

En 2009, primer año de feria, la exportación española de frutas y hortalizas frescas era de 9,5 millones de toneladas, con un valor de 7.812 millones de euros. En 2017, último año del que se disponen datos completos, la exportación es de 12,6 millones de toneladas, con un valor de 12.704 millones de euros. Son 9 años y el crecimiento ha sido del 33% en volumen y del 63% en valor. La diversidad y fortaleza del sector que mencionaba anteriormente junto con las ventajas del mercado único han sido la base de esta evolución.

## INNOVACIÓN E INVERSIÓN

La inversión y la innovación también han sido decisivas en la evolución ascendente de Fruit Attraction. El programa de invitados internacionales que mencionaba anteriormente es un ejemplo, siendo una de las herramientas más valoradas por los expositores pero también una de las más costosas, incrementando IFEMA el apoyo cada año.

Innovación también en el concepto de feria, como avanzaba anteriormente, combinando las ventajas comerciales del certamen con el potencial que ofrecen las herramientas del entorno on line. En ese nuevo concepto estaba también el considerar la feria como un espacio de conocimiento, facilitando al expositor, la organización de todo tipo de eventos.

Innovación en el formato, porque la feria se inició con un formato modular que buscaba la máxima rentabilidad para el expositor en un momento de fuerte recesión económica. El stand modular permitía ahorrar hasta un 300% del coste del stand de diseño libre. Y en la primera edición muchos expositores optaron por el stand mínimo. Poco a poco los expositores han apostado por una mayor visibilidad y en esta décima edición quedan pocos stands de 16 metros cuadrados.

E innovación también en el tiempo. En lugar de miércoles a viernes que han sido los días de celebración de Fruit Attraction en las nueve ediciones pasadas, este año será por primera vez de martes a jueves, con el objetivo fundamental de ampliar y potenciar el tiempo comercial útil del evento.

En 2018, la evolución positiva continua. Esperamos más de 1.600 empresas expositoras, un 16% más que en 2017. El espacio será también un 16% superior que el de 2017, ocupando ya los pabellones 3, 5, 6, 7, 8, 9 y 10 de Feria de Madrid. En cuanto a la participación, proveemos 70.000 profesionales de 120 países, lo que pone en evidencia también el carácter internacional que está adquiriendo Fruit Attraction. Destaca sobre todo la participación comunitaria, especialmente de Francia, pero también de Holanda, Italia, Portugal, Polonia... así como de países no comunitarios como Brasil, Perú, Costa Rica... Esta edición, además, se une el sector de flor y planta viva con el espacio Flower and Garden Attraction.

Para los próximos años, hay que seguir construyendo y trabajando. Un sector fuerte capaz de afrontar los nuevos retos que tiene planteados permitirá también una feria fuerte y en crecimiento. ■

# La más dulce



[www.sandiafashion.com](http://www.sandiafashion.com)



\* Sandia Fashion es un alimento con muy bajo contenido de sodio, <math>-6mg/100g</math>. • Un menor consumo de sodio contribuye a mantener la tensión arterial normal. La Fundación Española del Corazón recomienda seguir una dieta variada y equilibrada y un estilo de vida saludable. Si usted tiene unas condiciones dietéticas especiales o padece alguna enfermedad debe consultar a un profesional de la salud. Las autoridades sanitarias no aconsejan consumir más de 5 gr de sal al día. • Más información en [www.sandiafashion.com](http://www.sandiafashion.com)