

Raúl Calleja, director de Fruit Attraction



Apostamos por impulsar la transformación digital y la innovación tecnológica en toda la cadena agroalimentaria

Raúl Calleja, director de certámenes de IFEMA, entre ellos Fruit Attraction desde su primera edición, afronta la décima convencido de que será "memorable". Las cifras le avalan: el certamen no ha parado de crecer en estos diez años y el recinto ferial madrileño acogerá del 23 al 25 de octubre 1.600 empresas expositoras y unos 70.000 visitantes procedentes de 120 países. En la próxima edición se refuerzan las áreas dedicadas a la agricultura digital y se presenta un nuevo espacio, Flower&Garden Attraction, dirigido al sector profesional de flores y plantas vivas.



Raúl Calleja. Director General de Fruit Attraction.

Fruit Attraction alcanza sus diez ediciones ¿Ha superado las expectativas generadas?

La décima edición de Fruit Attraction será una edición memorable. No solo por el motivo de la celebración del décimo aniversario como por ser la edición más grande de su corta historia, con una asistencia de más de 1.600 expositoras y 70.000 participantes profesionales de 120 países. Nos hemos automarcado un listón muy alto para estar a la altura de esta edición tan especial. El sector hortofrutícola español celebra que en solo diez años ha conseguido construir una plataforma internacional de primer nivel jugando en casa. Fruit Attraction sigue apostando por innovar y que cada edición sea única, diferente y especial. Hemos cambiado los días de celebración para pasar a celebrar de martes a jueves y ampliar así el tiempo útil comercial del evento para que oferta y demanda puedan tener más tiempo de reunión.

¿Se va a conmemorar esta décima edición de alguna manera especial?

Estamos trabajando en un evento conmemorativo porque lo que queremos es celebrar con el sector la buena marcha de este evento. En definitiva, Fruit Attraction es la gran fiesta del sector hecha por y para ellos. Y en este sentido, es con todos los participantes con los que hay que brindar.

Esta edición se ha incrementado la superficie un 16%, así como el número de expositores, con cada vez mayor presencia de empresas internacionales, ¿cuál es el principal reclamo del certamen para las empresas extranjeras?

La oferta de 1.600 expositores y de 70.000 profesionales de 120 países. Fruit Attraction es el evento comercial para facilitar el encuentro entre la oferta y la demanda hortofrutícola internacional, precisamente en el mes de octubre, momento clave para

las campañas de aprovisionamiento. La Feria se ha consolidado como el momento deseado por el sector para mostrar sus excelencias y la cita clave para que la distribución europea teja sus redes entre los mercados hortofrutícolas consumidores y productores. Ofrece oportunidades de negocio al mismo tiempo que conoces las novedades en cuanto a variedades, sabores, nuevas marcas,... Asimismo, la capacidad de, bajo un mismo techo y durante tres días, encontrar lo mejor de toda la oferta hortofrutícola. Les permite iniciar, continuar o cerrar procesos de compra y fortalecer relaciones comerciales.

Los países importadores invitados esta edición son Canadá y Arabia Saudí ¿Por qué se ha escogido a estos países?

Efectivamente, en esta ocasión Canadá y Arabia Saudí serán los mercados importadores invitados, por su excelente comportamiento en las importaciones de frutas y hortalizas desde la UE en estos últimos años.

Es una acción que favorecerá las relaciones comerciales entre los países de la Unión Europea y estos dos mercados extracomunitarios, arropado por un programa completo de mesas redondas (World Fresh Forum), visitas guiadas y sesiones de B2B.

¿En qué se concreta el retorno de la inversión que supone el Programa de País Importador Invitado, que comenzó la pasada edición y es una apuesta importante de la organización?

Este programa se sumó al Programa de Invitados Internacionales. Esto supone que unos 1.100 compradores de todo el mundo (alrededor de cincuenta de Canadá y Arabia Saudí) asisten a Fruit Attraction. Estos contactos comerciales de valor, que multiplican las oportunidades de negocio entre todos los actores de la cadena de valor, contribuyen a garantizar la rentabilidad.

En esta edición nace una nueva área expositiva: Flower&Garden Attraction, dirigido al sector profesional de flores y plantas vivas.

Con Flower&Garden Attraction queremos contribuir a dinamizar y activar el sector profesional de flores y plantas, desde una doble perspectiva. Por un lado, potenciar el desarrollo de los actuales canales de comercialización en el mercado doméstico, destacando centros de jardinería, y prestando especial interés a la gran distribución, que se está convirtiendo en un importante punto de compra de los consumidores españoles. Y, por otro lado, crear una cultura de consumo de flor y planta en el mercado español, acercándonos a los mayores niveles de los países de la UE. Flower&Garden Attraction pretende también servir de punto de encuentro internacional para la comercialización entre oferta y demanda del sector de flores y plantas.

¿Cómo ha respondido este sector a esta nueva propuesta?

Ya tenemos confirmadas empresas procedentes de Holanda, Bélgica, Dinamarca, Italia o Taiwán y en breve entrarán otras de Francia, Reino Unido. En relación a España, también estamos teniendo una buena respuesta y contaremos con representación de Andalucía, Canarias, Comunidad

Valenciana, Galicia, Cataluña... Asimismo, prevemos una gran afluencia de visitantes europeos, seguidos de latinoamericanos y de Oriente Medio, Asia y Norteamérica.

Un espacio consolidado en el certamen es Smart Agro, centrado en las tecnologías, el conocimiento e innovación aplicados a la industria hortofrutícola. Desde su conocimiento del sector, ¿qué avances tecnológicos e innovaciones van a contribuir más a su transformación y desarrollo?

Las veremos en la Feria. Fruit Attraction es el escaparate para precisamente posicionar las propuestas y soluciones tecnológicas. De esta manera, apostamos por impulsar la transformación digital y la innovación tecnológica en toda la cadena agroalimentaria. En 2018 se refuerzan áreas como Smart Agro, centrado en la aplicación de nuevas tecnologías y conectividad con el objetivo de incrementar la productividad de las explotaciones hortofrutícolas, con mayores niveles de calidad y control, así como menores impactos medioambientales. Los tradicionales espacios Pasarela Innova y Foro Innova se unifican bajo el paraguas de The Innovation Hub, como área dedicada a la innovación y novedades empresariales en el sector. Además, este año potenciamos en la feria el programa de jornadas y conocimiento sectorial revalorizando la innovación y la tecnología como agente del cambio y evolución.

A lo largo de estos años, las tendencias del sector hortofrutícola han ido diseñando el propio certamen, con espacios como Organic hub, destinado a la producción ecológica, The Innovation Hub o Smart Agro. ¿Está evolucionando la industria al ritmo que demandan los nuevos desafíos globales: la globalización del comercio, la sostenibilidad de la producción y el consumo, el crecimiento exponencial de la población mundial o el impacto del cambio climático?

Desde luego, mantener las primeras posiciones requiere de la infraestructura empresarial que invierta en actualizar y tecnificar las explotaciones hortofrutícolas, incorporando a los procesos mejoras para reforzar

«Es preciso agilizar el levantamiento de las barreras fitosanitarias existentes en muchos países que impiden el acceso a sus mercados»

lo y asegurar su sostenibilidad en el futuro. Es preciso profundizar en la diversificación de las ventas en el exterior y agilizar el levantamiento de las barreras fitosanitarias existentes en muchos países que impiden el acceso a sus mercados. Por otro lado, se debe acelerar el proceso de innovación reforzando los fondos y programas operativos, destinados principalmente a financiar inversiones en las explotaciones. Quisiera destacar Fruit Attraction como elemento dinamizador en el sector de frutas y hortalizas en Europa.

Como director de certámenes de IFEMA, de sectores tan diferentes como el agroalimentario, el de ocio, vending u hostelería, ¿qué deben ofrecer las ferias comerciales tradicionales para seguir atrayendo empresas y visitantes en un mundo cada vez más globalizado y mejor conectado?

Las Ferias son las herramientas de marketing más completas y rentables para cualquier empresa, ya que multiplica las oportunidades de conseguir grandes objetivos en poco tiempo, tanto comerciales, de comunicación, impactos, tiempo y agenda, puesto que suponen una convocatoria masiva de un sector. En el caso de Fruit Attraction, participar en la feria les aporta notoriedad, engagement, sales leads y fidelización con los operadores de la industria hortofrutícola de todo el mundo.