El origen de las frutas y hortaliza importa al consumidor europeo

FruitVegetablesEUROPE ha presentado los resultados de la segunda encuesta CuTE realizada en el marco del programa de promoción de la UE CuTE Cultivando el Sabor de Europa. Se trata del primer informe europeo de sensibilización sobre los métodos de producción de frutas y hortalizas en la UE y se ha desarrollado para tener una mayor información sobre los hábitos de consumo de los ciudadanos europeos y garantizar un contacto más estrecho con los consumidores.

Teniendo en cuenta la falta de datos disponibles a nivel de la UE, FruitVegetablesEUROPE, en estrecha colaboración con el organismo de evaluación del programa (Adelante K&D), está desarrollando un estudio europeo sobre la "percepción y el conocimiento de los consumidores europeos sobre los métodos de producción de frutas y hortalizas de la UE" en cinco países objetivo de la UE (Francia, Alemania, Grecia, Polonia y España) y un período de 3 años (2019-2021).

En 2019 se lanzó la primera encuesta que alcanzó a 1.000 personas por país, centrándose especialmente en los padres jóvenes. Los resultados para 2020, corresponden a la implementación del segundo año del programa y sirven como estadio intermedio para poder realizar el estudio final, que se publicará a finales de 2021.

En general, los datos obtenidos para 2020 han registrado un incremento en el consumo de frutas y hortalizas manteniendo los criterios de compra de 2019. Entre los criterios de compra más destacados encontramos el origen (local, nacional o europeo) como el cuarto más valorado. Entre

las principales razones citadas se encuentran el apoyo de los productores locales (32%) y la confianza en el método de producción europeo (21%). En el último año también ha aumentado la preferencia por comprar frutas y verduras europeas.

El Origen Europeo es cada vez más importante

A la hora de comprar, el origen del producto sigue siendo un criterio de compra importante (ya sea local, nacional o europeo) para 1 de cada 4 consumidores. Por el contrario, la sostenibilidad medioambiental no aparece como un criterio prioritario, ni el hecho de que se produce al aire libre en lugar de en invernaderos.
El criterio de "Origen Europeo" es importante para más personas que el año pasado. Las razones indican que brinda apoyo a los productores locales y es una garantía en términos de seguridad del producto. 4 de cada 10 ciudadanos compran frutas y verduras europeas siempre que pueden y otros 4 tienen en cuenta el origen entre otros criterios.

Asimismo, el "Origen Europeo" es relevante a la hora de comprar frutas y hortalizas (76%) frente al 73% de 2019. Esto representa un aumento global de la importancia otorgada al origen europeo del 3,6% en comparación con 2019.

En términos de segmentos de población, las mujeres, los padres y las personas mayores de 55 años muestran una preferencia más fuerte por los productos europeos.

La percepción de los productos cultivados en invernadero ha mejorado durante el último año destacando su seguridad, sus efectos positivos para la salud y sus precios asequibles. Los consumidores que se oponen al cultivo en invernadero argumentan que altera el sabor y los nutrientes, además de tener un impacto negativo en el medio ambiente.

En este contexto, ha aumentado la confianza en los métodos de producción agrícola europeos, así como en los productos agrícolas cultivados en invernadero. Las opiniones críticas más comunes sobre los métodos de producción apuntan al uso de OGM y al impacto ambiental. Aun así, estos no son aspectos predominantes a la hora de comprar.

Cuando se pregunta por los métodos de producción, se constata que una mayoría de los consumidores no tienen una opinión posicionada sobre la producción en invernaderos (58%). Además, el 45% de los encuestados no confía en todos los métodos y el 10% no confía en ninguno de ellos. Las principales preocupaciones apuntan al uso de organismos modificados genéticamente (OMG) y al impacto medioambiental de determinados métodos. En comparación con 2019, más personas compran buscando el mantenimiento de propiedades de frutas y hortalizas.
Además, el estudio pone de relieve un consumo más frecuente de frutas que hortalizas según los 5004 encuestados. El consumo diario de fruta está generalizado para el 62% de la población, así como el consumo diario de hortalizas, que llega hasta el 57% (frente al 57% y 49% del año

pasado).

En 2020, los criterios de compra de frutas y hortalizas seleccionados por la población de los cinco países encuestados se mantuvieron sin cambios con relación a 2019, siendo los más relevantes: calidad del producto (57%), precio (38%) y estacionalidad (33%).

Concienciar sobre los métodos de producción hortofrutícolas
En cuanto al programa de comunicación de CuTE, la encuesta muestra una notoriedad incipiente. Las campañas de comunicación de CuTE y, de forma más general, todas las campañas realizadas sobre frutas y hortalizas europeas están en la mente del 12-20% de los consumidores encuestados.
El proyecto CuTE-Cultivating the Taste of Europe, coordinado por FruitVegetablesEUROPE, tiene como objetivo ayudar a concienciar sobre las especificidades de los métodos de producción agrícola de frutas y hortalizas europeas (invernadero y al aire libre) y las características de las frutas y hortalizas europeas (variedades, calidad, sabor) en el mercado interior europeo.