Las soluciones de ADAMA para olivar

ADAMA ha participado en la Feria Internacional del Aceite de Oliva Virgen Extra e Industrias Afines, Expoliva, en el que ha sido uno de los primeros eventos con carácter presencial dirigidos al sector productor tras la pandemia.

Durante la feria, la compañía ha informado al público sobre soluciones como Anibal®, herbicida de preemergencia ideal para el control de hierbas perjudiciales para el olivar hasta después de la recolección, principalmente las de hoja ancha, o Agil®, para el control de como Vallico (*Lolium*), *Bromus* u *Hordeum*: “Las malas hierbas de hoja estrecha están presentando resistencias a glifosato cada vez en mayor medida. Siendo esta última la materia activa base de los tratamientos en postemergencia del olivarero, el problema va aumentando por momentos.

AceiPara ello, Agil® es el único antigramíneo específico que tiene registro para ser utilizado en olivar para el control de estas malas hierbas”, ha afirmado Manuel Gordillo, Porfolio Manager del Departamento de Marketing de ADAMA.

Además de desplegar el porfolio para la campaña de otoño, ADAMA ha ofrecido desde Expoliva otras referencias para el control de enfermedades, como es el caso del fungicida de amplio espectro Neptune®, así como otros productos: “Hemos introducido novedades en el catálogo como es el caso de Tricuproxi® F, a base de Folpet al 30% y oxicloruro de cobre al 16%, que viene a cubrir las necesidades del agricultor con la prohibición del uso del Mancozeb a partir del próximo 1 de enero”, ha destacado Gordillo.

En general, Expoliva ha supuesto una nueva toma de contacto de la compañía con los productores, ávidos de contacto presencial tras las limitaciones impuestas desde el inicio de la pandemia: “Desde ADAMA siempre hemos acompañado a los olivareros en sus preocupaciones: escuchándolos, aprendiendo de ellos y desarrollando soluciones que hagan frente a sus problemas.

Durante el tiempo de la pandemia hemos seguido manteniendo contacto con nuestros agricultores y vivimos con mucha emoción la vuelta a la presencialidad en eventos de este calibre”, ha concluido Manuel Gordillo, Porfolio Manager del Departamento de Marketing de ADAMA.