



FRUIT ATTRACTION 2025: OTRO AÑO DE RÉCORD PARA UNA FERIA ARROLLADORA

Las cifras hablan por sí mismas. Fruit Attraction cerró su edición número 17, celebrada del 30 de septiembre al 2 de octubre, con un nuevo récord histórico de participación: más de 120.000 profesionales procedentes de 150 países asistieron a la convocatoria de este año. AGRICULTURA fue testigo presencial. Esta es la crónica de una feria arrolladora.

Redacción

Organizada como siempre por Ifema Madrid y la Federación Española de Asociaciones de Productores Exportadores de Frutas, Hortalizas, Flores y Plantas Vivas (FEPEX), Fruit Attraction 2025 contó con la participación de 2.460 empresas expositoras de 64 países, lo que supone un crecimiento del 8,4% respecto al año pasado. El segmento internacional registró un importante impulso, ya que acaparó más del 47% de la ocupación total de la feria, con 1.418 empresas. Se sumaron 14 nuevos países, como Argelia,

El Salvador, Etiopía, Georgia, Hungría, Malta, Jordania, Mauricio, Senegal, Serbia, Uganda, Uzbekistán, Vietnam y Zimbabwe. Además, la superficie expositiva alcanzó los 78.000 m², un 10% más que en 2024.

Para sus impulsores, “este crecimiento tiene un reflejo directo en la economía de la región madrileña, además de consolidar su liderazgo y confirmar la creciente relevancia de Madrid como epicentro del negocio hortofrutícola”. Y añadimos: se trata de cifras que consolidan la posición de Fruit Attraction como instrumento fundamental del mercado de frutas y hortalizas a nivel global.

Una agenda que hizo las delicias de los visitantes

El área Fresh Produce volvió a representar cerca del 70% de la feria, confirmando su peso estratégico dentro de la oferta global. Junto a ella, el área de Industria Auxiliar tuvo una destacada presencia, al igual que Fresh Food Logistics, espacio dedicado a la cadena de frío y soluciones para la logística del producto fresco. Por su parte, Innova&Tech, que integra Biotech Attraction y Smart Agro, experimentó un importante crecimiento en esta edición, un 31% más que en 2024, lo que refuerza su papel como epicentro de la innovación, la investigación y el desarrollo tecnológico aplicado al sector.

Como plataforma de impulso y expansión internacional, Ifema Madrid, con la colaboración del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, del ICEX y de FEPEX, volvió a activar en Fruit Attraction el Programa de Compradores Internacionales, invitando a cerca de 700 compradores de 67 países, jefes de compra *retail*, importadores y mayoristas que aportaron un especial dinamismo al negocio de la feria. A esto se sumaron los ‘países importadores invitados’, con Malasia y México como



protagonistas de esta edición. Con ello, Fruit Attraction abrió y fomentó una vía de relaciones comerciales con estos mercados, arropada por un programa completo de mesas redondas, visitas guiadas a la feria y sesiones B2B.

Como novedad, se impulsó el Organic Hub Tour, una ruta especialmente señalizada dentro de la feria para dar mayor visibilidad a las empresas con productos con certificación ecológica. Por lo que respecta a su completo programa de actividades, Fruit Attraction 2025 celebró congresos como Grape Attraction, Biotech Attraction, Biofruit Congress, Fresh Food Logistics The Summit y otras interesantes ponencias y presentaciones de los expositores en los diferentes Foros Fruit Next.

Además, Factoría Chef, patrocinado por Alimentos de España, volvió a poner en valor la versatilidad gastronómica de las frutas y hortalizas con atractivos *showcookings* en directo.

En esta ocasión, The Innovation Hub, con 50 productos, fue el área dedicada a la innovación y novedades empresariales en el sector. También se entregaron los Innovation Hub Awards, ya convertidos en un acontecimiento fundamental para el apoyo a la apuesta emprendedora empresarial del sector, con sus habituales categorías Fresh Produce, F&V Industry y Acciones de sostenibilidad y compromiso.

El tomate español, protagonista

La elección del tomate como 'Producto Estrella' de esta edición de la feria no solo puso en valor su relevancia gastronómica, nutricional y cultural, sino que también sirvió para "visibilizar el esfuerzo de miles de agricultores y empresas que han hecho del tomate un símbolo de calidad y sostenibilidad". El sector recibió un merecido espaldarazo en un contexto marcado por desafíos geopolíticos y una creciente competencia internacional.

Uno de los momentos más emotivos y significativos de Fruit Attraction 2025 se produjo con la entrega de los Premios Tomate 2025, un acto que

reunió a numerosas personalidades representativas del sector productor y comercializador de tomate en España y Europa. La ceremonia se convirtió en un verdadero homenaje colectivo al esfuerzo, la excelencia y la pasión que definen a esta industria. Los galardones, divididos en ocho categorías, reconocieron desde la innovación tecnológica hasta la promoción mediática, pasando por la proyección internacional, la mejora varietal y las trayectorias personales que han marcado la historia del tomate español.

Un sector que es "columna vertebral para España y la UE"

Un año más, la feria fue inaugurada por el ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Luis Planas, que destacó la fortaleza y el liderazgo del sector agroalimentario español, "que cumple con los más altos estándares de calidad y sostenibilidad, en particular los establecidos por la Unión Europea".

En su intervención ante los medios de comunicación, Planas se refirió a Fruit Attraction como una feria "que representa el resultado de un comercio internacional basado en reglas, que aporta seguridad y confianza tanto a exportadores como a importadores". El ministro destacó que "los productos españoles son saludables, sabrosos y atractivos", y que su excelencia se debe al esfuerzo constante en innovación, diversificación y crecimiento, "tanto en el ámbito productivo como comercial". El ministro aprovechó también para defender el mantenimiento de las ayudas específicas para frutas y hortalizas en la futura Política Agrícola Común (PAC) y reconoció el papel económico, social y territorial del sector, "que constituye una columna vertebral para España y la Unión Europea". Además, agradeció el trabajo diario de productores, empresas y organizaciones. "Los que trabajamos en la alimentación somos centrales, y nuestro compromiso es nutrir mejor a los ciudadanos", añadió.

FRUIT ATTRACTION 2025 EN CIFRAS

17
ediciones

+ 120.000
profesionales
de 150 países

2.460
expositores
de 64 países

47%
de expositores
internacionales

78.000 m²
de superficie expositiva

407 M€
de impacto económico
durante los tres días

Mantenimiento de
3.066
empleos en la región





40 años de innovación: Econex brinda y presenta su plan de futuro

La empresa murciana Econex conmemoró sus cuatro décadas de trayectoria en el marco de la feria Fruit Attraction. Bajo el lema ‘40 años evolucionando contigo’, la compañía repasó sus hitos, reafirmó su misión y desveló sus ambiciosos planes de futuro, centrados en la digitalización, la expansión global y la innovación en biocontrol.

La compañía especializada en soluciones de biocontrol adelantó algunas de las actividades que se desarrollarán a lo largo de 2026 con motivo de la celebración de su aniversario, así como novedades empresariales que refuerzan su proceso de transformación digital. Entre ellas destacan el lanzamiento de una nueva web corporativa, más moderna y orientada al cliente, y la implantación de un nuevo sistema integral de gestión que optimizará la operati-

va interna y la atención al cliente.

En palabras de su fundador y director general, Francisco Martínez Campillo, “cumplir 40 años significa mirar atrás con orgullo, pero sobre todo mirar al futuro con la misma motivación, compromiso y espíritu innovador que nos impulsó desde el principio”. Entre sus novedades técnicas, Econex ha destacado la Trampa Gorgojo de la Colza Regulable, una solución pionera diseñada para optimizar



la captura de *Ceutorhynchus assimilis*, una de las principales plagas que afectan al cultivo de la colza en Europa. Este modelo, único

en el mundo, incorpora un sistema regulable que permite ajustar la altura de la trampa para acompañar el crecimiento del cultivo.

Con presencia en 61 países, Econex afronta su 40 aniversario con una visión clara: seguir liderando el cambio hacia una agricultura más eficiente, segura y respetuosa con el entorno, consolidando su posición como referente internacional en biocontrol sostenible.

www.e-econex.net

Timac Agro: una década de feria apostando por la nutrición vegetal

Tras 10 años de presencia en la feria apostando por la nutrición vegetal dentro del sector agroalimentario, desde Timac Agro despiden esta edición de Fruit Attraction “satisfechos”.

“Estamos muy agradecidos por los cientos de personas que se han acercado a nuestro stand”, expresó en un comunicado la compañía de nutrición vegetal y animal, que en esta ocasión patrocinó el espacio de diálogo Fruit Forum by Timac Agro.

“A lo largo de estos años hemos visto crecer la feria, al mismo tiempo que seguimos creciendo y mejorando como empresa. No podemos dejar pasar la oportunidad de acudir, ya que representamos a la fertilización, una pieza clave dentro del sector, crucial



para asegurar producciones de calidad y rentables, y para mantener la salud del suelo”, apuntan.

De este modo, a lo largo de los tres días de feria, Timac Agro transmitió sus compromisos con la producción sostenible de alimentos y el potencial de sus productos

innovadores, incluyendo su último lanzamiento de fertilizantes neutros en carbono, Carbon Neutral. Asimismo, el evento le sirvió para visibilizar la importancia del asesoramiento técnico y fortalecer sus vínculos con clientes y otros agentes del sector.

En cuanto al portfolio que lució Timac Agro en Fruit Attraction, se enmarca completamente en su Plan Armony para avanzar hacia la sostenibilidad transversal, compuesto por compromisos concretos, reales y medibles.

Así, su stand acogió su gama de soluciones 100% ecológicas bajo la marca Innovabio by Timac Agro. Asimismo, la empresa ya ha puesto en marcha un ambicioso proyecto basado en el uso de materias primas naturales y ecológicas con un proceso 100% local que pretende reforzar su portfolio de fertilizantes y bioestimulantes, y que cuenta, además, con un valor sostenible verificado por entidades certificadoras externas, tal y como recoge la iniciativa Revalora.

www.timacagro.es



“Si ofreces siempre lo mejor, se tiene que saber”

La Asociación Nacional de Obtentores Vegetales (Anove) presentó, en el marco de Fruit Attraction, su campaña “Si ofreces siempre lo mejor, se tiene que saber”, con el objetivo de trasladar al consumidor final la correcta información sobre la identidad del producto que se expone en los lineales de compra, reforzando la confianza, la seguridad y la calidad.

Las empresas obtentoras de variedades vegetales invierten más de un 20% de su facturación en I+D+i para conseguir nuevas variedades que satisfagan las necesidades y los gustos de los consumidores, proponiendo alternativas nuevas, más apetecibles, que aporten mejores características nutricionales, y su resultado se puede ver en ferias como Fruit Attraction. Cada año, se ponen a disposición de los productores nuevas variedades que permiten posicionar mejor su producto generando



valor añadido con las nuevas variedades y con el desarrollo de marcas comerciales. Es un trabajo largo, de unos 10 o 12 años, y que requiere una gran inversión, en torno a 1,5 millones de euros para obtener una nueva variedad, y en este escenario se muestran los resultados alcanzados que llega-

rán a los lineales de compra. Por esa razón lanza Anove esta campaña, dirigida “sobre todo a los distribuidores, pero sin perder de vista a los consumidores”, y respaldada por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (MAPA) y por Mercasa, que colaborará en la distribución de los materiales.

Durante el acto de presentación de la campaña, la directora de Anove, Elena Sáenz, subrayó que “todos los productos vegetales que podemos ver al hacer la compra

tienen un origen, un material de reproducción vegetal (una semilla o una planta) correspondiente a una variedad. En el inicio de la producción está la obtención vegetal, que se transfiere a los productores para continuar su paso por el resto de la cadena hasta llegar a las tiendas y a la mesa del consumidor. Con la campaña queremos que esos productos lleguen con su correcta identificación, mostrando el esfuerzo que hay detrás de cada producto”.

1 www.anove.es

Pacto por la promoción de los alimentos de calidad diferenciada

Fruit Attraction fue el marco elegido por la Asociación Española de Denominaciones de Origen, Origen España, y Ecovalia, la organización profesional nacional de la producción ecológica, para firmar un convenio de colaboración que tiene como objetivo promover un modelo agroalimentario sostenible, de calidad y con alto valor añadido.

rubricaron el acuerdo, que establece un escenario de acción conjunta para impulsar la proyección nacional e internacional de los productos de calidad diferenciada y ecológicos.

En este sentido, el presidente de Origen España indicó que ambas entidades “son baluartes del mantenimiento de la biodiversidad y de la defensa de los recursos naturales”. “La sostenibilidad está integrada en la noción de Indicación Geográfica, ya que la preservación de los recursos locales es vital para garantizar

el suministro duradero de estos alimentos de calidad certificada específicos de un territorio”, añadió Pacheco. La iniciativa permitirá a ambas asociaciones desarrollar de manera conjunta acciones dirigidas a fomentar la proyección de productos de calidad diferenciada y ecológicos, sensibilizar al gran público sobre sus beneficios y reforzar el papel del sector como motor del desarrollo rural y la competitividad en el ámbito agroalimentario. Una apuesta por la sostenibilidad del sector que se extenderá

durante, al menos, un año. “Acuerdos como este establecen un marco estable de colaboración para potenciar, desde el esfuerzo conjunto, a las figuras de calidad diferenciada, tanto productos con sello DOP como IGP, integradas en Origen España. Las IGP desempeñan un papel clave en el desarrollo económico sostenible de las comunidades locales, contribuyendo a prevenir la deslocalización de la producción. Además, el éxito de los sistemas de indicaciones geográficas puede mejorar la



Álvaro Barrera, a la izquierda, y Ángel Pacheco, a la derecha, durante la firma del convenio.

distribución del valor entre los agentes de toda la cadena de valor, incluidos los agricultores y los transformadores”, expresó el presidente de Origen España.

1 <https://origenespana.es/>



Tecnología, liderazgo y otros factores clave en un sector agrario resiliente

En el marco de Fruit Attraction, Santander organizó el evento 'Tu esfuerzo en manos expertas', durante los días 30 de septiembre y 1 de octubre; dos jornadas en las que varios expertos analizaron las fortalezas, así como las claves del éxito del sector agrario, cuya capacidad de adaptación le permite mantenerse entre los principales activos económicos y sociales a pesar de las dificultades.



Toni Nadal junto a Lorena Ruiz, directora de Negocio Agroalimentario de Santander.



Mesa redonda '¿Cuál es la clave del éxito para abrir nuevos mercados y adaptarse a la demanda actual del consumidor?'

La directora de Negocio Agroalimentario de Santander, Lorena Ruiz Ponce, fue la encargada de inaugurar ambos encuentros. El primer día, se desarrolló la mesa redonda '¿Cuál es la clave del éxito para abrir nuevos mercados y adaptarse a la demanda actual del consumidor?', moderada por Rafael Daniel, director de El Economista Agro, y en la que intervinieron José María Naranjo, director general de Tany Nature (España); Rosario Bazán, de Danper Trujillo (Perú); Carolina Dosal, CEO de Frutícola Dosal (Chile), y Luis Sierra, Chief Development Officer de Agrícola Cactus (México). El mensaje común que compartieron estos profesionales fue el de la fortaleza y resistencia de un sector agro en constante cambio,

comprometido con el medio ambiente, la sostenibilidad y la seguridad alimentaria, manteniéndose al día en innovación y tecnificación. También en formación y cualificación, aspectos en los que la agricultura está cada vez más profesionalizada. Rosario Bazán señaló que, gracias a la agricultura, se está empoderando a la mujer, "un activo muy valioso en la economía del país".

Innovación

La segunda jornada, celebrada el 1 de octubre, llevó por título 'De la innovación tecnológica al liderazgo humano'. Comenzó con la ponencia "IA e innovación en el sector agroalimentario", a cargo de Enrique Dans, profesor de innovación en IE Business School y experto en tecnolo-

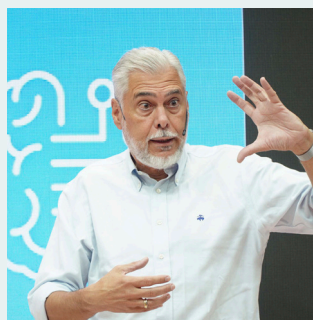
gía e IA, que puso de relieve el potencial de esta herramienta como aliado para el sector agrícola.

"La inteligencia artificial es una herramienta potente y eficiente y lo que hará que vuestra empresa se convierta en exitosa es su capacidad para extraer datos, tener controlados los datos de proveedores, inversiones, insumos, etc. Si todo esto está bien

recopilado podréis generar datos que alimenten vuestros algoritmos y seréis mucho más eficientes", afirmó, incidiendo en que las nuevas tecnologías serán una herramienta más, a la que va a ser imposible dar la espalda.

Para finalizar, Toni Nadal, embajador de la Rafa Nadal Academy, ofreció una ponencia sobre liderazgo, motivación y superación ante la adversidad. Lorena Ruiz Ponce acompañó a Nadal durante su intervención, reflexionando sobre la capacidad del sector agro para sortear obstáculos y momentos complicados. "En la vida, así como en el deporte, y también en el liderazgo de empresas, para tener habilidades tienes que tener dificultades", señaló el mallorquín.

i www.bancosantander.es



El divulgador Enrique Dans, durante su ponencia.



Syngenta celebró sus 25 años de innovación agrícola en Fruit Attraction

En su 25º aniversario, Syngenta llegó a Fruit Attraction 2025 con un mensaje claro: acelerar la innovación para alimentar al mundo de forma sostenible.

En esta edición de la feria, Syngenta presentó en Madrid sus últimas innovaciones en sanidad y mejora vegetal, que en su unidad de semillas hortícolas se centran en desarrollar nuevas variedades con el mayor espectro posible de resistencias frente a las principales enfermedades que hoy amenazan a los agricultores. Patógenos como el virus de Nueva Delhi (ToLCNDV) en cucurbitáceas o el virus del rugoso del tomate (ToBRFV) han reducido drásticamente la producción y la rentabilidad en los últimos años. Además, la marca Kumato®



celebró en Fruit Attraction sus 20 años de liderazgo presentando nuevas innovaciones dentro de su gama con resistencia al rugoso y a la cuchara, junto a otros conceptos como el tomate Yoom™, Nébula y Onuba, o los pimientos snack dulces sin semillas bajo la marca Angello™ y el maíz blanco

extradulce Glacial. En la tipología de tomate Marmande, Syngenta ha mostrado una amplia paleta de colores —chocolate, rosa, morado— y variedades tradicionales grandes multiloculares que destacan por su textura y sabores excepcionales.

En el ámbito de la protección de cultivos, la compañía presentó en la feria sus avanzadas tecnologías fungicidas Orondis® Evo y Orondis® Forte, diseñadas para combatir los principales hongos que amenazan las cosechas. A estas soluciones se suman innovaciones bioló-

gicas orientadas a estimular los cultivos frente al creciente estrés abiótico y mejorando la salud y productividad del suelo, optimizando el microbioma. En este campo, Syngenta ha desarrollado los bioestimulantes VITASEVE, que optimiza la circulación de la savia en la planta; VIVA, que mejora la salud del suelo; MC EXTRA, que garantiza un desarrollo equilibrado del cultivo y el biofungicida EBUDIM, que activa el sistema de defensa de las plantas contra el mildiu, oídio y botrytis.

www.syngenta.es

'Grow Different': donde la naturaleza y la tecnología se unen por una agricultura consciente

Bajo el lema 'Grow Different', Veganic se presentó en la nueva edición de la feria Fruit Attraction en un espacio que, según la marca, transmite su esencia: “un entorno donde naturaleza y tecnología conviven en equilibrio, ofreciendo a los visitantes una experiencia sensorial que refleja el espíritu transformador de una agricultura más consciente”.

Entre las innovaciones en biosoluciones que presentó en esta edición destacan NeoPrime®, la primera tecnología aplicada a productos Plant Primers, que prepara a la planta activando sus mecanismos de respuesta de forma específica y eficiente, inspirada en la decodificación del alfabeto vegetal y en la memoria epigenética; MicroGea®, una microtecnología exclusiva basada en cepas endófitas registradas en el CECT, diseñada para



optimizar la eficiencia en el uso de nutrientes, regenerar el suelo y reducir la dependencia de fertilizantes minerales convencionales; y NeoDuo®, una innovación de doble complejación diseñada

para maximizar la absorción de minerales y reducir las dosis de los tratamientos en los cultivos.

La presencia de Veganic en Fruit Attraction 2025 coincidió con un año de gran crecimiento para la compañía. Durante los últimos meses, se abrieron nuevas filiales en el sur de Asia y Brasil, se ampliaron registros en mercados estratégicos como México, Italia, Portugal y Turquía, y se consolidó un portfolio que ya se reconoce como

referente en biosoluciones agrícolas a nivel global.

“En Veganic trabajamos para transformar la agricultura con ciencia, ética y sostenibilidad. Nuestro stand en Fruit Attraction es un reflejo de ese propósito: aquí no solo mostramos productos, sino una visión de futuro. Queremos ser los guardianes de la biodiversidad y de la seguridad alimentaria a nivel mundial”, afirmaron desde la compañía.

www.veganic.bio



Una compañía 'conectada' que ofrece soluciones globales

'Connecting for greater value' es el lema con el que BASF en esta edición de la feria y con el que invitó a los profesionales del sector a 'conectar' para crear valor a lo largo de toda la cadena agroalimentaria.

Así, BASF se mostró en Madrid como una compañía también 'conectada', que ofrece soluciones globales, desde la genética de semillas hasta herramientas digitales, pasando por la protección de cultivos. De hecho, todas sus divisiones de negocio estuvieron representadas en un mismo espacio expositor.

Entre sus novedades, puso el foco este año en melón y sandía como cultivos estratégicos que ahora unen sinergias y estrategias bajo un mismo concepto: The Melonution. "The Melonution es nuestro movimiento estratégico para



reforzar la industria de melón y sandía a través de la innovación, la sostenibilidad y el crecimiento compartido", afirma Diego Maestre, *Global Crop Manager* de BASF Nunhems. El tomate es, junto a melón y sandía, uno de los cultivos

clave para la compañía, que sigue sumando variedades a su portfolio, todas con el denominador común de la resistencia al virus del rugoso (ToBRVF).

La casa de semillas refuerza, asimismo, su gama de pera, liderada por Azovian y al que seguirán nuevas variedades para completar el ciclo con distintos calibres.

En tomate cherry, Daivion es su referencia en redondo, si bien ponen el foco en el desarrollo del segmento de cherry pera para 'mid-tech' y 'high-tech'.

Por último, continúan tra-

bajando para completar su gama de portainjertos, y junto a Dreampower y Maaspower, esta campaña prevén lanzar dos nuevos 'pies' para completar el rango de vigores.

Con este nuevo concepto, BASF aglutina una amplia gama de productos biológicos de alto rendimiento, diseñados para enriquecer, fortalecer y proteger los cultivos de forma natural y en armonía con la tierra. La compañía se adapta, de este modo, a los nuevos tiempos en la agricultura siguiendo el ritmo de la naturaleza.

www.agro.basf.es

Premios a la revolución verde en control biológico de platanera

Koppert celebró, en el marco de Fruit Attraction, la II edición de los Premios Musa, donde brindó reconocimiento a las empresas que marcan el camino hacia una agricultura más sostenible gracias al uso del control biológico en el cultivo de platanera.

En esta edición, las galardonadas fueron Amalur Isleña y Conagrican-Grupo FSM, dos referentes del sector que han apostado de manera decidida por los protocolos de control biológico de Koppert, consolidándose como pioneras en la transición hacia un modelo agrícola respetuoso con el medio ambiente y libre de residuos.

Amalur Isleña, una empresa familiar ubicada en Santa Cruz de Tenerife y fundada en 2016, se ha consolidado como ejemplo de agricultura

regenerativa, aplicando técnicas de control biológico para plagas de cochinilla, araña roja, trips, lagarta y también en pruebas para regeneración de suelo. Su estrecha colaboración con Koppert desde 2020 les ha permitido reducir el uso de productos fitosanitarios químicos y fomentar la biodiversidad en sus fincas con un resultado muy positivo.

Por su parte, Conagrican-Grupo FSM es una de las mayores productoras de plátano de Canarias, que en



Representantes de Amalur Isleña y Conagrican-Grupo FSM, con los galardones recibidos.

los últimos años ha ampliado su actividad a la papaya. Su compromiso con la sostenibilidad ha convertido a los protocolos Koppert en pieza clave de su producción para abordar dos plagas principalmente: araña roja, tanto de

forma preventiva como curativa, y la cochinilla. Esto les permite ofrecer un producto mejor, tanto para los consumidores finales como para su personal de finca, por lo que están plenamente convencidos de que el control biológico es el camino a seguir.

Con esta iniciativa, Koppert busca visibilizar y reconocer públicamente a los productores que aplican con éxito el control biológico en platanera, reforzando así su prestigio social y comercial.

www.koppert.es



La ciencia ha hablado: las biosoluciones mejoran la rentabilidad de los agricultores

Rovensa Next aprovechó su participación en Fruit Attraction para presentar Biosolutionize Agriculture, una campaña global fundamentada en la ciencia que muestra cómo las biosoluciones ayudan a los agricultores a mejorar el rendimiento y la rentabilidad, reducir la carga de químicos de síntesis y cultivar de forma más sostenible en todo tipo de cultivos y climas a nivel mundial.



El CEO de Rovensa Next, Javier Calleja, durante su intervención en la presentación

“Los agricultores no necesitan promesas; necesitan soluciones que ofrezcan resultados reales en campo. Tenemos más de 65 años de experiencia y

cientos de ensayos que muestran como las biosoluciones permiten a los productores mejorar la rentabilidad de su negocio y cumplir con los estándares de sostenibilidad”, afirmó el CEO del grupo Rovensa, Javier Calleja, durante la presentación de Biosolutionize Agriculture (como se implementará la llamada a la acción en España) en la feria. Los ensayos agronómicos realizados por Rovensa Next han demostrado mejoras significativas: mayor rendimiento en condiciones de calor y sequía,

incremento en el peso y la calidad de los frutos, y cosechas más tempranas. A nivel del suelo, se observan beneficios como una mayor disponibilidad de fósforo, una reducción en el consumo de agua, una aplicación más eficiente de tratamientos y una disminución del uso de insumos químicos de síntesis, todo ello sin comprometer el rendimiento del cultivo.

Por ello, la compañía dispone de la cartera más completa de soluciones científicamente avaladas del sector,

que abarca bioestimulantes, biofertilizantes, productos de bionutrición, biocontrol (como bioinsecticidas, bio-nematicidas y biofungicidas), además de adyuvantes. Esta oferta se complementa con programas adaptados a cada tipo de cultivo y con el conocimiento técnico local, presente en más de noventa países, lo que permite integrar eficazmente una visión global con una comprensión precisa de las necesidades específicas de cada región.

i www.rovensanext.es

Bejo refuerza su posición como referente en genética e innovación

Bejo calificó de “gran éxito” su participación en esta edición de Fruit Attraction, donde su stand se convirtió en un punto de encuentro incesante para profesionales del sector hortofrutícola.

El equipo de Bejo no tuvo un momento de descanso: su espacio se mantuvo lleno desde el primer día, con agricultores, distribuidores, técnicos y colegas de todo el mundo que se acercaron para conocer de primera mano las últimas novedades en variedades y tecnología de semillas.

Entre los protagonistas del espacio destacaron el pepino y la lechuga, dos cultivos a los que Bejo otorgó un lugar especial en esta edición. Por otro lado, las variedades Red Power (Bejo 3661) y Saman-

tha despertaron gran interés entre los visitantes, consolidándose como verdaderos descubrimientos dentro del catálogo.

La tecnología B-Mox®, aplicada a semillas de cebolla y zanahoria, también captó la atención de muchos profesionales por su capacidad para mejorar el vigor y el rendimiento de las plantas, reafirmando el compromiso de Bejo con una agricultura más eficiente y sostenible. Asimismo, la compañía presentó sus últimos avances en tecnolo-

gía de semillas, demostrando su liderazgo en la búsqueda constante de soluciones innovadoras que aporten valor añadido al agricultor.

Como incentivo adicional, los visitantes del stand pudieron participar en un sorteo exclusivo para asistir a los Bejo



Open Days que se celebran cada año en Holanda, una experiencia única donde se comparten los desarrollos más recientes y la visión de futuro junto a agricultores y colaboradores de todo el mundo.

Con esta edición, Bejo refuerza su posición como referente en genética e innovación hortícola, consolidando su compromiso con el progreso del sector y el desarrollo de soluciones que miran hacia el futuro de la agricultura.

i www.bejo.es



Cajamar, una edición más apoyando a las cooperativas y empresas hortofrutícolas

Un año más, Cajamar acudió a la feria para apoyar a las empresas y cooperativas hortofrutícolas. De esta manera, el grupo financiero referente del sector agroalimentario español volvió a mostrar su compromiso, tal y como viene haciendo desde los inicios de este certamen en 2009, siendo la única que ha estado acompañando desde la primera edición.

Durante las tres jornadas, directivos y profesionales de Cajamar, encabezados por el presidente, Eduardo Baamonde; el vicepresidente primero, José Luis Heredia; el vicepresidente segundo, Bartolomé Viúdez; el director general, Sergio Pérez; y el subdirector general, Jesús Vargas mantuvieron encuentros con expertos y empresarios hortofrutícolas para analizar la situación actual y los retos de futuro que debe afrontar el sector. En este espacio, al que se

acercaron el ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Luis Planas; el presidente de la Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE), Antonio Garamendi; la presidenta de Cepyme; Ángela de Miguel; el presidente de Cooperativas Agro-alimentarias de España, Ángel Villafranca, así como otros representantes sectoriales, de empresas y cooperativas, se desarrolló una amplia agenda de mesas redondas y actividades, don-



Una de las numerosas mesas redondas celebradas en el espacio de Cajamar.

de se intercambiaron ideas y analizaron temas como la nueva PAC, los sistemas de innovación en frutas y hortalizas, la tecnología al servicio de la sostenibilidad agroali-

mentaria o el agua y la huella hídrica. Todo ello sin olvidar la innovación biotecnológica, genómica y agronómica para la identificación de nuevas variedades y el manejo eficiente del cultivo del tomate, protagonista de esta feria y que también centró la atención en los distintos foros. Cajamar ha hecho también visible su compromiso con el sector a través de la firma y la renovación de acuerdos de colaboración con entidades, empresas y cooperativas.

i www.cajamar.es

Algarrobo resistente a *Xylella*: la ‘estrella’ de Viveros Hernandorena en Fruit Attraction

Viveros Hernandorena participó en esta edición con un mensaje claro: consolidar su papel como vivero de referencia en fruta de hueso y en algarrobo, dos líneas estratégicas que marcan el presente y el futuro de la compañía.

“El algarrobo es nuestro producto destacado en este año 2025. Llevamos varios años apostando por él y ahora queremos darle un protagonismo especial en nuestro stand. Es un cultivo con presente y sobre todo con mucho futuro”, señaló Rosa Hernandorena Ribes, directora comercial de la empresa.

Pero este vivero no solo está liderando la innovación y profesionalización de este cultivo, en auge por su carácter sostenible (excelente adaptación a suelos pobres y escasa necesidades hídri-



cas), resistente a *Xylella* y con un producto, la garrofa, prometedor para la industria alimentaria, sino que también avanza hacia la internacionalización de su proyecto Carob Tree.

La compañía acaba de firmar un acuerdo técnico-comer-

cial con la empresa italiana Comercial Gallo, ubicada en el sur de Italia, para replicar allí el proyecto Carob Tree que Viveros Hernandorena desarrolla en España. “Con este acuerdo damos un paso hacia la internacionalización del proyecto, en un territorio con condiciones óptimas para el cultivo del algarrobo, resistente a la *Xylella* y adaptado a zonas como Puglia y Sicilia”, explica Hernandorena.

Para Aldo Gallo, director comercial de Comercial Gallo, se abre una gran oportunidad para desarrollar este cul-

tivo en el sur de Italia, como alternativa a otros cultivos: “El algarrobo es un cultivo tradicional en nuestra zona, pero la profesionalización alcanzaba bajo el proyecto Carob Tree lo convierte en una excelente oportunidad para poner en marcha explotaciones agrícolas innovadoras, con un cultivo moderno, sostenible y con un gran futuro. En nuestro caso, vamos a contar con un área técnica-agrónoma, para así poder asumir este proyecto con las máximas garantías”.

i www.hernandorena.com



La nueva generación de biosoluciones se abre camino

Asfertglobal presentó sus más recientes innovaciones en Fruit Attraction 2025, consolidando su posición como referente en el ámbito de las biosoluciones agrícolas.



Pedro Sebastião, Technical Director de Asfertglobal, presenta Kiplant MetaZym en Fruit Attraction.

“Siempre es inspirador volver de esta feria con relaciones fortalecidas y la certeza de que estamos contribuyendo activamente al futuro del sector”, señalan desde la compañía.

Durante los tres días del evento, clientes, distribuidores y profesionales del sector agrí-

cola visitaron el espacio de Asfertglobal, donde pudieron conocer de primera mano las últimas novedades presentadas por la compañía. Entre ellas, destacó el lanzamiento de MetaPURE™ – Precision in Bioactive Metabolites, una tecnología de vanguardia que marca un nuevo hito en la innovación aplicada al desarrollo de bioestimulantes.

MetaPURE™ garantiza una mayor eficacia y estabilidad gracias a un avanzado proceso de purificación, concentración y estabilización de metabolitos bioactivos producidos por microorganismos. Según explicó Joaquim Machado, R&D Manager de Asfert-

global, esta tecnología abre el camino hacia una nueva generación de biosoluciones más precisas y consistentes, diseñadas para optimizar el rendimiento y la resiliencia de los cultivos.

Asociada a esta tecnología pionera, Asfertglobal presentó también Kiplant MetaZym, el primer producto desarrollado con la tecnología MetaPURE™. Esta solución innovadora está formulada a partir de posbióticos, metabolitos bioactivos derivados de microorganismos cuidadosamente seleccionados.

Durante la presentación, Pedro Sebastião, Technical Director de Asfertglobal, ex-

plicó cómo Kiplant MetaZym actúa en los cultivos mediante una triple acción: bioestimulación, bioprotección e inducción de resistencia. Gracias a este enfoque integral, el producto fortalece el sistema inmunitario vegetal y contribuye a una protección más duradera y sostenible frente a factores de estrés. Desde Asfertglobal destacan que esta innovación “allana el camino para una nueva categoría de soluciones agrícolas que combinan, de forma única, la bioestimulación y la inducción de defensas a través de metabolitos secundarios microbianos purificados”.

i www.asfertglobal.com

Una extensión de norma histórica para el mango y el aguacate

La Organización Interprofesional del Aguacate y del Mango de España (OIAM) presentó en Fruit Attraction su primera extensión de norma, aprobada mediante la Orden APA/837/2025, de 23 de julio, y publicada en el Boletín Oficial del Estado el pasado 2 de agosto.

El acto tuvo lugar en el stand de Cajamar y en él participaron el presidente de la Interprofesional, José Linares; su vicepresidente, Juan Antonio Reyes; y el miembro de la junta directiva Luis Marín.

La puesta en marcha de la extensión de norma consti-

tuye un hito histórico para el sector del aguacate y el mango en España, ya que por primera vez se dispone de un instrumento común que vincula a todo el sector y que asegura recursos estables para acciones colectivas de interés general.

La extensión de norma establece una contribución total de 0,02 euros/kg de aguacate y mango producidos en España, distribuidos de la siguiente forma: al sector productor le corresponde una contribución de

0,01 euros/kg de aguacate y mango producido en España y vendido a un operador comercial o entregado por un socio a su cooperativa, y al sector comercializador 0,01 euros/kg de aguacate y mango comprados o entregados por un socio en su cooperativa.

La medida tendrá vigencia entre 2025 y 2028, periodo durante el cual permitirá financiar proyectos estratégicos destinados a promoción y comunicación de los aguacates y mangos españo-

les en mercados nacionales e internacionales; generación de conocimiento y mejora de la información del sector y de sus productos, impulsando el consumo interno y destacando sus beneficios nutricionales y saludables; y sostenibilidad e innovación, con programas de I+D+i orientados a la eficiencia productiva, la innovación tecnológica y la gestión responsable de los recursos hídricos, fomentando prácticas agrícolas sostenibles y reduciendo el impacto ambiental.





La plataforma de IA que conecta a profesionales del campo para resolver en tiempo real los problemas del cultivo

Bayer aprovechó su destacada presencia en esta edición para presentar Sapia, una nueva plataforma digital que mejora la gestión de las fincas agrícolas conectando en tiempo real al productor con los técnicos agrícolas para recibir asesoramiento.

Además, se celebró un coloquio en el que Fresón de Palos e Hispatec compartieron su experiencia y colaboración en la implementación de ResiYou. Al respecto de esta herramienta digital basada en inteligencia artificial que permite predecir la curva de degradación de las materias activas, Fruit Attraction también fue el marco en el que la Asociación de Organizaciones de Productores de Frutas y Hortalizas de Almería (COEXPHAL) y Bayer CropScience formalizaron la firma de un acuerdo de colaboración para promover el uso de ResiYou.

Sapia

La plataforma Sapia es un espacio de conexión donde agricultores y técnicos comparten de manera privada datos de cultivo, fechas de siembra y recolección, variedades utilizadas o imágenes de campo para recibir asesoramiento en cuanto a tratamientos, abonado, riego, etc, lo que permite tener un control actualizado de la campaña en curso además de un histórico de las anteriores y su rendimiento. “Hemos desarrollado Sapia íntegramente en España y tras los ensayos piloto que hemos llevado a cabo está previsto su lanzamiento gratuito a finales de este año”, explicó Juan Francisco Martínez, responsable



Detalle de la presentación de Sapia.

de relaciones con la cadena alimentaria de Bayer.

Sapia integra también un catálogo digital con todas las variedades de semillas y soluciones fitosanitarias registradas en Europa, y cuenta con un módulo para que los técnicos puedan enviar recetas digitales de forma ágil y cómoda a través de la plataforma. Según Juan Ponce, técnico de MABE Hortofrutícolas, “la realidad del campo es que al agricultor le visitan diferentes técnicos, y cada uno le asesora sobre su especialidad y, además, cada uno a su manera, (por teléfono, por WhatsApp, papel, etc.). Contar con esta herramienta facilita el proceso, ya que nos permite unificar todo en un mismo soporte”.

Además, la herramienta cuenta con Harvie, un asistente virtual basado en inteligencia artificial que

atiende consultas las veinticuatro horas del día, ofreciendo soluciones inmediatas a preguntas como qué variedades recomienda plantar en función de la ubicación y condiciones específicas de la finca o cómo actuar ante una enfermedad.

ResiYou, cooperación tecnológica para beneficio del sector

Tras la presentación de Sapia, tuvo lugar un coloquio sobre ResiYou, la herramienta digital de Bayer que permite predecir los niveles de residuos en frutas y hortalizas durante la planificación agronómica.

“Con el calendario de ResiYou sabemos con antelación qué partidas estarán listas y para qué mercados. Podemos planificar ventas con precisión y ofrecer garantías a los supermercados más exigentes, lo

que aumenta la confianza de los clientes y la rentabilidad de la cooperativa”, explicó Silvia Gómez, gerente de Fresón de Palos.

Por su parte, el CEO de Hispatec, José Luis Molina, subrayó que “con la integración de ambos sistemas la información queda registrada en tiempo real, lo que garantiza trazabilidad, transparencia y permite a la cooperativa gestionar de forma ordenada parcelas, variedades y lotes. Todo queda estandarizado y accesible para los distintos departamentos”.

“Gracias a modelos de inteligencia artificial, ResiYou ofrece a los productores la capacidad de optimizar sus programas de protección de cultivos para adaptarse a los estándares legales y a los exigentes requisitos de los supermercados, y fomentar prácticas agrícolas más sostenibles”, señaló José Luis Robles, responsable de herramientas digitales de Bayer. Por su parte, en la firma del acuerdo con COEXPHAL estuvieron presentes Luis Miguel Fernández y Juan José Vázquez, gerente y director de negocio de esta asociación, respectivamente, quienes destacaron el valor estratégico de esta alianza para el sector hortofrutícola almeriense.

📍 www.cropscience.bayer.es



La nueva 'cara' de Patatas Meléndez

Nueva imagen de marca para Patatas Meléndez. Con AGRICULTURA como testigo, la compañía presentó en Fruit Attraction una identidad renovada que refleja su espíritu actual: “más alegre, más joven y más fresco, pero manteniendo intacta la esencia de siempre”.

La nueva identidad de marca, desarrollada bajo el concepto ‘La buena patata’, transmite “cercanía, optimismo y autenticidad”. El rediseño incluye un logotipo manuscrito acompañado de una paleta de colores vibrantes y un estilo gráfico moderno, optimista y positivo. Esta evolución responde a la voluntad de Meléndez de conectar con un consumidor contemporáneo que busca marcas transparentes y comprometidas.

Durante la presentación, Mónica Díez, directora de Marketing y Comunicación de Patatas Meléndez, destacó



Mónica Díez, dircom de Patatas Meléndez, durante la presentación de la nueva imagen de marca.

que “este cambio no es únicamente estético, sino que representa una declaración de intenciones sobre cómo la compañía quiere seguir creciendo: apostando por el respeto a la tierra, el cuidado en cada etapa del proceso y la

innovación constante como pilares fundamentales de su estrategia. Es la expresión de una filosofía y una forma de entender el sector agroalimentario desde el origen hasta el consumidor final”.

Nuevos productos

En este contexto, Meléndez aprovechó el marco de la feria para dar a conocer algunas de sus novedades más relevantes en producto, como la bandeja de patatas baby con especias, unas patatas mini frescas listas para microondas o *airfryer*, acompañadas de un sobre de aceite de oliva

virgen extra y especias mediterráneas.

Junto a esta innovación, la compañía presentó también dos referencias que ponen en valor el origen y la excelencia de las patatas españolas. Por un lado, la Patata de Sanlúcar de Barrameda, reconocida por su sabor y calidad excepcional, y por otro, la Patata de Coristanco IGP Patata de Galicia, un producto con denominación de origen que refuerza el compromiso de Meléndez con la diversidad de la tierra y la valorización de las figuras de calidad.

i www.patatasmelendez.com

Impulso al pasaporte digital para envases de madera

La Federación Española del Envase de Madera y sus Componentes (Fedemco) ha dado un paso más en innovación con su pasaporte digital para los envases de madera. Accesible mediante un código QR único en cada caja, esta herramienta permitirá consultar de manera inmediata información clave sobre trazabilidad, sostenibilidad, reciclabilidad, seguridad alimentaria y certificaciones como ECOWOOL®, GROW® y otras como FSC o PEFC.

La iniciativa no solo facilita el cumplimiento de la normativa, sino que también aporta beneficios tangibles para toda la industria y el consumidor final. “El pasaporte digital permite reforzar la confianza en la cadena de suministro, ofreciendo a los consumidores acceso directo a la información más relevante”, según explicó en Fruit Attraction el director general de Fedemco, Emilio J. Pérez. “Un código QR en un envase de madera aporta al consumidor transparencia sobre

origen, sostenibilidad y reciclabilidad, lo que le permite consumir de manera más informada y responsable”.

Fase piloto con respaldo del sector

Tras un primer semestre centrado en conformar un equipo multidisciplinar junto a los socios tecnológicos que han desarrollado la plataforma digital, el proyecto se encuentra ya en su fase piloto. Aprobado por unanimidad en la asamblea general de Fedemco, el pasaporte digital



ya está siendo diseñado con las aportaciones de varias empresas del sector. “Las empresas ven la normativa como un reto, pero también

como una oportunidad de diferenciación”, afirma Pérez. “Más del 80% de los envases hortofrutícolas en España y Portugal ya cuentan con la certificación ECOWOOL® y ahora podrán ponerla en valor ante el consumidor final”. En la transición hacia esta nueva etapa digital sea más sencilla y eficaz en cada proceso, Fedemco ofrecerá acompañamiento técnico, materiales formativos y una guía práctica disponible para toda la cadena de valor.

i www.fedemco.com



Cinco piezas de frutas y hortalizas al día... y solidaridad

La asociación '5 al día' celebró su 25 aniversario en Fruit Attraction con una acción muy especial: la Ruleta Solidaria Duty Free. Durante los tres días del evento, cientos de visitantes pasaron por el stand de la asociación para colaborar con un pequeño donativo y llevarse un recuerdo frutal y divertido.

Gracias a la solidaridad de los participantes se recaudaron un total de 2.000 euros, que se entregarán en los próximos días en un acto en las instalaciones de ASSIDO Murcia, asociación que trabaja para mejorar la calidad de vida de las personas con síndrome de Down y sus familias.

"Nuestro 25 aniversario no podía celebrarse de mejor manera que uniendo frutas, hortalizas y solidaridad. Cada giro de la ruleta fue una muestra de apoyo que demuestra

que el sector hortofrutícola tiene un gran corazón", destacó directora de '5 al día', Nuria Martínez.

"Iniciativas como esta de '5 al día' son un ejemplo de cómo la colaboración y la solidaridad pueden generar un impacto real en la vida de las personas. Desde ASSIDO queremos agradecer profundamente a '5 al día' y a todos los participantes, porque su apoyo nos permite seguir impulsando proyectos para mejorar la calidad de vida



Miembros de ASSIDO y de '5 al día' hacen el gesto de las cinco piezas de frutas y hortalizas diarias.

de las personas con síndrome de Down y discapacidad intelectual. Juntos podemos construir un mundo más inclusivo y solidario, y '5 al día'

y el sector hortofrutícola nos lo han demostrado una vez más", apuntó el director general de ASSIDO, José Ramón Carrasco.

Con esta acción, '5 al día' refuerza su compromiso no solo con la promoción del consumo de frutas y hortalizas, sino también con los valores de responsabilidad social y apoyo a colectivos vulnerables, sumando a su 25 aniversario un gesto solidario que marcará este viaje saludable.

i www.5aldia.org

Arranca la cuenta atrás para el Foro Datagri 2025

El Foro Datagri, evento de referencia en el sur de Europa sobre transformación digital en el sector agroalimentario, ha anunciado la apertura del periodo de inscripciones gratuitas para su próxima edición, que se celebrará en la Región de Murcia los días 12 y 13 de noviembre.

El anuncio se realizó en el marco de Fruit Attraction, en el stand institucional de la Región de Murcia, donde se presentaron los primeros detalles del programa. La jornada inaugural tendrá lugar el 12 de noviembre en el Auditorio y Centro de Congresos Víctor Villegas, mientras que el 13 de noviembre la actividad se trasladará a las instalaciones del Instituto Murciano de Investigación y Desarrollo Agrario y Medioambiental (IMIDA), en la antigua Estación Sericícola de La Alberca. Durante dos días, más de 1.500 profesionales del sector



Presentación del Foro Datagri 2025 en el stand de la Región de Murcia.

agroalimentario, empresas tecnológicas, startups, representantes institucionales, organizaciones agrarias, cooperativas, centros de investigación y universidades se darán cita para debatir, compartir experiencias y co-

nocer las últimas tendencias en digitalización aplicada a la cadena de valor agroalimentaria.

"Hemos diseñado un programa que combina reflexión estratégica y aplicación práctica: desde mesas como 'Cuaderno digital, cómo convertir información en conocimiento' y sesiones sobre agua inteligente o nutrición sostenible con IA, hasta demostraciones en campo en IMIDA, en donde contaremos con el primer tractor eléctrico 100% producido en serie o gafas con inteligencia artificial para formación en poda de la al-

mendra, entre otras muchas novedades. Nuestro objetivo es que los asistentes no sólo conozcan las soluciones, sino que las vean funcionar sobre el terreno", afirmó el coordinador del programa del Foro Datagri, Gonzalo Martín. Desde el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, la directora general de Desarrollo Rural, Innovación y Formación Agroalimentaria, Isabel Bombal, resaltó el compromiso del departamento en reducir la brecha digital desde varios ángulos, como es el ámbito de la formación.

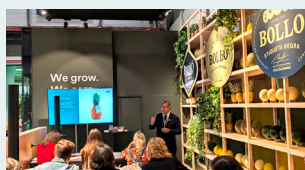
i www.datagri.org



Lo nuevo de Bollo Natural Fruit: cuarta gama, frutas tropicales y una imagen renovada

Bollo Natural Fruit aterrizó en esta edición de la feria con la nueva propuesta de valor en la que ha estado trabajando en los últimos meses y que marcarán la hoja de ruta de la compañía.

Entre las tendencias a las que se suma se encuentra el creciente protagonismo de los formatos de cuarta gama, con la que la compañía entra en un nuevo segmento. En concreto, con melón, sandía, naranja, granada, mango y, también, calabaza, que son comercializados bajo sus dos marcas de referencia en el lineal: Bollo y Bruñó. Además, esta propuesta contempla diferentes presentaciones



para consumidor final (como monodosis, bandejas y mitades), pero también gran formato (para hostelería y colectividades). Bollo Natural Fruit también anunció que su portafolio de frutas se vuelve más extenso y comenzará

a comercializar dos nuevas referencias de corte tropical: la piña y el mango. Por último, la compañía también presentó en el marco de Fruit Attraction su nueva propuesta de identidad visual para la marca Bollo, con la que pretende reforzar el carácter premium de la marca, asociado a calidad y sabor, y hacerla más versátil para diferentes aplicaciones.

i www.bollonaturalfruit.com

‘Aguacates CV’ ante su primera gran campaña de promoción

La Asociación de Productores de Aguacate (ASOPROA), impulsada por la Asociación Valenciana de Agricultores (AVA-ASAJA), dio a conocer en el marco de la feria la primera campaña de promoción de la marca ‘Aguacates CV’, el distintivo de calidad autorizado por la Generalitat Valenciana que busca consolidar al aguacate valenciano como un producto de excelencia y futuro para la agricultura de la Comunitat.

El acto de presentación de la campaña, celebrado en el stand de la Comunitat Valenciana en la feria, contó con la presencia del conseller de Agricultura, Agua, Ganadería y Pesca, Miguel Barrachina; el presidente de la Diputación de Valencia, Vicent Mompó; el presidente de ASOPROA, Celestino Recatalá; el presidente de AVA-ASAJA, Cristóbal Aguado; así como productores y comercializadores nacionales e internacionales del sector.

Aguado destacó que “vamos a recorrer un camino positivo para que los agricultores que apuesten por este cultivo obtengan una rentabilidad digna y duradera. Con nuestro clima, nuestra tierra y nuestro buen hacer, estamos en posición de liderar, junto a Andalucía, el cultivo del aguacate en Europa”.

Durante la clausura, el conseller Barrachina afirmó que “esta nueva marca demuestra que el aguacate ha dejado de ser un producto exótico para convertirse en una apuesta firme y de futuro para nuestros agricultores”.

i www.avaasaja.org

Una variedad de almendra ‘Divina’

El Instituto de Investigación y Tecnología Agroalimentarias (IRTA) presentó en su stand de Fruit Attraction 2025 la nueva variedad de almendra Divina, fruto de más de una década de investigación. Se trata de una almendra que combina un alto valor nutricional con características agronómicas clave, como la floración extra tardía, la autofertilidad y una elevada productividad, pensadas para responder a la creciente demanda de alimentos saludables.

Se presenta junto al portainjerto Intensa, desarrollado también por el IRTA y ahora disponible comercialmente.

“Con Divina damos un paso más en la transformación del cultivo del almendro, ofreciendo al sector una variedad pensada para responder a las necesidades de los productores y de la industria, pero también a las expectativas de los consumidores”, destacó Xavier Miarnau, investigador es-

pecialista en almendro del programa de Fruticultura del IRTA, durante la presentación.

Junto con la nueva variedad, el IRTA presentó otros avances: GreenTray®, un sistema de cultivo in vitro por inmersión temporal controlada que mejora la multiplicación clonal, reduce costes y facilita el manejo; Irrisdesk®, una herramienta digital que integra datos meteorológicos, sensores y teledetección



para ofrecer prescripciones de riego de precisión adaptadas a cada parcela diariamente; y Almond Grove Assessors, la nueva spin-off del IRTA que ofrece servicios de asesoramiento técnico y agronómico.

i www.irta.cat