

MARÍA JOSÉ SÁNCHEZ / Directora de Fruit Attraction

“Fruit Attraction es un punto de encuentro comercial real”

Que las empresas participantes en la feria cumplan sus objetivos es el reto que se plantea María José Sánchez en su primer año como directora del certamen. Con un éxito que radica en la celebración en un país como España, en un mes conveniente para los profesionales hortofrutícolas y en la organización por entidades expertas, el apoyo de un sector que le ha sorprendido “su posicionamiento y potencial como industria clave” y que “ha hecho suya” la feria favorece que, un año más, Fruit Attraction continúe progresando con éxito por su carácter eminentemente comercial y de negocio.

► RAQUEL FUERTES. REDACCIÓN.

Valencia Fruits. Primer año al frente de una de las ferias más importantes de las que se celebran en Ifema, ¿qué es lo que más le ha llamado la atención sobre el sector y sobre Fruit Attraction en sí?

María José Sánchez. El sector hortofrutícola me ha sorprendido muchísimo por su posicionamiento y potencial como industria clave de la economía. Estoy teniendo la oportunidad de conocer las principales zonas productoras de España y está siendo muy enriquecedor para mí. Muy especialmente porque me está permitiendo apreciar la trascendencia de esta industria para el desarrollo y crecimiento económico de nuestro país. Todo mi respeto y admiración por las empresas y su capacidad de adaptación. Es un orgullo ver de primera mano su trabajo, el control, la calidad, la investigación e innovación, la logística. Y es deslumbrante su capacidad exportadora.

En relación con Fruit Attraction, es una de las principales ferias de Ifema Madrid, pero me gustaría destacar sobre todo la profesionalidad de los participantes y su implicación.

Diría que en la mayoría de los casos sienten la feria como suya y así es porque Fruit Attraction está hecha por y para ellos. De hecho, el mérito de su buena trayectoria es de las empresas y profesionales participantes.

VF. También va a ser, a priori, el primer año de feria presencial sin restricciones postpandemia, ¿cómo se está traduciendo esto en cuanto a empresas expositoras y expectativas de visitantes?

MJS. Esperamos que Fruit Attraction 2022 sea una gran feria. Del 4 al 6 de octubre se celebrará la 14ª edición con unas cifras de participación que incluso han superado a las del año 2019, con 1.800 empresas de 55 países, más de 58.000 metros cuadrados de oferta hortofrutícola y la previsión de asistencia de alrededor de 90 mil profesionales de 130 países.

Desde luego son unas cifras muy buenas, pero, sobre todo, es fundamental el interés y respaldo del sector de frutas y hortalizas por impulsar la feria como instrumento de internacionalización del sector, y punto de encuentro del conjunto de los profesionales que integran toda la cadena suministro. Confirmamos sin duda que el lema de la feria, “Proud to be Fruit Attraction”, es lo que nos trans-



Sánchez destaca que “el mérito de su buena trayectoria es de las empresas y profesionales participantes”. / FOTOS: IFEMA

“Es fundamental el interés y respaldo del sector por impulsar la feria como instrumento de internacionalización y punto de encuentro”

miten las empresas que forman parte de esta.

VF. La internacionalización del evento ha sido desde sus primeras ediciones un objetivo

clave. Por las cifras que manejan, ¿cómo será la presencia de expositores extranjeros? ¿Habrá una mayor presencia de países del hemisferio sur?

MJS. La participación internacional, con 55 países, efectivamente confirma a Fruit Attraction como un evento comercial clave para la producción, comercialización y distribución mundial. A la potente participación europea (Francia; Italia; Países Bajos; Reino Unido; Bélgica; Portugal; Polonia o Alemania), se suma la entrada de las participacio-

“La feria es el entorno idóneo para mostrar y enseñar los productos, formatos y servicios y fortalecer la autoridad sectorial”

nes agrupadas, como Serbia, y de otros países como Colombia; Estados Unidos; Corea; Perú; Chile; Sudáfrica o India, y el aumento de la presencia afri-

cana, especialmente de Kenia, Guinea y Costa de Marfil.

VF. Por lo que está viendo en estos meses, ¿qué es lo que más valoran los expositores que deciden apostar por Fruit Attraction?

MJS. Es importante señalar que más del 90% de los expositores y más del 95% de los visitantes repiten cada año. Por ello Fruit Attraction se afianza como uno de los principales eventos mundiales del sector hortofrutícola.

Hay muchas razones para participar en la feria, pero, desde luego, es fundamental para consolidar y abrir mercados de exportación. Permite concentrar reuniones presenciales con los principales operadores y retailers del mundo, además de generar y despertar oportunidades de venta de forma masiva, y fidelizar y centralizar reuniones con clientes habituales. Amplía y potencia el *networking* personal, y favorece el posicionamiento de marca y notoriedad de nuevos productos.

La feria es el entorno idóneo para mostrar y enseñar los productos, formatos y servicios y fortalecer la autoridad sectorial.

VF. ¿Qué objetivos se han marcado para la feria para este año? ¿Y a medio plazo?

MJS. El objetivo fundamental es que los participantes vean cumplidas sus expectativas empresariales. Nuestro reto es seguir siendo capaces de ofrecer una herramienta comercial rentable, continuar ampliando el espectro internacional de su convocatoria, y que Fruit Attraction sea el espacio para el futuro, las tendencias... Y para ello, debemos seguir dando respuesta a las necesidades del sector.

VF. ¿Qué novedades incorpora esta edición de Fruit Attraction? ¿Qué papel desempeña la innovación en una feria de estas características?

MJS. Me gusta señalar que las verdaderas novedades son las que propondrán los expositores en la feria, con sus productos y servicios. En relación con la feria, a las ya reconocidas áreas Fresh Produce e Industria Auxiliar, se suma Fresh Food Logistics, la plataforma sectorial al servicio de la logística, el transporte y la gestión de la cadena de frío para alimentos frescos.

Además, Ecorganic Market, será de nuevo el espacio exclusivo para la comercialización y exportación de productos

(Pasa a la página 4)

“Fruit Attraction es...”

(Viene de la página 2)

orgánicos, y también la fresa ocupará un papel protagonista en esta edición con el área Fresh&Star.

Del mismo modo, es importante destacar el Programa de Invitados, así como el de ‘País Importador Invitado’, con Emiratos Árabes Unidos, Arabia Saudita y Canadá. Unos programas con los que traemos a Fruit Attraction a cerca de 1.000 compradores de todo el mundo.

Respecto a la innovación, ya sabemos que son innumerables las oportunidades que ofrecen las nuevas tecnologías al sector de frutas y hortalizas. Por ello, es preciso seguir profundizando en la incorporación de las nuevas tecnologías en todas las fases del proceso productivo y comercializador. Y es imprescindible poner a disposición del sector instrumentos que lo impulsen.

Precisamente con el objetivo de potenciar la innovación, la investigación, la tecnología y la digitalización como claves fundamentales de crecimiento de futuro, Fruit Attraction 2022 congregará las áreas de soluciones y servicios relacionadas con la innovación del sector agro: Biotech Attraction y Smart Agro, a la que se suma el ya consolidado Innovation Hub.

VF. ¿Qué cualidades de esta feria la hacen diferente e imprescindible para el sector hortofrutícola?



Para la directora de FA: “Lo más satisfactorio sería confirmar que las empresas han visto cumplidos sus objetivos”.

MJS. La clave del éxito de Fruit Attraction radica en la conjunción de muchas razones. Una de ellas es que España es, sin lugar a duda, un país fundamental dentro de la industria hortofrutícola, desde un punto de vista de la comercialización, y esto hace que tenga una gran capacidad de atracción de comprador, por su variedad, por su calidad y por nuestra historia: siempre se nos ha considerado la huerta de Europa.

En segundo lugar, la feria se celebra en octubre, que es un mes clave para la planificación de campañas de suministro para las cadenas de distribución de cara al invierno. Y esto hace que se convierta en un punto de encuentro comercial real. Esta no es una feria para ver cosas sino para cerrar

“Es preciso seguir profundizando en la incorporación de las nuevas tecnologías en todas las fases del proceso productivo y comercializador. Y es imprescindible poner a disposición del sector instrumentos que lo impulsen”

“La clave del éxito de Fruit Attraction radica en la conjunción de muchas razones. Una es que España es un país fundamental dentro de la industria hortofrutícola, desde un punto de vista de la comercialización”

“Octubre es un mes clave para planificar campañas de suministro en las cadenas de distribución de cara al invierno (...) Esta no es una feria para ver cosas sino para cerrar acuerdos, planificar suministros y campañas”

acuerdos, planificar suministros y campañas.

En tercer lugar, la conjunción y la coordinación entre Fepex e Ifema Madrid. Ellos tienen el *knowhow* sectorial e Ifema Madrid es un organizador ferial profesional, con más de 40 años de trayectoria, que ha sido capaz de diseñar una feria hecha a medida del sector.

Y, sobre todo, el apoyo del sector a esta feria que consideran suya.

Del mismo modo, se ha trabajado mucho todos estos años en la demanda, en el visitante profesional, en el que se invierte mucho dinero a través del programa de compradores internacionales. Este año, además del Programa de Compradores Internacionales hemos creado la Tarjeta Buyers Club para compradores destacados de España y Portugal.

VF. Las fechas de celebración de la feria se han movido a lo largo de las ediciones en distintas semanas del mes de octubre, ¿es esta su ubicación definitiva?

MJS. Sí, principios de octubre es la fecha idónea para la mayoría de las empresas, fundamentalmente porque es el mes clave para la comercialización hortofrutícola internacional.

VF. Y, para terminar, vamos a pedirle el titular de balance de esta edición que le gustaría que se publicase al finalizar la feria.

MJS. Lo más satisfactorio sería confirmar que las empresas han visto cumplidos sus objetivos.

Naranjas y Frutas.com

★ REGÍSTRATE EN NUESTRA WEB

Anuncia o encuentra tu cosecha de forma gratuita

El portal líder de compraventa de cosechas directamente y sin intermediarios.

Listados por variedades de cosechas disponibles enviados esta temporada 21/22

1.680 listados
enviados vía Whatsapp

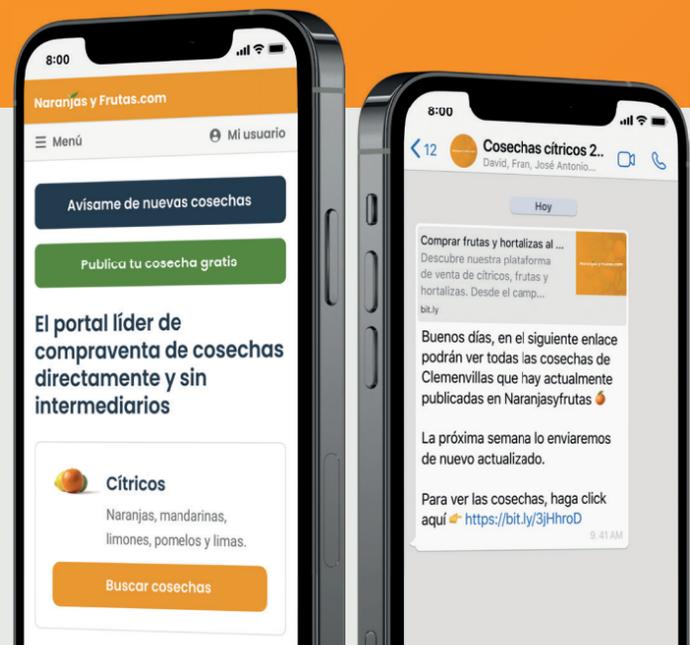
11.660 listados
enviados vía mail



Si eres agricultor **regístrate y anuncia gratuitamente tus cosechas** para que los comercios te puedan localizar de una manera rápida y sencilla.



Si eres comercio o profesional **regístrate gratuitamente para poder encontrar las cosechas disponibles rápidamente**, además podrás recibir vía email o Whatsapp listados actualizados de las variedades que más te interesan.



¿Quieres recibir listados actualizados de cosechas? Únete a nuestros grupos de Whatsapp de cítricos o fruta de hueso escribiéndonos al 654 85 85 16.