Criterios para comprar frutas y hortalizas: calidad y precio

Más de la mitad de la población europea consume frutas y hortalizas a diario y valora positivamente las de invernadero, siendo la calidad y el precio los criterios de la compra.

Los consumidores europeos confían en las frutas y hortalizas y, de hecho, más de la mitad de la población las consume a diario, aunque todavía existe un amplio desconocimiento sobre cuáles son los sistemas de producción utilizados. De hecho, sólo 3 de cada 10 personas conocen si las frutas y hortalizas que llegan a sus mesas proceden de explotaciones al aire libre o de invernaderos. Así lo recoge la encuesta europea sobre la actitud de los europeos hacia las frutas y hortalizas procedentes de Europa, realizada en el marco **del Programa CuTE-"Cultivating the Taste of Europe"(Cultivar el Sabor de Europa).** Se trata de una encuesta realizada anualmente por **Adelante**[1], entre 2019 y 2021 en 5 países (**Francia, Alemania, Grecia, Polonia y España**), con una muestra anual de más de 5.000 individuos.

Los europeos consultados relacionan el consumo de frutas y hortalizas europeas con el apoyo a la **economía y productores locales** (30 %), con las garantías en términos de **sostenibilidad medioambiental** (21 %) y **seguridad alimentaria** (21 %), con la **calidad** de estos productos frescos, sabrosos y nutritivos (14 %) y con un **precio asequible** (13 %).

Por qué consumimos frutas y hortalizas

Sobre los **criterios para comprar frutas y hortalizas** que alegan los europeos, destaca la **calidad** (frescura, color y sabor) con 28 % y el **precio** (que alega el 20 % de los consumidores),

aunque con porcentajes importantes destaca también la importancia que conceden a que **los productos sean de temporada** (17 %) y de **origen local, nacional o europeo** (13 %). En menor medida figuran los **valores nutricionales** (6 %), que sean **ecológicos** (5 %), **seguros** (5 %), que procedan de fincas al **aire libre** (3 %) y que sean **sostenibles** (3 %).

Preguntados sobre los aspectos que más preocupan respecto a los métodos de producción utilizados, el sector hortofrutícola se muestra preocupado por las ideas erróneas preestablecidas, ya que muchos consumidores creen falsamente que la producción en invernadero modifica los nutrientes y el sabor e incluso que pueden tener impacto negativo medioambiental: “De ahí la importancia de nuestros programas de promoción y divulgación con el objetivo de desterrar bulos, *fakenews* o creencias falsas muy asentadas en el imaginario de los consumidores”, remarcan desde **FruitVegetablesEUROPE**.

Un 54 % de la población confía en que los productos de invernaderos son seguros, el 51 % que son **de temporada**; el 45 % que son **asequibles**; el 43 % que son tan **nutritivas** como los sistemas al aire libre, y el 40 % que son **respetuosas con el medio ambiente**. No obstante, todavía **1 de cada 3 encuestados no puede dar una opinión** sobre cómo son las características de los sistemas de producción en invernaderos.

Así, el número de partidarios de la producción agrícola en los invernaderos es el doble que el de los detractores, aunque la mitad de la población no tiene una opinión firme al respecto. El 28 % de los encuestados confía en todos los métodos de producción y casi idéntica cifra (27 %) muestra una opinión positiva también hacia la producción en invernadero, un porcentaje que ha mejorado en tres puntos en sólo dos años .

La campaña CUTE- Cultivating the Taste of Europe

La campaña **"**CuTE: Cultivating the Taste of Europe**",** impulsada y coordinada por **FruitVegetablesEUROPE** durante los tres últimos años con apoyo financiero de **la UE** ha permitido a millones de europeos “redescubrir” los métodos de producción sostenibles (invernadero y exterior). La campaña ha superado todas las expectativas, logrando aparecer durante los tres años de campaña en 420 millones de impactos en prensa, una comunidad que supera los 137.000 seguidores, en Facebook, algo apoyado también gracias a la colaboración de más de 50 influencers internacionales. Asimismo, un invernadero itinerante ha recorrido las principales ciudades europeas para dar a conocer los métodos de producción de la UE.

Durante tres años (de 2019 a 2021), se han llevado a cabo acciones en seis países objetivo de la UE (**Bélgica, Alemania, Grecia, Francia, Polonia y España**). “CuTE es la primera campaña europea conjunta de información y promoción en la historia promovida por productores europeos de frutas y hortalizas. Este programa es el resultado de un trabajo duro y común. Todos los socios comparten intereses y desafíos globales comunes. La defensa y promoción de las frutas y hortalizas europeas es una misión común para todos nosotros”, ha declarado la secretaria general

de **FruitVegetablesEUROPE, Alba Ridao-Bouloumié**.

CuTE, Cultivating de Taste of Europe, ha sido ejecutado por un consorcio internacional que coordina la asociación FruitVegetablesEUROPE y del que también forma parte APROA, AOPn Tomates et Concombres, AOPnFraiseZGPOiW e INCOFRUIT. El programa está financiado al 80% por la UE y persigue dar un paso de gigante en el conocimiento que tienen los europeos sobre los sistemas de producción hortofrutícolas.

[1] Adelante Knowledge and Development: www.adelante.info