

Macfrut es el escaparate para la tecnología de producción italiana, que convoca a operadores nacionales, creciendo la afluencia de otros países

Un foro de análisis y exposición para la fruta y la hortaliza

ALICIA NAMESNY
info@poscosecha.com



La edición 2003 es la número 20 de Macfrut; en este tiempo la feria se ha consolidado como un escaparate para la tecnología de producción italiana, que convoca no sólo a los operadores nacionales sino una creciente afluencia de otros países. Sus organizadores destacan, este año, la presencia de representantes del Este de Europa, Cuenca del Mediterráneo y Sudáfrica. Las cámaras de comercio de las ciudades organizadoras Forlì y Cesena, organi-

Las empresas de maquinaria de acondicionamiento son uno de los expositores de Macfrut. En la imagen, vista parcial del stand de Maf Roda donde el equipo Tetrascan concentra la atención de los visitantes.

zan encuentros de negocios. La GDO, Gran Distribución Organizada, es también protagonista. Este año el encuentro contó con representantes de Wal-Mart, Carrefour y Metro.

Novedades

Además de su línea de nueva oferta de IV gama de frutas, Apofruit y SIPO, Società Ingresso Prodotti Ortofrutticoli, de Rimini, presentaron una línea de judías verdes en IV gama. "Tit Bit", la

línea de IV gama de frutas, cuenta con diferentes preparados. La puesta a punto de estos productos se realizó con la colaboración del Dpto. de Ciencia y Tecnología Alimentaria de la Universidad de Bolonia.

La producción biológica despertó desde sus inicios la atención en Italia; de hecho cuenta con un salón especial dentro de Macfrut, "Agro-Bio-Frut", en que exponen tanto productores como proveedores de materiales para este tipo de



cultivo. Este año se presentó el primer mapa de las fincas con cultivo biológico que ejercen como centros de enseñanza; el editor es Distilleria Eco Editoria, www.biobank.it

El CSO, Centro Servizi Ortofrutticoli, presentó su campaña de promoción de la IGP, Indicación Geográfica Protegida de Romagna. Además se presentó un volumen en que figuran las variedades que se trabajan en la zona, con información como la época de maduración de cada una de ellas.

ITO, del Grupo Aweta, expuso una nueva máquina calibradora que permite seleccionar los frutos no solo por peso, diámetro o color sino también en base al grado de azúcar, el grado de maduración y la dureza. La empresa italiana introdujo también un nuevo software para la trazabilidad a través del código de barras. La también italiana Unitec presentó dos nuevas máquinas calibradoras, Uni-Twin M, dedicada a las producciones medias, con descarga del mismo lado y Uni-Verse, para frutos de dimensiones alargadas, con descarga horizontal en vez de vertical. Unitec también introdujo un sistema de trazabilidad de los productos, Fruit Tracr, y Uni Brix, un

sistema en línea para determinar el nivel de azúcares en melones sin dañarlos. Sammo mostró un nuevo sistema de selección de los frutos, patentado a nivel europeo, gracias al cual es posible analizar toda la superficie del fruto sin necesidad de rotarlo. Ulma Packaging, ahora con sede propia en Italia, inaugura con Taurus la nueva línea de máquinas termosoldadoras, al igual que una nueva línea flowpack para bandejas con alimentación automática Atlanta o alimentador Dakota.

La empresa PFM propone una nueva pesadora de 14 cabezales proyectada especialmente para IV gama. Bini & C mostró en su stand un nuevo robot, Comau, que coloca automáticamente las bolsas de IV gama en las cajas de transporte. Packaging Systems 2000 asistió con un nuevo equipo

Apofruit y SIPO presentaron su nueva línea de IV gama de frutas, "Tit Bit" en un acto desarrollado en su stand que colapsó los pasillos.

■ En esta edición, sus organizadores destacan la presencia de representantes del Este de Europa, Cuenca del Mediterráneo y Sudáfrica. Dentro de este marco se realizan encuentros de negocios

para el alineamiento de las zana-horias y con un sistema computerizado que permite gestionar todas las máquinas del almacén de acondicionamiento. La empresa de semillas Nunhems ofrece ahora también en el mercado italiano semillas híbridas de diferentes variedades de alcachofa.

El proyecto Mediterráneo-Agroindustria

Este proyecto forma parte del Programa Nacional MAP, Unioncamere Nazionale y Assocamerestero. Bajo su marco se han realizado una serie de misiones de exploración de las que se sacan las siguientes conclusiones: Túnez es un país en rápido crecimiento en el ámbito de frutas y hortalizas y con una enorme potencialidad de inversión del exterior, favorecida por el sistema legislativo. Marruecos es un país modernamente estructurado para la producción de frutas y hortalizas, que busca partners alternativos a los vínculos tradicionales con España. Turquía es un país líder a nivel internacional en muchas producciones hortofrutícolas pero con necesidad de desarrollo en el sector servicios, lo que constituye una oportunidad para empresas extranjeras.

El sistema de Sudáfrica

¿Sudáfrica es un partner para Italia? Una sesión se dedicó a analizar el sistema distributivo de ese país, con el objetivo de determinar las oportunidades de integración comercial. La sesión estuvo coordinada por Roberto Della Casa, a través de su consultora AgroTer (ver datos concretos en www.horticm.com?54070).

La internacionalización del sistema distributivo

Roberto Della Casa, por la Università degli Studi di Bologna, analizó el escenario de la distribución internacional; la concentración continúa y el 15% del mercado mundial está controlado por los 10 primeros grupos de venta al detalle de alimentos: Wal-Mart es el primero en facturación, se-



Participantes en la sesión sobre nuevos desarrollos en maquinas para acondicionamiento, Margarita Ruiz Altisent (Unliversidad Politécnica de Madrid), Enrico Andrini y Leo Crezee (Aweta), Tania Spimpolo, (Sacmi) y Luca Montanari, (Unitec).

guido a una distancia considerable, por Carrefour, Ahold, Kroger, Ito-Yokado, Metro Group, Target, Albertsons, Kmart y Tesco (ver detalles en www.horticom.com?54070)

El consumidor italiano y el comercio de frutas y hortalizas

El análisis realizado en la sesión sobre "La evolución de los modelos de consumo" puso de manifiesto que en Italia se consu-

me menos fruta que los valores aconsejados por los nutricionistas. Además se registra una tendencia negativa en el consumo doméstico que en los últimos años ha dado lugar a un descenso de 60 g/por persona en los valores promedios. Estos datos y otros presentados se basan en el estudio realizado por la empresa GfK – IHA Italia sobre el mercado de este país, en base a 5000 familias y otros 400 puntos de muestreo (ver más datos en www.horticom.com?54070).

En Italia se ha producido el nacimiento de Apofruit Italia, fruto de la fusión de tres cooperativas: Apofruit, de Cesena, Generalfruit de Ravenna y Coop Metapontina, de Scanzano Jonico (Matera). La suma de las producciones alcanza los 180 millones de toneladas, trabajadas en 16 almacenes, y la facturación los 173

millones de euros. Comercialmente la maxicooperativa apunta a valorizar la tipicidad de la producción propia y a reforzar los principales productos como melocotón y nectarina, kiwi, y fresa, además de otros como pera, manzana, patata, hortalizas varias, clementina y uva.

Nuevos desarrollos para evaluar la calidad

Al igual que en la reunión realizada hace dos años, Luigi Bodria fue el coordinador de la sesión que reunió a investigadores de universidades y privados para analizar las herramientas con que se cuenta, en el almacén o el campo, de manera no destructiva frutas y hortalizas. Siguiendo la tónica de la primera, el número de asistentes mostró el interés que despierta el tema y los organizadores previeron esta vez una sala con una capacidad acorde. Margarita Ruiz Altisent, del Laboratorio de Propiedades Físicas de los Productos Agrícolas, de la universidad Politécnica de Madrid, analizó lo que significan las nuevas técnicas en cuanto nuevas posibilidades de valorizar frutas y hortalizas. Entre las técnicas emergentes están sensores a gas, para detectar volátiles; mostró imágenes espectaculares del interior de frutas tomadas mediante resonancia magnética nuclear, una técnica de amplio uso en medicina y cuyos costes decrecientes la acercan a usos agrícolas. También puso de manifiesto la importancia de desarrollar sistemas que permiten identificar automáticamente las lecturas erróneas, algo en lo que su grupo trabaja, entre otros aspectos de la identificación de calidad.

El profesor Shmulevich, del Instituto de Tecnología de Israel, Technion, de Haifa, analizó las dificultades que ofrece la medición de la textura. Los requisitos de un sensor de calidad incluyen el que sea no destructivo, sensible a defectos exteriores e interiores, fiable, con mediciones repetibles y estables durante el tiempo, velocidad entre 5 y 15 frutos por segundo, simple, capaz de reconocer la

■ **La producción biológica despertó desde sus inicios la atención en Italia; dentro de Macfrut se cuenta con un salón especial el "Agro-Bio-Frut", en el que exponen tanto productores como proveedores de materiales para este tipo de cultivo**



Macfrut es el sitio para presentar novedades, es el caso del nuevo cubre de NNZ, "Cover-Fresh" que se sujeta con cola, que cubre la caja de la imagen. De izquierda a derecha Len W. F. Boot, Esther E. Niemeijer y Lucas Poppinga.

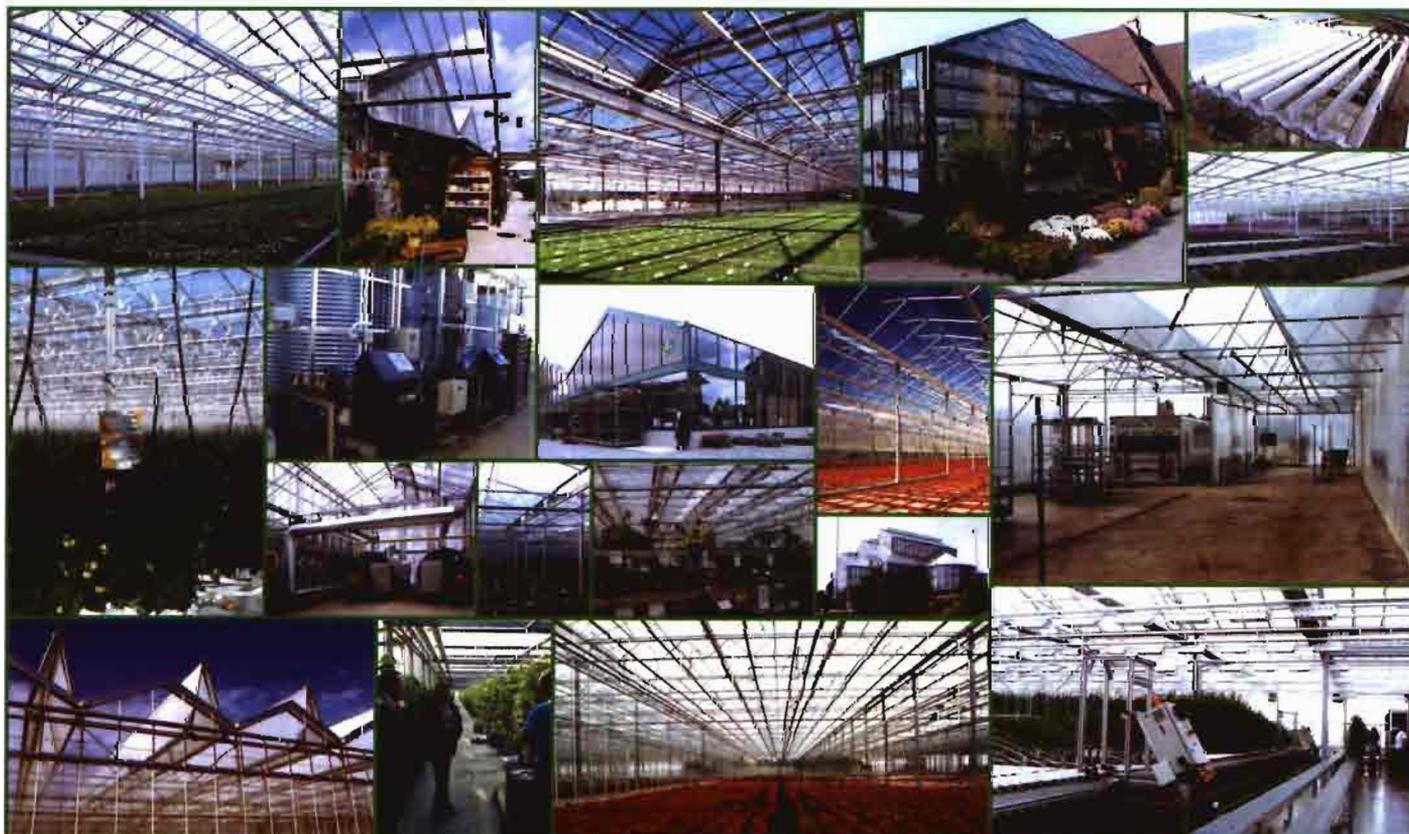
ciones de profesores de varias universidades italianas que trabajan en poscosecha, así como de representantes de Aweta, Sacmi y Unitec, que analizaron los problemas y exigencias para la introducción de sistemas de selección de calidad automática a nivel comercial.

Los productos de IV y V gama

Dante Miazza, de Bonduelle, fue uno de los participantes en la sesión dedicada a analizar las oportunidades y amenazas implícitas en los productos de IV y V gama. En su opinión, hay una presencia creciente de marcas que llegan al consumidor; la marca actúa como garantía y factor de seguridad. Las inversiones para promocionar Bonduelle IV gama en Italia han dado como resultado un crecimiento del 35%, con lo que queda claro la importancia que la empresa atribuye a la promoción.

variabilidad interna del producto y de calibrado simple. Respecto a la medición de firmeza, destacó los equipos comerciales que la evalúan por impactos suaves, Greefa,

Sinclair, así como el también buen comportamiento de las técnicas acústicas, Aweta, al evaluar el conjunto del producto. La sesión contó también con interven-



deforche 

*Totalmente competitivos
Más de 70 años de ejecuciones*

Felipe Gil, 7 • 08023 BARCELONA - Tel. 93 418 13 22 • Fax 93 418 28 79
www.jbgalles.com • info@jbgalles.com

El Dr. Romagnoli, de Cella Vita, explicó que en la actualidad es impensable plantearse una industria transformadora en base a los descartes; su empresa está especializada en la elaboración de patatas, de las que ofrecen más de 20 referencias. Una de sus principales preocupaciones es la homogeneidad del producto; la primera vía de detección está al inicio de la línea de elaboración donde cuenta con un volcado en agua salada para separar las patatas que no tienen densidad similar. Cella Vita cultiva 20.000 ha de patatas y trabaja 200.000 t/año; venden en Holanda, Reino Unido, Alemania, Bélgica y Francia por un valor total de 60 millones de Euros. En su experiencia los servicios de alimentación son los que están haciendo la labor de educar a los niños en hábitos alimenticios.

Maximiliano Ceccarini, director de SIPO dedicó su inter-

La inauguración oficial de Macfrut convoca a las autoridades de Cesena. De izquierda a derecha, Giordano Conti, Alcalde de Cesena, Guido Tampieri, Asesor de Agricultura de la región de Emilia-Romagna y Domenico Scarpellini, Presidente de Macfrut. A la izquierda, el stand de Ulma donde se presenta su nueva sede en Italia.



vención al aumento en la oferta de IV gama de frutas –junto con Almaverde han lanzado Tit Bit-, frente al dominio hasta hace poco de las hortalizas. En el terreno de

los envases, cree que los tipos cuyo uso aumenta están las bandejas en flow pack, los cuencos y las bolsas rellenables. El uso de bolsas convencionales se mantie-

Ayudando a mejorar el cultivo...



Munters Spain S.A.

Europa Empresarial,
C/ Playa de Lencres Nº 2
28290 Las Matas - Madrid
Tfno.: 91 640 09 02
Fax.: 91 640 11 32
www.munters.com
Email: marketing@munters.es

Los sistemas CELdek de Munters maximizan la productividad de los invernaderos creando y manteniendo un clima adecuado para un crecimiento óptimo. El panel evaporativo CELdek, la amplia gama de ventiladores y sistemas de calefacción de Munters-Euroemme y los sistemas de control completan la gama de productos que forman el Concepto Munters para la Industria Hortofrutícola



ne igual, mientras que desciende el de bandejas filmadas. El confeccionamiento en bandejas transparentes para hacer visible el producto y una apertura fácil -easy-peel- para permitir un consumo fácil y cómodo son los factores más importantes a la hora de elegir el envase. En su opinión, para incentivar el consumo de los productos cortados hay que: mejorar el conocimiento de los consumidores sobre la amplia gama de productos existentes, mostrar a los consumidores la practicidad de los productos, desarrollar actividades de merchandising, promociones en tiendas, etc. y posicionar a los productos cortados entre los productos frescos, saludables y naturales como la fruta y verdura fresca, dándoles la connotación de valor y servicio.

Otras actividades

Biológico: ¿comunicar un producto a un valor?. Este fue el autoexplicativo título que reunió a una serie de especialistas en el tema analizando la necesidad de campañas informativas sobre lo "biológico" como valor y no sólo como producto. Es la tónica bajo la cual se diseñó la campaña institucional "Biocerteza", que lanzará durante los próximos meses el consorcio italiano Almaverde Bio Italia, con la contribución de la Unión Europea.

"Al menos 5 porciones al día de fruta y verdura". Fue el nombre de la ponencia de Franco Travagni, director de Bioagricultura, en lo que es una de las primeras evidencias de la llegada de las inquietudes 5 al Día a Italia. La misma tuvo lugar en el marco de las sesiones "La fruta y la verdura en un modelo alimentario sostenible para la salud de los ciudadanos". Italia evidencia la misma evolución que otros países europeos en el sentido de que en los últimos años ha aumentado el consumo de alimentos de origen animal; de 23 g por día de ese origen en los años 1950 se pasó a 59.3 g en los 80, algo que Travaglino define como "los efectos de la PAC en nuestra mesa".

También se consumen en Italia mucho menos productos de origen vegetal; sus estimaciones indican un consumo actual de 2.8 raciones de fruta/hortaliza por día.

Otra de las actividades durante los días de Macfrut fue el homenaje realizado a Nevio Lotti, en que se destacó su "papel" de "puente entre Italia y España" y se presentó un libro con su bio-

grafía, seguido de un concierto de jazz, todo ello en el teatro Alessandro Bonci, de Cesena.

Para saber más...

GfK IHA Italia: www.gfkiha.com
Macfrut: www.macfrut.com
Artículo completo en www.horticom.com?54070

▶ sano crecimiento



Para clientes como Ud, hemos desarrollado el fondo de cruz con aberturas múltiples:

Para horticultores que exigen más



Pöppelmann Ibérica S.R.L.
Plaça Vicenç Casanovas, 11-15
08340 Vilassar de Mar (Barcelona)
Tel.: 93 754 09 20 • Fax: 93 754 09 21
Internet: www.teku.com
E-Mail: teku-es@poepelmann.com

simplemente lo mejor



PÖPPELMANN