



BIOFRUIT CONGRESS

OCTOBER, 20th, 21st, 22nd, 2020

fruit
attraction

eurofresh
Distribution

proexport
Hortalizas y Frutas de Murcia, España



guarantee
of
healthy
food

NEW DEMAND FOR PRODUCTS
"0 PESTICIDE RESIDUES"

ING. JAVIER ARIZMENDI RUIZ
CHIEF OPERATING OFFICER

FOUNDAMENTALS OF QUALITY MARKS/LABELS



QUALITY MARKS

Result of a product certification process

Verification or verification of compliance with a standard or standard



ELEMENTS OF A LABEL

Claim What do you want to convey?

Standard or Regulation - Mandatory or Voluntary

Verification Agent



CONSEQUENCES FOR THE CONSUMER

Provides greater confidence in the product or service.

They protect against unfair competition.

Allows you to compare product and offers.

They facilitate the sale of the product and its introduction into new markets.





**SUSTAINABILITY AS A
TOOL FOR A QUALITY
LABEL**



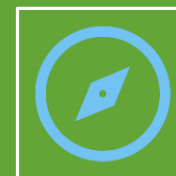
**THE QUALITY LABEL AS
A MARKET TOOL**

CROPS WITHOUT PESTICIDE RESIDUES

Previous Considerations



What is zero
residue?



Is this term
correct?



How to achieve this
production system?



guarantee
of
healthy
food



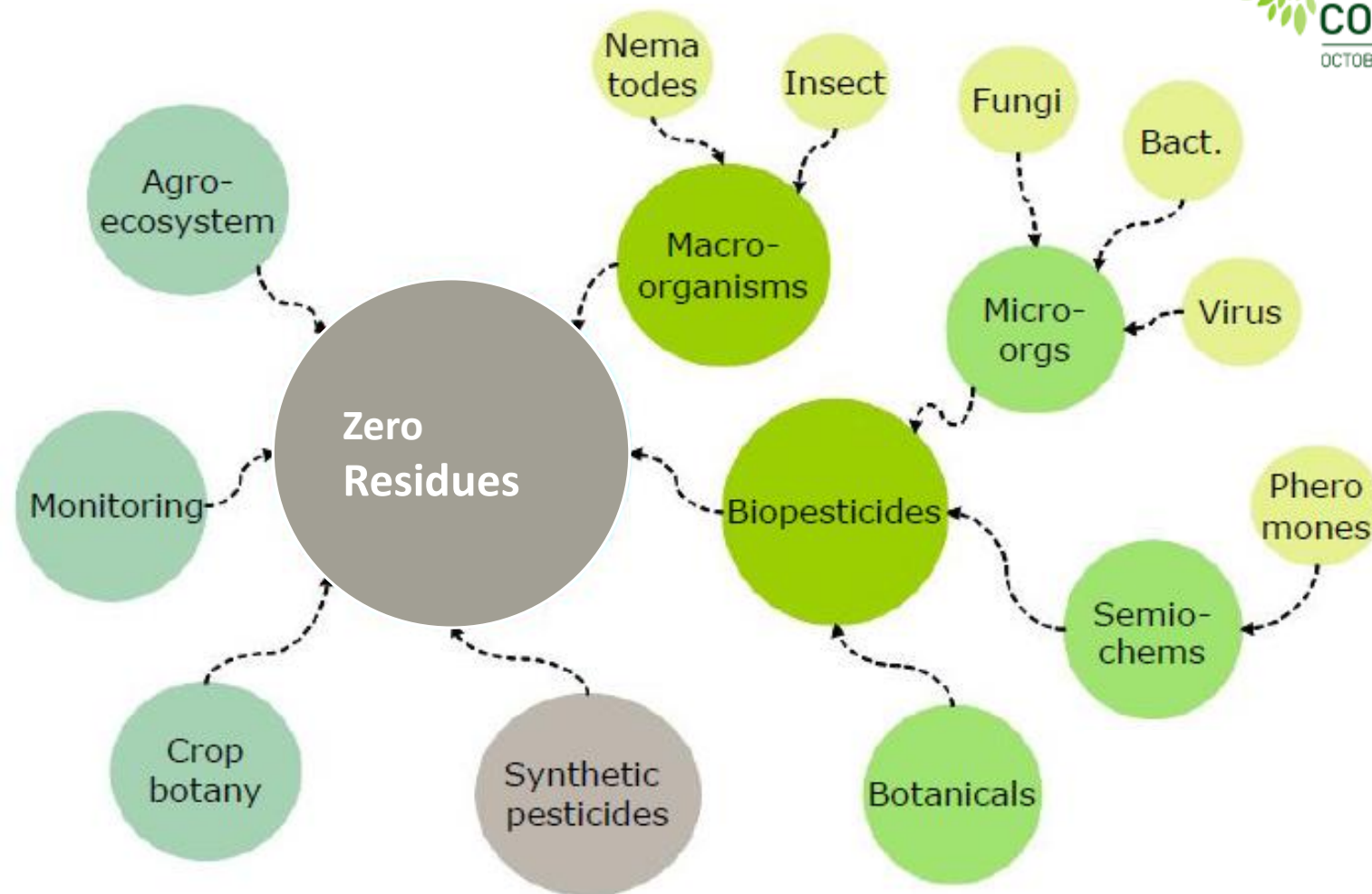
PREVIOUS
CONSIDERATIONS



MOST LOGICAL THOUGHT: PHYTOSANITARY MANAGEMENT

WITH THIS ELEMENT ONLY STEERING
THE AGRICULTURAL PRODUCTION: IT
WILL NEVER BE ACHIEVED

The holistic approach



ELEMENTS NEEDED TO OBTAIN PESTICIDE RESIDUE-FREE PRODUCTION:

1. SOIL

2. WATER

3. CROP

4. TECHNICAL MEANS

5. FERTILIZERS

6. CROP
PHYTOATOLOGY

**7. ZERYA PRODUCT =
PRODUCT WITHOUT
PESTICIDE RESIDUE**



What is ZERYA? and what does it do?



Is NOT a Certification Body, the standard is audited by independent CB's

Its a private VOLUNTARY Certification Mark

Facilitates supplier evaluation covering agricultural production and packing houses

Enables Product differentiation

Adaptability
B2B range
B2C range

Sends messages to consumers:

- Healthy (inocuous) products
- Responsible production
- Technification and commitment



It enhances sustainability as well as profitability

It follows a model of conventional agriculture with rationalization of resources. It is not organic certification

How can consumers choose sustainable or attribute-differentiated products?

Consumers respond to different variables, both the **message** of the eco-label and the **scale** or indicators of sustainability, but they do not do it in the same **intensity** or at the **same speed**.



What to do to make it work?
Success is a combination of motivation and understanding

PUBLICIDAD

Nosotros le
AYUDAMOS
a
POSICIONAR
SU
MARCA,
SUS
PRODUCTOS
Y SU
EMPRESA

La revista
decana
del sector del
Gran
Consumo

ALIMENTACIÓN

Los españoles prefieren marcas con un propósito

Esta tendencia en la elección se ha visto acrecentada por la pandemia

REDACCIÓN ARAL

Miércoles, 14 de octubre de 2020



El 81% de los consumidores creen que es importante que una empresa se posicione sobre temas de carácter social, medioambiental o desarrollo.

La preferencia por marcas con un propósito es una tendencia al alza entre los consumidores españoles. Un 45% asegura que "siempre que puede elige productos de compañías con un propósito claro y un 10% lo hace siempre". Con respecto al precio, hasta un 59% de los consumidores españoles estarían dispuestos a gastar más en marcas o productos que tuviesen un propósito claro. Esta es la principal conclusión de la segunda edición del estudio 'Marcas con conciencia: la era del propósito corporativo' realizado por la consultora de comunicación Hotwire. En esta investigación realizada a más de 200 directivos y 1.000 consumidores españoles se demuestra la importancia del propósito corporativo para empleados, directivos y consumidores finales.



guarantee
of
healthy
food

Agricultura

Desde 1929 REVISTA AGROPECUARIA

editorialagricola



Inicio Economía Sanidad y nutrición Maquinaria Regadíos Innovación Cultivos Jornadas



Economía

Hacia un mundo (y una agricultura) sin residuos

Compartir:

Enviar a un amigo

opinion

Por Antonio Martínez, periodista agroalimentario

Por si alguien tenía alguna duda, la Conferencia de la ONU sobre el Cambio Climático celebrada en Madrid a finales de 2019 lo dejó bastante claro: el futuro del mundo es verde. Un mundo que empieza a hacer suyos conceptos como la economía circular, la eficiencia energética y, por supuesto, el residuo cero. Y la agricultura no va a ser ajena a este movimiento. Ahora bien, el verdadero reto es cómo lograr unas producciones medioambientalmente responsables a la vez que mantenemos un modelo de negocio rentable. Es evidente que no va a ser sencillo.

Buscar texto

Agricultura



IDENTIFÍCATE



Sin residuos de pesticidas

Alineados con nuestro compromiso de ser los abanderados de lo bueno, lo sano y lo local, Auchan Retail España ha asumido un compromiso medioambiental en relación a los límites máximos de pesticidas en las frutas y hortalizas que compramos.

Estamos trabajando con los productores para reducir el uso pesticidas y racionalizar su manejo, contribuyendo a la sostenibilidad y biodiversidad de nuestro entorno (menor toneladas de residuos, menor contaminación de la tierra y los acuíferos.).

Un producto con este sello, tiene las siguientes características:

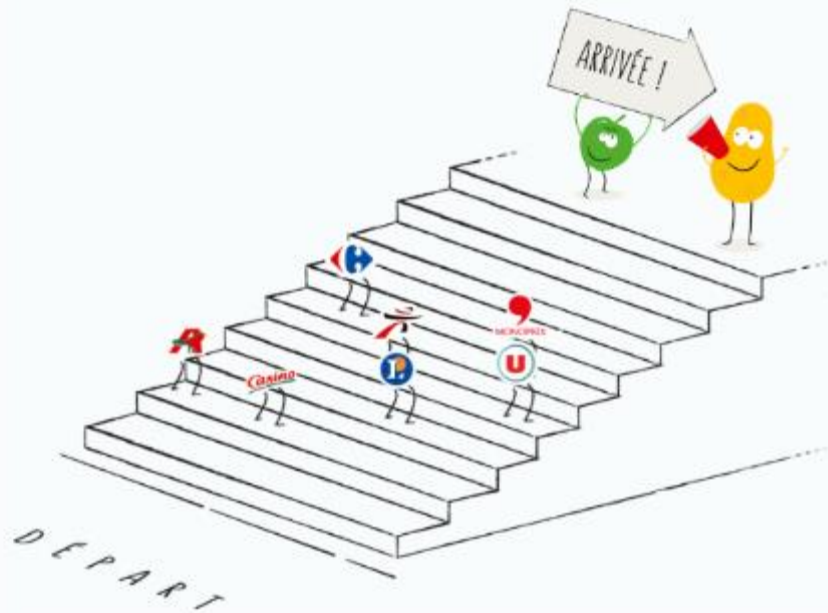
- Cultivado de forma sostenible, con aplicaciones mínimas de productos químicos en el cultivo y ninguna en post recolección.
- En el momento de la recolección, no hay ningún resto de tratamientos fitosanitarios.
- Se ha reforzado el control analítico para garantizar la ausencia de restos químicos en los productos.
- Laboratorios acreditados realizan estos controles y utilizan los medios más modernos disponibles. Analizan por técnicas acreditadas un total de 385 materias activas, utilizando como métodos analíticos cromatografía de gases y cromatografía de líquidos.
- Son productos no pre-madurados y con conservación frigorífica muy corta.

The category in France is widespread

GREENPEACE

LA COURSE ZÉRO PESTICIDE

QUI SERA LE PLUS RAPIDE À ÉLIMINER LES PESTICIDES DE NOTRE ALIMENTATION ?



LES RÈGLES DU JEU

Acteurs en fonction des moyens qu'ils mettent en œuvre pour atteindre l'objectif de la course : s'engager à produire sans pesticides (en commençant par éliminer les plus dangereux pour les pollinisateurs et la santé humaine), l'enseigne reste en bas de l'escalier. Si elle accomplit des efforts qui vont dans le sens d'une agriculture sans pesticides, elle monte quelques marches. Mais attention : si elle ne tient pas ses promesses, nous la ferons dégringoler.

Pour les enseignes de faire converger leurs exigences vis-à-vis des pesticides afin d'orienter la transition agricole et retrouver dans des impasses techniques. Pour Greenpeace, le système agricole garantissant à chaque consommateur est celui de l'agriculture écologique. Mais dans un souci de transition, **nous demandons aux enseignes de s'engager autour de la certification Haute Valeur Environnementale (HVE)** du Ministère de l'Agriculture, qui exige une réduction importante des intrants de synthèse.

Concrètement, que doivent faire les distributeurs pour atteindre la dernière marche ?

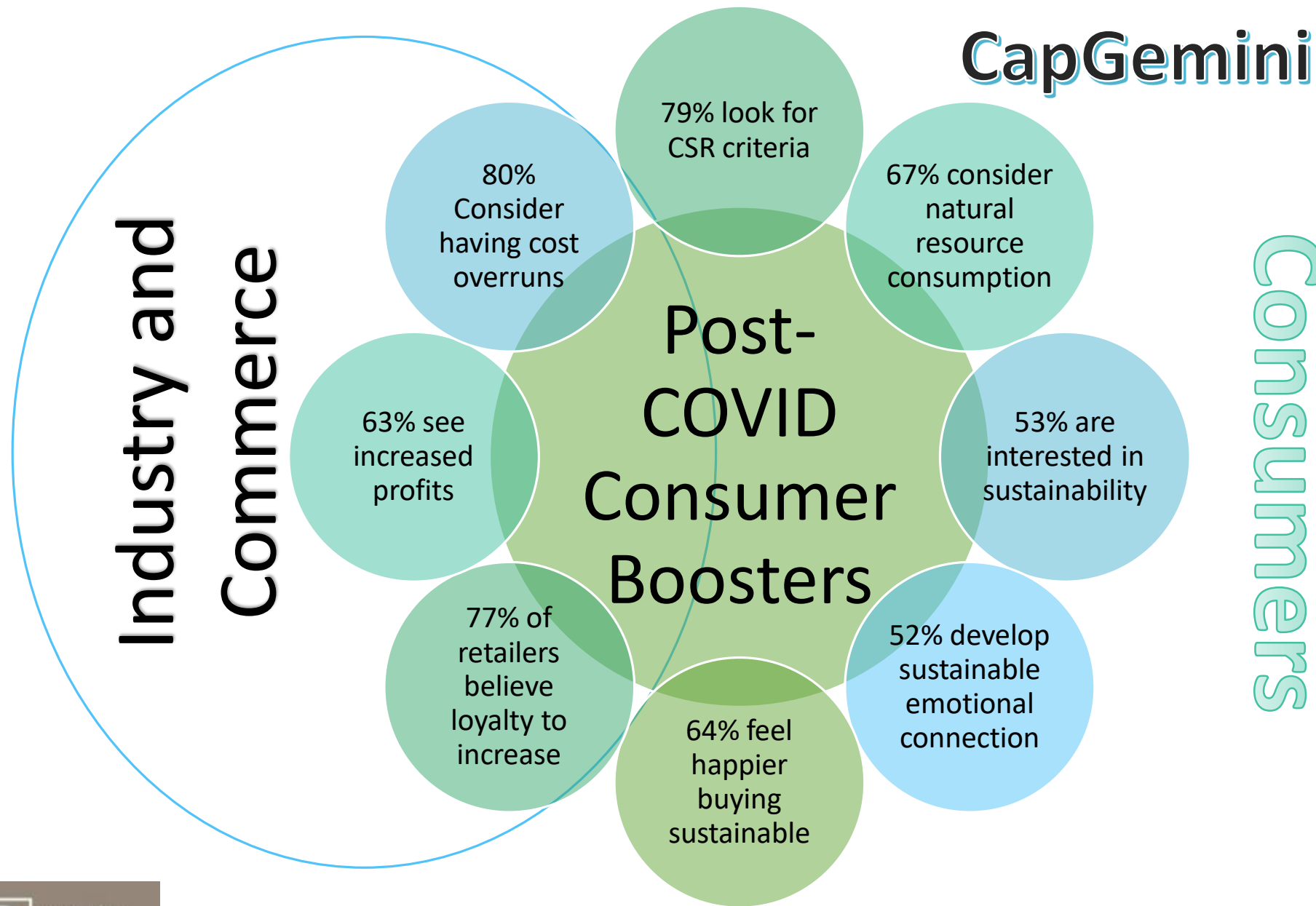
Les distributeurs doivent éliminer les pesticides les plus dangereux (pour les abeilles et la santé humaine) dans la production des pommes.

- soutenir les agriculteurs-rices qui s'engagent à produire sans pesticides.

Les distributeurs doivent informer les consommateurs-rices sur le recours aux pesticides dans la production de notre alimentation et leur permettre de faire des choix éclairés.



guarantee
of
healthy
food



THANKS FOR YOUR ATTENTION



*2009-2019
10 years*

For further information:

www.zerya.org

consultas@zerya.org

902.888.261