Freshuelva pone el broche final a una Fruit Attraction muy positiva

Freshuelva ha completado las tres jornadas en las que se ha celebrado Fruit Attraction con un balance "muy positivo" ante la gran afluencia de público de esta importante cita nacional del sector, que la asociación onubense ha aprovechado para dar un nuevo impulso a la promoción de los berries onubenses a través, sobre todo, de sus cualidades saludables.

El gerente de Freshuelva, Rafael Domínguez, ha destacado precisamente que la afluencia a esta importante edición de Fruit Attraction ha sido "muy destacada y se ha puesto de manifiesto las ganas de la gente por volver a la normalidad, por encontrarse y por recuperar las relaciones presenciales".

En este punto, ha subrayado que Fruit Attraction ha vuelto a convertirse en un importante punto de encuentro de las empresas con sus proveedores y clientes, así como un centro de negocios en los que se han vuelto a entablar relaciones comerciales.

Visita de representantes institucionales

El stand de Freshuelva también ha acogido la visita de representantes institucionales como el ministro de Agricultura, Pesca y Alimentación, Luis Planas; el director general de Migraciones y la subdirectora, Santiago Yerga y Teresa Udaondo; la subdelegado del Gobierno en Huelva, Manuela Parralo; la consejera la consejera de Agricultura, Ganadería, Pesca y Desarrollo Sostenible de la Junta, Carmen Crespo; el delegado territorial de Agricultura, Álvaro Burgos; el vicepresidente de la Mesa del Parlamento, Julio Díaz; la diputada nacional y portavoz socialista en la Comisión de Agricultura, María Luisa Faneca, entre otros.

Asimismo, al stand de Freshuelva han acudido los senadores por la provincia de Huelva del PP, José Enrique Sánchez; y del PSOE, Amaro Huelva y Pepa González Bayo; la presidenta de la Autoridad Portuaria de Huelva, Pilar Miranda; la presidenta y los vicepresidentes de la Diputación de Huelva, María Eugenia Limón, Juan Antonio García y Belén Castillo; y los alcaldes Lepe, Juan Manuel González; y Moguer, Gustavo Cuéllar; que pudieron conocer las propiedades de los berries onubenses, así como las novedades en producción, sostenibilidad y tecnologías del sector.

Además de promocionar las cualidades saludables de los berries, avaladas por **el dietista, nutricionista y creador del movimiento 'Realfooding',** Carlos Ríos, que visitó también a los productores onubenses, Freshuelva también ha promocionado su diversificación con nuevos cultivos de las empresas asociadas de Freshuelva, como la pitaya.

Freshuelva también ha protagonizado una **completa agenda de reuniones de trabajo y actos**, como la firma de convenios de colaboración con el Ayuntamiento de Huelva para sellar la colaboración de ambas entidades con el Congreso Internacional de Frutos Rojos; y con Caixabank para poner en marcha iniciativas conjuntas; la reunión con la consejera comercial de la Embajada de la región de Bruselas en Madrid, Adriane Leonard; o con representantes de la empresa Bergé Logistics, que tiene prevista la puesta en marcha de una línea marítima con Reino Unido a través de la Autoridad Portuaria de Huelva.

Próximas ferias

De la misma forma, Freshuelva ha comenzado a preparar con los responsables de Fruit Logística la presencia de Freshuelva en la **próxima edición de la feria de Berlín,** así como la participación de la misma en el **7º Congreso Internacional de Frutos Rojos;** al tiempo que también mantuvo un encuentro con el director general de Migraciones, Santiago Yerga, a quien trasladaron las preocupaciones del sector de los frutos rojos con la mano de obra necesaria para la campaña.

Las empresas del sector de los frutos rojos también han aprovechado su estancia en Fruit

Attraction para estrechar lazos con los clientes habituales y abrir nuevas vías de negocio y de comercialización.

Otras empresas asociadas de Freshuelva, como Fresón de Palos, Moguer Cuna de Platero, Grufesa, Fruta de Andalucía, Plus Berries, Surexport, Doñana 1998, Euroberry, Grupo Royal, Flor de Doñana, Bonafru y SAT Algaida han tenido stand propio en la feria, desde el que han realizado sus encuentros comerciales y donde también han presentado al público sus principales novedades en cuanto a formato, nuevos productos o apuestas de promoción.

Una edición diferente

La edición de Fruit Attraction 2021 ha supuesto la **vuelta a la presencialidad de la feria**, por la que han apostado más de 1.300 empresas de 44 países que han expuesto la oferta hortofrutícola y de toda la cadena de valor, en un año diferente y en el que lo importante era estar y sumar.

Fruit Attraction 2021 ha contado con 42.000 metros cuadrados netos de exposición repartidos en ocho pabellones del recinto ferial de Madrid. Entre las empresas participantes, –el 21% ha asistido por primera vez- la representación internacional ha sido superior al 31%, con un crecimiento notable de empresas procedentes de Latinoamérica, Italia y Francia. según los organizadores.

Además, ha habido compradores de 67 países gracias al programa de invitados internacionales, financiado por Ifema con la colaboración del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación y el Instituto de Comercio Exterior (Icex).