



Plátano y tomate, protagonistas en la 'Fruit Attraction 2009' de Madrid

El evento supone **una oportunidad** para el sector hortofrutícola de las Islas

Diario de Avisos
Madrid

La *Fruit Attraction 2009*, primera feria del sector hortofrutícola de España, que se desarrolla en Madrid hasta hoy, supone una oportunidad para los productores canarios, que ha llamado poderosamente la atención de los visitantes por la calidad y diferenciación de su oferta. Así lo han reseñado las asociaciones más representativas del sector, presentes en una muestra a la que han asistido de la mano de la Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación del Gobierno de Canarias y la empresa pública Proexca.

El tomate y el plátano han asumido gran protagonismo en una feria orientada a la labor comercial por la que han transitado distribuidores de todo el mundo, que permite abrir nuevos mercados, acercarse en profundidad la procedencia de los productos, conocer las últimas novedades en materia de innovación y desarrollo e identificar fortalezas y debilidades de los principales competidores.

El stand, ideado por Proexca, de 256 metros cuadrados, ha

sido unánimemente alabado por su funcionalidad, esmerado diseño y modernidad, y ha permitido contactos fluidos con compradores de todo el mundo. Miles de visitantes se han dirigido durante toda la jornada a un espacio que ha contado con demostraciones de cocina en el formato *show cooking* a cargo del prestigioso cocinero Francisco Coque.

Según remarcan tanto Aceto (Asociación Provincial de Cosecheros Exportadores de Tomates de Tenerife), como Fedex (Federación Provincial de Asociaciones de Exportadores de Productos Hortofrutícolas de Las Palmas), el tomate tiene entre sus cometidos más urgentes lograr una Identificación Geográfica Protegida y una marca unificada para poder explorar nuevos mercados y posicionarse en el mercado nacional. El distintivo *Tomate de Canarias* significaría optar con garantías a un mercado potencial de 45 millones de consumidores. Según indicó el gerente de Aceto, Domingo Mendoza, *Fruit Attraction 2009* centraliza en un sólo espacio todos los atractivos del sector hortofrutícola y lo muestra a operadores



Vista parcial del stand canario en la feria madrileña. / DA

comerciales de todo el mundo. "Las ferias han estado diluidas en cada comunidad autónoma hasta ahora, y una exposición de estas características supone una puerta de entrada para toda Europa", dijo.

Calidad y modernidad

Aceto ha destacado la calidad y modernidad del stand dispuesto por el Gobierno de Canarias en la feria, pues se crea un concepto distinto e innovador para el sector, "donde han brillado el tomate y el plátano". Esta enti-

dad ha cursado entre 200 y 250 invitaciones a agentes de la distribución internacional para que asistan a la feria y apunta el acceso al mercado nacional y las ayudas al transporte como los principales problemas que afrontan para ganar en competitividad. Sobre estas ayudas, el sector hortofrutícola canario reconoce "avances importantes", si bien "la carga que supone el coste del transporte sigue siendo nuestro principal caballo de batalla para el posterior acceso a los mercados europeos".