TOMEET analiza la producción y el mercado internacional del tomate

TOMEET, la cita de referencia para el sector del tomate en el sur de Europa se celebró en la sede de Cajamar, ubicada en el Parque Científico y Tecnológico de Almería (PITA). Bajo el lema "Innovar para liderar. Retos y soluciones", más de 250 profesionales del sector se dieron cita para abordar los desafíos más relevantes en la producción y comercialización del tomate, tales como sostenibilidad, competitividad, diferenciación y adaptación a las nuevas tendencias del consumidor.

Durante el congreso, 20 líderes de opinión y expertos del sector participaron en charlas, entrevistas y mesas redondas, creando un espacio único para el intercambio de ideas y soluciones innovadoras.

La jornada comenzó con una cálida bienvenida de Ricardo Ortiz, director Comercial de Rijk Zwaan Ibérica, quien subrayó la importancia de la innovación y la colaboración para superar los desafíos de la industria del tomate. Maura Maxwell, Managing Editor de Eurofruit - Fruitnet Media International, moderó las sesiones, guiando las mesas redondas y debates y fomentando un ambiente de intercambio de ideas y soluciones innovadoras.

TOMEET es un programa de eventos que analiza las tendencias del cultivo de tomate en las diferentes campañas. Incluye visitas y reuniones personalizadas en el CED El Ejido (Centro de Experimentación y Desarrollo) de Rijk Zwaan Ibérica. Esta edición de TOMEET 2024-2025 cierra con la II edición del Congreso.

TOMEET es un programa de eventos que analiza las tendencias del cultivo de tomate en las

diferentes campañas. Incluye visitas y reuniones personalizadas en el CED El Ejido (Centro de Experimentación y Desarrollo) de Rijk Zwaan. Esta edición de TOMEET 2024-2025 cierra con la II edición del Congreso TOMEET, el programa se consolida como un punto de encuentro clave para compartir conocimientos, abordar desafíos y explorar soluciones innovadoras para el futuro del sector.

Evolución en tomate

La jornada comenzó con la intervención de Luis Miguel, gerente de Coexphal, quien presentó un análisis detallado de la situación actual del sector productivo del tomate en España, destacando los desafíos y oportunidades clave. Posteriormente, Ana Cabrera, Técnica de Mercados de Grupo Cajamar, ofreció una visión histórica sobre el tomate en el Mediterráneo, repasando los 50 años de evolución y sus implicaciones económicas y culturales.

Oportunidades en Europa

El segundo bloque del congreso estuvo centrado en los retos y oportunidades del mercado del tomate en Europa y Reino Unido. María José González, Ejecutiva del Departamento Consumer & Marketing Insights de NIQ, presentó los resultados del estudio sobre la "Situación del Consumo de Tomate en Europa y Reino Unido". A continuación, David del Pino, Managing Director de Freshtrategy, abordó las "Tendencias y Atributos Competitivos del Tomate en los Mercados", mientras que Liam Booles, Commercial Director de APS Group, ofreció una visión sobre "The UK Today, and the Future Openings for Spain Production". El bloque culminó con una mesa redonda titulada "Mercado de Europa y Reino Unido", en la que participaron expertos como Liam Booles, Jorge Ignacio Brotons (Director Comercial de Bonnysa Agroalimentaria), Rubén Henríquez (Senior Commercial Buyer/Seller en METRO VTO), y Rafael Lis (Gerente de Tomate Lis).

El mercado americano

En este bloque, Amar Raja, VP de Desarrollo Internacional en Mastronardi Produce (Sunset), presentó un análisis sobre las tendencias del mercado de tomate en América del Norte, destacando las lecciones clave que Europa puede aprender de este mercado. Se discutieron los desafíos y las oportunidades que enfrentan los productores de tomate en América, así como las diferencias en la demanda y distribución, y las estrategias que han permitido a los productores norteamericanos mantenerse competitivos.

Potencias en tomate: España y Portugal

En el último bloque del programa, se trató el análisis de España y Portugal como países

productores y mercados clave. La primera intervención de Alberto Cuadrado, Global Client Manager de Rijk Zwaan Ibérica, quien presentó un "Análisis de la categoría de tomate". A continuación, Mabel Salinas, responsable de Administración y Comunicación de Grupo Caparrós, habló sobre "El tomate almeriense como fuente de inspiración" y la Cofradía del Tomate. El bloque finalizó con una mesa redonda titulada "España y Portugal: Potencias productoras y mercados clave", con la participación de Francisco Belmonte (Gerente de Biosabor), Cedric de Mulder (Jefe de Compras de Frutas y Verduras en Consum Supermercados), José Coutinho (Técnico de Cultivos Costa del Sol de Hortipor), Pere Meya (Líder del Proyecto Saborum Origen), y Juan Antonio González (Presidente de Vicasol).

Nuevas propuestas de valor

Para cerrar el congreso, Rijk Zwaan presentó las soluciones innovadoras que dan respuesta a los nuevos retos del sector, destacando variedades adaptadas a las nuevas necesidades agronómicas y de mercado. Manuel Hernández Fernández, Especialista de Cultivo de Tomate en Rijk Zwaan Ibérica, y David Herzog, Coordinador de Cultivo de Tomate en Rijk Zwaan, compartieron las últimas propuestas y avances en el sector para seguir liderando la evolución del tomate en el mercado global.

Alberto Cuadrado cerró el Congreso TOMEET se consolida como un referente imprescindible para el sector del tomate en el sur de Europa, ofreciendo una plataforma única de intercambio de conocimientos y experiencias que contribuyen al fortalecimiento y la evolución del sector. La colaboración entre Rijk Zwaan Ibérica, Coexphal, y Grupo Cajamar, junto con la participación de los expertos más destacados, ha permitido abordar los desafíos y oportunidades que marcarán el futuro de la producción de tomate en el Sur de Europa. Con este evento, Rijk Zwaan reafirma su compromiso con la innovación y la sostenibilidad, buscando siempre ofrecer soluciones que permitan a los productores liderar con éxito en un mercado global cada vez más competitivo.