Cambios en el consumo, en el Congreso AECOC Frutas y Hortalizas

El Congreso AECOC de Frutas y Hortalizas, que se celebrará en formato presencial los próximos 14 y 15 de septiembre en Valencia, reunirá a todos los eslabones de la cadena de valor del sector para analizar cuál ha sido la evolución de las ventas de frutas y hortalizas durante la crisis sanitaria e identificar los principales retos que deben afrontar las empresas para seguir en la senda del crecimiento en el entorno post-pandemia.

Durante la jornada inaugural, el consultor de Nielsen, Ignacio Biedma, mostrará la evolución de las ventas de las diferentes categorías de las frutas y hortalizas durante la crisis del COVID-19 y analizará los escenarios que se abren para el sector en la recta final del año.

Completará el análisis de mercado la consultora de AECOC Shopperview, Marta Munné, que expondrá cuáles han sido los cambios de tendencia de mayor impacto que se han producido durante la pandemia y qué nuevas variables están condicionando las decisiones de compra de los consumidores.

La primera jornada del congreso concluirá con un bloque dedicado al papel de la comunicación. El codirector del centro de nutrición Aleris, Aitor Sánchez, mostrará las herramientas que tiene el sector para poner en valor su función como productor de alimentos saludables y reivindicar su rol de servicio a la salud pública. La directora de 5 Al Día, Nuria Martínez, y el director de marketing y comunicación de Plátano de Canarias, Sergio Cáceres, completarán el análisis ofreciendo las

claves sobre cómo crear mensajes diferenciales para las frutas y hortalizas en un entorno comunicativo saturado.

La sostenibilidad y el futuro de la alimentación

La sostenibilidad será el tema central de la última jornada del 23º Congreso AECOC de Frutas y Hortalizas. La química y divulgadora científica Deborah García analizará el futuro de los envases, examinando las opciones más adecuadas para las frutas y hortalizas y descifrando el papel que debe jugar el plástico.

La directora de comunicación de Eroski, Ainhoa Oyarbide; la directora de ventas de Bollo International Fruits, Carla Vercher; y el director de compra de Grupo Foodiverse, Jesús Gómez, expondrán las estrategias que están activando sus compañías para responder a las necesidades de un consumidor cada vez más preocupado por la salud y el medio ambiente.

El cierre del congreso correrá a cargo del vicepresidente de I+D en Nutrición y Salud de la multinacional Archer Daniels Midland (ADM), Daniel Ramón, que mostrará cómo el sector alimentario, a través de sus modelos de producción, puede ser un actor decisivo para prevenir amenazas globales como el cambio climático o la aparición de nuevas enfermedades y epidemias.