

D'UN BOUT À L'AUTRE

Salons

Espagne



© Reportage photos : Anne-Solveig Malmasson

Fruit Attraction gagne en notoriété

Les organisateurs Fepex et Ifema confirment l'internationalisation de Fruit Attraction. Prochaine édition du 19 au 21 octobre 2011.

Du 20 au 22 octobre, plus de 450 exposants, et 12500 visiteurs se sont retrouvés au salon madrilène des f&i. Une deuxième édition davantage internationale possédant un atout capital : sa taille humaine.

Considéré comme un des piliers de l'économie espagnole, le secteur des fruits et légumes possède dorénavant son rendez-vous phare : le salon Fruit Attraction. « *Les dates sont assez bien choisies, car nous sommes en tout début de campagne pour plusieurs productions, note Joan Mir, le directeur général d'Anecoop. Cela permet de concentrer en trois jours tous les opérateurs du marché espagnol.* » D'autres encore y voient la possibilité de rassembler aussi les pays hispanophones et déjà quelques stands étaient occupés par certains pays d'Amérique latine comme le Mexique ou encore l'Argentine. Côté visiteurs, les organisateurs ont comptabilisé 12 500 entrées, soit 48 % de plus que l'édition précédente. Plusieurs acheteurs de la grande distribution européenne se sont rendus à Madrid ainsi que des producteurs et exportateurs d'Amérique latine. Majoritairement espagnol Fruit Attraction possède un atout, c'est un salon de taille

raisonnable qui a fortement attiré les étrangers. Le nombre de visiteurs étrangers a progressé de 88 % en un an et venait majoritairement d'Italie, France, Royaume-Uni, Portugal, Pays-Bas et Pologne. Fruit Attraction confirme donc sa place de grand centre d'affaires des fruits et légumes. Côté français, les entreprises présentes se sont montrées satisfaites de la qualité du salon. « *C'est une première pour Perlim, indique Béatrice Chauffaille. Le marché espagnol aujourd'hui, c'est 38 % de notre chiffre d'affaires en pommes et 58 % en noix vers l'Espagne. Ce qui explique l'importance de notre présence à Fruit Attraction.* » D'autres opérateurs faisaient le même constat, tel **Primland**, BVL ou encore le sélectionneur Gard. Quant aux opérateurs du marché Saint Charles, où transitent près de 50 % des f&i espagnols sur la France, ils ont l'intention de renforcer leur présence à Fruit Attraction 2011.

Anne-Solveig Malmasson