

“Volver ha sido...”

(Viene de la página 6)

to con fuerza y los visitantes no han quedado defraudados. Han sido tres jornadas con multitud de eventos dentro y fuera de la feria, añadidos a los encuentros con clientes, proveedores y visitantes que marcan el ritmo habitual de esta feria donde se dan cita especialistas europeos listos para hacer balance de la temporada y preparar la nueva del año que viene. En resumen, de nuevo la feria con más interés para Peris vuelve para quedarse y seguir marcando el ritmo del sector”.

■ PROJAR

“Las nuevas soluciones en tecnología para sustratos y los últimos avances en cultivo sin suelo han consolidado a Projar como una firma puntera en innovación. La compañía eligió Fruit Attraction para presentar sus soluciones de vanguardia para el mercado. Entre ellas destaca Root Start 8, un revolucionario sustrato que se caracteriza por su excepcional eficacia en el enraizamiento de las plantas que pasan del invernadero a terrenos de cultivo agotados y con falta de fertilidad”.



“Volvemos a hacer una valoración positiva de nuestra participación en Fruit Attraction”. / VF

■ SANIFRUIT, JAVIER BIEL

“Para nosotros Fruit Attraction ha sido una feria de reencuentro, como ya decían, y muy, muy positiva. Ha superado con creces todas las expectativas. Además, ha sido una feria muy especial ya que hemos podido presentar nuestra nueva imagen de marca para transmitir nuestra nueva diversificación ya que ahora estamos trabajando en más productos: plátano, fruta de hueso, melón, fruta de pepita y, por supuesto, el cítrico, como es

nuestra tradición. También hemos podido firmar un acuerdo con Proexport y reencontrarnos con todos nuestros clientes y colaboradores”.

■ UDAPA SDA COOP, ALFONSO SÁENZ DE CÁMARA

“En este año tan atípico, desde Udapa volvemos a hacer una valoración positiva de nuestra participación en Fruit Attraction. Aunque es cierto que en determinados momentos se notó una menor afluencia de público,

en general los asistentes agradecemos reencontrarnos con clientes, proveedores y demás colegas. Esta feria ha servido para dejar patente que cada vez estamos más cerca de volver a esa antigua y ansiada normalidad y, sobre todo, para evidenciar que todas estas iniciativas ayudan a mantener vivo nuestro sector”.

■ VAL VENOSTA-VI.P, BENJAMIN LAIMER

“El feeling ha sido completamente positivo. Nos hemos

quedado sorprendidos de la cantidad de expositores y visitantes tras la pandemia con muchas ganas de volver a retomar la interacción con empresas del sector. En la feria pudimos comprobar que hay un claro camino marcado hacia la sostenibilidad. Por parte de Val Venosta nos sentimos muy orgullosos de estar en la misma línea, ya que además de nuestra filosofía de producción, nuestro stand era 100% libre de plásticos. Una vez más, Val Venosta ha acercado los valores de su ‘Paraíso de las Manzanas’ hacia el público”.

■ VERIPACK EMBALAJES, DAVID VICARIO

“La feria ha sido muy satisfactoria. Nos ha permitido volvernos a reunir con nuestros clientes. Echábamos mucho de menos encontrarnos todos en un punto y Fruit Attraction nos ha brindado esta oportunidad. Esta edición no ha registrado la afluencia habitual de otras ocasiones, pero hemos mantenido reuniones muy fructíferas, muy profesionales y centradas en los objetivos de los clientes. Además, hemos lanzado innovaciones con materiales nuevos para nosotros como es el cartón”.

RAÚL CALLEJA / Director de Fruit Attraction

“Misión cumplida”

Ese era el titular que Raúl Calleja quería dar al finalizar una edición de Fruit Attraction que se presentaba con grandes incertidumbres y se ha cerrado con un gran éxito. Pero es un titular que también nos sirve para despedir como director de la feria a Raúl Calleja tras colocarla como referente mundial de encuentro y negocio del sector hortofrutícola después de más de una década al frente. Calleja seguirá vinculado a esta y otras ferias en Ifema, pero dejará de ser la cara visible de un certamen que ha sabido atravesar una pandemia y resurgir con fuerza por “la capacidad y la fortaleza del sector hortofrutícola”, según afirma él mismo.

► RAQUEL FUERTES. REDACCIÓN. Valencia Fruits. Tras hablar con decenas de expositores y visitantes y haber vivido la feria en primera persona, lo primero que queremos hacer es felicitarle por el éxito de esta edición de Fruit Attraction.

Raúl Calleja. Estamos muy satisfechos con la capacidad de convocatoria que ha tenido el conjunto del sector. Y queremos agradecer especialmente a las empresas que han apostado porque ha sido una decisión valiente, han asumido un riesgo, pero les ha salido bien la jugada por el volumen de visitantes, también del mercado internacional. Tras dos años sin vernos había ganas de reencuentro, de presencialidad, en un momento clave como es esta primera semana de octubre. Sí, estamos satisfechos porque las sensaciones que nos trasladan son muy positivas.

VF. ¿Cree que el éxito de la edición se debe a la necesidad de ese reencuentro o a la de hacer negocios cara a cara de nuevo?

RC. El éxito al final es una combinación de muchos factores. Desde la capacidad de convocatoria del propio sector hasta las ganas de reencontrarse o de presentar y descubrir las novedades que hemos visto en

feria. Los expositores han visto oportunidad de presentarlo en Fruit Attraction. Y luego, algo muy importante y que no se ve, el trabajo de promoción que hace Ifema Madrid de cara a la convocatoria internacional. Es un esfuerzo que no se aprecia desde aquí, pero en el que se invierten muchos recursos en captación de compradores internacionales y que, finalmente, da sus frutos. Yo creo que los diferentes ingredientes hacen que el resultado sea excelente.

VF. Las primeras estimaciones hablan de 65.000 visitantes, ¿se mantiene ese dato?

RC. Estamos esperando las cifras oficiales, pero sí rondará los 65.000 participantes profesionales durante los tres días. Los auditores están cerrando las cifras definitivas.

VF. Una noticia que hemos oído estos días en feria se refiere a usted directamente ya que hemos sabido que deja de ser el director de Fruit Attraction. ¿Cuáles van a ser sus nuevas responsabilidades en Ifema?

RC. Es cierto que a partir de ahora se suma otra persona a liderar el proyecto de todas las ferias agroalimentarias. En lo que a mí respecta, se ha creado una dirección de innovación

y digitalización de negocio en Ifema de la cual me han hecho responsable. Así que, aunque no estaré en la primera línea, estaré al lado, impulsando. Se trata de un proyecto sólido con vocación de crecer a lo largo de los años. Son etapas.

Fruit Attraction tiene un gran equipo detrás, que son los que llevan el día a día de la feria, entre todos se hace el proyecto y no hay nadie imprescindible y todos son necesarios al tiempo porque es una labor de equipo. Y ese equipo se mantiene. En la dirección de Fruit Attraction se incorpora una nueva persona, María José Sánchez, que lleva muchos años en la casa y es una excelente profesional. Estoy seguro de que todo seguirá yendo fenomenalmente.

VF. ¿Personalmente no le va a costar un poco despegarse de esa primera línea de contacto con el sector agroalimentario?

RC. Son muchos años de trabajar por y con el sector, siempre nos hemos sentido muy queridos y muy bien acogidos. Pero el proyecto está por encima de las personas y estoy seguro de que este proyecto continuará manteniendo todas sus virtudes.

VF. ¿En qué va a consistir su nuevo cometido en Ifema?



Raúl Calleja ha estado al frente de Fruit Attraction desde sus inicios. / RF

RC. Se trata de un nuevo departamento, la dirección de innovación, digitalización y diversificación del negocio. Es un área nueva. Todo lo que implica introducir las nuevas tecnologías para aportar y enriquecer la propuesta de valor de las empresas participantes, mejorar la experiencia de uso de una feria tanto para expositores como para visitantes y poder trabajar para todas las ferias de Ifema es un reto muy interesante y con mucho recorrido. Y a esto voy a dedicarme a partir de ahora y hasta que decida la casa.

VF. Volviendo a esta edición de Fruit Attraction, en la entrevista previa a la feria le pedimos el titular que quería poder dar al finalizar y ese titular fue “Misión cumplida”, ¿considera que es un titular adecuado visto lo ocurrido?

RC. Estuve en una presentación que me gustó mucho hace unos días de la Asociación de Periodistas Alimentarios (APAE) en la cual Álvaro Báez, secre-

tario de la asociación, había puesto como titular de la feria “Y, como veníamos diciendo...”, haciendo referencia a que la feria seguía fuerte como si no hubiera pasado nada de lo que ha ocurrido en estos dos años. Para mí el mensaje es que nos ha sorprendido, a mí el primero, la capacidad y la fortaleza del sector hortofrutícola. Y eso se ha puesto de manifiesto en estos tres días de feria. Ha sido una sorpresa muy buena para todos. El primer día fue muy bueno. El segundo, excepcional. Con un perfil muy bueno de visitantes que ha venido a hacer negocio y eso se ha notado. La gente tenía que reponer mercancía del segundo al tercer día porque se habían agotado sus suministros. Esto genera dolores de cabeza, pero también da idea de que las expectativas que teníamos de la feria se han quedado cortas. En definitiva, el titular que queríamos dar creo que resume muy bien lo que ha sido esta edición. Misión cumplida.