

## Manuel García Portillo

Presidente de Euroagro.Fruits



“ **Nuestro objetivo estratégico para 2010 es que Euroagro.Fruits sea un referente mundial del negocio hortofrutícola** ”

Cuando se cumplen más de dos décadas de la primera edición de Euroagro.Fruits, su presidente, Manuel García Portillo, nos habla de los retos que afrontará durante esta década la feria, que tiene una cita con las principales cadenas de compra del 16 al 19 de abril en Valencia. Su objetivo: convertirla en un referente mundial del sector de las frutas y las hortalizas.

El concepto Euroagro.fruits recoge el sentir del sector en relación al tipo de feria que creen necesaria en España. Esta será la segunda edición con este formato. Cual es su evaluación de la primera edición.

Después de un periodo de reflexión y análisis que abrimos en 2006 para visionar qué feria demanda el sector hortofrutícola español, nació la primera edición de Euroagro.Fruits, una feria más enfocada al negocio medular de la compraventa de frutas y hortalizas y por lo tanto a provocar una mayor presencia de la distribución internacional y del productor de todas las comunidades españolas exportadoras como son: Murcia, Andalucía, Extremadura, Cataluña y también la Comunidad Valenciana; Los aproximados 10.000 millones de euros que se exportan, sólo de frutas y hortalizas, hacen que este enfoque sea clave en el desarrollo de este proyecto, sin olvidar que el sector de la distribución español cada vez está mejor organizado y cada vez está viendo un mayor interés por disponer un punto en España donde poder hacer sus programaciones

y de hecho, en el comité organizador están presentes los dos responsables de dos cadenas detallistas que están creciendo con fuerza, Javier Galarza de Eroski y Agustín Delicado de Consum y en la edición celebrada en la primavera 2007 estuvieron presentes los responsables de casi todas las cadenas que operan en España: Mercadona, El Corte Inglés, El Árbol, etc.

Nuestra visión renovada es ser la primera feria del negocio hortofrutícola internacional en España y nuestro objetivo estratégico 2010 es que durante la celebración de Euroagro.Fruits, ésta sea el referente mundial del negocio hortofrutícola.

Nosotros creemos que la edición 2007 supuso un éxito para la consecución de nuestra visión y objetivo estratégico 2010 por tres razones, la distribución internacional especialmente la europea estuvo presente, se realizó la primera jornada AECOC en el marco de Euroagro.Fruits fruto de largas negociaciones con una presencia de más de 250 profesionales que posteriormente junto con otros 250 invitados participaron en la cena de bienvenida que los expositores dieron a los compradores y visitantes y la tercera razón es que por primera vez los expositores me felicitaron como Presidente del comité organizador, éste para mí, fue el mejor indicador, el más directo, el más personal, el que me permite decir sin duda que 2007 fue un gran paso en el proyecto estratégico 2010 de disponer de un gran punto de encuentros de negocios internacional en la comercialización de las frutas y hortalizas de España y esperemos que también de toda la cuenca mediterránea.

¿De cuál de las actividades de esta nueva época están más satisfechos?

Nos quedan muchas cosas por hacer, pero las ya comentadas, el enfoque, las jornadas AECOC, la orientación al comprador y visitante, la cena de bienvenida en el cual se van a institucionalizar la entrega de reconocimientos a los hechos y empresas más destacadas en el sector hortofrutícola 2007, los agradecimientos a aquellos que ayudan a hacer de Euroagro.Fruits una gran feria y también se entregarán los premios a

**“El sector de la distribución española cada vez está mejor organizado y cada vez está viendo un mayor interés por disponer un punto en España donde poder hacer sus programaciones y de hecho, en el comité organizador están presentes los dos responsables de dos cadenas detallistas que están creciendo con fuerza”**

innovación, este es uno de los proyectos, el Salón de la Innovación que esperamos que crezca con fuerza y que las empresas presenten sus novedades, en el empaquetado, en la tecnología o en cualquier proceso que sea innovador y que repercuta en la mejora de la hortofruticultura.

Como de todo se aprende, ¿han incorporado novedades en mejoras este año?

Profundizar en lo que hemos empezado a hacer bien para nosotros es la clave. Que los profesionales asistan a una feria que dispone de un modelo y de una organización, donde no se pierdan los actos que se organizan, para nosotros es muy importante, pero lógicamente hay que incorporar nuevas acciones que en la reunión del comité del día 20 de febrero se aprobarán. Especialmente se habla de hacer acciones en el marco de la feria, por ejemplo después de la jornada de AECOC que será a las 18,30 horas del día 16 de abril y al finalizar ésta, antes de la cena de bienvenida en la explanada de feria, posiblemente al aire libre se haga una degustación de

productos y también de vinos. También en feria, a las 12 ó las 13 horas del medio día, se harán degustaciones de alimentos tradicionales de las comunidades presentes en la exposición y como actos lúdicos el jueves por la mañana, no como acto masivo, pero si para los forofos del golf, se celebrará el 1er Open de Golf Euroagro.fruits.

El viernes se harán visitas guiadas a centrales hortofrutícolas y por las tardes como la feria permanece abierta de 10 a 18 horas, también el jueves tarde está programada una visita a la Ciudad de las Artes y las Ciencias. Euroagro.Fruits pretende ser una feria moderna que conjugue los actos profesionales con los encuentros lúdico-profesionales, sobre todo en unas fechas 16, 17 y 18 de abril donde el día alarga, se inicia la primavera y apetece disfrutar de una ciudad moderna como Valencia llena de luz y de color.

Valencia, con Euroagro.Fruits se suma en el contexto europeo, como manifestación dedicada al negocio de la fruta y la hortaliza, a una feria AGF Totaal en Rotterdam que quizás ya ha pasado su cenit, y a una Fruit Logistica que se ha constituido en su década y algo de andadura, en la feria por excelencia en Europa, incluyendo también a los productores españoles. ¿Qué papel juega Euroagro.fruits en este panorama? ¿Qué elementos diferenciadores tiene para inducir a los visitantes a hacer un “2º. viaje” en el lapso de pocas semanas?

En el mismo Fruit Logística y hablando con el director general de la Consejería de Agricultura de Aragón y en presencia también del Consejero de Agricultura, y con esa nobleza aragonesa que les caracteriza el comentario fue, si fuera una feria de jamones sería normal que se hiciera en Teruel pero si es una feria de frutas y hortalizas es muy normal que ésta se haga en Valencia. Valencia es reconocida mundialmente por su tradición agrícola y dinamismo exportador. En Valencia se han instalado los principales compradores – exportadores de frutas para las grandes cadenas de supermercados e hipermercados como Socomo, Iberiana, Edeka, etc. En Valencia nace la primera cadena de super-



mercados líder en España: Mercadona y Valencia está situada en el mediterráneo español equidistante entre otros productores como Aragón y Cataluña o Almería y Murcia. Además tenemos la suerte de que hoy Valencia es una de las ciudades con mayor reclamo turístico del mundo y este año la feria es en abril, pero el próximo año será en Mayo, ya más distante de la feria Fruit Logística. Fruit Logística no es el principio ni el final. Fruit Logística es la realidad de cómo se hacen hoy en día los negocios hortofrutícolas, en las ferias, y yo creo que es muy posible que en los próximos 10 años veamos consolidarse además de la feria de Alemania otra en Inglaterra, otra en París y posiblemente otra en Italia. No es tan raro que un comprador de frutas y hortalizas no haga en el futuro 4 ó 5 visitas a 4 ó 5 puntos de encuentro, por lo tanto hoy estamos hablando de una en el corazón del consumo europeo como es Berlín y otra en el corazón de la producción mediterránea como es Valencia, claro que tiene sentido un proyecto moderno y dinámico como esperamos que se consolide Euroagro. Fruits.

De la edición de este año, ¿qué novedades destacaría en cuanto a los expositores o en el programa de actividades?

Nosotros como anteriormente hemos comentado, no queremos hacer muchos actos y jornadas, sino pocas pero de ca-

**“En España confundimos la política con los negocios, las comunidades tienen que pasar de tibias a calientes. En Berlín ponen 1.000 m<sup>2</sup> de exposición y en casa 200 m<sup>2</sup>, el primer expositor de Berlín es España, el primer país visitante también. Yo siempre digo “compra en casa y vende en casa y tendrás casa”**

lidad. Si nosotros posicionamos las jornadas de AECOC como un punto de encuentro, de formación e información, de tomarle el pulso al momento más actual de los negocios en el punto de venta, creemos que tendrá gran interés. Como primicia diré que vendrá Kevin Couper a estas jornadas desde EEUU para exponer y analizar las iniciativas de los distribuidores norteamericanos para promover el consumo de frutas y hortalizas desde el punto de venta, también estarán presentes ponentes como Javier Galaza de Eroski y Nicolás Molinieri de Univeg Group y estamos cerrando la participación de dos o tres ponentes más.

Además del interés por el salón de la innovación, yo lo que estoy viendo es un gran interés por iniciar la organización de jornadas y congresos de distintas asociaciones en el marco de Euroagro, por ejemplo un workshop del sector del tomate y también unas jornadas de la asociación nacional de cebollas. En cuanto a exposición estamos intentando cerrar la presencia de Aragón y también de Canarias a través de Asprocan, que son dos comunidades que no estuvieron en la anterior edición. También hay expositores que estamos recuperando como por ejemplo la asociación PLAFORM, una asociación que reúne a las principales firmas de envases de cartón.

¿Y en relación a los visitantes esperados?

Consolidar la visita de los compradores de la edición anterior sería ya todo un éxito, puesto que el año pasado los expositores no esperaban una presencia de tanta calidad como la que tuvimos. Todos sabemos que, realmente, hablar de 100-150 operadores europeos de calidad, merece hacer una feria. Esperamos consolidar una misión inversa en Euroagro a través del IVEX y esperamos que los expositores cada vez sean más proactivos en solicitar que Euroagro.Fruits les traiga a sus compradores invitados. Esperamos que la presencia de compradores rusos y, en general del Este, siga también creciendo.

Déjenos volver, Sr. García Portillo, a una pregunta anterior. En la revista Horticultura, desde hace años, publicamos la reflexión que el éxito de Fruit Logística en Berlín era fácil de prever. “Una feria de comercio en el negocio internacional

de las frutas y hortalizas, liderada y pilotada por los mayores operadores del mundo en la compra de estos alimentos." Además, jugaban en casa, en Alemania, el mayor importador, y en su capital, Berlín. En el caso de Euroagro.fruits, desde Valencia, ¿cuál es su visión de oportunidad para interesar a expositores y visitantes en la feria en esta ocasión y en las siguientes?

Como dice un miembro destacado del comité organizador de Euroagro.Fruits, Fruit Logística les ha salido de chiripa. Yo no diría tanto, creo que los alemanes son inteligentes, ordenados, metódicos y saben hacer ferias, usted oír hablar de muy pocas ferias más agrícolas en Alemania del tipo comercial, ninguna, sabe, ninguna más, aquí en España confundimos la política con los negocios, las comunidades tienen que pasar de tibias a calientes. En Berlín ponen 1.000 m<sup>2</sup> de exposición y en casa 200 m<sup>2</sup>, el primer expositor de Berlín es España, el primer país visitante también. Yo siempre digo "compra en casa y vende en casa y tendrás casa". Yo creo que debemos creer más en nosotros, en que la competencia más grande que tenemos es el propio miedo a que los demás vean a sus clientes y hoy eso se ha acabado, el cliente es abierto y quiere conocer lo que ofrece cada uno de sus posibles oferentes.

Euroagro.Fruits como feria española en Valencia ofrece un gran recinto ferial y moderno, en unas fechas de primavera, entre abril y mayo, donde, no se equivoque, con feria o sin feria, todos los compradores europeos vienen a España, pero ellos quieren un marco que los acoja. El ICEX como organismo comercial español tiene mucho que decir para que esta gran manifestación se produzca en España, pero bien es verdad que son los compradores y vendedores los que tienen la última palabra, yo estoy convencido de que España necesita esa gran feria que represente a toda la agricultura española y mediterránea y Euroagro.Fruits está construyendo unos pilares y cimientos sólidos para conseguirlo. Cuando hablamos de Calidad y Seguridad Alimentaria, no hay que dudar que a Europa le interesa una España agrícola que sepa producir alimentos sanos, nuestros agricultores saben leer las etiquetas por ejemplo, de los productos fitosanitarios, lo que les preocupa tanto a los consumidores europeos y a las cadenas de distribución.

Para disponer de una feria importante en España sólo nos hace falta que los operadores del sector hortofrutícola español vean e interpreten los cambios que se están produciendo en la sociedad, hoy la fuerza la genera no el individualismo y la genialidad, sino el corporativismo, el asociacionismo y las ferias como punto de encuentro comercial de un sector.

Entrevista realizada por:

Redacción  
redaccion@ediho.es

**Fertiriego**  
AUTOMATISMOS AGRÍCOLAS

## RENTABILIDAD BAJO CONTROL



**ACTIVA**  
Fertiriego  
Programador

**MERIDIAN**  
Fertiriego  
Controlador

**SUPRA**  
Fertiriego  
Hidrocomputador

**NUTRICOMPACT**  
Fertiriego  
Inyección de Abonos

**Gestión Integrada del Riego,  
Fertirrigación, Clima y Comunicaciones**

Fertiriego Consorcio S.L.

C/ El Carmen, 71, Bajo • 03550 San Juan (Alicante) SPAIN

Tel. +34 965 94 35 00 • Fax +34 965 65 77 70

e-mail: fertiriego@fertiriego.es / export@fertiriego.es

**www.fertiriego.es**