



Fruit Attraction 2021

Un reencuentro de éxito

✦ José Álvarez Ramos

Ingeniero Agrónomo

Resumen: Este artículo repasa la historia de la feria Fruit Attraction desde su primera edición y analiza el resultado de la última celebrada, en octubre de 2021, con cifras de participación muy relevantes: 8 pabellones de IFEMA, 40.500 m² de oferta expositiva, 1.300 empresas de 43 países y 65.000 profesionales de 108 países, además de jornadas técnicas, actividades complementarias, etc.

El autor concluye que Fruit Attraction ha conseguido en estos años alcanzar la velocidad de crucero y cumplir los principales objetivos para los que fue creada; mientras que en los 13 años transcurridos desde que nació Fruit Attraction las exportaciones españolas han pasado de 9,4 millones de toneladas de frutas y hortalizas por un valor de 8.000 millones de euros en 2008 a 13,1 millones de toneladas por un valor de 14.600 millones de euros en 2020.

Palabras clave: Fruit Attraction, feria, frutas y hortalizas, exportación.

De entrada, he de reconocer que me gusta visitar las ferias agroalimentarias. Desde mi punto de vista representan el “músculo” empresarial de un sector y su salud financiera, entre otras muchas cualidades. Te indican gráficamente el estado y las posibilidades que ves en él. Por mucho que te cuenten lo que es el evento en sí, tu percepción subjetiva de la visita, contrastada con las opiniones de expertos seleccionados, rara vez te puede fallar a la hora de hacer una valoración de la feria. En este sentido, quiero dedicar estas líneas a la feria internacional Fruit Attraction, a la que tengo un especial cariño desde su inicio.

Cuando nació Fruit Attraction existían dos grandes ferias internacionales en el sector hortofrutícola: Fruit Logística en Europa y la PMA (Produce Marketing Association) en Norteamérica. Fruit Logística es la primera feria a nivel mundial y se celebra en febrero cada año. Es curioso su origen pues nació como una sección temática de la Semana Verde de Berlín por iniciativa de una revista especializada de este sector. Es el lugar de encuentro de los proveedores y distribuidores a nivel global, pero con un mayor peso del mercado europeo. La PMA norteamericana tiene lugar anualmente en Estados Unidos a primeros de octubre con un enfoque más orientado al mercado norteamericano y sus proveedores. La sede es itinerante y tan importante como el tema comercial es la convención internacional que lleva asociada.

La primera edición de Fruit Attraction, feria internacional de frutas y hortalizas en fresco, se celebró del 4 al 6 de noviembre de 2009 y desde esa fecha tiene lugar cada año en Madrid. Con ese motivo publiqué un artículo que, con convencimiento, titulé “Fruit Attraction, el principio de una gran feria”. Hoy, tras celebrarse la 13ª edición, observo orgulloso como esa gran feria se ha consolidado y ha cumplido con creces todas las expectativas con las que nació.

La verdad es que los que conocíamos las posibilidades del sector y la ubicación logística de Madrid no teníamos ninguna duda, es más, estábamos seguros del éxito de la aventura. Así, hay que reconocer la visión de FEPEX e IFEMA con la creación y apoyo constante a este evento. Porque, aunque hoy nos parezca mentira, el hecho cierto es que en aquel momento España carecía de un instrumento propio de promoción a la altura de nuestra capacidad productiva y comercial en el sector hortofrutícola. Por



giropoma **la manzana de Girona**

Nuestras plantaciones, situadas en las fértiles llanuras de la provincia de Girona y rodeadas por los parques naturales del Alto y Bajo Ampurdán, nos proporcionan una fruta singular, mimada por nuestros agricultores bajo la tutela de nuestro personal especializado, y con la calidad que garantiza la IGP Poma de Girona.



Camí Vell de Torroella, 3
17140, Ullà (Girona)
Tel. 972 755 025 - Fax 972 757 162
www.giropoma.com

eso uno de los principales objetivos era tratar de aunar los esfuerzos de promoción que se realizaban desde distintos ámbitos y aprovechar las sinergias de ese ambicioso proyecto.

¿Cuál es el valor añadido de Fruit Attraction con respecto a las otras dos grandes ferias citadas? En primer lugar, la excelente ubicación de Madrid como puente con América Latina, teniendo en cuenta la importancia exportadora de muchos países de esa región. Además, la cercanía a los países del Magreb, Marruecos principalmente, que cada vez tiene una mayor presencia en la feria. Otro aspecto técnico y comercial muy importante es la fecha de celebración de la feria. Con la experiencia de las sucesivas ediciones, se ha adelantado a primeros de octubre, con el inicio de la campaña de las producciones hortícolas intensivas y los cítricos, así como con la programación de las producciones de frutos rojos y fruta de hueso. Podemos afirmar que este encuentro ha encontrado su nicho en el calendario internacional y ya es una referencia obligada.

También quiero resaltar la evolución del sector español en estos últimos 12 años citando unos datos. En 2008 España exportó 9,4 millones de toneladas de frutas y hortalizas por un valor de 8.000 millones de euros y en 2020 exportó 13,1 millones de toneladas por un valor de 14.600 millones de euros. La exportación ha seguido con un creci-

La última edición de Fruit Attraction ha tenido lugar del 5 al 7 de octubre de 2021. Por si había alguna duda sobre la conveniencia de su celebración y teniendo en cuenta que todavía existen restricciones de espacio y movimiento de personas, hay que destacar que el sector ha respondido muy bien a este reencuentro, con una presencia similar a la de la edición de 2018, lo que es una clara señal de su importancia

miento ascendente en volumen y valor, pero sobre todo destacaría el gran incremento del precio unitario del producto exportado.

LAS CONSECUENCIAS DE LA PANDEMIA

Es por todos conocido el origen de la pandemia y sus consecuencias a nivel mundial, a partir de



marzo de 2020. Dio lugar a que se pusieran en marcha medidas inimaginables anteriormente como: cierre de fronteras, paralización total de la actividad económica, salvo sectores estratégicos o esenciales, y confinamiento obligatorio de la población entre las más destacadas, al margen de las medidas sanitarias que eran prioritarias.

El sector agroalimentario español ha jugado un papel destacado en esta crisis y, en especial, el sector hortofrutícola que nos ocupa, en todas las fases de la cadena desde la producción, transporte, comercio y distribución. Lo más importante, desde mi punto de vista, es que ha cumplido su compromiso con la seguridad alimentaria en su doble rol de suministro en cantidad y respetando la calidad y seguridad de los alimentos. Ni se ha producido desabastecimiento ni subidas abusivas de precios, tanto en el mercado nacional como en el de exportación. El sector exportador ha sabido dar la talla ante este importante e inesperado reto.

Un hecho destacado de la exportación hortofrutícola española, que viene a corroborar este destacado papel durante la crisis, fue que en 2020 el valor del producto exportado alcanzó los 14.600

millones de euros, como ya se indicó, superando en más de 1.000 millones a la exportación de 2019.

¿Como afectó la pandemia a la edición de Fruit Attraction 2020? Pues directamente, ya que al no poder celebrarse presencialmente, los organizadores prefirieron que esa edición tuviera lugar virtualmente, lo cual fue muy acertado, ya que se evitó una “ruptura” en un momento en el que todos los operadores de este sector necesitaban un “empuje” y un reconocimiento de la labor que estaban llevando a cabo. Lógicamente las cifras de participación y negocio no tuvieron nada que ver con las de Fruit Attraction 2019, edición que hasta el momento ha marcado el record de participación empresarial.

FRUIT ATTRACTION 2021 EL REENCUENTRO

La última edición de Fruit Attraction ha tenido lugar del 5 al 7 de octubre de 2021. Por si había alguna duda sobre la conveniencia de su celebración y teniendo en cuenta que todavía existen restricciones de espacio y movimiento de personas, hay que destacar que el sector ha respondido muy bien a

EL SABOR DE SER ÚNICO



Algunos sabores gustan y otros enamoran. La gama de pimiento cónico extra dulce **Sweet Palermo®** ha sido reconocida por segundo año consecutivo como el sabor preferido por los consumidores. Y no es para menos. Su dulzor, su fácil elaboración, sin apenas semillas, la amplia versatilidad, su gama de colores y su alto contenido en **vitamina C** son las principales características que hacen de **Sweet Palermo®** un pimiento único. Una auténtica experiencia para los sentidos.

¿Lo has probado ya?
Descubre #TheSweetExperience



Descubre #TheSweetExperience
Descubre **Sweet Palermo®**




Sweet Palermo®
www.sweetpalermo.com

este reencuentro, con una presencia similar a la de la edición de 2018, lo que es una clara señal de su importancia.

Las cifras de participación han sido muy relevantes. Según los organizadores: 8 pabellones, 40.500 m² de oferta expositiva, 1.300 empresas de 43 países, 65.000 profesionales de 108 países, jornadas técnicas, actividades complementarias...

La feria se ha dividido, como en otras ediciones, en dos grandes áreas temáticas: Área Fresh Produce, con un 65% aproximadamente de la superficie, y Área de la Industria Auxiliar con un 30%. La primera comprende las empresas de frutas y hortalizas en fresco, IV y V gamas, producción ecológica u orgánica y transformados. La segunda las empresas de semillas, fertilizantes, logística y transporte, empaquetado y etiquetado y servicios entre otras. Mención aparte son las empresas que se agrupan en las nuevas tecnologías y la innovación como Biotech y Smart Agro. También he observado la presencia de empresas tecnológicas que están desarrollando soluciones en cuanto al cultivo y nutrición de las plantas.

Otra importante novedad de Fruit Attraction es LIVEConnect, plataforma digital que complementa nuevas funcionalidades reforzándose mutuamente actividades como: gestión de contactos, networking, catálogo de productos y servicios, video call, contenido sectorial. LIVEConnect sigue abierto para contactar con profesionales que no se ha podido contactar durante la feria.

¿Que he notado con respecto a otras ediciones? Yo creo que había menos gente en los pasillos y, lo más importante, más operadores dentro de los stands, participando en mesas de negocio e intercambiando información y conocimiento. Lógicamente, en dos años pasan muchas cosas y más tras un periodo de cambio brusco tras la inesperada pandemia de COVID y sus consecuencias.

¿Que me ha llamado la atención? La destacada presencia de empresas de logística y transporte y no solo las de vía terrestre españolas, sino también las de transporte marítimo (Maersck, MSC, Hapag-Lloyd, etc.), así como los principales puertos españoles ubicados en las zonas de producción. Esto indica que el sector de la logística y transporte de frutas y hortalizas está muy atento a los cambios que puedan producirse en el futuro.

Se ha consolidado la presencia internacional con empresas de América Latina, Europa (importante



Fruit Attraction ha conseguido en estos años alcanzar la velocidad de crucero y cumplir los principales objetivos para los que fue creada. Sigamos apoyándola pues eso redundará en un sector hortofrutícola fuerte que hoy es el motor del sector agroalimentario español

presencia de Francia, Italia y Países Bajos). La participación española ha sido la más numerosa tanto a nivel institucional como empresarial. Destacaría en cuanto a su presencia en la feria el imparable progreso del sector de los frutos rojos (fresa, arándano y frambuesa) y el de la uva de mesa sin semilla que están tirando muy fuerte en los últimos años.

Para terminar, no me cabe ninguna duda que Fruit Attraction ha conseguido en estos años alcanzar la velocidad de crucero y cumplir los principales objetivos para los que fue creada. Sigamos apoyándola pues eso redundará en un sector hortofrutícola fuerte que hoy es el motor del sector agroalimentario español. ■