products that has been growing in recent years, reaching 2,200 tons in 2014, a figure that jumped 600 tons compared to 2011.

Agromark produces, packs, commercialises and exports fruits and vegetables. For it has a facility with 9,000 square meters for handling and packing of organic vegetables. This plant is packing and handling the production coming from 170 hectares which belongs to Agromark, who is owner Alfonso Domenech.

Among all ecological products, highlights cauliflower, although the broccoli production reaches 1,200 tons, 350 tons of pointed cabbage and 150 tons of kale cabbage. All of them are marketed under the company's name -Agromark- in the United Kingdom, The Netherlands, Germany and the Scandinavian countries. The Netherlands has had the greatest growth for this company in recent years.

For the last two years, Agromark has invested €400,000 in propelled machine for harvesting and packaging. Nowadays, it has as the main goal to be present at fairs related to horticultural sector and specialized media. ♦

CALENDARIO DE PRODUCCIÓN / AVAILABILITY												
	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec
Brocoli												
Col Picuda/Sweetheart cabbage												
Col Crespa/Curly Kale												
Coliflor/Cauliflower												

GERMANY ALEMANIA

Una demanda valorada en más de 900 mill. €

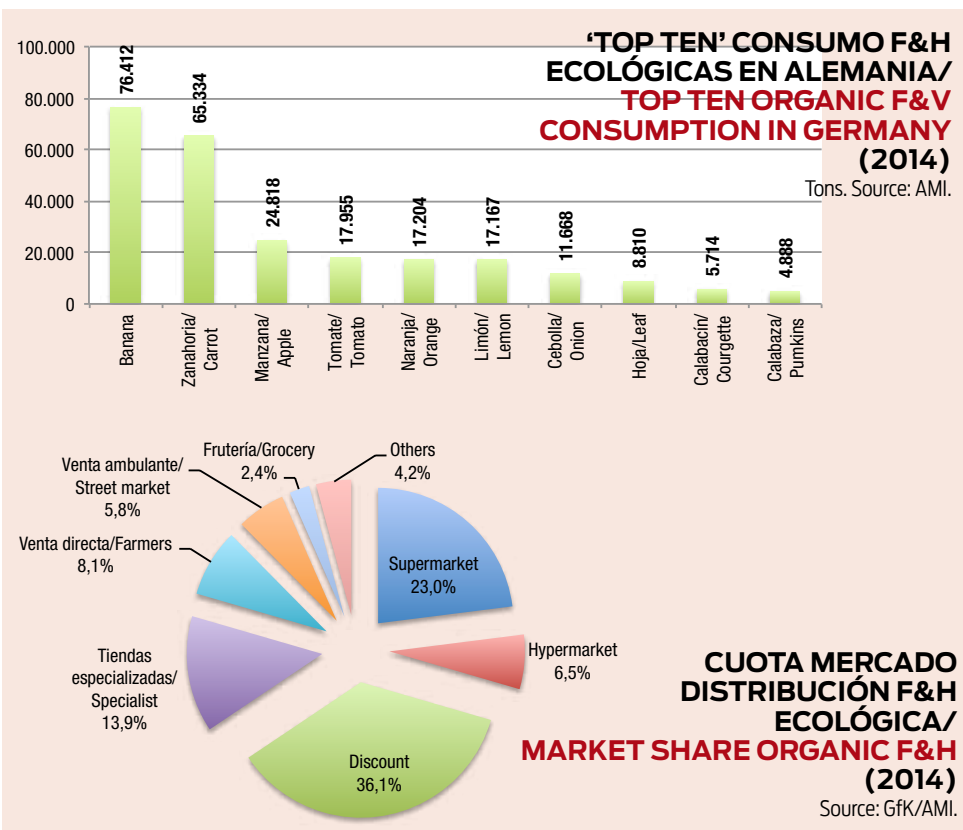
La demanda de frutas y hortalizas ecológicas en Alemania superó en 2014 por primera vez los 900 millones de euros en valor y sumó 330.000 toneladas de productos hortofrutícolas frescos orgánicos vendidos en los canales alemanes.

Por primera vez se superaba el listón de las 166.000 toneladas de frutas orgánicas vendidas, gracias a la banana, que superaba las 75.000 toneladas y con precios elevados en las tiendas.

De las frutas de referencia en orgánico, destacar el incremento de las naranjas tanto en volumen

como en valor, e indicar que la manzana orgánica sigue perdiendo consumidores. Casi 3.000 toneladas menos vendidas en tiendas y centros comerciales en el periodo 2012-2014.

Las hortalizas alcanzan similar demanda a las de 2012, gracias al tirón del calabacín orgánico, que incremento su consumo en un 27 por ciento. Las ventas de hortalizas ecológicas superaron las 164.000 toneladas. La zanahoria se mantiene como la hortaliza orgánica más demandada, pero el tomate alcanza liquidaciones más altas y es la hortaliza que más valor alcanza en el mercado. ♦





alimentos
ecológicos

ecosur

productos ecológicos del sur, s.l.

Productos Ecológicos del Sur S.L.

C/ Sevilla nº 84 - 04410 Benahadux - Almería - España

Tel.: +34 950 952 997 - Fax.: +34 950 312 157

Web.: www.ecosur.com



Balcón de Níjar

LA NIJAREÑA ECOLÓGICA ESPECIALIZADA EN TOMATE CHERRY PRODUCE YA 2,5 TONELADAS DE PRODUCTO EN EL TOTAL DE SUS VARIEDADES, DESTACAN PERA Y REDONDO POR SU CALIDAD Y SABOR.

Especializada en producción, manipulación y comercialización de tomate cherry ecológico, Balcón de Níjar; continúa su constante crecimiento llegando a las 2,5 toneladas de tomate producidas en la pasada campaña 2014.

Situada en Níjar, municipio líder en la producción ecológica bajo plástico, un lugar ideal para la producción del tomate cherry por sus condiciones óptimas en el clima, la salubridad de las aguas y las características del suelo; que proporciona altas cotas de sabor. Esta productora y comercializadora cuenta con una planta de confección y manipulado de unos 1.7000 metros cuadrados y una superficie productiva de 23 hectáreas.

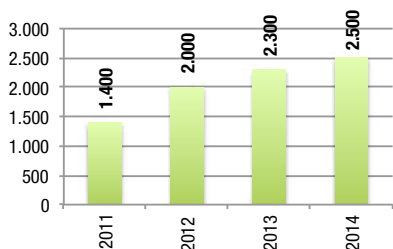
Todos los productos que comercializa se presentan al consumidor final bajo su firma Balcón de Níjar y Biocherryto, marca enfocada a la comercialización de tomate cherry en todas sus variedades.

Cuenta con una producción durante todo el año y en su catálogo destacan el tomate cherry en sus variedades pera,

redondo y rama; aunque también produce algo de sandía y tomate en rama. Todos son productos propios, ya que esta firma nijarena no importa género desde ningún punto de la geografía, y destacan la variedad de tomate cherry pera y redondo por su calidad y sabor. Todos sus productos se cultivan bajo la normativa de buenas prácticas de cultivo requeridas por a firma, basada en los protocolos BRC, IFS, Global GAP, GRASP y Agricultura Ecológica.

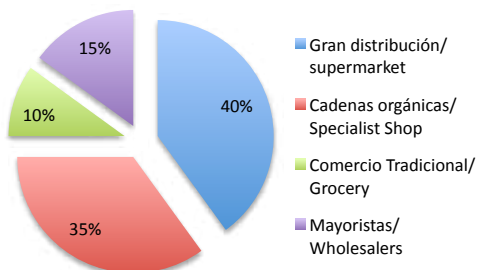
Balcón de Níjar comercializa sus productos en países como Alemania, Holanda, Francia y Reino Unido; siendo Alemania y Holanda los mercados con mayor crecimiento.

En su estrategia de proveedores mantiene una política de libros abiertos, con total transparencia en costes y vinculación accionarial, en función de su desempeño y fidelidad con la firma. En constante expansión, esta productora y comercializadora nijarena trabaja en varios proyectos que en la actualidad se encuentran en fase de estudio. ♦



EVOLUCIÓN PRODUCCIÓN
EVOLUTION OF PRODUCTION

Tns. Source: Balcón de Níjar



2014. CARTERA DE CLIENTES
2014. TYPES OF CUSTOMERS

Tns. Source: Balcón de Níjar



Antonio Riba (left) and David Caparrós, manager of Balcón de Níjar.

THIS ORGANIC COMPANY IS SPECIALIZED IN CHERRY TOMATO AND ALREADY GROWS 2.5 TONS, MAINLY PLUM AND ROUND TOMATO BECAUSE OF QUALITY AND TASTE.

Specialized in growing, packaging and trading of organic, Balcón de Níjar has enjoyed steady growth, reaching 2.5 tons of tomatoes last season.

Located in Níjar, this town is leader in organic production of vegetables in greenhouses. At the same time, it is an ideal place for growing of cherry tomato due to climate conditions, health standard of water and soil features which provide high level of flavor.

This trading company has a packaging area with 1.700 square meters and a productive area to 23 hectares. All the products that are marketed to the consumer are sold with the brand Balcón de Níjar and Biocherryto, which is focused on trading cherry tomato (all varieties).

The firm produces throughout the year and in their portfolio highlights cherry tomato -mainly plum, round and vine- as the main vegetables crops. Nevertheless, the company also grows watermelon and vine tomato.

The company does not import any product. All the products

are grown by the firm. It highlights plum tomato and round tomato because of quality and flavour. All their products are grown under the rules of good farming practices required, based on the protocols BRC, IFS, Global GAP, GRASP and Organic Farming.

Balcón de Níjar markets its products in international markets, as main customers: Germany, the Netherlands, France and the United Kingdom. Germany and Netherlands are the markets with higher growth in the last few years. By 40% of their customers are large distributors, by 35% are organic chains, by 10% are groceries, by 15% are wholesalers.

In its strategy as suppliers maintains a policy with total transparency regarding to cost and link with the shareholding depending on the performance and fidelity with the firm. In constant expansion, Balcón de Níjar has an upward trend and has invested around 1,600,000 euro in recent years in different packaging areas, calibrators and new offices, among other issues. ♦

CALENDARIO DE PRODUCCIÓN / AVAILABILITY												
	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec
Cherry Pera/Plum Cherry Tomato												
Tomate Cherry/Cherry Tomato												
Cherry Rama/Cherry Grape												

AUSTRIA

Las F&H orgánicas ya suponen el 7,5% de la demanda

Nunca las frutas y hortalizas ecológicas habían alcanzado un 'status' tan importante en la demanda de los austriacos. Las frutas y hortalizas orgánicas ya representan el 7,5 por ciento de la demanda y supera el 10 por ciento del valor del lineal hortofrutícola de las tiendas.

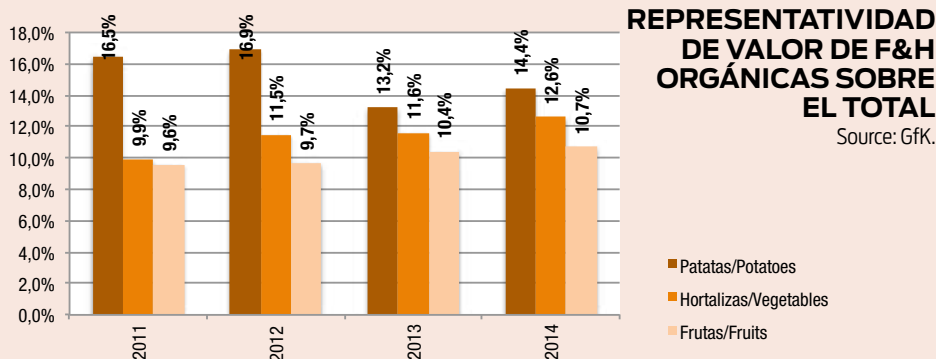
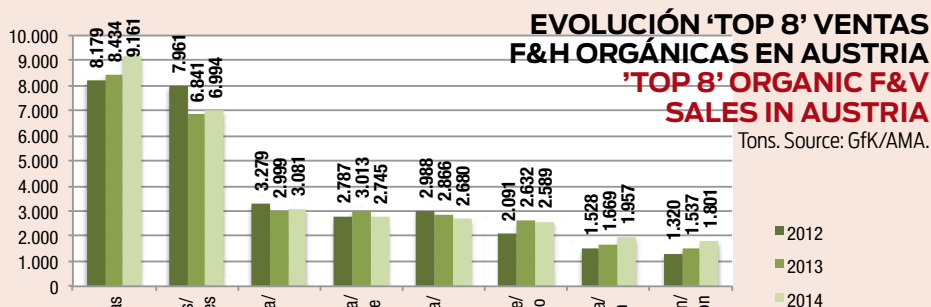
El valor de la demanda se eleva por encima del 14 por ciento en las patatas, hasta el punto de que la patata orgánica supone el segundo valor en demanda de la gama hortofrutícola con unas ventas de casi 7.000 toneladas.

El accesible precio de la patata orgánica facilita la presencia mayor de este producto en la cesta de la compra de los austriacos.

Todas las categorías hortofrutícolas han in-

crementado sus ventas en el 'Top 15' de los productos alimenticios, donde destaca la presencia de los productos lácteos y donde la primera fruta es la banana –tercera posición en la demanda– con unas ventas de 9.161 toneladas con una demanda al alza. La patata es el cuarto producto fresco más consumido en orgánico.

El valor de las frutas y hortalizas orgánicas es bien diferente. La banana aparece como el cuarto producto con más valor al sumar más de 18 millones de euros, pero entre las 15 primeras referencias sólo aparecen cuatro productos de la gama hortofrutícola: tomates –12,8 millones de euros–, patatas –9,6 millones de euros– y limones –6,8 millones de euros–. ♦





Bio
Sabor

Ya dormir...

Si quieres desvelar la incógnita acude a la feria "Fruit Atraction" el día 29 de Octubre a la presentación que realizaremos en la sala A10.8 a las 13.30h.



**fruit
attraction**
FERIA INTERNACIONAL DEL SECTOR DE
FRUTAS Y HORTALIZAS





LA PRODUCTORA ECOLÓGICA BIOSABOR CONTINÚA CRECIENDO Y TRABAJANDO SUS PRODUCTOS BIO, APOSTANDO POR SUS VARIEDADES DE TOMATE Y PIMIENTO ANGELLE, PICCOLO Y PALERMO POR SU EXCELENTE SABOR; Y PRODUCTOS DE V GAMA A BASE DE HORTÍCOLAS ECOLÓGICAS QUE LLEGAN AL MERCADO EUROPEO.

La firma ecológica almeriense Biosabor continúa creciendo con 19.700 toneladas en la última campaña 2014-15 y una cartera de clientes vinculados a la misma dedicados en cuerpo y alma a sus productos.

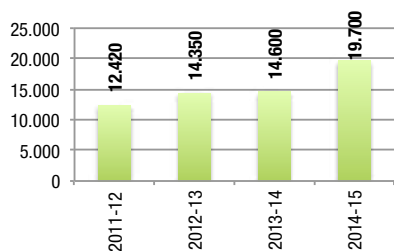
Esta productora y exportadora de productos frescos cien por cien BIO cuenta con una superficie de 50.000 metros cuadrados repartidos en una nave de 10.000 metros cuadrados construidos, 11.000 útiles debido a los altillos. Además, cuenta con 5.900 metros cuadrados, 300 metros cuadrados de entrada y almacenamiento; mil metros cuadrados de cámaras frigoríficas con unos 5.000 metros cúbicos de capacidad; más de 800 metros cuadrados de oficina y servicios. Todo ello para una producción cien por cien ecológica en 200 hectáreas de cultivo de diversas variedades de tomate, pepino, pimiento, calabacín y sandía. Entre sus productos, destacan el tomate cherry

pera Angelle, tomate piccolo y pimiento Palermo por su Super Sabor

Biosabor presenta, además, en su catálogo productos de V gama elaborados con sus productos frescos, cien por cien ecológico; dentro de esta gama de productos, en consumidor final puede encontrar en Biosabor gazpacho, salmorejo, zumo y platos preparados.

Productos frescos y elaborados que llegan hasta Alemania, Francia, Inglaterra, Dinamarca y Suiza; entre otros. Siendo Francia el mercado internacional que, porcentualmente, más crece.

Esta productora continúa con su apuesta de expansión, es por ello que en los últimos dos años han realizado inversiones en la empresa para dotarla de nuevas fincas invernadas y una nueva nave nueva dotada de toda la maquinaria. ♦



EVOLUCIÓN DE LA PRODUCCIÓN
EVOLUTION OF PRODUCTION

Tns. Source: Biosabor



Francisco Belmonte, gerente de Biosabor.

BIOSABOR CONTINUES TO GROW AND WORKING THEIR GREEN PRODUCTS. IN ADDITION, IT IS COMMITTED TO THE VARIETIES OF TOMATO AND PEPPER ANGELLE, PICCOLO AND PALERMO BY ITS EXCELLENT FLAVOUR; AND CONVENIENCE FOOD BASED ON ECOLOGICAL VEGETABLES.

Biosabor has an upward trend with 19,700 tons in 2014-15 campaign and a portfolio of customers devoted to their products.

This producer and exporter company of fresh products, organic a hundred per cent, has an area by 50,000 square meters divided into facilities by 10,000 square meters and 11,000 effective square meters due to the attics. In addition, it has 5,900 square meters, 300 square meters of entrance and storage; 1,000 square meters of cold climate chamber with around 5,000 cubic meters of capacity; more than 800 square meters of offices and services.

Biosabor grows organic crops a hundred per cent by 200 hectares: tomato, cucumber, pepper, courgette and water-

melon. Among its products, highlight plum cherry tomato –Angelle-, piccolo tomato and pepper –Palermo- by its Super Flavour.

Biosabor also has a brochure with convenience fresh products, ecological a hundred percent. Within this range of products, the consumer can find gazpacho, salmorejo, juice and pre-cooked dishes.

The fresh and processed products are sent to Germany, France, England, Denmark and Switzerland; among other countries. France is still the international market that is growing most.

The company is still on expansion. For this reason has made investments to equip it with new greenhouses and new facilities equipped with devices. ♦

CALENDARIO DE PRODUCCIÓN / AVAILABILITY												
	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec
Tomate rama/Vine tomato												
Tomate/Tomato												
Tomate pera/Plum tomato												
Tomazur												
Cherry rama/Cherry vine tomato												
Cherry/Cherry tomato												
Angelle												
Piccolo												
Pimiento Palermo/Palermo pepper												
Calabacín/Zucchini												
Pepino/Cucumber												
Sandía mini/Watermelon mini												

BÉLGICA

10 euros per cápita para las frutas y hortalizas orgánicas

Bélgica es uno de los destinos tradicionales europeos donde la demanda de las frutas y hortalizas 'eco' está incrementando sus volúmenes, hasta el punto de que las hortalizas orgánicas suponen ya el cinco por ciento sobre el consumo convencional frente al 3,8 por ciento del año 2008.

El tomate es la hortaliza ecológica más consumida por los belgas y las frutas y hortalizas suponen más del 37 por ciento del gasto en orgánico. Cada belga destina una media de 28 euros en la compra de productos alimenticios orgánicos con incremento paulatinos.

Desde el año 2008 la dinámica de negocio ha

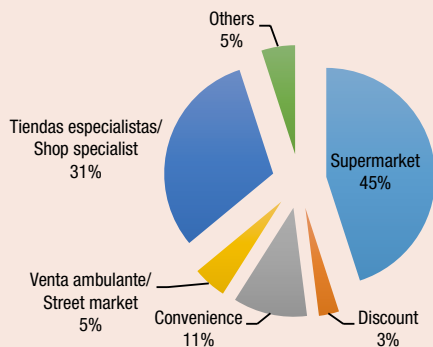
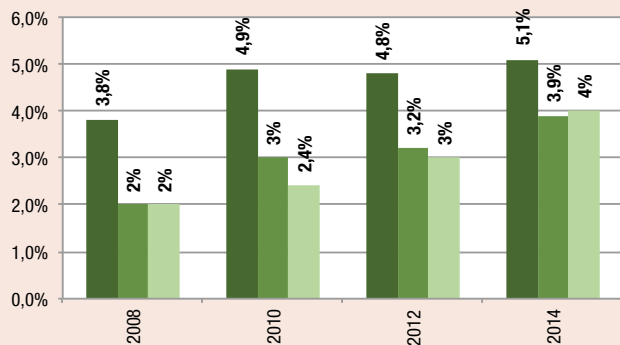
sido alcista, excepto en el periodo 2010-2011 donde se estabilizó el gasto per cápita en los 23 euros. El dato. En 2008 cada belga gastaba menos de 18 euros y hoy 10 euros más.

Los supermercados y las tiendas especializadas copan más del 75 por ciento de las ventas de productos frescos ecológicos. Las cadenas como Delhaize y Colruyt cuentan con un lineal de referencia en frutas y hortalizas orgánicas.

Bélgica cuenta con una cadena de supermercados orgánicas: Bio-Planet. Esta cadena y el resto de tiendas especializadas ya alcanza una cuota de mercado del 31 por ciento. ♦

MERCADO DE ECOLÓGICO SOBRE EL CONVENCIONAL MARKET ORGANIC FRESH F&V & STANDARD

Source: VLAM.

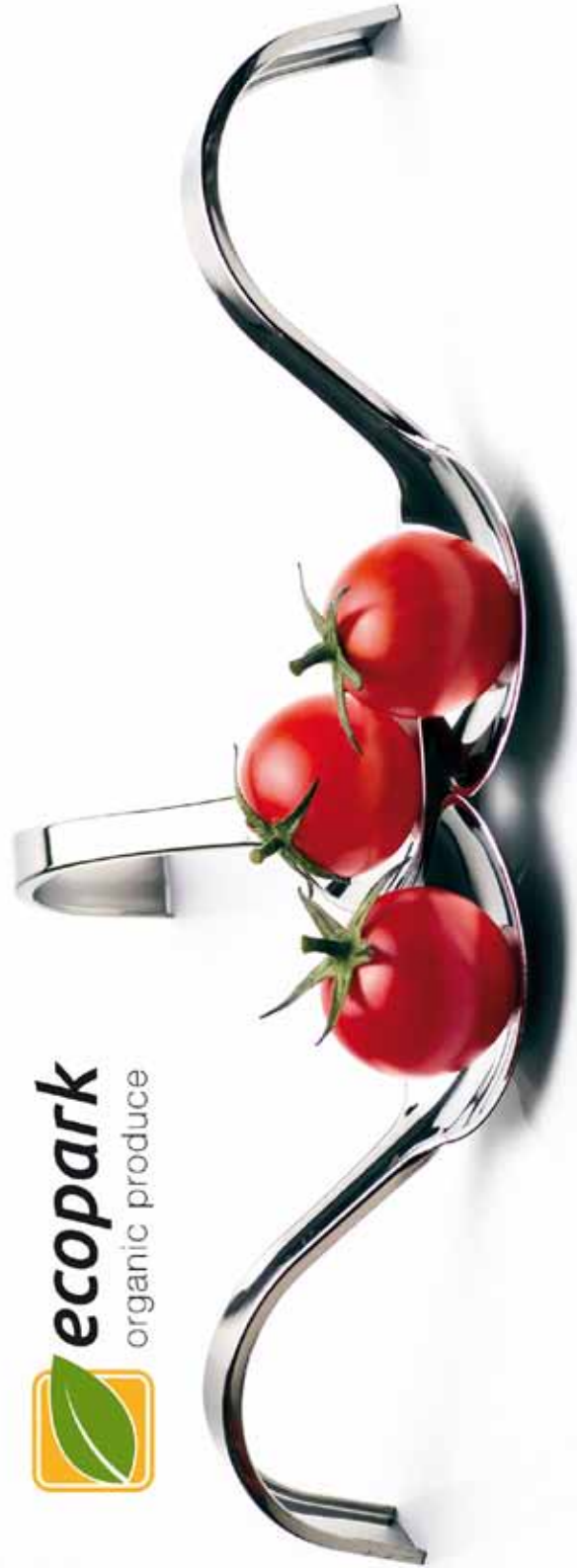


CUOTA DE MERCADO DE LA DISTRIBUCIÓN DE FRESCOS ECOLÓGICOS (2014) MARKET SHARE ORGANIC FRESH PRODUCE (2014)

Source: VLAM.



ecopark
organic produce



agricultura ecológica, compromiso de calidad



Ecopark Níjar SL. Campillo del Genival, s/n. Apdo. 22 • 04113 El Viso - Níjar (Almería)

Tlf. 34 950 612 954 • direccion@ecopark-nijar.com

www.ecopark-nijar.com



ESTA FIRMA ZARAGOZANA ES UNA DE LAS PRINCIPALES PRODUCTORAS DE FRUTA DE HUESO ECOLÓGICA Y UN REFERENTE A NIVEL EUROPEO POR SU PRODUCCIÓN ARTESANAL Y DE CALIDAD.

Biosanz, la firma artesana de frutas cien por cien ecológicas sigue creciendo en volumen productivo hasta superar las 700 toneladas en 2015. De las cuáles 400 toneladas han sido de manzana, 200 toneladas de melocotón, 100 toneladas de nectarina, 80 toneladas de paraguay, 50 toneladas de albaricoque, 30 toneladas de pera y cinco toneladas de higo.

Siendo sus productos diferenciadores las frutas de hueso como paraguay, nectarina y albaricoque; productos destinados a consumidores que buscan un producto frutícola de calidad.

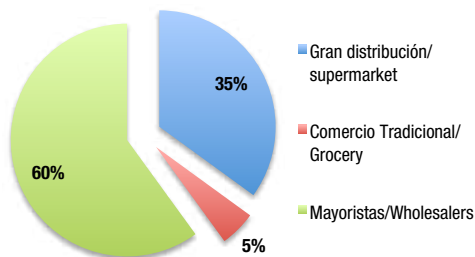
Esta empresa zaragozana es productora y comercializadora; para su actividad cuenta con una cámara frigorífica de 300 metros cuadrados y una superficie de similares dimen-

siones dedicados a la manipulación.

Bajo la marza Biosanz, se comercializan todos los productos de esta firma que cuenta con mayoristas como principales clientes, teniendo también un lugar importante en su cartera la gran distribución y las tiendas especializadas.

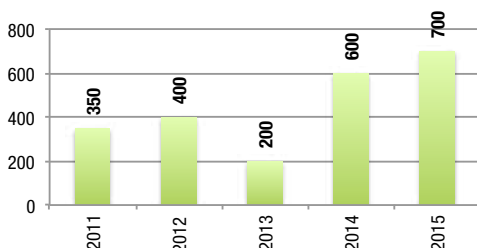
Productos que viajan a Alemania, Dinamarca, Holanda y Francia; siendo Alemania y Holanda los mercados internacionales que más crecimiento están viviendo.

Biosanz continúa creciendo y mimando sus productos, es por ello que en los últimos dos años ha ampliado la superficie en la que se trabaja y protegido sus cultivos con mallas antigranizo; entre otras inversiones de mejora tanto de la producción como de la planta de manipulado. ♦



CARTERA DE CLIENTES. 2014
TYPES OF CUSTOMERS

Source: Biosanz



EVOLUCIÓN DE LA PRODUCCIÓN
EVOLUTION OF PRODUCTION

Tns. Source: Biosanz.



José Miguel Sanz, gerente de Biosanz.

THIS COMPANY IS ONE OF THE LARGEST GROWER OF ORGANIC STONE FRUIT AND A REFERENCE IN EUROPE BECAUSE OF THE QUALITY AND GROWTH OF FRUITS.

Biosanz grows fruits a hundred per cent ecological. The volume of production has an upward trend and has exceeded 700 tons in 2015. By 400 tons were apples, 200 tons of peach, 100 tons of nectarine, 80 tons of saturn peach, 50 tons of apricot, 30 tons of pear and five tons of fig.

The stone fruit is the main product, as Saturn peach, nectarine and apricot. These fruits are intended for consumers who are looking for a product with a high quality.

This company from Zaragoza grows and commercialises. To do it has a cold climate chamber with 300 square meters and a area with similar di-

mensions for handling.

The firm commercialises all the products under the trade mark Biosanz. Wholesalers are the main customers, although retail and specialist dealers take an important place for the company.

Germany, Denmark, the Netherlands and France are the main markets, but Germany and the Netherlands have an upward trend.

Biosanz continues to grow. The company has increased the area of working in the last two years. In addition has protected their crops with mesh hail; among other investments both for growing and handling. ♦

CALENDARIO DE PRODUCCIÓN / AVAILABILITY												
	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec
Manzana/Apple												
Melocotón/Peach												
Nectarina/Nectarine												
Paraguayo/Flat Peach												
Albaricoque/Apricot												
Pera/Pear												
Higo/Fig												

DENMARK DINAMARCA

Por encima del 10 por ciento

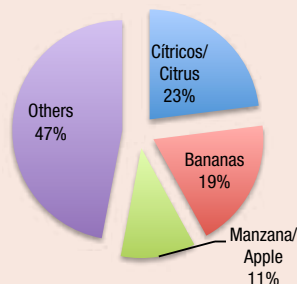
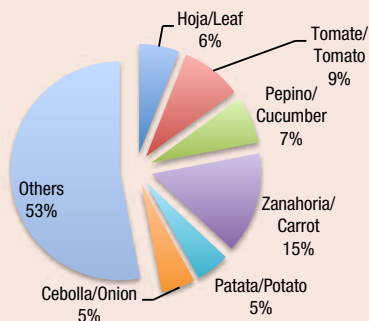
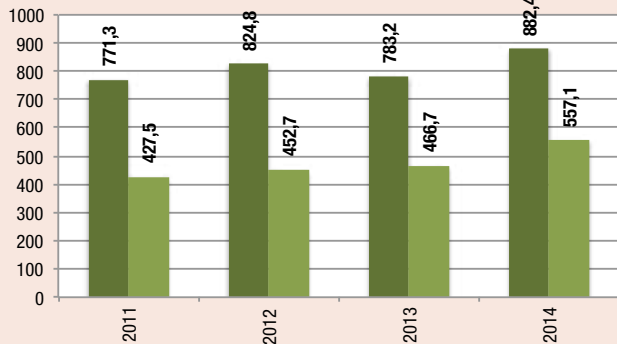
El negocio de la demanda hortofrutícola ecológica supone el 23% del global de la alimentación orgánica en Dinamarca. Un volumen que suma más de 1.400 millones de coronas danesas -sobre 193 millones €- con la banana por encima de los 106 millones de coronas danesas o los cítricos por encima de los 128 millones. Las zanahorias -132 millones de coronas- y los tomates -83 millones de coronas- son las hortalizas más consumidas por los daneses, pero con tendencias bien diferentes. Las zanahorias están a la baja, mientras que los tomates están en clara fase alcista y ven como sus ventas se elevaron en 13 millones de coronas en el periodo 2014 con respecto a 2013.

Las frutas y hortalizas orgánicas ya suponen más del 10 por ciento de las ventas sobre las convencionales. Productos como los cítricos o las manzanas están en una fase alcista a seguir teniendo en cuenta, según el anuario Organic Denmark.

Las tiendas descuento lideran las ventas de frescos orgánicos con una cuota de mercado de casi el 43% con Netto y Fakta liderando ventas. Los supermercados suman una cuota de mercado por encima del 26 por ciento. La cadena SuperBrugsen es el segundo comercio que más productos frescos orgánicos vende en Dinamarca y es la alternativa del comercio líder: el discount Netto. ♦

VENTAS DE F&H ECOLÓGICAS SALES ORGANIC F&V

Mill. Coronas danesas. Source: Organic Denmark.



VENTAS DE F&H ECOLÓGICAS (2014) / SALES ORGANIC F&V (2014)

Source: Organic Denmark.



Ctra. de Algarrobo km. 2,5.
29750 Algarrobo, Málaga, España.
Telf.: 952 52 75 10 - Fax: 952 52 75 11.
E-mail: frunet@frunet.net
www.frunet.net



ES LA EMPRESA
DE REFERENCIA
DE ARÁNDANOS
ORGÁNICOS EN
ESPAÑA CON
UNAS 100 TONE-
LADAS DE PLAN-
TACIONES EN LA
CORNISA CANTÁ-
BRICA. SU OFERTA
ESTRATÉGICA
SE DESARROLLA
DESDE JUNIO
HASTA OCTUBRE.

La familia de berries ve crecer su demanda entre los canales orgánicos, y entre la familia de berries el arándano. España amplía su calendario productivo de arándano orgánico hasta los inicios de de Octubre gracias a la empresa cántabra Campoberry.

Esta empresa, ubicada en Güemes, contempla una ventana comercial estratégica que empieza en junio y finaliza en Octubre. La oferta de esta empresa, centrada exclusivamente en el producto ecológico, empieza "cuando finaliza la familia orgánica de berries de Huelva y el Algarve y antes de que empieza la oferta polaca", señala Eduardo López, administrador de Campoberry.

Esta ventana estratégica le permite exportar a varios destinos UE -Holanda, Suiza, Francia, Alemania, Dinamarca ...- y destinos extra-UE como los Emiratos Arabes. Durante los meses de junio y julio, Campoberry es de las empresas que más oferta contemplan en el mercado UE.

El mercado español ha empezado a alimentarse de arándanos orgánicos, sobre todo, de la industria turística, ya que es un producto "demandado por los turistas europeos", señala Juan Rueda

Las condiciones climáticas de Cantabria permiten un arándano de extrema calidad y las fincas de Campoberry, ubicadas en zona de pastos, facilitan la transición orgánica de la cosecha de berries. Actualmente, trabaja con arándanos de Cantabria, Asturias , País Vasco y Galicia

Volumen y previsiones. Actualmente, Campoberry alcanza una producción superior a las 100 toneladas, de las que el 90 por ciento son arándanos. Las perspectivas de la empresa es alcanzar las 500 toneladas en un periodo de tres años por lo que se tiene proyectado la construcción de nuevas instalaciones que complementen las ya existentes y que se espera estén finalizadas para el inicio de la campaña del 2016. ♦

Eduardo López (izda) y
Juan Rueda, directores de
Campoberry.





IT IS LEADING
COMPANY IN
ORGANIC CRAN-
BERRIES FROM
SPAIN WITH
AROUND 100
TONS OF CROPS
IN CANTABRIA.
THE STRATEGIC
SUPPLY IS DEVEL-
OPED FROM JUNE
TO OCTOBER.

Berry sector has an upward trend in the ecological sector, and within berries sector, highlight blueberries. Spain has extended the production schedule of organic cranberry from beginning October thanks to the company Campoberry from Cantabria.

This company, located in Güemes, contemplates a commercial strategy from June to October. The offer of this company, focused exclusively on the green product, begins "when completed organic berries season is and before starting the polish season", says Eduardo López, Campoberry administrator.

This strategic planning allows Campoberry to export to several EU destinations - the Netherlands, Switzerland, France, Germany, Denmark ...- and export to other non European countries, as the Arab Emirates. In addition, Campoberry is one of the companies that more products have in the European Union in June and July.

The Spanish market has be-

gun to demand organic blueberries, above all, the tourist industry, since it is a product "that is demanded by European tourists", points out Juan Rueda.

The weather conditions in Cantabria allow growing a blueberry with an extreme quality. In addition, Campoberry estates are located in grazing areas that make easier the transition of the organic berries crops. Nowadays, the company is commercializing blueberries from Cantabria, Asturias, Basque Country and Galicia.

Volume and forecasts. Currently, Campoberry produces more than 100 tons, 90 percent of which are blueberry.

The prospects of the company are focused on reaching 500 tons in three years. For this purpose have planned the construction of new facilities that complement existing facilities. It is expected to be completed at the beginning of 2016 season. ♦

CALENDARIO DE PRODUCCIÓN / AVAILABILITY												
	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec
Arándanos/Blueberries												

ESPAÑA

Las frutas y hortalizas como primera experiencia orgánica

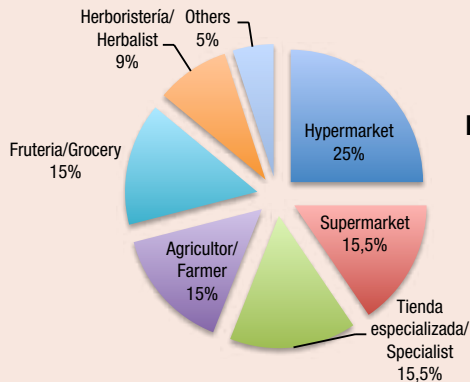
El consumo de productos ecológicos en España no está desarrollado, pero las frutas y hortalizas son la primera partida que las familias españolas suelen conocer en este segmento de producto.

El 63 por ciento de los hogares españoles tienen en la fruta y hortaliza su primera experiencia en el consumo de productos ecológicos. Cada español destina sobre los 20 euros al consumo de líneas ecológicas, de los que siete euros son para frutas y hortalizas.

Barcelona y Madrid son las ciudades de mayor consumo al acaparar el 13 por ciento del total en España. Las ciudades de perfil medio

son consumidores de referencia y son las que permiten que las tiendas especializadas y las fruterías tradicionales gocen de una cuota de mercado del 30 por ciento en la gama ecológica.

El hipermercado es el canal más utilizado y el primero, dentro de la gran distribución, en apostar por lineales de frutas y hortalizas orgánicas. Las cadenas El Corte Inglés, Carrefour, Alcampo y Eroski contemplan lineales de ecológico. En los últimos 2-3 años han entrado también en la gama de las frutas y hortalizas orgánicas cadenas como Gadisa, BM, Bon Preu y el discount Lidl. ♦

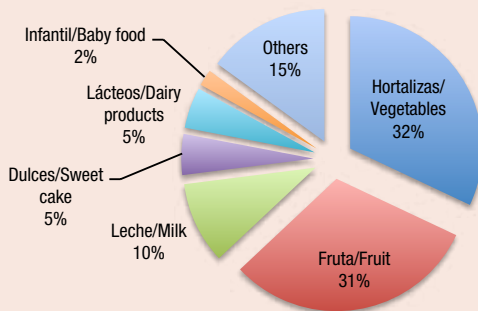


CUOTA DE MERCADO DISTRIBUCIÓN PRODUCTOS ECOLÓGICOS (2013)
MARKET SHARE DISTRIBUTION ORGANIC PRODUCT (2013)

Source: GfK/Magrama.

PRIMER ALIMENTO ECOLÓGICO PARA LA FAMILIA ESPAÑOLA FIRST ORGANIC FOOD PURCHASE IN SPANISH FAMILY

Source: GfK.





rganic **Growers**

**AGRICULTURA ECOLÓGICA FAMILIAR
DESDE EL CAMPO A TU HOGAR**

OUR LIFESTYLE
be organic



EL MAYOR OPERADOR DE BRÓCOLI EN EUROPA SE SUMA AL ORGÁNICO. HOY SON 60 HECTÁREAS PARA DIFERENTES CULTIVOS PERO DENTRO DE CINCO AÑOS SUMARÁ 210 HECTÁREAS.

El mayor operador de brócoli en Europa da un nuevo paso y se posiciona como proveedor de brásicas orgánicas. Campo de Lorca suma en la actualidad 60 hectáreas de superficie certificada como orgánicas, donde el brócoli es la categoría de referencia, seguida de la coliflor para la presente campaña.

La hoja de ruta de Campo de Lorca en el segmento orgánico es ambiciosa y establece un plan a cinco años vista para ir incrementando la superficie en 30 hectáreas por año, hasta sumar unas 210 hectáreas.

La reorientación del programa de Campo de Lorca hacia orgánico no se queda necesariamente en las brásicas, ya que puede optar por otras referencias como alcachofa o melón. La empresa en este sentido es prudente, y trabajará nuevas

referencias en función de las peticiones de la clientela.

La posición. El paso dado por Campo de Lorca responde a su estrategia de producir según la demanda de la clientela. Los cinco clientes de referencia del grupo, ubicados entre Reino Unido y los mercados nórdicos, han propiciado este paso. En el caso de los nórdicos, el potencial de crecimiento está por descubrir, ya que la demanda crece a un ritmo de dos dígitos por año aún, y la empresa entiende que puede abordar el potencial de crecimiento que pueda acontecer en los mercados nórdicos.

La empresa trabajará su gama orgánica en una primera fase bajo la marca Cricket, reconocida entre los distribuidores de brócoli en la UE. ♦





Juan Marín Bravo, director de Campo de Lorca / Juan Marín Bravo, chairman of Campo de Lorca.

THE LARGEST
TRADING COMPA-
NY OF BROCCOLI
IN EUROPE JOINS
TO ORGANIC SEC-
TOR. NOWADAYS
IT HAS 60 HEC-
TARES FOR DIF-
FERENT CROPS
BUT WILL ADD 210
HECTARES IN FIVE
YEARS.

The largest trading company of broccoli in Europe is taking a new step and is positioned as a supplier of organic brassicas. Campo de Lorca has 60 hectares as organic area, where broccoli is the main crop, followed by the cauliflower for this season.

The road map of Campo de Lorca in the organic sector is very ambitious. The plan covers five years to increase the area 30 hectares per year, up to add around 210 hectares.

The redirection of Campo de Lorca toward ecological sector goes beyond brassica crops, since it can opt to other crops, such as artichoke or melon. With regard this issue, the company is careful and will grow new crops depending on the requests of the customers.

Status. The step taken by Campo de Lorca responds to its strategy of growing according to customer request. The

five main customers of the company, located between the UK and the Nordic markets, have led to this step.

In the case of the Nordic countries, the possibilities of growth have not begun yet since the demand is increasing at a rate of two digits per year. The company understands that can approach the possibilities of growth that may have the Nordic markets.

The company will focus on organic sector in a first phase under the brand Cricket, well known between suppliers of broccoli in the EU. ♦

CALENDARIO DE PRODUCCIÓN / AVAILABILITY												
	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec
Brócoli/Broccoli												
Coliflor/Cauliflower												

FINLANDIA

La administración pisa el acelerador

Las ventas de productos agroalimentarios orgánicos en Finlandia dibuja una inercia alcista. El mercado ha crecido rápidamente durante el periodo 2011-2012, aunque su ritmo de crecimiento se ha frenado por la depresión económica europea, según la asociación Pro Luomu. En el ejercicio 2014, las ventas de productos frescos ecológicos crecieron un 1,4 por ciento, destacando la leche y los productos lácteos, que son la base de la demanda.

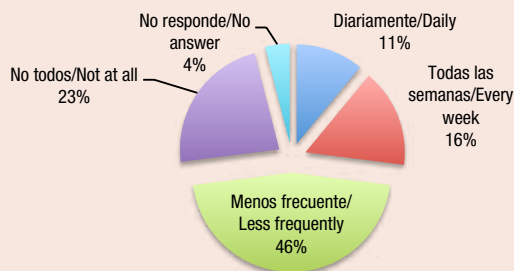
El 33% de los fineses compran productos orgánicos lácteos de manera diaria, y es esta gama la más importante. Las frutas, hortalizas, los productos horneados y los huevos aparecen como las familias ecológicas más importantes en ventas en los supermercados fineses.

Las ventas de frutas y hortalizas ecológicas están por debajo del 10 por ciento sobre las ventas convencionales.

Ha sido la administración la que ha pisado el acelerador en pro del orgánico y un 13 por ciento de los municipios fineses ha tomado la decisión de incrementar la presencia de productos frescos ecológicos en los menús de los caterings.

Un estudio de TNS Gallup Oy de 2013 señala que el 51 por ciento de los fineses saben que incrementarán el consumo de frescos ecológicos de una manera u otra.

Los fineses compran productos frescos ecológicos mayoritariamente en los supermercados. Un 88 por ciento de los fineses afirman comprar en los supermercados. Las plazas de mercado y las tiendas especializadas son también un punto de compra. El 27% de los fineses acuden a los mercados locales y un 21% a las tiendas especializadas y fruterías. ♦

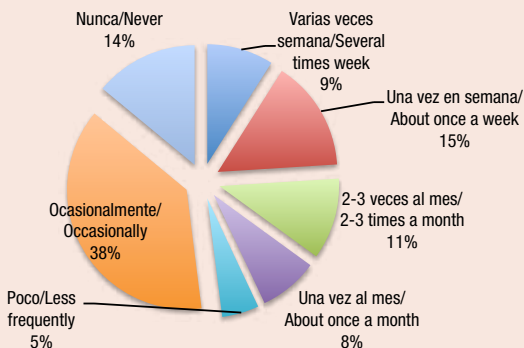


Source: Pro Luomu.

FRECUENCIA DE COMPRA DE PRODUCTOS FRESCOS ECOLÓGICOS (2013)

HOW OFTEN DO YOU BUY FRESH FOOD ORGANICS?

Source: TNS Gallup Oy.



AGRICULTURA ECOLÓGICA

Biosanz



C/ Calvario, 49 - 50290 EPILA (Zaragoza) - España
Telfs. +34 976 60 33 60 - +34 679 44 49 27
Fax: +34 976 60 33 60 - Email: jcris@wanadoo.es



ESTA FIRMA ES
UNA DE LAS REFE-
RENCIAS DEL OR-
GÁNICO EN ITALIA
CON LA MARCA
ALMAVERDE BIO
COMO BANDERA.
LA FIRMA REALIZA
SUS COMPRAS EN
ESPAÑA A TRAVÉS
DE CANOVA PRO-
DUCTOS BIOLÓGI-
COS, UBICADA EN
MURCIA.

Canova es una de las empre-
sas líderes en el negocio de las
frutas y hortalizas orgánicas
en Italia gracias a los 800 pro-
veedores-socios que contempla
en distintas zonas italianas. El
objetivo de tanto proveedor es
asegurarse una completa gama
de productos hortofrutícolas
de diferentes calidades.

El portfolio de Canova va des-
de frutas y verduras frescas de I
gama, hasta líneas de IV gama
y una amplia gama de sopas y
caldos de hortalizas y legum-
bres. La gama de Canova no se
centra sólo en las categorías de
frescos, sino que cuenta con
productos industriales a base
de frutas y hortalizas.

La empresa cuenta con una
estructura formada por tres
instalaciones y dos platafor-
mas de procesamiento para
la elaboración y envío de los
productos directamente de las
fincas productivas para ganar
en frescura y continuidad.

La estrategia. El objetivo de
Canova es convertirse en un

‘category management’ de
los productos ecológicos para
cualquier cliente. La empre-
sa comercializó durante 2014
más de 34.000 toneladas de
productos hortofrutícolas por
un valor superior a los 59 mi-
llones de euros.

La empresa ha desarrollado
una estrategia para manejar
una amplia gama de productos
hortofrutícolas con “las garan-
tías de calidad y control de pro-
ducción, servicio y flexibilidad
y la máxima competitividad”,
señala Carlos Soto, responsa-
ble de Canova en España, ubi-
cada en Abarán (Murcia).

La empresa desarrolla su acti-
vidad no sólo en Italia y Espa-
ña, sino que cuenta con Canova
France en Francia y Horus
Fruit en Egipto. El conjunto
de esta red facturó en 2014
74 millones de euros. Uno de
los puntos fuertes de Canova
es ser propietaria de la marca
Almaverde Bio para las frutas
y hortalizas. Esta es una de las
marcas de consumidor más re-
conocidas en Italia. ♦

La empresa Canova
comercializa bajo la marca
Almaverde bio.





Carlos Soto, gerente de Canova en España / Carlos Soto is manager Canova in Spain.

THIS COMPANY IS A POINT OF REFERENCE IN THE ITALIAN ORGANIC SECTOR WITH THE BRAND ALMAVERDE BIO. THE FIRM BUYS ORGANIC PRODUCTS IN SPAIN VIA CANOVA, LOCATED IN MURCIA.

Canova is one of the leading companies in the organic fruits and vegetables sector in Italy thanks to 800 supplier-partners located in different areas in Italy. The goal is to ensure a complete range of horticultural products with different qualities.

The portfolio of Canova goes from fresh fruits and vegetables to fresh-cut products and a wide range of soups and vegetable and legumes broths. The range of Canova is not only focused on fresh products, but also with industrial products based on fruits and vegetables.

The company has a structure consisted of three facilities and two processing platforms for packaging and sending of products directly from the estate to win in freshness.

Strategy. The goal of Canova is becoming a 'category management' of organic products

to any customer. The company commercialized more than 34,000 tons of fruits and vegetables in 2014 with a turnover over €59 million.

The company has developed a strategy to commercialises fruits and vegetables with a "quality assurance and production control, service, flexibility and maximum competitiveness", says Carlos Soto, person in charge of Canova in Spain, located in Abarán (Murcia).

The company develops its work not only in Italy and Spain, but also in other countries: Canova France in France and Horus Fruit in Egypt. The set of this network reached a turnover by 74 million euro in 2014. One of the strengths of Canova is the brand Al-maverde Bio for fruit and vegetables. This is one of the brands more recognized for consumers in Italy. ♦

FRANCIA

Frutas y hortalizas, la categoría 'eco' más popular

Las frutas y hortalizas se muestran como la categoría orgánica alimenticia más popular entre los franceses. El 79 por ciento de los franceses habituales a consumir productos ecológicos adquieren frutas y hortalizas a lo largo del año. Es la categoría con mayor representatividad frente al 58 por ciento de los lácteos o el 48 por ciento de aceites y conservas.

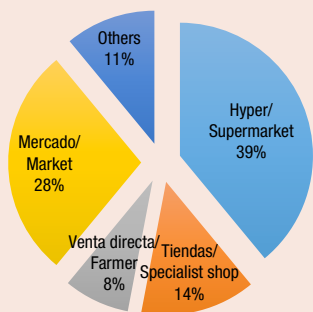
Esta popularidad le ha llevado a representar el 16 por ciento de las ventas ecológicas en Francia, que alcanzaron en 2014 los 4.800 millones de euros.

Durante 2014 los franceses gastaron 784 millones de euros en la compra de frutas y hor-

talizas ecológicas, de las que el 39 por ciento fueron compradas en la gran distribución, el canal más utilizado por los franceses, pero no el único.

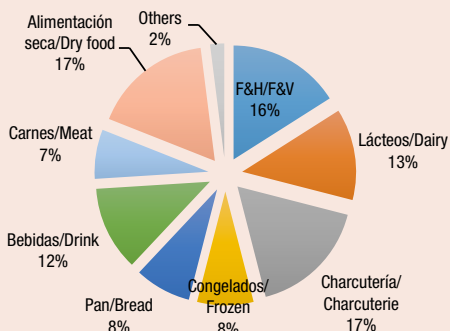
La presencia masiva de tiendas ecológicas –Le Vie Claire, Naturalia, Biocoop, ...– y la presencia de tiendas independientes ha provocado que el canal especializado suponga el 14 por ciento de las ventas.

Las ventas en los mercados y la venta directa a productores suma presencia, gracias a que el 69 por ciento de las frutas y hortalizas ecológicas adquiridas en Francia durante 2014 fueron de origen local. ♦



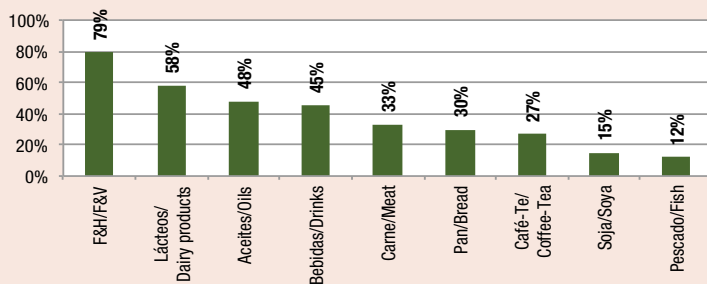
CUOTA MERCADO F&V ECOLÓGICAS (2014)
MARKET SHARE ORGANIC F&V (2014)

Source: Agence Bio.



CONSUMO DE ECOLÓGICOS EN LOS HOGARES (2014)
CONSUMPTION ORGANIC PRODUCE IN HOUSEHOLD (2014)

Source: Agence Bio.



PENETRACIÓN REFERENCIAS (2014)
PENETRATION ORGANIC PRODUCE (2014)

Source: Agence Bio



Aliados con la Naturaleza

KOPPERT BIOLOGICAL SYSTEMS

Koppert Biological Systems contribuye a una mejor salud de las personas y del planeta. En asociación con la naturaleza, hacemos una agricultura más sana, más segura y productiva. Proporcionamos un sistema integrado de conocimientos especializados y soluciones naturales seguras, que mejoran la salud de los cultivos, la resistencia y la producción.



EL MAYOR PRODUCTOR DE CÍTRICOS ORGÁNICOS DE ESPAÑA CUENTA CON UNA NUEVA LÍNEA DE CONFECCIÓN PARA ACCELERAR TODOS LOS PROCESOS. SU PRODUCCIÓN DE NARANJA PARA FRESCOS ALCANZA CASI LAS 9.000 TONELADAS.

Cítricos del Andarax es hoy la primera productora de cítricos orgánicos de España con un volumen cercano a las 14.000 toneladas, de las que 10.000 toneladas se comercializaron al mercado de fresco y el resto fue para zumos, que produce la propia empresa, gracias a una máquina transformadora de jugos y cítricos.

La naranja es el producto más importante de esta cooperativa formada por 600 socios. Durante la campaña pasada, comercializó 8.700 toneladas de naranjas ecológicas para el mercado en fresco desde Octubre hasta Junio, complementadas con 1.300 toneladas de clementinas desde Septiembre hasta Febrero.

Son las dos categorías importantes de la empresa, que también cuenta con reducidas partidas de limón, pomelo y, desde la campaña pasada, con granadas.

La empresa ha diversificado sobremedida sus orígenes entre Andalucía y Alicante. Actualmente disfruta de cítricos de Huelva, Sevilla, Córdoba, Málaga, Granada y Almería, provincia que le aporta algo

menos del 50 por ciento del volumen.

Gracias a esta diversificación, la empresa ha ganado semanas en la ventana de comercialización tanto en naranjas como en clementinas.

Destinos. Alemania es hoy el mercado más importante para Cítricos del Andarax y es uno de los proveedores de referencia para un 'discount' de referencia a nivel europeo. Tras Alemania, el mercado francés, donde trabaja tanto con cadenas de hipermercados y supermercados como con mayoristas especializados.

Holanda, los mercados nórdicos y Suiza aparecen como mercados alternativos para Cítricos del Andarax. De todos los mercados, Alemania es el destino donde Cítricos del Andarax más crece de la mano de la gran distribución.

La empresa elaboró durante la campaña pasada más de 1,7 millones de litros con España, Francia y Holanda como los destinos más importantes. El zumo para la clientela holandesa va congelado. ♦





Juan Torres, gerente de Cítricos del Andarax.

THE LARGEST
PRODUCER OF
ORGANIC CITRUS
IN SPAIN HAS
A NEW LINE OF
PACKAGING TO
GET AHEAD ON
WORK IN ALL
PROCESSES. OR-
ANGE PRODUC-
TION FOR FRESH
CONSUMPTION
REACHES NEARLY
9,000 TONS.

Cítricos del Andarax is the first grower company of organic citrus fruits in Spain with a volume close to 14,000 tons, of which 10,000 tons were marketed for fresh market. The remaining quantity is sold for juices, which produces the company itself thanks to a processing device of juice and citrus.

The orange is the most important product for this cooperative owned by 600 partners. The company marketed 8,700 tons of organic oranges for fresh consumption last season, from October to June. This amount was supplemented by 1,300 tons of clementines from September to February.

They are the two main categories of the company, which also has a reduced amount of lemon, grapefruit and pomegranate since last season.

Cítricos del Andarax has diversified its origin between Andalusia and Alicante. Currently has citrus from Huelva, Sevilla, Cordoba, Malaga,

Granada and Almeria, province that provides less than 50 percent of the volume. Thanks to this diversification, the company has saved time in trading both orange and clementine.

Destination. Currently Germany is the most important market for Cítricos del Andarax. In addition, it is a benchmark in Europe for 'discount' supermarkets. After Germany, France is the second most important market, where works as hypermarkets or supermarkets as with wholesalers.

The Netherlands, the Nordic markets and Switzerland are the alternative markets for Cítricos del Andarax. By all the markets, Germany is the main destination due to retail sector.

The company produced more than 1.7 million liters last year. Spain, France and the Netherlands are the most important destinations. The juice for the Dutch consumer is frozen. ♦

CALENDARIO DE PRODUCCIÓN / AVAILABILITY												
	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec
Naranja/Orange												
Clementina/Clementine												
Limón/Lemon												
Pomelo/Pomegranate												

NETHERLAND HOLLANDA

Las frutas y hortalizas ecológicas ya suponen el 4%

Los holandeses han tardado en sumarse a la dinámica de consumir frutas y hortalizas orgánicas pero desde la entrada de la segunda década de siglo, las dinámicas de gasto y consumo son al alza.

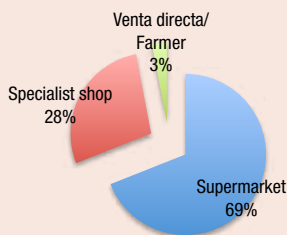
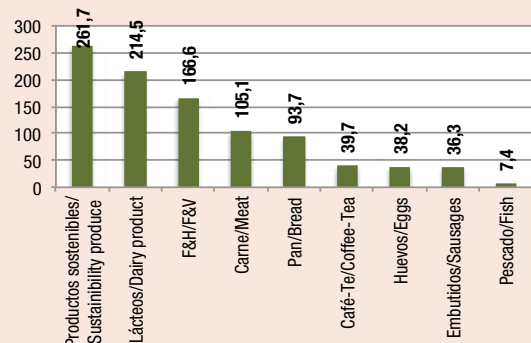
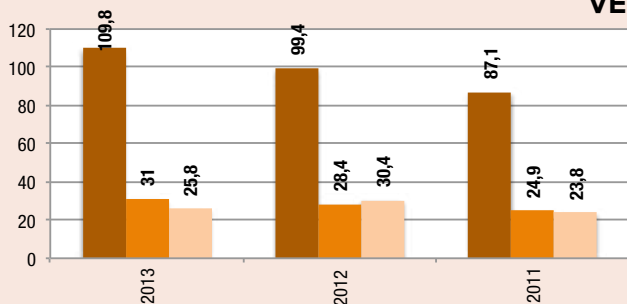
Los holandeses ya gastan casi 110 millones de euros en adquirir hortalizas 'eco' tanto de la producción doméstica como de la importación europea. La clave de este incremento hay que buscarla en la estrategia que han seguido todas las cadenas, pero sobre todo Albert Heijn, de posicionar la línea ecológica mezclada en el lineal del convencional, para hacer más accesible la gama a los consumidores. La dinámica de consumo hacia los productos

orgánicos ha provocado la presencia de una cadena especializada en línea ecológica: EKO-plaza. Este supermercado ya cuenta con 67 tiendas, pero no es la única cadena orgánica que se posiciona en Holanda.

Holanda cuenta en la actualidad con 500 tiendas de base de productos orgánicos y 365 tiendas de alimentos naturales y herbolarios, de los que 115 se encuentra en manos de los operadores Udea, Natudis y Odin. Los comercios independientes y las cadenas especializadas suman una cuota de mercado del 28 por ciento y subiendo. Durante 2013 incrementó sus ventas en frescos ecológicos en un punto con respecto a 2012. ♦

VENTAS DE PRODUCTOS ECOLÓGICOS SALES ORGANIC PRODUCE (2013)

Mill €. Source: Bionext.



CANALES DE DISTRIBUCIÓN F&H ORGÁNICAS MARKET SHARE ORGANIC F&V

Source: Bionext.

VENTAS DE PRODUCTOS ECOLÓGICOS SALES ORGANIC PRODUCE (2013)

Mill €. Source: Bionext.

25
Años

s a c o j e

*Artesanos
del Brócoli*



Organic Bimi. Sólo en Sacoje.



PASSIONFRESH

sacoje

XTRA

www.sacoje.com

Pol. Ind. La Hoya - 30816 Lorca - Murcia - España

☎ 968 48 15 95





ecopark

organic produce

LA PRODUCTORA,
CIEN POR CIEN
ECOLÓGICA,
APUESTA POR
EL CAMBIO A LA
AGRICULTURA
BIODINÁMICA DE
UN 30% DE SUS
AGRICULTORES.

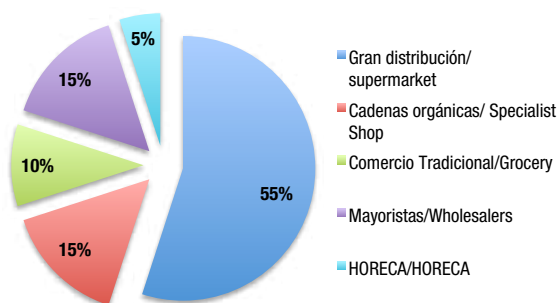
La firma nijareña continúa en expansión y con su apuesta por una producción 100 por cien orgánica y sostenible. Ecopark cerró la última, 2014, con un total de 6.500 toneladas frente a las 5.000 de 2011. Esta productora y comercializadora dispone de una planta de confección y manipulado de 3.500 metros cuadrados y una superficie productiva propia de 100 hectáreas, que se suma al considerable grupo de agricultores colaboradores que programan sus fincas con la firma y son considerados como asociados.

Entre sus frutos, todas producidas en España, el pepino se comercializa bajo su marca Q-BIO; mientras que sus tomates, cherry, pimiento, calabacín, berenjena, Sandía y melón; se comercializan bajo la marca propia INDAL+, cuyo producto estrella es el tomate cherry en todas sus variedades.

Esta productora, comercializadora trabaja en mercados internacionales entre los que destacan Alemania, Inglaterra, Suiza, Austria, Francia y Escandinavia; esta última es el mercado que más ha crecido para esta firma en los últimos años. Dentro de su cartera de clientes un 55 por ciento corresponde a grandes distribuidores, un 15 por ciento al comercio tradicional, un 15 por ciento son mayoristas y un cinco por ciento corresponde al canal Horeca.

En los últimos dos años, Ecopark-Níjar ha realizado varias inversiones fuertes para mejorar sus instalaciones y maquinaria. Por un lado, la firma ha realizado una inversión de 80.000 euros en el cambio de la cubierta del almacén por una cubierta alisante, además de 120.000 euros en maquinaria de normalización y 52.000 euros en una máquina calibradora de pimientos.

Ecopark-Níjar contempla este año el cambio a la Agricultura Biodinámica de un 30% de los agricultores. ♦



CARTERA DE CLIENTES
TYPES OF CUSTOMERS
2014 Source: Ecopark-Níjar



Luis Olcina, gerente de Ecopark.

THE PRODUCER COMPANY, A HUNDRED PER CENT ORGANIC, COMMITS TO THE CHANGE TOWARDS BIO-DYNAMIC AGRICULTURE BY 30 PER CENT OF ITS GROWERS.

This company from Níjar continues expanding and commits for growing ecological and sustainable a hundred per cent. Ecopark closed last season with 6,500 tons compared to 5,000 tons in 2011.

This producer and trading company has facilities with 3,500 square meters for handling and packing. It also has 100 hectares for growing which is added to a large group of growers who plans the crops with the company and are considered partners.

All the crops are grown in Spain. The cucumber is commercialized under the brand Q-BIO; while tomato, cherry tomato, courgette, pepper, aubergine, watermelon and melon are sold under the own brand INDAL+, whose flagship product are all types of cherry tomato.

Ecopark works at international

markets where highlights Germany, England, Switzerland, Austria, France and Scandinavia. In fact, Scandinavia is the market that has grown most for this firm last two years. By 55 per cent of its portfolio of customers belongs to retail sector, by 15% are groceries, by 15% are wholesalers and by 5% means Horeca sector.

In the past two years, Ecopark has made several investments in last two years to improve facilities and equipment. On the one hand, the company has invested 80,000€ to change the roof of the warehouse for a straightening roof. In addition, has invested 120,000€ and 52,000€ in a calibrating machine for pepper.

By 30 percent of farmers' Ecopark-Níjar contemplates this year the change into Biodynamic Agriculture. ♦

CALENDARIO DE PRODUCCIÓN / AVAILABILITY	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec
Cherry/Cherry tomato												
Cherry pera/Cherry Plum												
Cherry rama/Cherry grape												
Pimiento/Pepper												
Pimiento Ramiro/Ramiro Pepper												
Pepino/Cucumber												
Tomate/Tomato												
Tomate rama/Grape Tomato												
Berenjena/Aubergine												

ITALIA

Demanda caliente para un 19% de italianos

Italia es uno de los mercados en movimiento en el consumo de productos orgánicos. Las frutas y hortalizas son los productos más populares entre la clientela orgánica, pero no en el comercio especializado, donde la alimentación seca y otros productos frescos tienen mayor tirón de ventas.

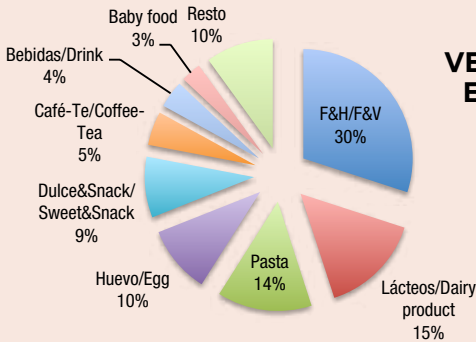
Son los supermercados y los grandes centros comerciales los que hacen elevar la venta de las frutas y hortalizas. Esta categoría supone el 36 por ciento de las ventas de productos ecológicos en la gran distribución por tan sólo el 10 por ciento del comercio especializado.

Sólo así se entiende que el 74 por ciento de los italianos comprase durante 2014 al menos una pieza de fruta u hortaliza ecológica.

Esta popularidad se cuantifica en que las frutas y hortalizas suponen el 30% del negocio y ventas de la gama orgánica en Italia. Hoy la fruta fresca ecológica supone el 6% de las ventas totales sobre la fruta convencional; y el cuatro por ciento en el caso de las hortalizas.

Aunque Italia ofrece registros positivos, la tendencia es precisamente a enfriar los consumos. El Observatorio SANA señala que el 70 por ciento de los italianos tiene pensamiento de mantener sus niveles de consumo y un 19 por ciento reconoce que piensan incrementar su demanda en el próximos año.

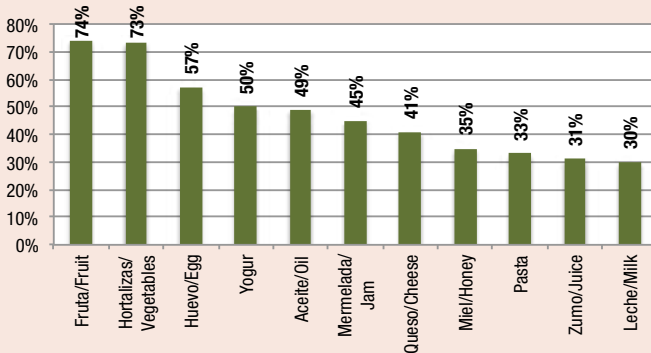
El tomate y la manzana son los frutos más consumidos dentro del segmento orgánico de la gama hortofrutícola. ♦



VENTAS DE PRODUCTOS ECOLÓGICOS EN ITALIA (2013-2014)

SALES ORGANIC PRODUCE IN ITALY (2013-2014)

Source: Ismea.



PENETRACIÓN DE PRODUCTO 'ECO' EN LOS HOGARES (2014)

ORGANIC PRODUCE IN THE HOUSEHOLD (2014)

(Al menos una vez al año/Once time a year). Source: Ismea.



the original
sweet experience

www.tribelli.com



 www.facebook.com/tribelli

 @tribellisweet

LA FIRMA ALME-
RIENSE DE FRU-
TAS Y HORTALI-
ZAS ECOLÓGICAS
DISPONE DE UNA
DE LAS FINCAS
BAJO ABRIGO
MÁS GRANDES
DE EUROPA, SI-
TUADA EN PLENO
PARQUE NATURAL
CABO DE GATA-
NÍJAR.

Ecosur lleva desde 1996 pro-
duciendo única y exclusiva-
mente producto ecológico.

La firma es productora y co-
mercializadora de frutas y
hortalizas para lo que cuenta
con una planta de 5.000 me-
tros cuadrados en Benahadux,
unas instalaciones avanzadas
en logística y frío; y una su-
perficie de producción de 80
hectáreas propias, 20 de ellas
al aire libre; y 40 hectáreas de
agricultores asociados.

Frutas y hortalizas produci-
das y comercializadas bajo la
firma Ecosur, que llegó a las
11.740 toneladas producidas
durante la última campaña.

En los últimos años, la firma
ha invertido cerca de 3 millo-
nes de euros en una estructura
productiva ubicada en el co-
razón del Parque Natural Cabo
de Gata-Níjar. Una finca que
supera las 30 hectáreas para la
producción ecológica, siendo

una de mayores bajo abrigo y
que cuenta con la marca Par-
que Natural de Andalucía.

Dentro de su catálogo de
productos ecológicos frescos
podemos encontrar tomate,
pimiento, berenjena, pepino,
calabacín, judía, melón, San-
día, col y brócoli; todas co-
mercializadas bajo la marca
Ecosur. Como producto estre-
lla el tomate y el melón galia,
que por su excelente sabor está
ganando reconocimiento.

Los principales mercados in-
ternacionales con los que tra-
baja son Alemania, Inglaterra,
Dinamarca, Francia y Holan-
da; aunque exporta a toda Eu-
ropa. De estos, los que mayor
crecimiento están viviendo en
los últimos años son Alema-
nia e Inglaterra.

La firma almeriense tiene un
objetivo claro, mantener la
diferenciación de sus produc-
tos. ♦



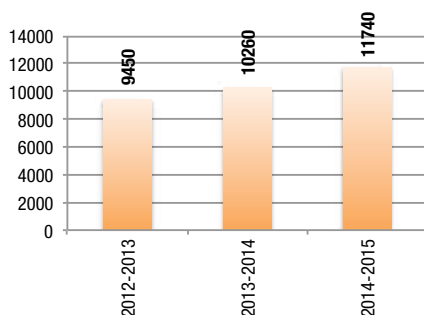
Angel Lozano, gerente de Ecosur.

THIS GREEN HORTICULTURAL COMPANY FROM ALMERIA HAS ONE OF THE LARGEST ECOLOGICAL FARMS IN EUROPE, LOCATED IN THE HEART OF CABO DE GATA NATURAL PARK.

Ecosur has only grown organic crops since 1996. The company grows and commercialises fruits and vegetables in different facilities: a chamber with 5,000 square meters, modern facilities respect to logistics and cold, area for crop production by 80 hectares (30 hectares open field and 40 hectares belong to grower partners). The company has invested about 3 million euro in recent

years in an area for crop production located in the heart of Cabo de Gata Natural Park. The state exceeds by 30 hectares for organic crops, and all of them have the brand 'Parque Natural de Andalucía'. Its portfolio of fresh products includes tomato, pepper, aubergine, cucumber, courgette, green bean, melon, watermelon, cabbage and broccoli; all of them commercialized under the brand Ecosur. Galia melon and tomato are the main crops which are winning recognition because of excellent flavour.

Germany, England, Denmark, France and the Netherlands are the main international markets, although the company also exports to the rest of Europe. Germany and England are the ones that have had a greater growth in recent years. Ecosur has a clear aim: keep the differentiation of its products. ♦



VOLUMEN COMERCIALIZADO POR ECOSUR

Toneladas. Fuente: Ecosur.

CALENDARIO DE PRODUCCIÓN / AVAILABILITY	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec
Cherry/Cherry Tomato												
Cherry Pera/Plum Cherry												
Tomate Cocktail												
Tomate Pera/Plum Tomato												
Tomate Rama/Grape Tomato												
Tomate Rebellion												
Berenjena/Aubergine												
Calabacín/Courgette												
Pimiento/Pepper												
Brócoli/Broccoli												
Cebolla/Onion												
Col Picuda/ Sweetheart cabbage												
Judía/Bean												
Pepino/Cucumber												
Remolacha/Beet												
Tirabeque/Peas												
Melón/Melon												
Sandía/Watermelon												

NORUEGA

Muy lejos de sus vecinos nórdicos

Los noruegos son los nórdicos atípicos en el consumo de productos orgánicos. Sus niveles de penetración son muy bajos y sólo en los alimentos para bebés tienen un peso considerable. Los noruegos consumen menos del dos por ciento de alimentos ecológicos de su consumo total y en frutas y hortalizas esta cifra se encuentra en el uno por ciento.

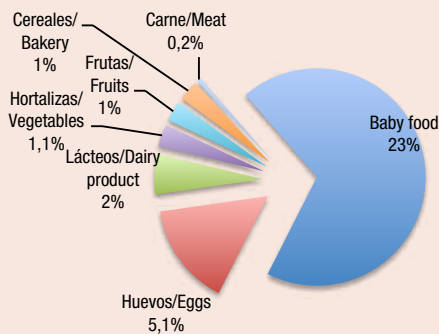
Ahora, la administración nórdica ha establecido una norma de que en cantinas, hospitales y comedores públicos e infantiles el 15 por ciento de los alimentos deben ser ecológicos antes del 2020.

Esta norma es la que ha movilizado la demanda y el comercio de los productos ecológicos en Noruega.

La demanda en los hogares se mide por gra-

mos y los productos de IV gama son los que gozan de más popularidad con unas ventas que superaron las 1.100 toneladas durante 2013. Tras la IV gama, hay nichos de consumo, aunque las distribuidoras noruegas –Bama, Coop Norge o ICA– hablan de incrementos del 30 por ciento en algunas referencias en frutas y hortalizas.

Los productos que más crecen ventas en frutas y hortalizas en Noruega son pepino y zanahoria, seguido de tomates y lechugas. En el capítulo de frutas, el incremento de ventas se produce en manzanas, bananas y naranjas, aunque la ciruela orgánica es la segunda fruta más consumida con una demanda de 20 toneladas en Noruega durante 2013. ♦



REPRESENTATIVIDAD DE ORGÁNICOS FRENTE A CONVENCIONAL EN NORUEGA (2013)

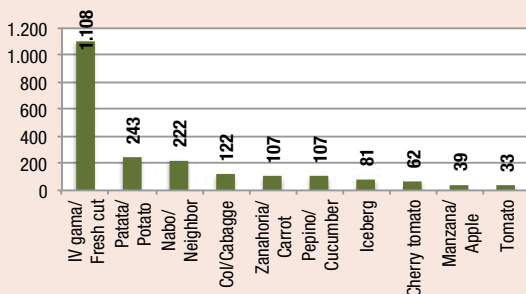
% ORGANIC VS CONVENTIONAL IN NORWAY (2013)

Mill €. Source: Nielsen/Debio.

VENTAS FRUTAS Y HORTALIZAS FRESCAS 'ECO' (2013)

SALES ORGANIC FRESH F&V (2013)

Tons. Source: Debio.





Sabiorea la vida.



En una sociedad que reclama cada día más disfrutar de los productos cercanos y de calidad, **Solagora** se presenta como un referente en la producción y comercialización de frutas y verduras mediterráneas.

Con una amplia gama de más de 30 referencias en productos BIO, nuestra experiencia en comercializar primeras marcas europeas nos permite aprovechar al máximo la riqueza de nuestras tierras y el saber hacer tradicional de nuestros agricultores. Con una capacidad de respuesta máxima a las necesidades de calendario y puesta en marcha de programas de producción que incluye variedades propias.

Descubra la singularidad de **Solagora** y empiece a **sabiorear** la vida.



545, Avenue de Londres - B.P. 95052
Z.A.C. Saint-Charles
86030 PERPINAN Cedex Francia

Tél.: +33 4 68 68 38 62
commercial@solagora.com
www.solagora.com

SOLAGORA forma parte
del Grupo Anecoop



EKOBABY

LA COMERCIALIZADORA Y EXPORTADORA GRANADINA DE FRUTAS Y HORTALIZAS BIO CONTINÚA CRECIENDO E INVIRTIENDO EN LA MEJORA DE SUS INSTALACIONES PARA RESPONDER A LA CRECIENTE DEMANDA EUROPEO DE PRODUCTO ECOLÓGICO.

La comercializadora y exportadora de frutas y verduras orgánicas, Ekobaby, cuenta con 1.500 metros cuadrados de almacén, de los cuáles 500 metros están destinados a la recepción del producto y 1.000 de ellos a la manipulación.

Francisco Correa, dueño de la firma, cuenta con 12 hectáreas cultivadas en Puntalon, Carchuna y Calahonda; provincia de Granada.

La marca Ekobaby, cuenta con un catálogo en el que el consumidor puede encontrar hortícolas como pepino holandés, su producto estrella; tomate en rama, suelto, pera, rebellion y pata negra; cherry en rama y suelto; judía, berenjena, calabacín y pimiento. Y frutas como el mango, aguacate y chirimoya.

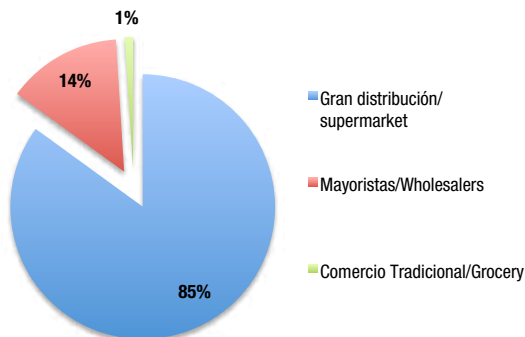
Los mercados internacionales a los que se dirigen estos pro-

ductos son Francia, Estados Unidos, Reino Unido, Alemania, Bélgica, Suiza, Suecia y Dinamarca. Siendo su principal mercado Francia.

Ekobaby continúa creciendo e invirtiendo en la mejora de sus instalaciones para responder a la creciente demanda europeo de producto ecológico. En los últimos dos años, la empresa ha invertido en maquinaria para las líneas de tomate y para el manejo de las instalaciones de la propia empresa. En los invernaderos, las inversiones son anuales, mejorando la estructura, el funcionamiento del regadío y automatización de la ventilación. ♦

CARTERA DE CLIENTES TYPES OF CUSTOMERS

Source: Ekobaby





Francisco Correa, gerente de Ekobaby.

THIS ECOLOGICAL COMPANY FROM GRANADA IS FOCUSED ON COMMERCIALIZING AND EXPORTING OF GREEN FRUITS AND VEGETABLES. EKOBABY CONTINUES TO GROW AND INVEST TO IMPROVE ITS FACILITIES AND TO MEET THE NEEDS OF GREEN PRODUCT.

Ekobaby has 1,500 square meters of warehouse of which 500 square meters are intended for the receipt of the product and 1,000 of them for packaging.

Francisco Correa, owner of the company, has 12 hectares in Puntalón, Carchuna and Calahonda (Granada).

The trade mark Ekobaby has a catalogue with different products. The consumer can find cucumber (leading product); vine and loose cherry tomatoes, green bean, aubergine, courgette, pepper and different varieties of tomato: vine, plum, loose, Rebelión and pata negra. Regarding to fruits: mango, avocado and custard apple.

France, the United States, the United Kingdom, Germany, Belgium, Switzerland, Sweden and Denmark are the international markets where are sent the products from Ekobaby, with France as leading market. Ekobaby continues to grow and invest in improving their facilities

ties to meet the growing needs of European green product. In last two years, the company has invested in machinery for tomato varieties and management of the company. The investments are annual in greenhouses in order to improve the structure, irrigation and automated control and regulation of ventilation. ♦



CALENDARIO DE PRODUCCIÓN / AVAILABILITY												
	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec
Hortalizas/Vegetables												

POLONIA

Las tiendas independientes toman la delantera

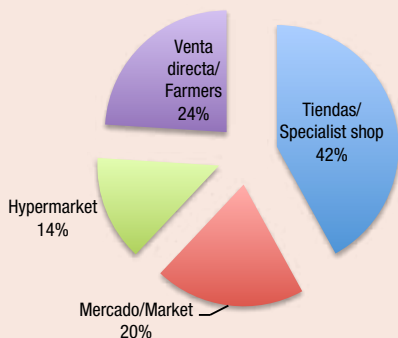
La corriente orgánica a los alimentos empieza a desarrollarse en Polonia. Cada polaco se gasta una media de cuatro euros en comprar productos orgánicos, de los que casi el 32 por ciento corresponden a frutas y hortalizas.

Es la categoría alimenticia más importante con consumos especialmente altos en los meses de verano, coincidiendo con la campaña polaca, y entre los polacos de las grandes ciudades. El grueso de venta se produce en ciudades entre 100.000 y 500.000 habitantes y muy ligada a familias de alto poder adquisitivo y una formación universitaria.

Polonia cuenta en la actualidad con 700 tiendas independientes que venden frutas y hor-

talizas ecológicas, de las que 100 se encuentran en Varsovia. El ritmo de nuevas tiendas o comercios que se adaptarán para vender productos ecológicos crecerá a un ritmo del 20 por ciento en los próximos tres años, según la consultora YPI Consulting.

Actualmente, la demanda de productos ecológicos en Polonia se cifra en 184 millones €, y los analistas señalan que seguirá creciendo. El periodo fuerte de consumo es el veranigo, ya que los polacos se acercan a los productores orgánicos polacos. De hecho, la venta directa productor-consumidor supone el 24% de las ventas de los productos agroalimentarios y es el segundo canal más utilizado. ♦

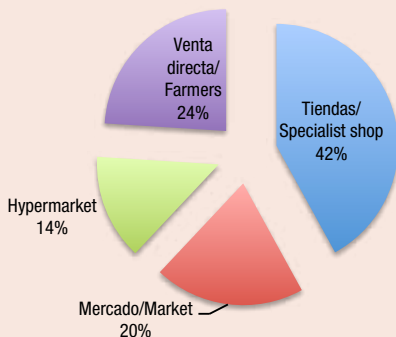


VENTAS DE PRODUCTOS ORGÁNICOS EN POLONIA (2014) SALES ORGANIC FOOD IN POLAND (2014)

Source: YPI Consulting.

TENDENCIAS DE CONSUMO DE ORGÁNICO EN POLONIA (2015) TRENDS CONSUMPTION ORGANIC FOOD IN POLAND (2014)

Source: EkoConnect.





finca Valleluz

A veces, cuando las cosas cambian... algo bueno se transforma en algo mejor



Pol. Ind. Centrovía. C/ Los Ángeles, 11 · 50198
La Muela (Saragossa, Spain)
Telf: (+34) 976 813 392 - Fax: 976 813 398

Email: info@lafuentetomey.com
Web: www.lafuentetomey.com

LA FIRMA MALAGUEÑA CONTINÚA ESPECIALIZÁNDOSE EN PRODUCTO ECOLÓGICO Y AMPLIANDO SU CATÁLOGO DE PRODUCTOS QUE YA CUENTA CON SUBTROPICALES, TOMATE CHERRY, PIMIENTO, PEPIÑO, CALABACÍN Y BERENJENA CIENTOS POR CIENTO BIO.

La productora malagueña de frutas y hortalizas ecológicas, FrunetBio, continúa creciendo en volumen y negocio desde su puesta en marcha en 2003. Esta firma, productora, importadora y comercializadora cuenta con una planta de confección y manipulado dedicado al producto ecológico de 4.000 metros cuadrados; destinados a sus productos BIO tomate cherry, tomate rama, pepino, calabacín, berenjena y pimiento. Con un volumen de producción de 8.000 toneladas de hortalizas, sus productos ecológicos son comercializados bajo las marcas Frunet Bio y Supreme Bio.

De la misma manera, su línea de subtropicales ecológicos continúa su crecimiento con mango y aguacate. Producidas en España e importadas de diferentes orígenes en Sudamérica y África. En ambas líneas de negocio la exportación es su principal salida a los mercados nórdicos, Alemania, Francia y Reino Unido; principalmente. En los últimos años, Frunet ha realizado una inversión total de 300.000 euros para dotar de mayor calidad y mejor logística a su línea de productos orgánicos. ♦





Antonio Lavao, gerente de Frunet.

THIS FIRM FROM MALAGA CONTINUES SPECIALIZING IN ECOLOGICAL PRODUCT AND EXPANDING THE BROCHURE OF GREEN FRUITS AND VEGETABLES.

THIS CATALOG HAS SUBTROPICAL FRUITS, CHERRY TOMATO, PEPPER, CUCUMBER, COURGETTE AND AUBERGINE.

FrunetBio continues growing both volume and turnover since started in 2003. This company grows, imports and commercialises organic fruits and vegetables. For that work has facilities with 4,000 square meters for handling and packaging of ecological products: cherry tomato, vine tomato, cucumber, courgette, aubergine and pepper.

Output volume reaches 8,000 tons of vegetables. In addition, ecological products are marketed under the brand Frunet Bio and Supreme Bio.

In the same way, the range of ecological subtropical fruits continues growing with mango and avocado. They

are grown in Spain and imported from different places from South America and Africa. Both business areas, the export is main output to the Nordic markets, Germany, France and the United Kingdom.

In recent years, Frunet has made a total investment by €300,000 to provide higher quality and better logistics to its range of organic products. ♦

CALENDARIO DE PRODUCCIÓN / AVAILABILITY												
	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec
Tomate cherry/Cherry tomato												
Tomate rama/Vine tomato												
Pepino/Cucumber												
Berenjena/Aubergine												
Calabacín/Courgette												
Pimiento/Pepper												



En pimiento california...
**asegúrate un cultivo
sano y productivo**



Con los pimientos
más resistentes ante oídio

En **Ciclo Temprano**

Nirvin RZ  

Máximas resistencias

En **Ciclo Medio**

Canzion RZ   

Ciclo largo sin oídio



Sharing a healthy future



En tomate...

asegúrate un cultivo sano y productivo

Con los tomates más resistentes ante oídio

En **Ramo**

Raymos RZ  

Ramo o suelto desde temprano

Ramywin RZ  

Calidad de ramo en invierno

En **Cocktail**

Calioso RZ 

El cocktail premiun del mediterráneo



frutas garcia vargas c.b.

producción de fruta ecológica



SON LOS MAYORES PRODUCTORES EUROPEOS DE PERA ERCOLINI Y PARAGUAYO ORGÁNICO. ALEMANIA Y FRANCIA SON SUS DESTINOS DE REFERENCIA. HAN EMPEZADO A TRABAJAR CON POLONIA Y DINAMARCA.

Frutas García Vargas es hoy el mayor productor europeo de paraguayo ecológico con una oferta en 2015 que superó las 280 toneladas. El mercado UE dispone de escasa oferta de paraguayo y platerina orgánica, y esta firma murciana, gestionada por los hermanos García Vargas, disponen de esta peculiar oferta.

Son tres referencias no habituales en los mercados: paraguayo, platerina y pera Ercolini, en la que se ha especializado la firma Frutas Vargas, ubicada en Jumilla (Murcia).

Además, la pera Ercolini que trabaja la empresa, es la única ecológica de la IGP 'Pera de Jumilla'. Son 1.400 toneladas disponibles desde julio hasta septiembre. La pera Ercolini siempre ha sido el valor diferenciador y añadido de la empresa.

Destinos. Durante 2015 alcanzaron una oferta comercial de

880 toneladas en ecológico. La singularidad de los productos que producen, les ha facilitado abrir nuevas oportunidades en Polonia y Dinamarca con la pera Ercolini; y en Suiza con el paraguayo.

El valor diferenciador de la pera Ercolini orgánica les ha facilitado trabajar con mercados como Eslovaquia o Croacia, y realizar operaciones a Abu Dhabi.

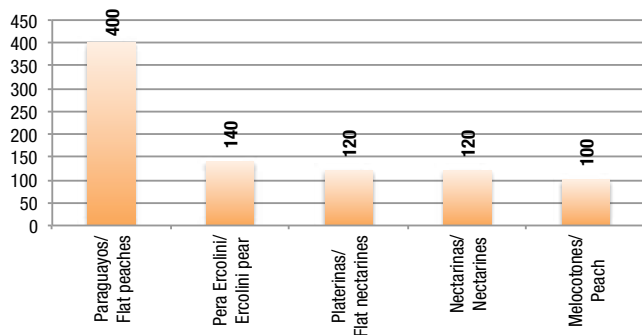
Alemania y Francia son los destinos donde más comercializan.

La empresa ha incrementado su oferta en un 48% en el periodo 2012-2015 y las expectativas es alcanzar las 1.000 toneladas de oferta orgánica a medio plazo.

La cartera de frutales tan específica que "tenemos actualmente, nos está facilitando trabajar con clientes y mercados diferentes. Hay en el mercado escasa oferta de paraguayo, platerina y de pera Ercolini ecológica, y estamos diversificando y seleccionando la clientela", indica Juan García Vargas, director comercial de Frutas García Vargas. ♦

PRODUCCIÓN ORGÁNICA
ORGANIC OFFER
FRUTAS VARGAS
(2015)

Tns. Source: Frutas Vargas.





Antonio García Vargas (izda) y Juan García Vargas.

THEY ARE THE LARGEST EUROPEAN GROWERS OF ERCOLINI PEAR AND ORGANIC FLAT PEACH. GERMANY AND FRANCE ARE THE MAIN DESTINATIONS, BUT HAVE BEGUN TO WORK WITH POLAND AND DENMARK.

Nowadays, Frutas Vargas is the largest European grower or organic flat peach with more than 280 tons in 2015. The EU has little supply of organic flat peach, and the company from Murcia, managed by García Vargas brothers, has a peculiar supply.

Flat peach, flat nectarine and Ercolini pear are three not common products in the markets, so Frutas Vargas, located in Jumilla (Murcia), has specialized in these fruits.

In addition, the Ercolini pear, which is commercialised by the company, is the only eco-friendly fruit of PGI 'Pera de Jumilla'. There are 1,400 tons available from July to September. The Ercolini pear has always been the added value of the company.

Destinations. The company reached 880 tons of organic products in 2015. The uniqueness of the products grown by the firm has opened new opportunities in Poland and Denmark with Ercolini pear;

and in Switzerland with the flat peach.

The differentiating value of the organic Ercolini pear has provided new opportunities with Slovakia or Croatia, and trading actions in Abu Dhabi. Germany and France are the destinations with more trading activities. Germany reaches 75 per cent of flat peach from Frutas Vargas. In addition, it is the most important market for this fruit.

The company has increased the offer by 48% between 2012 and 2015. The prospect for the company is focused on jumping up to 1,000 tons of organic fruits in short term after buying new estates.

The portfolio of fruits that "we have is so specific that is providing us work with customers and different markets. There are little offer of flat peach, flat nectarine and organic Ercolini pear in the market, and we are diversifying and selecting the customers", says Juan García Vargas, sales manager of Frutas Vargas. ♦

CALENDARIO DE PRODUCCIÓN / AVAILABILITY												
	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec
Paraguay/Flat peach												
Platerina/Flat nectarine												
Melocotón/Peach												
Nectarina/Nectarine												
Pera Ercolini/Ercolini pear												

UNITED KINGDOM REINO UNIDO

Recupera su consumo de frutas y hortalizas 'eco'

El consumo ecológico de frutas y hortalizas en el Reino Unido ha iniciado una senda de recuperación. Durante 2014, la demanda se incrementó en un seis por ciento, aunque gracias a las frutas frescas, ya que las hortalizas estabilizaron sus ventas con respecto a 2013. De esta manera se rompe una dinámica a la baja en las ventas, iniciada hace cinco años. Todas las categorías han sufrido durante estos años, y por este motivo el cuadro de ventas no ha cambiado mucho. Los productos lácteos son los más importantes en consumo al suponer el 30 por ciento del negocio, seguido por las frutas y hortalizas, que alcanza el 24 por ciento.

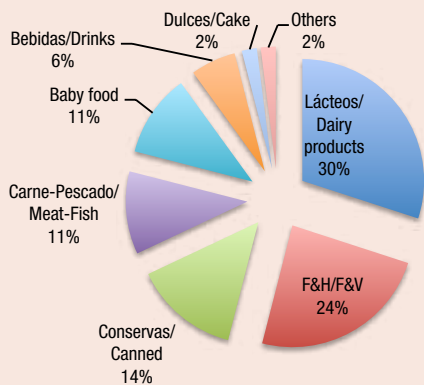
La única categoría que ha incrementado sus ventas han sido los productos de niños –baby

food–, que ya suponen el 11 por ciento.

Tesco se mantiene como la cadena que más frutas y hortalizas orgánicas vende en Reino Unido, seguido de cerca por Sainsbury's y por Waitrose, que sigue aumentando paulatinamente su cuadro de ventas.

La demanda de frutas y hortalizas ecológicas es cosa, sobre todo, de la población más joven. Los consumidores comprendidos entre 28-34 años son los grandes demandantes de frutas y hortalizas 'eco'. Es precisamente la franja más joven –desde 28 hasta 44 años–, la que acapara el consumo fuerte de productos frescos ecológicos.

Cuanto el consumidor tiene más edad, la demanda es más baja. Los jubilados contemplan una demanda muy baja. ♦

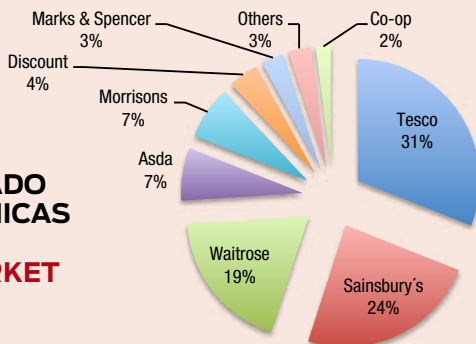


VENTAS DE PRODUCTOS ORGÁNICOS EN REINO UNIDO (2014) SALES ORGANIC PRODUCE IN UK (2014)

Source: Soil Association

CUOTA DE MERCADO CADENAS BRITÁNICAS (2013) UK ORGANIC MARKET CHAIN (2013)

Source: Kantar Worldpanel.





Parque empresarial Cabecicos Blancos
C/Molino Grande, nave 9
30892 - Librilla
Murcia
info@tonifruit.com
T.+34 968 071 056
www.tonifruit.com



GREENFOOD

IMPORT • EXPORT

MÁS DE 20 AÑOS
TRABAJANDO
CON FRUTAS,
HORTALIZAS Y
TROPICALES
BIO-ECOLÓGICO;
OFRECIENDO UNA
AMPLIA GAMA DE
PRODUCTO PARA
TODO TIPO DE
CONSUMIDOR.

La malagueña Bio Green Food cuenta ya con más de 20 años trabajando con producto ecológico cien por cien certificado. Y es que, aunque esta empresa naciera en 2005, su equipo ya trabajaba con frutas y hortalizas Bio desde 1995.

Esta firma se dedica principalmente a producto fresco; producción, importación, comercialización y exportación de hortalizas de invernadero, frutas, cítricos, tropicales y hortalizas de hoja. Su producto estrella es el pepino holandés bio pero también es especialista en tropicales y cítricos. Productos frescos producidos en España pero también en México, Ecuador, Perú, Chile, Brasil, Senegal, Burkina Faso y Marruecos. En seco, comercializa arroz, semilla, cereales de desayuno, cereales, legumbres, azúcar y pasta. Y en procesado mermeladas, vino, aceite y derivados de tomates y demás hortalizas; última línea esta que se ampliará ya que se trabaja en un proyecto a corto plazo para ofrecer salsas y deshidratado. Para todo ello, cuenta con un almacén de manipulado de unos 2.000 metros cuadrados,

tres cámaras de frío y maduración y capacidad para unos 200 palet. También cuentan con maquinaria especializada para calibrar, limpiar, lavar; así como envasar y cumplir con las exigencias de cualquier cliente confeccionando todo tipo de producto envasado ya sea a granel, encajado, malla, girsac, retráctil; entre otros.

Bio Green Food trabaja con Alemania, Francia, Inglaterra, Suiza, Holanda y Países Nórdicos como principales mercados; comercializando bajo las marcas Bio Green Food su producto fresco y la marca Greenherz en producto seco. Francia, Alemania y Suiza son los mercados internacionales que más crecen. Aunque España empieza a seguir la tendencia y cada vez demanda más producto BIO.

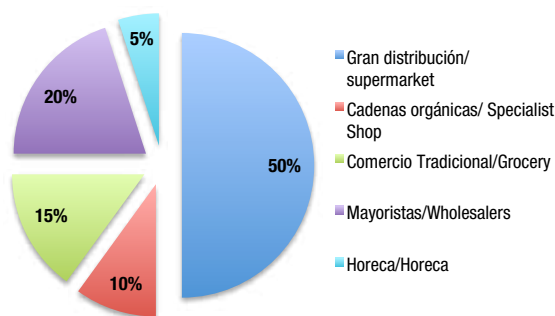
En estos dos últimos años la empresa ha realizado diversas inversiones con el objetivo de aumentar la oferta y mejorar la tecnología. Además, ha invertido en una sala blanca para la fabricación de nuevos productos y maquinaria para envasado y paletizado. En la actualidad se está construyendo una cámara frigorífica, de almacenamiento y maquinaria de procesado.

En un futuro, la malagueña prevé ampliará su gama de productos llegando a las 100 referencias nuevas; con el objeto de ofrecer a todo tipo de clientes un producto a medida de sus necesidades, no solamente a grandes clientes sino a particulares de España y Europa. ♦

CARTERA DE CLIENTES. 2014

TYPES OF CUSTOMERS

Source: Ecogreenfood



THIS COMPANY
HAS BEEN WORK-
ING MORE THAN
20 YEARS WITH
ORGANIC FRUITS,
VEGETABLES
AND TROPICAL
FRUITS.
THESE ENTIRE
PRODUCTS ARE
OFFERING A
WIDE RANGE OF
PRODUCT FOR
ALL TYPE OF
CONSUMERS.

This company from Malaga has been working more than 20 years with organic products a hundred per cent certified. Although the firm was founded in 2005, the team has already grown organic fruit and vegetables since 1995.

Bio Green Food is mainly dedicated to fresh products; production, import, trading and export of vegetables, fruits, citrus, tropical fruits and leafy vegetables. The main product is the organic cucumber, but is also specialized in tropical fruits and citrus. The fresh products are grown in Spain, and also in Mexico, Ecuador, Peru, Chile, Brazil, Senegal, Burkina Faso and Morocco.

Regarding to dry food, commercialises rice, seed, cereals, pulses, sugar and pasta. Processed food: jams, wine, oil and processed tomato and vegetables. Those two last products will be expanded, since the company is working to offer sauces and dehydrated food in short-term.

The company has a warehouse with around 2,000 square meters, three cold chambers and maturation, and capacity for approximately 200 pallets. It also has specialized machinery to calibrate, clean, wash and pack

to meet the needs of customers (loose, filled package, net packaging, girsac, shrink packaging, among other type of packing). Bio Green Food works with Germany, France, England, Switzerland, the Netherlands and the Nordic countries as the main markets. Fresh products are commercialised under the brand Bio Green Food; and Greenherz for dried food. France, Germany and Switzerland are the international markets that are getting bigger. Nevertheless, Spain is following the trend and increasingly demands more organic products.

For the last two years, the company has made investments in order to increase the supply of products and improve the technology. In addition, it has invested in a new white room for manufacturing of new products and machinery for packing and palletizing. Currently, it is building new facilities: cold room, warehouse and processing machinery.

In the future, Bio Green Food will expand the range of products reaching 100 new products. The aim is focused on offering all kinds of products to meet the needs of customers both Spanish customers and the rest of Europe. ♦

CALENDARIO DE PRODUCCIÓN / AVAILABILITY												
	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec
Calabacin/Courgette												
Pepino/Cucumber												
Berengaja/Aubergine												
Tomate/Tomato												
Pimiento/Pepper												
Cherry/Cherry tomato												
Judía/Bean												
Limón/Lemon												
Naranja/Orange												
Clementina/Clementine												
Pomelo/Grapefruit												
Mango												
Aguacate/Avocado												
Puerro/Leek												
Col/Cabbage												
Zanahoria/Carrot												
Remolacha/Beet												

S W E D E N S U E C I A

El mercado total

Cuando el 91% de los suecos afirman que los alimentos convencionales deterioran el entorno y pueden afectar a la salud, se puede afirmar que este destino está pensado para el fuerte desarrollo de la alimentación ecológica.

Las encuestas realizadas por el consultor Ekoweb –organismo de referencia de lo orgánico en Suecia– desvelan que el 80 por ciento de los suecos consumiría más productos ecológicos si el precio fuese más accesible.

El público joven es el más ecológico. El 90 por ciento de los estudiantes afirman adquirir productos orgánicos de vez en cuando. Es un fenómeno urbano más que rural y las pers-

pectivas de crecimiento hasta 2025 con las de triplicar el consumo.

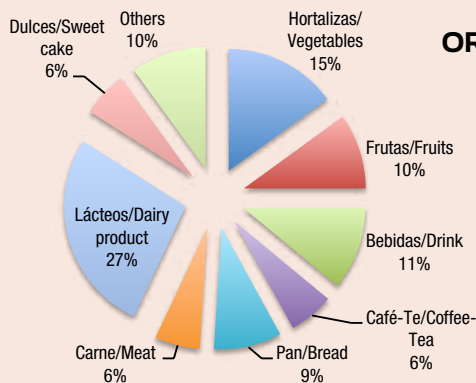
Y en este consumo, valorado en 440 millones de euros, las frutas y hortalizas suponen el 25 por ciento –15 por ciento para hortalizas y el resto para frutas– y es la segunda categoría más consumida. Por delante sólo los productos lácteos y derivados.

La banana es el producto hortofrutícola más consumido y es el único que se encuentra en el 'Top 5' de los más consumidos.

La cadena ICA es la referencia en frescos ecológicos al sumar el 30 por ciento del mercado. Coop es la alternativa con el 16 por ciento. ♦

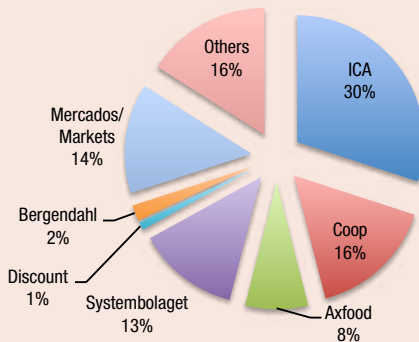
VENTAS PRODUCTOS ORGÁNICOS EN SUECIA (2014) SALES ORGANIC PRODUCE SWEDEN (2014)

Source: SCB.



CUOTA MERCADO CANALES EN ORGÁNICO (2014) MARKET SHARE CHAIN ORGANIC PRODUCE (2014)

Source: Ekoweb.



frutas garcia vargas c.b.

producción de fruta ecológica



Somos los mayores productores europeos de paraguayos y platerinas ecológicas y los únicos de pera Ercolini ecológica bajo la D.O. 'Pera de Jumilla'

Frutas Garcia Vargas is the leading player in flat peaches and flat nectarines in EU and the uniques in organic Ercolini pear with branding 'IGP Pera de Jumilla'



frutas garcia vargas c.b.
producción de fruta ecológica



Polígono Industrial El Castillo s/n
Apdo. 362 - 30520 JUMILLA (Murcia)
Tel./fax: +34 968 78 38 57



finca Valleluz

DISPONE DE UNA EXTENSIÓN DE CULTIVO EN SU FINCA DE RICLA (ZARAGOZA) DE 118 HECTÁREAS EN FASE DE CONVERSIÓN A LA PRODUCCIÓN ECOLÓGICA, LO QUE CONVERTIRÁ A ESTA EMPRESA EN UN REFERENTE NACIONAL E INTERNACIONAL EN LA OFERTA DE HUESO.

La fruticultura ecológica cuenta con un gran potencial en Aragón. La finca Valleluz, ubicada en el término municipal de Ricla, cuenta con una superficie de 118 hectáreas, y participa implementando técnicas agrícolas de producción sin residuos. En concreto, es un proyecto de investigación europeo coordinado por la Universidad de Zaragoza para cosechar frutas de hueso de una manera sostenible, sin pesticidas y con cero residuos. La finca se encuentra en un entorno ideal para la producción bajo los protocolos ecológicos, trabajando con cinco especies frutales de hueso y un amplio surtido de materiales. Ejemplos: 14 variedades de cereza en sus 28 hectáreas de cultivo; cuatro variedades de melocotón entre rojo y amarillo en 15 hectáreas. En el caso de la nectarina se

produce las siete variedades en 29 hectáreas y 10 variedades entre paraguay y albaricoque en una extensión de 14 y 12 hectáreas, respectivamente.

Y todo ello, estudiando el comportamiento de las variedades seleccionadas de cada una de ellas, como resultado de la implantación de esas tecnologías de producción sostenible y sin residuos en todas las etapas del cultivo.

Para Jesús Lafuente, responsable de producción de Finca Valleluz, "la experiencia acumulada en este proyecto durante estos años ha propiciado que nuestra siguiente apuesta pase por la producción de frutas de hueso bajos los protocolos ecológicos".

La firma prevé una oferta de frutas de hueso orgánica en tres años que rozará el listón de las 3.000 toneladas. ♦





THE SURFACE OF CROP OF ITS PROPERTY OF RICLA (SARAGOS-SA) IS 118 HECTARES IN PHASE OF CHANGE TO ORGANIC PRODUCTION, WHICH WILL TURN THIS COMPANY INTO A NATIONAL AND INTERNATIONAL REFERENCE OF STONE SUPPLY.

The organic fruit growing has a great potential in Aragon. The Valleluz property, located in the municipality of Ricla, has a surface of 118 hectares, which implements agricultural techniques of production without waste products. In particular, it is an European project of investigation coordinated by the University of Saragossa to harvest stone fruits of a sustainable way, without pesticides and with zero residues.

The land is in ideal surroundings for the production with organic protocols working with five varieties of stone fruit and an ample range of materials. Examples: 14 varieties of cherry in its 28 hectares of crop; four varieties of red and yellow peach in 15 hectares.

Seven varieties of nectarines are grown in 29 hectares and 10 varieties of flat peach and apricot in a surface of 14 and 12 hectares, respectively.

And all of this has been done studying the behavior of each one of the selected varieties, as a result of the implantation of these technologies of sustainable production and without residues in all the stages of the crop.

In the opinion of Jesús Lafuente, person in charge of production of Finca Valleluz, "the experience gathered in this project during these years has caused that our following bet were on the production of stone fruits grown with organic protocols".

The company anticipates a supply of organic stone fruit in three years up to 3,000 tons. ♦



SWITZERLAND

Sigue buscando su techo

Los suizos son los europeos que más dinero destinan a consumir productos orgánicos. En frutas y hortalizas destinaron más de 342 millones de francos suizos -314 millones de euros-, lo que supone una media aproximada de 35 euros per cápita.

Las ventas durante 2014 se incrementaron en casi un 12 por ciento en frutas y más de un siete por ciento entre hortalizas y patatas. Es de los destinos de mayor crecimiento en Europa, a pesar de que parte de niveles altos.

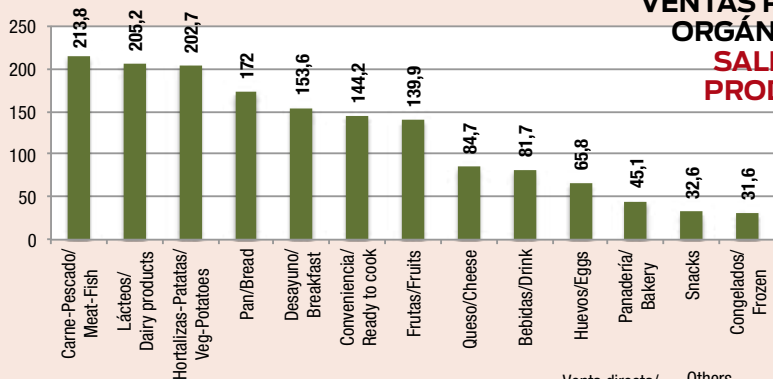
El consumo de los productos ecológicos está muy asumido entre los suizos y hay productos como el pan o los huevos, donde la gama orgánica ya supone el 20 por ciento de las ventas totales de estos dos productos.

En frutas y hortalizas, el nivel de penetración también es alto. El peso de las hortalizas ecológicas en los lineales supone casi el 15% de las ventas globales de vegetales, mientras que en las frutas supone más del 10 por ciento.

En los últimos años, la demanda de frutas y hortalizas orgánicas ha ido creciendo en el mercado suizo de la mano de las cadenas Coop y Migros, que actualmente contemplan una cuota de mercado del 78 por ciento. Coop está por delante de Migros.

No obstante, en el último año, las tiendas especializadas han arañado espacio a los supermercados, y las tiendas especializadas han sumado dos puntos y se han ido a una cuota de mercado del 12 por ciento. ♦

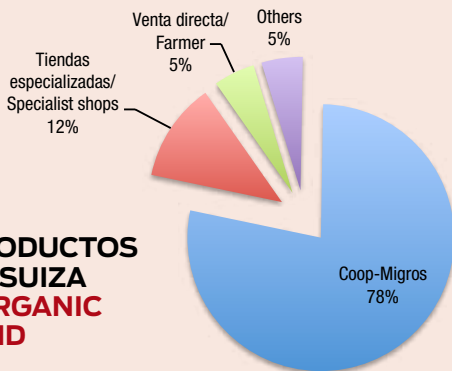
VENTAS PRODUCTOS ORGÁNICOS (2014) SALES ORGANIC PRODUCE (2014)



Mill Francos suizos.
Source: Bio-Suisse.

DISTRIBUCIÓN DE LOS PRODUCTOS FRESCOS ORGÁNICOS EN SUIZA MARKET SHARE FRESH ORGANIC PRODUCE IN SWITZERLAND

Source: Nielsen.



 **Agromark**
Fresh Produce from Spain



Conventional and organic
fresh produce from Spain



Agromark
Fresh Produce from Spain

Torre Pacheco
Murcia, España
www.agromark.eu

Mr.Orgánica

LA NUEVA DEMANDA ESPAÑOLA DE PRODUCTOS ORGÁNICOS PERMITE LA PRESENCIA DE NUEVOS DISTRIBUIDORES COMO MR. ORGÁNICA. ESTA EMPRESA CENTRará SU DISTRIBUCIÓN ENTRE MAYORISTAS Y DETALLISTAS ESPECIALIZADOS DE ESPAÑA CON DIFERENTES PRODUCTOS 'ECO' –HASTA 1.000 REFERENCIAS–, Y DE LA UE CON FRUTAS Y HORTALIZAS EXCLUSIVAMENTE.

La demanda española de productos orgánicos tiene un nuevo distribuidor en el sureste español. Mr Orgánica llega al mercado para abastecer a mayoristas, detallistas independientes y pequeñas cadenas orgánicas de productos frescos y enlatados –frutas y hortalizas, aceites, vinos, zumos, quesos, ...–, además de productos cosméticos.

La empresa tiene su sede en Librilla (Murcia) y cuenta con una plataforma logística de 500 metros cuadrados con personal especializado en el diseño de grupajes.

El perfil de clientela que busca Mr Orgánica son mayoristas y detallistas especializados tanto en el ámbito español como internacional. En el ámbito internacional, la empresa sólo se va a centrar en la distribución de frutas y hortalizas frescas.

Mr Orgánica ha adquirido 30 hectáreas de una finca ecológica en Murcia para desarrollar diferentes líneas de producto: tomates, pimientos,

fruta de hueso, hoja o brócoli, y responder a la demanda.

Posicionamiento. Además de contar con producciones propias, la firma, dirigida por el empresario Juan Antonio Martínez, está trabajando en ampliar su red de proveedores hortofrutícolas en el sureste español, ya que “vamos a necesitar diferentes líneas de producto hortofrutícola para responder a las demandas de la clientela internacional”, apunta Martínez.

La estrategia para la clientela española es más abierta, ya que no sólo se centra en frutas y hortalizas, sino que va a proveer de aceites, vinos, zumos, lácteos y derivados y gama cosmética.

La nueva distribuidora cuenta con un portfolio de 1.000 referencias de productos ecológicos. ♦





Juan Antonio Martínez, director de Mr.Orgánica.

THE NEW SPANISH DEMAND FOR ORGANIC PRODUCTS ALLOWS THE PRESENCE OF NEW DISTRIBUTORS, LIKE MR. ORGANIC. THIS COMPANY IS FOCUSED ON THE DISTRIBUTION BETWEEN WHOLESALERS AND RETAILERS FROM SPAIN WITH DIFFERENT GREEN PRODUCTS - UP TO 1,000 PRODUCTS-, AND FROM EUROPEAN UNION WITH ONLY FRUITS AND VEGETABLES.

The Spanish demand of organic food has a new distributor in the southeast of Spain. Mr Organica has arrived on the market to supply wholesalers, independent retailers and small chains of organic fresh and canned food - fruit and vegetables, oils, wines, juices, cheese, ... -, in addition to cosmetics.

The company is located in Librilla (Murcia) and has a logistics platform of 500 square meters with specialized staff. The profile of customer are retailers and wholesalers both Spain and international area. Regarding to international area, the company is only focused on the distribution of fresh fruits and vegetables.

Mr Organica has acquired 30 hectares of an organic state in Murcia to develop different products: tomatoes, peppers, stone fruit, leaf or broccoli, and meet the needs of the demand.

Status. Apart from home-grown fruits and vegetables, the company, run by Juan Antonio Martínez, is working to extend its network of horticultural suppliers in south-eastern Spain, since "we're going to need different types of fruits and vegetables to meet the demands of international customers," says Martínez.

The strategy for Spanish customers is wider, because not only is focused on fruit and vegetables, but also provide oils, wines, juices, dairy products and cosmetics. The new distributor company has a portfolio with 1,000 organic products. ♦

SUPERFICIE

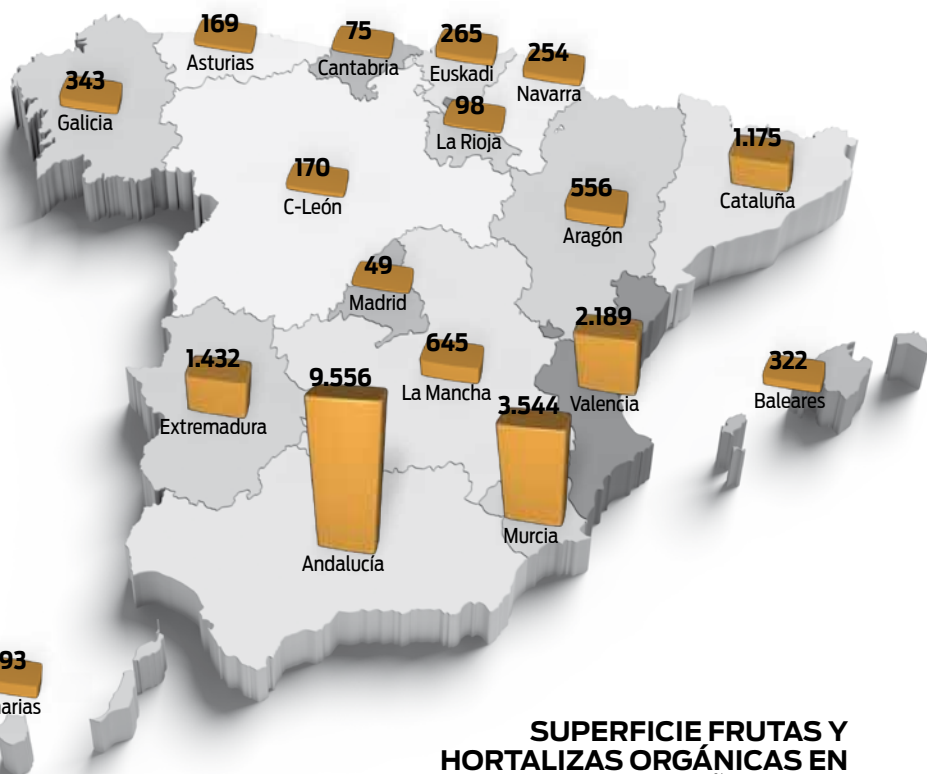
ESPAÑA

Andalucía es la productora de referencia de frutas y hortalizas orgánicas. Suma casi 4.000 hectáreas en hortícolas y más de 3.700 hectáreas en cítricos, superando a Valencia que suma sólo 1.200 hectáreas, pese a que Valencia es la gran productora en cítricos convencionales.

Murcia es la segunda región en importancia

sumando casi 1.200 hectáreas en cítricos de las 3.500 hectáreas en frutas y hortalizas.

El resto de regiones son más testimoniales, aunque Cataluña y Extremadura superan las 1.000 hectáreas. Extremadura se hace visible en frutales –655 hectáreas– y Cataluña diversifica entre hortalizas –más de 600 hectáreas– y frutales. ♦



**SUPERFICIE FRUTAS Y
HORTALIZAS ORGÁNICAS EN
ESPAÑA (2013)**
**AREA ORGANIC F&V IN
SPAIN (2013)**

Has. Source: Magrama.

Balcon de Níjar

Agricultura Ecológica
Produkt aus ökologischem Anbau

**Best Quality
at
Best Price**

fruit
attraction

FERIA INTERNACIONAL DEL SECTOR DE
FRUTAS Y HORTALIZAS
Nº DE STAND 9B07B



GLOBALG.A.P.



TESCO



BIOCHERRYTO

Autovía del Mediterraneo-Salida 481.
Poligono Industrial " La Granatilla "
CP:04110 Níjar.- Almeria - España
<http://www.balcondenijar.com>
Tfno: 950 955 936, 950 955 937.

rganic Growers

CON UNA FUERTE CAPACIDAD DE DESARROLLO, LA COMERCIALIZADORA ORGANIC GROWERS TRABAJA EN LA APERTURA DE UNA NUEVA LÍNEA DE DISTRIBUCIÓN EN CANADÁ Y EEUU.

La ecológica Organic Growers combina la mentalidad Bio y un férreo control técnico para la producción de sus productos. Esta comercializadora, formada como asociación de agricultores, no sólo trabaja con el género de sus asociados. Cuenta, además, con una amplia cartera de colaboradores, productores y empresas independientes, que aportan nuevos productos a su catálogo comercial, garantizando una amplia y diversa oferta de producto fresco y planificado directamente de campo en cualquier época del año; todos bajo la certificación GlobalGap.

Con un equipo altamente cualificado y con más de 17 años de experiencia en comercio exterior y asesoramiento técnico, tanto en producción como en confección, ofrece un servicio directo a agricultores y clientes.

Entre sus productos, destacan todas las variedades de pimiento y tomate; así como pepino y cítricos. Todo etiquetado bajo la marca propia Organic Growers, exceptuando

aquellos productos de clientes que cuenten con marca propia y requieran de una línea especial de empaquetado.

Organic Growers trabaja en el mercado internacional, sus clientes son en un 70% supermercados en Alemania, Francia, Reino Unido y Escandinavia; siendo el 30% restante redistribuidores en Holanda y otros pequeños mayoristas. En la actualidad, la firma trabaja en una nueva línea de distribución que ya comenzara en la pasada campaña, como son Canadá y EEUU.

En el último año la marca ha incrementado su volumen de precios fijos de campaña bajo programas establecidos en más de un 13%. De la misma manera, ha realizado una fuerte inversión en maquinaria de pre empaquetado para nuevas líneas de trabajo y en la adquisición de diez nuevas hectáreas para el desarrollo de cultivos Bio en la zona de Dalías/Berja (Almería), donde ya se están desarrollando tres hectáreas que entrarán en cosecha durante esta campaña. ♦

Cristóbal Vargas, manager Organic Growers.



WITH A STRONG
CAPACITY FOR
DEVELOPMENT,
ORGANIC GROW-
ERS WORKS AT
THE OPENING OF
A NEW LINE OF
DISTRIBUTION
OF PRODUCTS IN
CANADA AND THE
US.

The organic company combines organic production with a strict technical control for the production of their products. This distributor consists on an association of growers and not only works with the products of their partners.

In addition, the company has a large portfolio of producers and independent companies which provide new products to its commercial catalogue. With it, the firm ensures a wide and diverse supply of fresh products directly from field at any time of the year; all under GLOBALG.A.P. certification.

With a highly qualified team with more 17 years of experience in foreign trade and technical support, both production and packaging, Organic Growers offers a direct service to growers and customers.

Products include all varieties of pepper and tomato, as well as cucumber and citrus. All fruits and vegetables are labelled under the own-brand Organic Growers, with the exception of those customers' products which have an own

brand and require a special line of packaging.

Organic Growers work in the international market. By 70 per cent of their customers are supermarkets from Germany, France, United Kingdom and Scandinavia. The remaining 30 per cent are redistributors from the Netherlands and other small wholesalers. At present, the company is working on a new line of distribution that already began last season, such as Canada and the United States.

The firm increased the trading volume more than 13 per cent last year because of different programs. In the same way, it has made a strong investment in pre packaging machinery for new lines of product apart from the acquisition of ten new hectares for organic crops in Dalías/Berja (Almería), where are already growing three hectares which crops for this season. ♦

CALENDARIO DE PRODUCCIÓN / AVAILABILITY	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec
Pepino/Cucumber												
Calabacín/Courgette												
Tomate/Tomato												
Cherry/Cherry Tomato												
Pimiento/Pepper												
Calabaza/Pumpkin												
Judías/Beans												
Berenjena/Aubergine												
Melón/Melon												
Sandía/Watermelon												
Aguacate/Avocado												
Mango												
Naranja/Orange												
Mandarina/Mandarine												
Limón/Lemon												
Patata/Potato												
Uva/Grape												

SUPERFICIE

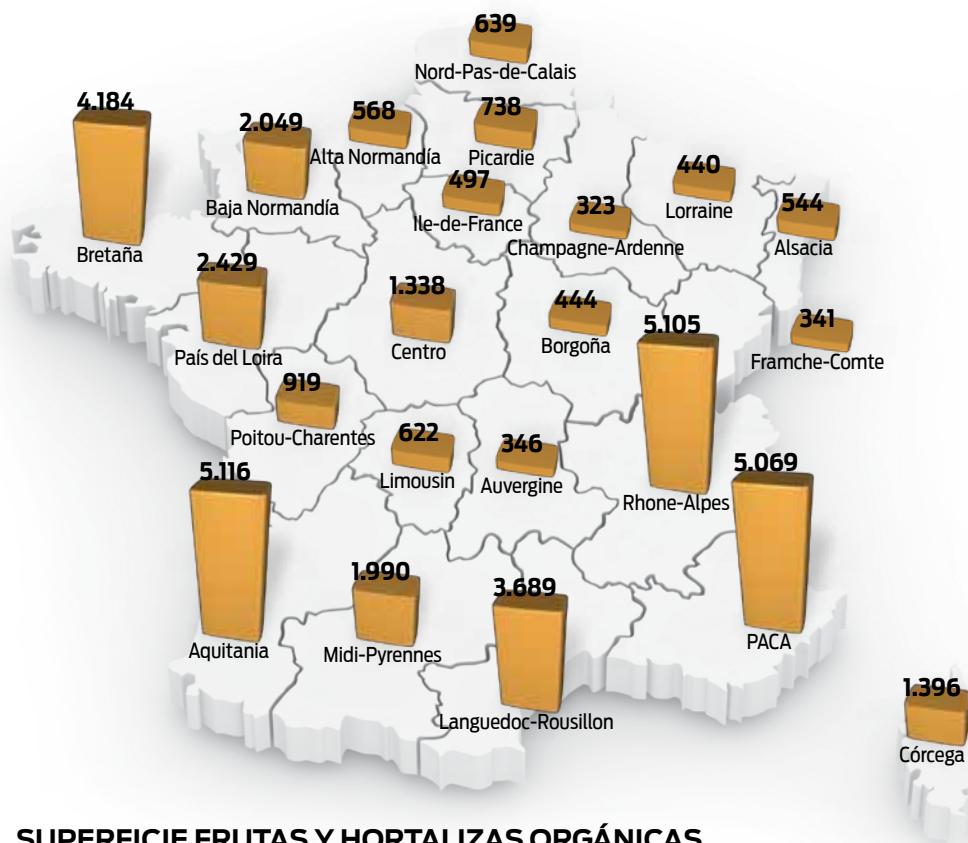
FRANCIA

Francia es el país productor que más está creciendo en la certificación de superficie orgánica para las frutas y hortalizas. Contempla casi 39.000 hectáreas muy repartidas en varias regiones del Sur y del Norte.

Hay tres regiones que suman más de 5.000 hectáreas. Aquitania para frutales de pepita; PACA para horticolas y la zona de Rhone-AL-

pes para las manzanas orgánicas.

Además, de estas regiones, Bretaña y el Rousillon se muestran como regiones especialmente representativas para las hortalizas orgánicas. De hecho, la región de Bretaña es la segunda más importante en superficie de hortalizas orgánicas en Francia, gracias a los cultivos al aire libre, tanto brásicas como bulbos. ♦



SUPERFICIE FRUTAS Y HORTALIZAS ORGÁNICAS EN FRANCIA (2014)

AREA ORGANIC F&V IN FRANCE (2014)

Has. Source: Agence Bio.

22 años
de Agricultura
Ecológica



Sede Central y Almacén
C/ Mar Cantábrico, nave 3 • P. I. Alborán
18600 - Motril (Granada) Spain
T. +34 958 60 40 24 F. +34 958 60 28 97

www.ekobaby.com
ekobaby@gmail.com





SACOJE APUESTA POR EL PRODUCTO ECOLÓGICO CON NUEVAS INSTALACIONES PARA SU PRODUCCIÓN DE FRUTAS Y HORTALIZAS QUE CUENTA CON UN CRECIMIENTO ANUAL DEL 10%, LO QUE SUPONE YA UN 15% DE SU PRODUCCIÓN TOTAL.

La murciana Sacoje, ubicada en pleno corazón del Valle del Guadalentín, cuenta con más de 10 años de experiencia en ecológico y ve como su producción en orgánico vive un crecimiento anual del 10%. Con un peso de orgánico en su volumen total comercializado del 15%. Una porcentaje importante en una gama de productos que fluctúa en función de las necesidades de sus clientes. Y es que, esta cooperativa agrícola está en constante evolución adaptándose a las necesidades de sus clientes. En la línea de trabajo ecológica, cuenta con cinco socios y un cultivo de 300 hectáreas, las técnicas de producción utilizadas en el proceso ecológico se aplican también en el cultivo convencional, lo que permite una mayor sostenibilidad de la producción agrícola tradicional y garantiza la máxima calidad, seguridad alimentaria y competitividad

necesaria a sus cultivos. Sacoje ha comenzado su campaña en ecológico con unas nuevas instalaciones para esta línea de producto, instalaciones que cuentan con una superficie total de 800 metros cuadrados. Con un exhaustivo control de calidad y producción que va desde la semilla hasta el consumidor final, sus frutos son garantía del cumplimiento de normativas y protocolos de calidad implantados en cultivos e instalaciones.

Entre sus productos bio destacan tenderstem (bimi), brócoli, col picuda y savoy, coliflor, iceberg, Little gem y calabacín; todas ellas comercializadas bajo las marcas XTRA y Passion Fresh.

El 100% de la producción de Sacoje está enfocada a la gran distribución y cuenta con Francis, Países Nórdicos, Reino Unido, Suiza, Alemania y Holanda; como principales mercados internacionales, siendo estos dos últimos los mercados que están viviendo un mayor crecimiento. En esta comercialización, si hay un producto estrella que está en continuo crecimiento es la col en cualquiera de sus variedades; un producto que está dando muy buenos resultados a esta cooperativa murciana. En los últimos dos años, la firma ha realizado una inversión de 800.000 euros que les ha permitido crecer, adquiriendo estas nuevas instalaciones así como nueva maquinaria de campo y almacén. ♦





José Ruiz, presidente de Sacoje.

SACOJE IS COMMITTED TO THE ORGANIC PRODUCTS WITH NEW FACILITIES FOR ITS PRODUCTION OF FRUITS AND VEGETABLES THAT HAS AN ANNUAL GROWTH BY 10 PER CENT, WHICH IS ALREADY BY 15 PER CENT OF ITS TOTAL PRODUCTION.

Sacoje is a firm from Murcia located in Guadalentin Valley. This company has more than ten years of experience in organic growing and has reached an annual growth by 10 per cent in recent years, in relation to total volume production of organic and no organic vegetables.

Organic products reach by 15 per cent of total volume commercialized. This is an important figure taking into account that this volume can fluctuate depending on the needs of their customers. For this reason, Sacoje is always in constant commitment to the needs of their customers.

Regarding to organic crops, the company consists on five partners and 300 hectares for crops. The production techniques in the organic process are also applied in the rest of crops, which allows a greater sustainability and ensures the highest quality, food safety and the competitiveness needed for the crops.

Sacoje has begun this season with new facilities focus on organic crops. These facilities have a total area around 800

square meters.

With an exhaustive quality control and production which goes from the seed to the final consumer, their crops commit to all the protocols implanted in crops and facilities.

Among its organic products highlights tenderstem (bimi), broccoli, sweetheart cabbage, savoy cabbage, iceberg lettuce, Little gem and courgette. All of them are commercialized under the brand XTRA and Passion Fresh.

By 100 per cent of the production is focused on retail sector, mainly in France Nordic countries, the United Kingdom, Switzerland, Germany and the Netherlands. The latter two are the markets that are experiencing a large growth. Cabbage is the leading product that is in continuous growth. This crop is getting very effective results for this cooperative.

In the last couple of years, the firm has made an investment around 800,000 euro which has let more growth, acquiring these new facilities as well as new machinery for field and warehouse. ♦

CALENDARIO DE PRODUCCIÓN / AVAILABILITY												
	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec
Bimi/Tenderstem												
Brócoli/Broccoli												
Col Picuda/Sweetheart cabbage												
Col Savoy/Savoy cabbage												
Coliflor/Cauliflower												
Calabacín/Courgette												

SUPERFICIE

ITALIA

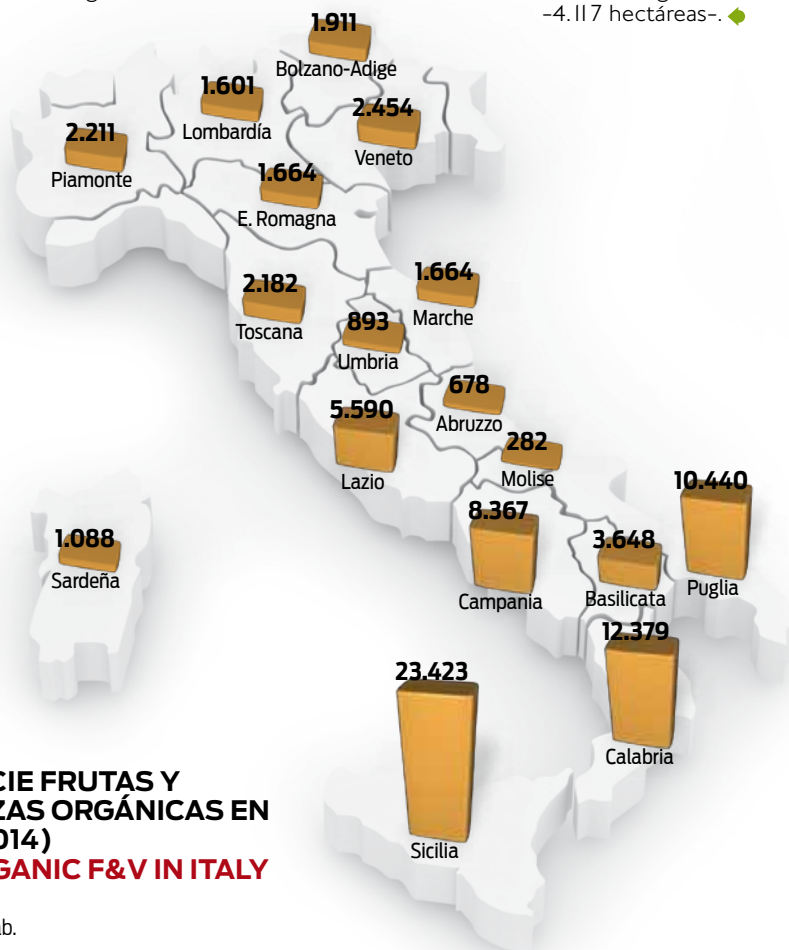
Italia es el mayor productor europeo de frutas y hortalizas orgánicas. Todo el país está involucrado y apostando por un modelo al que le responde tanto la exportación como el potente consumo doméstico.

Sicilia es la región más importante de la oferta de frutas y hortalizas orgánicas. De sus 23.000 hectáreas, casi 16.000 hectáreas son de cítricos, la categoría de referencia para la industria ecológica italiana.

Las regiones del Sur tienen en el cítrico un referente socio-económico. Calabria -12.739 hectáreas- tiene en el cítrico casi 10.000 hectáreas.

Puglia, Campania o Lazio son las otras regiones de referencia. Lazio, gracias a sus frutales de hueso, al igual que Campania.

La región con más superficie de hortalizas orgánicas es Puglia, con más de 5.000 hectáreas, seguida de Sicilia -4.117 hectáreas-. ♦



**SUPERFICIE FRUTAS Y
HORTALIZAS ORGÁNICAS EN
ITALIA (2014)**
**AREA ORGANIC F&V IN ITALY
(2014)**

Has. Source: Sinab.



Experiencia, calidad, éxito.

info@cristalplant.es

950 565 032

Somos tu primer gran paso.

cristalplant.es

San Agustín / El Viso / Aldeillaplast / Cartabona / Nijar / Las Norias / Motril / Lebrija / Los Palacios



SOLAGORA ES LA NUEVA FIRMA DE PRODUCTO ECOLÓGICO QUE NACE EN EL SENO DE ANECOOP FRANCE PARA SATISFACER LA CRECIENTE DEMANDA DE PRODUCTOS BIO DEL MERCADO FRANCÉS.

Solagora, es la nueva firma del grupo Anecoop, puesta en marcha en el último año, en el seno de la filial Anecoop France dedicada, única y exclusivamente a la comercialización de productos BIO.

Anecoop es una empresa comercializadora de segundo grado, una cooperativa de cooperativas asociadas; que trabaja desde hace años con la comercialización de productos hortofrutícolas ecológicos. Una oferta de producto orgánico que supone el 1,4% de todo el grupo Anecoop.

La demanda del producto ecológico continúa creciendo en toda Europa, especialmente en el mercado francés, principal destino de los productos de Solagora. Una tendencia en el consumo de los europeos que se ve reflejada en los resultados del Grupo Anecoop, con un cierre de campaña en 2015 de 10.000 toneladas,

frente a las 8.000 toneladas de producto BIO comercializada en 2014.

En los últimos años, Anecoop ha invertido en pro del producto ecológico con la construcción de un almacén de 2.200 metros cuadrados en Perpignan, Francia. Un almacén dedicado en exclusiva a la logística de productos orgánicos.

Dentro de su gama de productos BIO, Anecoop ofrece al consumidor cítricos, hortalizas y frutas. Con un total de 4.500 toneladas de cítricos, la firma comercializa naranjas, limones, mandarinas y pomelos. Dentro de su oferta de hortalizas, comercializa 4.300 toneladas de tomate, pimiento, pepino, calabacín, berenjena, brócoli y lechuga. Y en su 1.200 toneladas de frutas comercializadas, podemos encontrar sandía, fruta de hueso, kaki, aguacate, fresa, frambuesa y cereza.

Todos los productos ecológicos de Anecoop se pueden encontrar en el mercado bajo las marcas Bouquet BIO y Solagora. Productos destinados, principalmente, a la gran distribución y que se comercializan en Francia, Alemania y norte de Europa en general. Siendo Francia, el mercado que más ha crecido en los últimos años en cuanto a la demanda de BIO, razón por la que nace su marca Solagora. ♦



Jean Luc Angles, director comercial de Solagora.

**SOLAGORA
IS THE NEW
ORGANIC COM-
PANY THAT WAS
ESTABLISHED
UNDER ANECOOP
FRANCE WING TO
MEET THE GROW-
ING DEMAND FOR
ORGANIC PROD-
UCTS OF THE
FRENCH MARKET.**

Solagora, the new firm which belongs to Anecoop, started business operations a year ago under Anecoop France wing. This company is only focused on commercialization of green products.

Anecoop is a trading company, a cooperative of cooperatives associated which commercialises ecological fruits and vegetables. Organic supply means 1.4 per cent regarding to Anecoop group.

The demand of organic products is still growing in Europe, mainly in France, the main market of the products from Solagora. The upward trend for green fruits and vegetables is a reflection in results of Anecoop, with 10,000 tons in 2015 compared to 8,000 tons last year.

Anecoop has invested in favour of organic products in recent years with a warehouse of 2,200 square meters in Anecoop France, located in Perpignan, France. A store only focused on logistics of organic products.

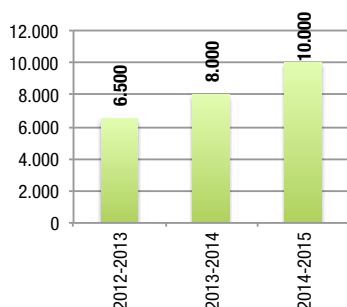
Within the range of green products, Anecoop

provides citrus, fruits and vegetables. With a total amount of 4,500 tons, the company commercialises oranges, lemons, tangerines and grapefruits. Regarding to vegetables, the company sells 4,300 tons of tomato, pepper, cucumber, courgette, aubergine, broccoli and lettuce. With regard to fruits, commercialises 1,200 tons of watermelon, stone fruit, persimmon, avocado, strawberry, raspberry and cherry.

With this wide range of organic products, highlight kaki persimmon bouquet, seedless watermelon bouquet and tomato.

All organic products from Anecoop can be found in the market under the trade mark Solagora and Bouquet BIO. Retail sector is the main destination of these products which are commercialized in France, Germany and northern Europe. France has been the market that has grown most in recent years with regard to green food. For that reason was born the trade mark Solagora.

Anecoop has opened lines of business with organic supermarket chains. It has also incorporated import products apart from strengthen collaborative projects with ecological farmers in target markets. ♦



VOLUMEN ORGÁNICO

Tns. Fuente: Anecoop.

CALENDARIO DE PRODUCCIÓN / AVAILABILITY												
	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec
Naranja/Orange												
Limón/Lemon												
Mandarina/Mandarin												
Pomelo/Grapefruit												
Hortalizas/Vegetables												
Sandía sin/Watermelon seedless												
Melón/Melon												
Fruta de hueso/Stone fruit												
Aguacate/Avocado												
Mango												

CADENAS ORGÁNICAS

Francia y Alemania conviven con las cadenas ecológicas

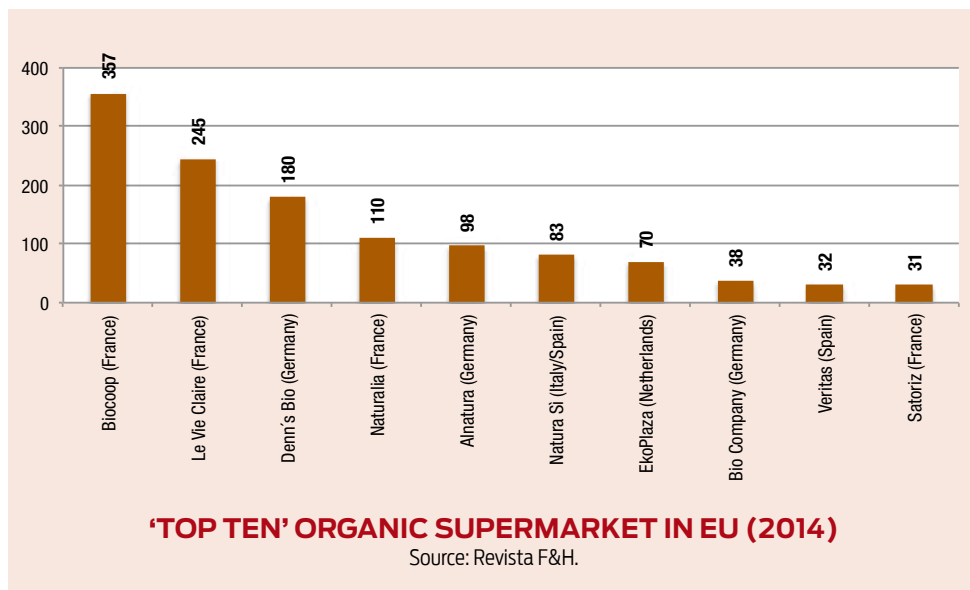
El modelo de las cadenas ecológicas en Europa está en pleno proceso de expansión. La mayoría de estas tiendas disponen de departamentos de expansión en la actualidad, buscando emprendedores que quieran montar una franquicia, aprovechando el tirón y una cuota de mercado interesante en mercados como el alemán, francés, italiano u holandés. Biocoop es la cadena ecológica más importante de Europa con sus 357 tiendas repartidas por toda Francia y alcanzando una cuota de mercado del 10 por ciento en las frutas y hortalizas orgánicas que se venden en Francia. Este tirón de demanda ha sido aprovechado por Le Vie Claire, que es la cadena ecológica que más ha crecido en Europa. Ha pasado de 220 tiendas a 245 tiendas, pero con un plan más expansivo y agresivo en un periodo de cinco años.

Denn's Bio es la primera cadena orgánica

alemana por número de tiendas al alcanzar las 180 tiendas. Al igual que Alnatura se encuentra en fase de expansión en Alemania. Además, Alnatura ha encontrado un aliado en Edeka, aunque aún se desconocen los frutos de esta colaboración.

Italia tiene en Natura Sì la cadena de referencia con sus 80 tiendas. Es la más grande de Italia y la que tiene presencia en la mayoría de las regiones, aunque con predominancia en el Norte y Centro.

EkoPlaza y Veritas son dos grupos fuera de los grandes centros de consumo per cápita. EkoPlaza se encuentra en Holanda, donde la demanda es aún baja, pero este grupo ya cuenta con 70 tiendas y Veritas suma 32 tiendas en un mercado como el español con una demanda muy baja –por debajo del uno por ciento–, pero tiene sus tiendas en Cataluña, donde la demanda es superior a la media española. ♦



Arándanos ecológicos de Cantabria
Buenos por naturaleza



CAMPOBERRY

El Charcón nº 837 / 39191 Güemes Cantabria / Tel.: 942 621 419 / 696 570 202

www.campoberry.com

www.facebook.com/Campoberry - info@campoberry.com

toñifruit

LA FIRMA SITUADA EN EL VALLE DEL GUADALENTÍN ESTÁ ESPECIALIZADA EN CÍTRICOS CIEN POR CIEN ECOLÓGICOS Y CUENTA CON MÁS DE CUATRO GENERACIONES DE EXPERIENCIA EN LA AGRICULTURA TRADICIONAL.

Una producción 100 por cien ecológica es lo que ofrece Toñifruit. La firma, ubicada en el Valle del Guadalentín, Murcia; tiene una producción estable de 10.000 toneladas anuales en las últimas tres campañas.

Productora, confeccionadora y comercializadora, Toñifruit cuenta con una planta de manipulado de 5.000 metros cuadrados para una superficie productiva de 200 hectáreas de cítricos, granada y hortalizas; ubicadas entre los parques naturales de Sierra Espuña y Carrascosy en los términos municipales de Alhama de Murcia y Librilla; y en Alicante.

Sus cítricos ecológicos llegan a todo el mundo siendo sus principales destinos Alemania, Francia, Países escandinavos, República Checa, Reino Unido y Canadá. Llegando a la mesa de los consumidores finales a través de la gran distribución y tiendas especiali-

zadas; puntos de venta que, en la actualidad, reciben el cien por cien de su producción a partes iguales.

Limón, clementina, naranja, granada y pomelo; son sus productos más importantes. Todos producción española, ya que esta firma no importa ningún tipo de producto de otros países. Todos sus productos se comercializan bajo la nomenclatura de la empresa, Toñifruit y la marca SoGoods, a través de la que se comercializan productos como el limón, naranja, clementina, pomelo y granada ecológicas.

En los últimos dos años, la firma murciana ha invertido en su producción ecológica 1.000.000 euros entre maquinaria y fincas. Y en el último, ha ingresado en la IGP Cítricos Valencianos incorporando sus cultivos de cítricos ecológicos situados en Alicante. ♦





Juan Antonio Martínez, gerente de Toñifruit.

THE COMPANY,
LOCATED IN GUA-
DALENTÍN VALLEY,
IS SPECIALISED
IN CITRUS A
HUNDRED PER
CENT ORGANIC
AND HAS MORE
THAN FOUR
GENERATIONS
OF EXPERIENCE
IN TRADITIONAL
AGRICULTURE.

Toñifruit offers an ecological production a hundred per cent. The company, located in the Guadalentín Valley –Murcia-, has had a stable production by 10,000 tons last three seasons.

Toñifruit is a company focuses on producing, trading and packing that has facilities with 5,000 square meters for handling fruits and vegetables. It has also 200 hectares to grow citrus, pomegranate and vegetables located between the natural park of Sierra Espuña and Carrasco; and in municipal district of Alhama de Murcia, Librilla and Alicante.

Their ecological citrus are commercialised worldwide, but the main destinations are Germany, France, Scandinavian countries, Czech Republic, the United Kingdom and Canada. This product is distributed by retail sector and greengrocers. These points of

sale receive a hundred per cent of Toñifruit products shared out equally.

Lemon, clementine, orange, pomegranate and grapefruit are the most important products. All of them are grown in Spain, since this company does not import fruits from other countries. All the products are commercialised under the nomenclature of the company, Toñifruit and the brand SoGoods; fruits such as lemon, orange, clementine, grapefruit and organic pomegranate.

For the past two years, the company, located in Murcia, has invested 1,000,000 euro in organic growing between machinery and estates. In addition, was admitted to the PGI 'Cítricos Valencianos' last year, including their ecological citrus crops located in Alicante ♦

CALENDARIO DE PRODUCCIÓN / AVAILABILITY												
	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec
Limón/Lemon												
Naranja/Orange												
Mandarina/Mandarin												
Pomelo/Grapefruit												
Granada/Pomegranate												



LA CERTIFICADORA AGROCOLOR TRABAJARÁ CON NATURLAND, LA CERTIFICACIÓN DE PRODUCTO ECOLÓGICO PARA COMERCIO JUSTO. LA FIRMA YA TRABAJA CON LA CERTIFICACIÓN EUROPEA, ADEMÁS DE LAS CERTIFICACIONES PRIVADAS BIO SUISSE, KRAV Y DEMETER.

La certificadora ecológica Agrocolor, en una de las cinco más importantes en España, y la segunda en Andalucía. Esta firma, acreditada para certificar ecológico bajo el Reglamento Europeo 834/2007.

La firma cuenta, además, con acreditación para certificar a través de otras normativas privadas, que incorporan nuevas exigencias a la normativa europea y que son un sello fundamental para la comercialización de producto ecológico en mercados internacionales. Certificaciones como Bio Suisse, Krav y Demeter; a las que pronto

se sumará Naturland, para productos de comercio justo y que Agrocolor empezará a trabajar en enero de 2016.

Con cerca de 2.000 operadores y 74 empresas certificadas, Agrocolor cuenta con un total de 46.706 hectáreas certificadas, de las cuáles 850 hectáreas son de hortalizas bajo plástico. Una superficie que ha incrementado en el último año un cinco por ciento, 2.220 hectáreas más que en 2014.

Para Agrocolor, las certificaciones aportan un gran reconocimiento y presencia en todas las provincias de Andalucía, España. Especialmente en el último año, en el que la agricultura ecológica está viviendo un importante crecimiento; y la firma está ganando en presencia en el sector por su visión de empresa seria y presente en este servicio.

Durante los últimos años, esta certificadora ha mantenido un crecimiento sostenido del 20%; por lo que Agrocolor espera un crecimiento acusado en los próximos años y que las cosas se hagan correctamente para que los clientes no pierdan la confianza en la línea de productos BIO ya que, como se está viendo, va a ser la apuesta del consumidor en el centro y norte de Europa. ♦



José Luis Lao, responsable de ecológico de Agrocolor.

Verduras Orgánicas Organic Vegetables

follow us



CRICKET
.....bi.....

www.brocolicricket.com

Campe de Lorca
Sociedad Cooperativa Limitada



Südtirol Val Venosta

VAL VENOSTA ES EL MAYOR PRODUCTOR DE MANZANA ORGANICA DE LA UE. GOLDEN Y GALA SON LAS VARIEDADES DE REFERENCIA DE UNA EMPRESA QUE SE ACERCA AL CONSUMIDOR MEDIANTE EL PROYECTO BIOGRAPHY.

La Asociación de Productores Hortofrutícolas del Valle Venosta, V.I.P., se afianza en Europa como el mayor productor UE de manzanas orgánica. La línea orgánica de Val Venosta representa entre el 7-8 por ciento de su cosecha total.

En pleno crecimiento, BIO Val Venosta produce cada temporada en torno a las 20.000 toneladas de manzanas de 13 variedades distintas, entre las que destacan Golden Delicious y Gala, con una presencia de casi el 60 por ciento de la oferta ecológica de manzana, y con el valor añadido de tener la IGP 'Manzana Alto Adige IGP-Südtirol.

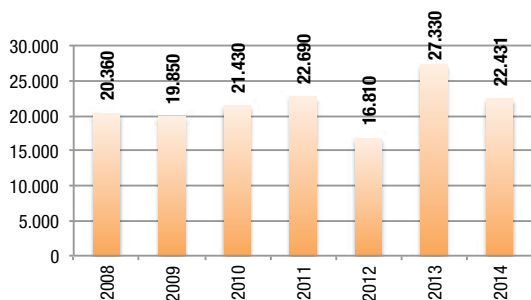
La empresa ha llegado a tener picos de oferta de 27.000 tone-

ladas -campaña 2013-. BIO Val Venosta dispone de 130 agricultores adscritos al consorcio, siguiendo el método de producción biológica, empleando sólo técnicas naturales para ofrecer manzanas ricas en macronutrientes y sin residuos.

El método biológico seguido por los 130 productores se basa en el uso único de fertilizantes orgánicos y que implementa métodos de gestión del suelo de bajo impacto ambiental. Las manzanas 'eco' bajo la marca Val Venosta siguen los protocolos de las directivas europeas y también las de las asociaciones Bioland y Demeter.

Además, están adscritas al sistema 'Bio mit Gesicht' que garantiza la trazabilidad de cada manzana con un código situado en su embalaje, que el consumidor final puede introducir en Internet para saber todo acerca del fruto y la explotación en la que se ha cultivado (www.bio-mit-gesicht.de).

Y en esta temporada ha puesto en marcha el Proyecto Biography, por el que los consumidores podrán conocer a los agricultores que producen la manzana 'eco'. Introduciendo el nombre que encontrarán en la etiqueta de cada fruto en la web <http://www.biography.vip.coop> podrán acceder a diferentes documentos. ♦



EVOLUCIÓN DE LA PRODUCCIÓN ECOLÓGICA DE MANZANA DE VAL VENOSTA
EVOLUTION ORGANIC OFFER
APPLE VAL VENOSTA

Tns. Source: Val Venosta.



Gerhard Eberhöfer, director commercial de Bio Val Venosta.
Gerhard Eberhöfer, commercial manager Bio Val Venosta.

VAL VENOSTA IS THE LARGEST GROWER COMPANY OF ORGANIC APPLE IN THE EUROPEAN UNION. GOLDEN AND GALA ARE THE MAIN VARIETIES FOR THIS COMPANY WHICH IS CLOSER TO CONSUMERS WITH THE BIOGRAPHY PROJECT.

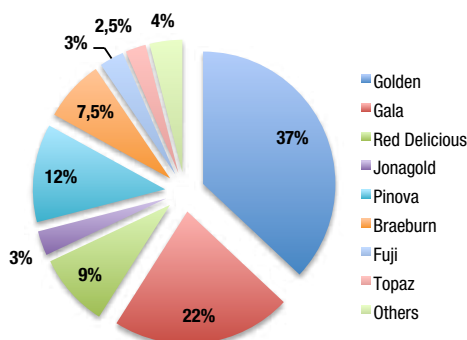
Association of Valle Venosta Fruit and Vegetable Cooperatives, V.I.P., is consolidated in Europe as the largest producer of organic apples in the euro zone. The organic sector of Val Venosta reaches between 7-8 per cent of the total harvest. In full growth, BIO Val Venosta harvest each season around 20,000 tons of apples of 13 different varieties. Golden Delicious and Gala are the main varieties which mean 60 per cent of organic apple. In addition, the firm has the added with PGI 'Apple Alto Adige IGP-Südtirol'. The company has had peaks of supply by 27,000 tons in 2013.

BIO Val Venosta farmers has 130 affiliated with the consortium, in accordance with the organic production, using only natural techniques to deliver apples with high levels in macronutrients and without waste.

The eco-friendly method is followed by 130 growers and is based on the sole use of organic fertilizers implemented by methods with low environmental impact. 'Eco' apples -under the brand name Val Venosta-, follow the protocols of the European directives and also Bioland and Demeter associations.

In addition, they are attached to 'Bio mit Gesicht' which ensures the traceability of each apple with a code located in the packaging. By introducing the code, the consumer can access to all information about the fruit and the area where it was grown (www.bio-mit-gesicht.de).

This season has launched the Biography Project, for which consumers will be able to get to know the farmers who produce the 'eco' apple. By entering the name you will find on the label of each fruit on the website <http://www.biography.vip.coop> may access to different documents. ♦



MANZANA 'ECO' VAL VENOSTA (2014) ORGANIC APPLE VAL VENOSTA (2014)

Source: Val Venosta.



LA ECOLÓGICA CAMPOJOYMA CONTINÚA CON UN CRECIMIENTO SOSTENIBLE DEL 20 POR CIENTO ANUAL Y TIENE COMO PRINCIPAL MERCADO ALEMANIA Y LAS TIENDAS ESPECIALIZADAS EN PRODUCTO BIO.

Campojoyma continúa con un crecimiento aproximado del 20 por ciento anual, llegando en la última campaña a producir 25.000 toneladas, lo que supone un crecimiento del 26 por ciento.

Productora y comercializadora cuenta con dos plantas de confección y manipulado, en Níjar y El Ejido con 5.000 y 6.000 metros cuadrados respectivamente; y trabaja en la apertura de una nueva en Motril.

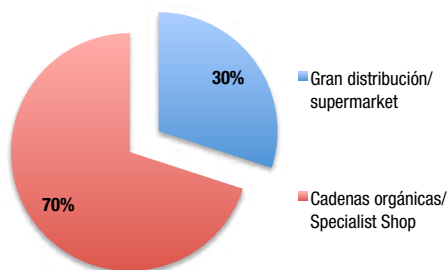
Su producción cuenta con 200 hectáreas de las cuáles el 40 por ciento corresponden a Campojoyma y gestiona el 60 por ciento de sus agricultores asociados manteniendo, a pesar de su juventud, los valores de la agricultura tradicional.

Campojoyma cuenta con una veintena de variedades producidas durante todo el año gracias al cultivo en distintas zonas de España. Tomate, cherry, pimiento, pepino, col, calabacín, rábano, pepino y berenjena entre otras; todas comercializadas bajo el nombre de la empresa. Destacando la Col China, por ser el mayor productor europeo; y el pimiento que aporta a esta firma excelentes resultados durante todo el año.

Productos dirigidos principalmente a tiendas especializadas en producto orgánico; y en menor medida a grandes superficies. Alemania, es el principal mercado internacional con el que trabajan junto a Francia, Suecia, Inglaterra y Bélgica.

La almeriense ha crecido teniendo que ampliar su plantilla de ingenieros para cubrir la demanda. Invierte anualmente en maquinaria y sistemas productivos con una inversión en los últimos dos años de 300.000 euros aproximadamente; y tres millones de euros en la zona de Retamar; con el objeto de poder producir en invierno.

La firma espera continuar con un crecimiento sostenible bajo los parámetros marcados por la agricultura ecológica; mejorando su producción y el sabor de sus productos. ♦



CARTERA DE CLIENTES. 2014
TYPES OF CUSTOMERS

Source: Campojoyma



Francisco Montoya, gerente de Campojoyma.

THE ECOLOGICAL COMPANY CAMPOJOYMA FOLLOWS A SUSTAINABLE GROWTH PER YEAR BY 20 PER CENT. THE MAIN MARKETS FOR THIS COMPANY ARE GERMANY AND THE STORES SPECIALIZED IN ECO-FRIENDLY PRODUCTS.

Campojoyma is still growing with a growth nearly 20 per cent per year. Last season grew 25,000 tons; it means an increase by 26 per cent. This producing and trading company has two plants for handling and packaging in Níjar and El Ejido with 5,000 and 6,000 square meters, respectively. The firm is also working to open a new one in Motril. The area of production reaches 200 hectares, 40 per cent of which goes with Campojoyma and the remaining 60 percent is managed by the growers partners keeping, in spite of its youth, the values of a traditional agriculture. Campojoyma has twenty varieties grows all year round thanks to vegetables growing in different areas from Spain: tomato, cherry tomato, pepper, cucumber, cabbage, courgette, radish, cucumber, aubergine, among other vegetables. All of them are com-

mercialised under the brand company. The Chinese cabbage highlights because of being the largest European grower. On the other hand, pepper also gives excellent results all year round. They are mainly products aimed at to eco-friendly stores; and to a lesser extent to retail. Germany is the main international market for the company with France, Sweden, England and Belgium. Campojoyma has increased staff in order to meet the demand. It has invested in machinery and production systems with an investment around 300,000 euro for the last two years; and three million euro in Retamar (Almería); with the aim to grow crops in winter. The company expects to keep growing with a sustainable growth under the ecological parameters; improving growing and flavor of their products. ♦

CALENDARIO DE PRODUCCIÓN / AVAILABILITY												
	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec
Tomate rama/Vine tomato												
Tom. Cocktail/Cocktail tomato												
Cherry/Cherry tomato												
Cherry rama/Cherry vine tomato												
Rebellion/Rebellion tomato												
Pimiento/Pepper												
Pimiento Palermo/Palermo pepper												
Pepino/Cucumber												
Calabacín/Courgette												
Berenjena/Aubergine												
Sandía/Watermelon												
Melón/Melon												
Col china/Chinese cabbage												



RIJK ZWAAN

SEMILLAS HORTICOLAS

MÁS DEL CINCO POR CIENTO DE LAS SEMILLAS HORTÍCOLAS QUE VENDE RIJK ZWAAN SON PARA CULTIVOS ORGÁNICOS. LA CASA DE SEMILLAS DESTACA SOBREMANERA EN PEPINO Y HOJA, Y HA CREADO EL PRIMER 'CLUB' DE MARCA EN ORGÁNICO: ORGANIC SWEET PALERMO.

La firma Rijk Zwaan lidera la venta de semillas ecológicas en España. Más del cinco por ciento de las semillas hortícolas que vende Rijk Zwaan en España son para producciones orgánicas y, según el tipo de producto estas ventas llegan hasta el siete por ciento.

Todo el catálogo de Rijk Zwaan para convencional puede ser para orgánico, aunque la firma destaca sobremanera en pepino, gracias a la propiedad 'blueleaf' de sus variedades de pepino largo por la resistencia natural al Oídio.

Además, la empresa está muy volcada en productos de hoja y espinacas, ya que Rijk Zwaan contempla "un paquete efectivo de resistencias frente a las

nuevas razas de Nasonovia y Bremia", señala Aureliano Cerrezuela, coordinador de cultivos orgánicos de Rijk Zwaan.

Evolución. Rijk Zwaan es testigo del desarrollo y la demanda de los cultivos ecológicos hortícolas en el sureste español, donde concentra la mayoría de sus ventas tanto en referencia en invernadero como al aire libre.

La empresa cuenta con una cartera importante de tomates en gama orgánica tanto en rama como en suelto y está desarrollando una importante gama en pimiento. De hecho, ha creado el Club 'Organic Sweet Palermo', primer club de marca creado por una casa de semillas en el segmento orgánico.

Este Club se encuentra en fase de desarrollo y acoge la variedad de pimiento dulce italiano Palermo, "con buena acogida tanto en origen como en los mercados de destino", apunta Cerrezuela.

La gama de pimientos es la última en la que Rijk Zwaan va a realizar un importante esfuerzo de posicionamiento, ya que sus nuevas variedades convencionales contemplan una importante carga de resistencias. ♦



Rijk Zwaan ofrece el Sweet Palermo en orgánico.

MORE THAN FIVE PER CENT OF THE VEGETABLES SEEDS THAT ARE SOLD BY RIJK ZWAAN ARE DESTINED FOR ORGANIC CROPS. THE SEED COMPANY MAINLY HIGHLIGHTS IN CUCUMBER AND LEAF. IN FACT, IT HAS CREATED THE FIRST BRAND 'CLUB' IN ORGANIC: ORGANIC SWEET PALERMO.

Rijk Zwaan is leading the sale of ecological seeds in Spain. More than five per cent of the vegetable seeds sold by Rijk Zwaan in Spain are destined for organic crops and, depending on the type of product, the sales reach seven per cent.

All the brochure of Rijk Zwaan for conventional crops can be for organic growing, although the firm stands out in cucumber thanks to the property 'blueleaf' with cucumber varieties with resistance to powdery mildew.

In addition, the company is very committed with leaf products and spinach, since Rijk Zwaan provides "an effective package of resistance against *Nasonovia* and *Bremia*", highlights Aureliano Cerrezuela, coordinator of organic crops of Rijk Zwaan.

Evolution. Rijk Zwaan is a witness to the development and the demand for organic crops in the southeast of Spain, where concentrates the majority of sales both greenhouse and open field.

The company has a large portfolio of organic tomatoes both vine and loose. It is also developing an important range of pepper. In fact, has created the 'Organic Sweet Palermo' Club,



Razyrmo RZ.

the first brand club set up by a seed company in the organic sector.

This club is in the phase of development and welcomes the variety Italian sweet pepper Palermo, "with good reception in both origin and destination", says Cerrezuela.

The range of peppers is the latest one where Rijk Zwaan is going to make a major effort of positioning, since their new conventional varieties provide important resistors. ♦

Valle RZ.





**EL SEMILLERO
NACIDO EN EL EJI-
DO CUENTA CON
1.500 HECTÁREAS
DE PRODUCCIÓN
DE PLÁNTULA
HORTÍCOLA ECO-
LÓGICA Y TIENE
PREVISIÓN DE
CRECER EN LOS
PRÓXIMOS AÑOS
PARA RESPONDER
A LA IMPORTANTE
DEMANDA DE
CLIENTES Y CON-
SUMIDORES.**

El semillero ejidense Cristalplant, cuenta ya con más de diez años de experiencia en producción de plántula hortícola ecológica. Tres de sus nueve delegaciones obtuvieron esta certificación en los años 2004, 2005 y 2013.

Cuenta con una superficie de 1.500 hectáreas para producto bio; repartidas a partes iguales, 500 hectáreas por invernadero, en Motril (Granada), Aldeilla en el poniente almeriense y El Viso en Níjar/Campohermoso; ambas últimas en la provincia almeriense. Todos ellos, estructuras multitúnel de última generación.

Cristalplant opera con sus productos ecológicos en toda Andalucía y, en la actualidad, están obteniendo cierta representación en Castilla-La Mancha; aunque trabaja para todo aquel cliente que lo demande. Para ello, cuenta con una flota propia de camiones que son

desinfectados adecuadamente para cada salida de planta ecológica, con el objeto de que no exista contaminación con otro producto.

La ejidense, cuenta con capacidad para abordar áreas de influencia no tradicionales a las habituales del semillero, destacando que siempre es una cuestión de "contar con la logística y organización apropiada".

Si bien no están especializados en una referencia hortícola orgánica concreta, pepino, tomate y sandía ecológicos son sus superventas.

Cristalplant, lo tiene claro, tanto su clientela como el consumidor final cada día son más exigentes en cuanto a la calidad de sus productos, por lo que ya tienen proyectado mejorar, actualizar, modernizar y ampliar sus actuales instalaciones. ♦





Pablo García.

THE NURSERY
WAS FOUNDED IN
EL EJIDO AND HAS
1,500 HECTARES
TO GROW OR-
GANIC HORTICUL-
TURAL SEEDLING.
THIS COMPANY
IS EXPECTED TO
GROW IN COMING
YEARS TO MEET
THE NEEDS OF
CUSTOMERS AND
CONSUMERS.

The seedbed Cristalplant already has more than ten years of experience in growing of organic horticultural seedling. Three out of nine offices got this certification in 2004, 2005 and 2013.

The firm has 1,500 hectares for ecological products; divided equally, 500 hectares each greenhouse, in Motril (Granada), Aldeilla in Almería and El Viso in Níjar/Campohermoso (Almería). All of them are multitunnel greenhouses with the last generation equipment. Cristalplant workswith organic products in Andalucía and, currently, has some presence in Castilla-La Mancha; although the company works for any customer who demand its services.

For this issue has a fleet of lorries which is properly disinfected for each output of ecological plant with the aim of no contamination with another product.

This company has the capacity to approach non-traditional areas, highlighting the matter of "having logistics and an appropriate organization ". Although they are not specialized in a specific organic seedling, cucumber, tomato and watermelon are the leading seedlings.

Cristalplant is clear, since both their customers and the consumer are more demanding in terms of quality. For this reason, the company has planned improve, update, upgrade and expand the facilities. ♦



Gasto en alimentación ecológica en Europa

Expenditure organic food EU



Euros per capita. Source: IFOAM.





1er
semillero
miembro
en España

Somos
GLOBALG.A.P.
Buenas prácticas agrícolas



Una empresa actual,
ágil e innovadora.

+de
120

millones de plántulas

al año distribuidas a nivel
nacional e internacional

+de
150

empleados

dedicados a la obtención
de la mejor plántula hortícola

Visítanos en **FRUIT ATTRACTION 2015. IFEMA**,
del 28 al 30 de octubre, pabellón 7, stand 7E13.

CARCHUNA
MOTRIL
ZAFARRAYA
CASTELL DE FERRO
EL MORCHE
PUNTALÓN
SANTA FE
ALBUÑOL

Ctra. Almería, Nacional 340
Km. 341 · 18730 Carchuna
Granada (España)
T. +34 958 623 376
F. +34 958 623 920
semillero@saliplant.com

www.saliplant.com

Saliplant
semilleros

Saliplant

semilleros

EL SEMILLERO SALIPLANT, CON 15 AÑOS DE EXPERIENCIA EN PRODUCTO ECOLÓGICO, CUENTA CON UN SEMILLERO CERTIFICADO EN ORGÁNICO Y UNA SUPERFICIE DE DOS HECTÁREAS.

Desde el año 2000 que Saliplant, obtuvo la certificación de su semillero para producir plántula hortícola ecológica, esta empresa ha ganado en experiencia y apostado por la innovación y desarrollo; mejorando la tecnología con que se controla y responde a las necesidades de sus plántulas.

Con una superficie invernada de dos hectáreas en multitúnel, esta firma abastece de plántula orgánica a agricultores de toda España. Para ello, cuenta con transporte propio y agencias externas que trabajan, mano a mano, con Saliplant para ofrecer el mejor servicio a sus clientes.

Un porcentaje importante de estos clientes que producen en orgánico, son productores pequeños que realizan un trabajo cuidadoso pero que, por su propia idiosincrasia productiva están dispersos y diseminados; lo que dificulta su acceso

por la logística y la atomización de pedidos. El resto son clientes asimilados al cliente habitual del Semillero, que se pueden tratar dentro del circuito estándar de distribución.

Esta firma granadina está especializada en el injerto de planta hortícola, tanto en tomate, pepino, sandía y melón; entre otros productos; una técnica que aumenta su complejidad al tratarse de plántulas de productos ecológicos.

El mercado ecológico está repuntando y Saliplant cuenta con capacidad productiva suficiente, por lo que no tiene previsto ampliar la superficie certificada en ecológico del semillero. En el caso de tener que hacerlo, aseguran, cuentan con la experiencia y el conocimiento para implantar este sistema en un breve espacio de tiempo. ♦





Domingo López, gerente de Semilleros Saliplant.

SALIPLANT,
WITH 15 YEARS
OF EXPERIENCE
IN ORGANIC
PRODUCTS, HAS
A CERTIFICATED
ORGANIC NURS-
ERY AND TWO
HECTARES.

The company achieved the certification of the nursery to grow organic seedling in 2000. From this time, it has gained experience and focused on innovation and development. In this way, Saliplant has improved the technology that control and meet the needs of the seedlings.

Seedlings are grown in two hectares in a multi-tunnel greenhouse. Organic seedlings are supplied to different places of Spain by own transport and external transport agencies.

A significant amount of these customers that produce organic crops are small producers who are dispersed and scattered. That hinders the access due to logistics and amount

of orders. The rest of them are regular customers of the nursery. Consequently, the supply is made within the standard area of distribution.

This company, located in Granada, is specialized in horticultural cuttings: tomato, cucumber, watermelon and melon, among other products. This technique is more complex when the cutting is organic.

The organic market has an upward trend and Saliplant has enough productive capacity. For this reason, it foresees to increase the organic certified area in the nursery. In that case, the firm has the experience and the knowledge to implement this system in a short time. ♦





Vitalis

Organic Seeds

LA FILIAL DE ENZA
ZADEN PARA LA
PRODUCCIÓN Y
MEJORA DE SEMI-
LLAS ECOLÓGICAS
PROMOVIENDO
MÉTODOS DE
PRODUCCIÓN
SOSTENIBLES Y
RECHAZANDO
CUALQUIER TIPO
DE MODIFICACIÓN
GENÉTICA EN LAS
PLANTAS.

Vitalis es la filial de Enza Zaden encargada de la producción y mejora de semillas ecológicas. Con más de dos décadas de experiencia es en la actualidad líder mundial en investigación y producción de semillas ecológicas.

Esta firma produce y desarrolla el catálogo más completo de variedades ecológicas en cultivos como tomate, pimiento, pepino, lechuga, escarola, berenjena, melón, calabacín, calabaza, espinaca, rúcula, cebolla, puerro, coliflor o rabanito.

Los diferentes cultivos requieren diferentes condiciones, por ello se producen semillas tanto invernadero como en aire libre, seleccionando las zonas y condiciones más idóneas para cada cultivo.

Su marca TomAzur organic es el resultado de la alianza

entre la firma holandesa y otras empresas productoras para lanzar una categoría de tomate de sabor y calidad estables durante todo el año. Tribelli organic es una marca que distingue a los auténticos Pimientos Cónicos Dulces en tres colores; y EasyQs organic es la marca que presenta el pepino crujiente en un práctico envase y un sabor excelente.

Enza Zaden invierte un alto porcentaje de su facturación en la mejora de variedades ecológicas, para que se adapten a sus necesidades y dar servicio a sus clientes en el momento oportuno.

Las futuras acciones de promoción de Vitalis se centrarán en las próximas ferias y en las próximas actividades de promoción de Enza Zaden: House Fair Spain en Almería y Leafy House Fair en Murcia. ♦

Tribelli.





GREENHERZ



ORGANIC PRODUCTS

Arroyo Manzano C/Peñuela, 2 El Morche, 29730 MÁLAGA, SPAIN

T: +34 952527730 • F: +34 952967305 • info@green-food.net • green-food.net



Vitalis

Organic Seeds

VITALIS JOINED THE ENZA ZADEN GROUP TO GROW AND BREEDING ORGANIC SEEDS. IN THIS WAY, THE SUBSIDIARY OF ENZA ZADEN PROMOTES SUSTAINABLE METHODS OF GROWTH AND REJECTING ANY TYPE OF GENETIC MODIFICATION IN PLANTS.

Vitalis is the subsidiary of Enza Zaden responsible for production and breeding of ecological seeds. With more than two decades of experience in this sector, is currently worldwide leader in research and growth of organic seeds.

This company produces and develops the most complete brochure of eco-friendly crops, such as tomato, pepper, cucumber, lettuce, endive, aubergine, melon, courgette, pumpkin, spinach, rocket, onion, leek, cauliflower or radish.

The different crops require different conditions of growing, therefore the crops are grown both greenhouse and

open field, by selecting the areas and most suitable conditions for each crop.

TomAzur organic is the result of the alliance between the Dutch company and other horticultural firms to launch a category of tomato with flavour and quality stable throughout the year. Tribelli organic is a trade mark that distinguishes the authentic Sweet Conical Peppers in three colours; and EasyQs organic is the brand that introduces the crunchy cucumber in a convenient package and a great taste.

Enza Zaden spends a high percentage of its turnover in the breeding of ecological varieties in order to meet the needs and give customer service.

The future promotional events of Vitalis will focus on the upcoming fairs and forthcoming promotional activity of Enza Zaden: House Fair Spain in Almeria and Leafy House Fair in Murcia. ♦



A G R I C U L T U R A
E C O L Ó G I C A



CAMPOJOYMA S.L.U.

Avd. Las Negras, nº 200, 04110 Campohermoso-Níjar (Almería-Spain)

Tlf. +34 950 38 65 90. Fax +34 950 38 53 62

www.campojoyma.com

C U L T I V A M O S
C O N F I A N Z A

El orgánico se calienta con pocos argumentos

Cuando uno lee detenidamente la hoja de ruta de las cadenas ecológicas de Suecia y Dinamarca, asume que el negocio de las frutas y hortalizas orgánicas está en un periodo especialmente complejo y muy cerca de una gran crisis. Las cadenas suecas como ICA, Coop o Axfood señalan que "el ecológico no tiene porque ser caro", y focalizan sus previsiones de crecimiento para los próximos años en un descenso de los precios.

La gama orgánica de las frutas y hortalizas ha estado en las manos de aquellas empresas centradas exclusivamente en desarrollar una línea ecológica de producto y de concepto.

Ahora se produce un calentamiento, ya que grandes grupos productores del convencional entran con fuerza en el segmento orgánico, pero la trayectoria alista de la demanda ya no responde como años atrás. Dos mercados de referencia por volumen y ciudadanía como Francia y Alemania no encuentran grandes crecimientos en

orgánico. El nicho de consumidor encuentra dificultad para crecer y todo crecimiento depende de que los consumidores fieles le den más a la boca y al bolsillo, o a aspectos coyunturales, que no fidelizan al consumidor.

Los grandes grupos productores españoles se encuentran ahora en fase de conversión y a partir del 2018 se puede producir un sobrecalentamiento de la oferta.

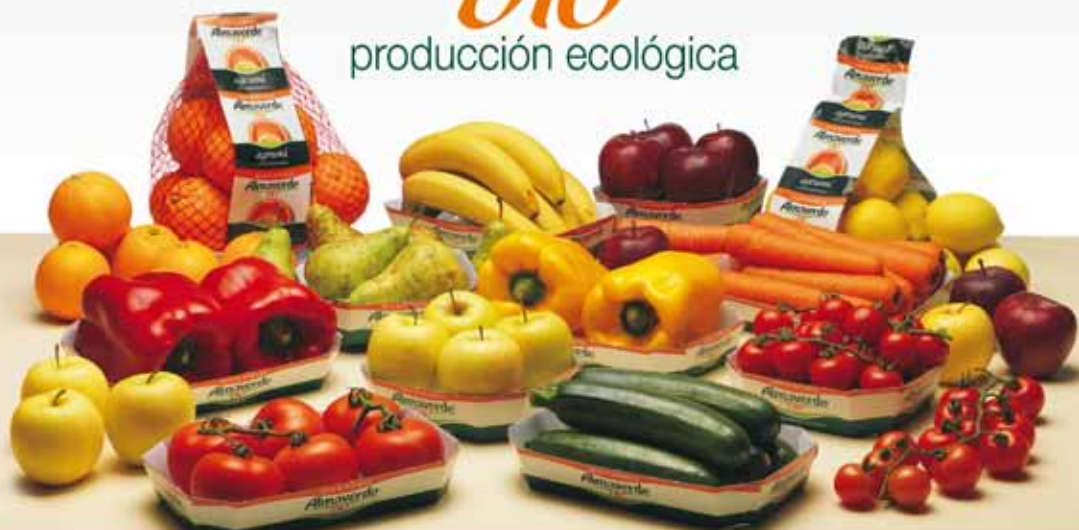
Cuidado y aviso a navegantes. Debido a que la hoja de ruta de estos grandes grupos va por años y no se producirá de golpe, es conveniente medir sobremanera los resultados año tras año, por si hay que modificar la hoja de ruta, ya que las cadenas sueñan con que el precio de las frutas y hortalizas orgánicas se acerque a la convencional.

Un sueño que las certificadoras de producto ya señalan como inviable, por los gastos y las dificultades técnicas para sumar oferta ecológica en un espacio lleno de convencionales.

Almaverde®

bio

producción ecológica



CANOVA srl - MÁS DE 34.300 TONELADAS DE PRODUCCIÓN ECOLÓGICA,
CON UNA FACTURACIÓN DE 59,2 MILLONES DE EUROS



- > 800 explotaciones en Italia
- > Gestión directa de la producción
- > Calidad constante
- > Gama completa



Tu primer acierto para una producción ecológica

Sharing a healthy future

