

Raúl Calleja, director de Fruit Attraction

“Hemos conseguido posicionar a Fruit Attraction como evento hortofrutícola internacional por centrarnos en la demanda, en el comprador”

Fruit Attraction 2017 (FA) calienta motores. A medio año de distancia de la celebración de la Feria Profesional del Sector de Frutas y Hortalizas -que abrirá sus puertas del 18 al 20 de octubre de 2017 en la Institución Ferial de Madrid (IFEMA)- la organización puede presumir ya de una nueva edición de récord, un 20% mayor que la anterior, tras haber cerrado la participación de más de 1.500 empresas del sector hortofrutícola. La presencia de China y Brasil como países invitados, áreas expositivas sobre agricultura de precisión, semillas o frutos secos, stands low cost para empresas emergentes y una conferencia internacional sobre poscosecha son algunos de los nuevos alicientes que esperan al visitante de esta novena edición de FA, que organizan IFEMA y la Federación Española de Asociaciones de Productores y Exportadores de Frutas y Hortalizas (FEPEX). Un certamen que se ha consolidado, en poco tiempo, como una de las citas de referencia para el negocio hortofrutícola internacional.



D. Raúl Calleja, director de Fruit Attraction.

Detrás de esta proeza se encuentra el equipo de Raúl Calleja, director de Fruit Attraction desde su primera edición en 2009 y uno de los responsables de convertir los 353 expositores iniciales de la feria en los más de 1.500 que participarán en la próxima edición. Calleja es licenciado en Económicas y Empresariales, especializado en marketing y dirección comercial; y ha realizado un master en Marketing y Comunicación. Forma parte del equipo de IFEMA desde 2003. En la actualidad es Director de Certámenes de IFEMA y, entre otros Salones, asume la dirección de Fruit Attraction desde su primera edición, marcada por excelentes resultados obtenidos y el grado de satisfacción

de todos sus participantes.

Según datos de IFEMA, FA 2017 será un 20% más grande que la edición anterior, al menos en lo que respecta al número de expositores ¿Cómo explican este crecimiento, a más de medio año de distancia del certamen?

Con datos reales de expectativas de participación. Muchas participaciones, sobre todo las internacionales, las trabajamos desde antes de la edición anterior. Prevemos, con datos encima de la mesa y con expectativas reales, la mayor y más completa convocatoria de todas las celebradas hasta la fecha, con la participación de 1.500 empresas. Estamos en

estos momentos en pleno proceso de comercialización y hace unos días celebramos la primera reunión de elección de espacios. Igualmente acogimos en IFEMA la reunión del el Comité Organizador y Asesor en la que se analizó el estado del proyecto, y se constató las excelentes perspectivas de participación, ya que a seis meses para su celebración el número de empresas que han solicitado ser expositores hasta ahora es el mismo número que al cierre de Fruit Attraction 2016. FA tiene éxito básicamente por tres factores. El primero es la sintonía entre IFEMA y FEPEX, que ha hecho que técnicamente seamos capaces de desarrollar un proyecto a medida de las necesidades de sector. Por

otro lado, FA se celebra en un mes clave para la planificación de campañas y cerrar los acuerdos de aprovisionamiento entre proveedores y comercializadores de fruta y hortaliza para todo el invierno. Y finalmente, por la capacidad de convocatoria a nivel internacional. Y ello por varios motivos. Uno es la fuerza que tiene el propio sector atrayendo a sus clientes de todo el mundo, y por otro lado la capacidad de convocatoria excelente con la que cuenta FA después de muchos años de inversión en el proyecto, trayendo a un buen número de clientes de jefes de compras de supermercados de todo el mundo.

Más grande, más expositores, más superficie, más volumen de negocio... ¿cuánto margen de crecimiento le queda a una feria de estas características?

La feria es un encuentro comercial entre oferta y demanda. Si hay más oferta que la demanda quiera conocer, podrá seguir creciendo y eso lo irá determinando el propio sector empresarial. Las cifras ponen de manifiesto el interés y respaldo del sector de frutas y hortalizas por impulsar FA como instrumento fundamental de internacionalización del sector, y punto de encuentro del conjunto de los profesionales que integran toda la cadena de suministro. Pero en donde FA ha de seguir marcando su foco es en el esfuerzo en atraer a visitantes profesionales de más países, diversificando mercados para la exportación. El reto está en la demanda.

En un mundo cada vez más interconectado, donde las empresas pueden conocerse y cerrar acuerdos telemáticamente ¿en qué situación ve este modelo de gran feria de exposición? ¿Cómo deberían adaptarse para seguir cumpliendo su papel en la era de Internet?

Una feria como FA te permite 3 días de intensas relaciones comerciales B2B con el sector hortofrutícola. Obtener toda la información de la oferta comercial especializada existente en el mercado español e internacional, bajo un mismo techo y concentrado en 3 días de trabajo. Aun no existe una herramienta que me permita oler, tocar, probar una naranja telemáticamente. A la intermediación le interesa conocer productos, sus gestores, quien hay detrás... las personas siguen estando en el centro de los negocios.

Por otro lado, los organizadores de las ferias debemos aprovechar ahora todas las plataformas tecnológicas y digitales como parte del atractivo del salón. Con las nuevas tecnologías, la duración de los grandes eventos y las ferias puede alargarse

en el tiempo y de este modo damos una mayor visibilidad y servicio a los participantes durante todo el año.

Volviendo a FA 2017... ¿Cuál es valor estratégico del certamen como feria sectorial, frente a la diversidad de ofertas nacionales y sobre todo internacionales del sector hortofrutícola?

El valor estratégico de FA está en la ilusión de sus expositores en la gran fiesta comercial del sector. Y cuando digo que es una fiesta, es con todas sus connotaciones. El evento ha conseguido posicionarse en la comercialización hortofrutícola internacional. Y esto es un valor diferencial muy importante, porque nos centramos en la demanda, en el comprador. No nos gusta comparar a FA con ninguna otra feria. Nos comparamos contra nosotros mismos, preguntándonos cada año qué más podemos hacer por ayudar al sector. Es un orgullo y una responsabilidad gestionar con todo el equipo un evento de estas características para un sector estratégico para nuestro país.

¿Qué novedades esperan al visitante y al expositor de FA en esta nueva edición?

En primer lugar este año incorporamos una nueva iniciativa: 'País Importador Invitado' con los países que mejor se están comportando en sus importaciones desde la Unión Europea. Este año la invitación recae en Brasil y China con el objetivo de desarrollar acciones institucionales, de mercado y comerciales durante FA que favorezcan el crecimiento y desarrollo de las relaciones comerciales entre China y Brasil con los países de la Unión Europea.

También incluimos nuevas áreas expositivas como 'The Nuts Hub', destinada a los frutos secos; 'Smart Agro', que pretende impulsar la transformación digital y la innovación tecnológica de todos los eslabones de la cadena agroalimentaria. Otro nuevo espacio será 'Seed Planet', destinada a

presentar las novedades en semillas y variedades vegetales.

Además, hemos creado el Programa Lanzadera, un nuevo espacio expositivo en formato 'ready2exhibit', con superficies de 6 m² y a un coste muy económico, que está diseñada para dar visibilidad a las nuevas empresas del sector creadas en los 2 últimos años, con el fin de poner en valor el emprendimiento, las nuevas empresas hortofrutícolas, y los jóvenes empresarios. Por último, "Fresh 'N' Star" el nuevo programa que recoge todo el directorio de empresas participantes, jornadas, y exposición de producto de los dos protagonistas de esta edición que serán la lechuga y la granada.

Junto a todas estas novedades, seguiremos potenciando el área Organic Hub, dedicado a las empresas de productos hortofrutícolas biológicos, así como Pasarela Innova, el Foro Innova, Fruit Fusion, y todo ello acompañado de un completo programa de jornadas técnicas muy potente.

Ha mencionado la nueva iniciativa 'País Importador Invitado'. ¿En qué se concretará la participación de Brasil y China, y por qué se ha escogido a estos países?

FA además de tramitar invitaciones a las autoridades de ambos países destinará una dotación presupuestaria para atraer a Madrid a los principales actores de estos mercados. Alrededor de 200 operadores comercializadores, responsables de compras, operadores, importadores, *retail* de Brasil y China. Del mismo modo, está prevista la celebración de una jornada que abordará las relaciones comerciales de frutas y hortalizas entre estos países. El programa cuenta con el apoyo de la Secretaría de Estado de Comercio del Ministerio de Economía, Industria y Competitividad, para la selección de invitados comerciales e institucionales a través de la Dirección General de Comercio Internacional e Inversiones, y de sus oficinas económicas y comerciales en China y Brasil para la

organización de la jornada B2B durante la feria.

Las actividades paralelas y las presentaciones técnicas son uno de los valores añadidos del certamen. Nuestra revista presta especial atención a la I+D en sanidad vegetal para el sector hortofrutícola ¿Qué nos podría avanzar en esta área para la próxima edición?

Estamos trabajando en estos momentos en el programa de jornadas técnicas. Entre otras, tenemos ya cerrada la VI International Postharvest Unlimited Conference, que se celebrará en el marco de Fruit Attraction, y que ofrecerá un completo programa de sesiones relacionadas con el ámbito de la poscosecha.

La alianza entre IFEMA y Cesena Fiera con VNU Exhibitions Asia ha hecho posible la creación de Mac Fruit Attraction CHINA ¿Cuál es el valor de esta unión y en qué se concreta?

En la celebración de la Feria en el marco del salón monográfico Horti China. Mac Fruit Attraction China significará el lugar de encuentro entre los operadores asiáticos y la comercialización internacional de frutas y hortalizas. Actualmente, China está identificada como un mercado estratégico por su potencial de desarrollo, por lo que esta nueva plataforma será una oportunidad comercial para que las empresas participantes consigan alianzas con el mercado chino.

Y finalmente ¿Por qué empresas y profesionales deberían estar presentes en la feria?

FA ofrece a visitantes oportunidades de negocio, conocer las novedades en cuanto a variedades, sabores, nuevas marcas; la capacidad de, bajo un mismo techo y durante tres días, encontrar lo mejor de toda la oferta hortofrutícola; iniciar, continuar o cerrar procesos de compra; fortalecer relaciones comerciales...