

Raúl Calleja

DIRECTOR
MEAT ATTRACTION

“Meat Attraction es bueno y necesario para la industria cárnica española”

Meat Attraction, organizada por la Institución Ferial de Madrid (Ifema), celebrará el próximo mes de septiembre su tercera edición. “Meat Attraction es el destino que nos une como sector y ha de ser una bandera para la industria cárnica, que necesita un instrumento que sirva de punto de encuentro sectorial y especializado en el sector cárnico”, afirma el director de Certámenes Agroalimentarios de Ifema, Raúl Calleja, a la par que destaca que Meat Attraction es “un instrumento organizado por y para el sector cárnico que, juntos, nos va a permitir sumar y defender los valores de una industria moderna, de calidad, innovadora, con vocación y capacidad exportadora”.

La feria, que se celebrará del 17 al 19 de septiembre, prevé contar con la participación de 400 empresas y recibir la visita de más de 20.000 personas procedentes de 60 países, al tiempo que se centra en tres grandes líneas de trabajo: comercialización, innovación y conocimiento. “Meat Attraction debe servir para ayudar a las empresas a vender, teniendo a la innovación como un pilar estratégico para el posicionamiento del sector y para sacar a la luz todas las novedades empresariales, al tiempo que el conocimiento queda representado al ser un evento muy vivo, lleno de actividades, jornadas y congresos, donde cada categoría de producto ha de tener su propio protagonismo dentro del programa”, explica Calleja.



Meat Attraction nació -a juicio de su director- para cubrir la necesidad del sector cárnico de disponer de un gran instrumento monográfico y vertical alineado con los planes estratégicos para el desarrollo, impulso y crecimiento del tejido industrial cárnico español, con la intención de posicionar al país como uno de los principales nodos internacionales para la comercialización de productos cárnicos. “Meat Attraction es bueno y necesario para el conjunto de la industria cárnica española, porque solo aspira a sumar y ayudar a las empresas a vender, teniendo como objetivo el ser en cinco años el principal *hub* internacional para la comercialización de productos cárnicos, donde el que gana siempre es la industria doméstica”, prosigue Raúl Calleja, enfatizando que la feria “ha de ser una bandera sectorial, el punto de encuentro por excelencia, un lugar para las empresas grandes, medianas y pequeñas donde hay un asesoramiento ferial especializado y personalizado”.

INTERNACIONALIZACIÓN

La vocación internacional es uno de los ejes estratégicos de Meat Attraction, que ha de servir para consolidar mercados maduros, posicionarse en países en desarrollo y potenciar la apertura a nuevos destinos para determinadas categorías de productos. En este sentido, pretende impactar intensamente en países como Reino Unido, Francia, Italia, Portugal, Alemania, Polonia, Marruecos, Argelia, Libia, Esta-

“MEAT ATTRACTION DEBE SERVIR PARA QUE LAS EMPRESAS VENDAN, SIENDO LA INNOVACIÓN SU PILAR

“EL OBJETIVO ES SER EN 5 AÑOS EL PRINCIPAL ‘HUB’ INTERNACIONAL PARA LOS PRODUCTOS CÁRNICOS

dos Unidos, México, Brasil, Japón y Corea del Sur, entre otros, pero pondrá el foco especialmente en China, que será el país invitado, por “su capacidad importadora y las grandísimas oportunidades que presenta al conjunto del sector”, según Calleja. El certamen contará con el Programa de Invitados Internacionales, mediante el cual cada empresa expositora tiene la posibilidad de invitar con viaje y alojamiento pagado a clientes o nuevos posibles clientes de cualquier lugar del mundo.

Paralelamente, también se ha creado la Semana de la Carne, que del 13 al 22 de septiembre desarrollará espacios en Madrid para fomentar el consumo de carne y poner en valor sus propiedades nutricionales, destacando eventos como MercaTapas De Carney y el Día del Carnicero.

APOYO DE IFEMA

Ifema, organizador de Meat Attraction, opera desde 1980. “El último ejercicio ha presentado un balance muy positivo, no sólo por haber obtenido parámetros nunca vistos, con la organización de 119 ferias y 720 eventos, sino también por la mejora de las instalaciones y la aceleración de la transformación digital, disparando su impacto económico en Madrid hasta los 4.374 millones de euros anuales y 26.168 empleos”, cuantifica Raúl Calleja. La entidad madrileña ha creado, además, un grupo ferial especializado en el sector agroalimentario. “Ahora mismo poseemos una de las más comple-



Meat Attraction celebrará su tercera edición el próximo mes de septiembre.

Por otra parte, y bajo el *claim* ‘La cita con las mejores carnes del mundo’, el director de Meat Attraction detalla que la feria será un escaparate de derivados cárnicos, carnes frescas y congeladas, cárnicos oreados y adobados, conservas cárnicas y productos con sellos de calidad, entre otros. “Este año hemos incorporado las áreas ‘Ecoorganic Market’, para productos cárnicos ecológicos, e ‘IbéricoLand’, para productos procedentes del despiece de los porcinos ibéricos, tanto elaborados como frescos”, adelanta Calleja, recalcando también que la feria dará cabida a instalaciones y maquinaria de industria auxiliar, sistemas de pesaje e instrumentos de corte, tecnologías de automatización y *packaging*.

tas bases de datos de profesionales del sector *retail* mundial, que nos ayuda a convocar de manera especializada por categorías de productos”, añade el director de Certámenes Agroalimentarios, destacando que “la familia Attraction es garantía de un modelo ferial agroalimentario de calidad, especializado y vertical”.

Ifema cuenta ya con los certámenes Meat Attraction, Fruit Attraction, Vendibérica, Eat2Go e Intersicop. “Tenemos el conocimiento, acercamiento, sinergias, profesionalidad y experiencia para diseñar proyectos feriales a medida de las necesidades de cada sector agroalimentario”, concluye Raúl Calleja●