‘Es de Invernadero.es’ acerca las frutas y hortalizas sostenibles a 1.200 estudiantes de toda España

Éxito de participación y balance positivo tras la finalización del tour de promoción *‘Es de invernadero. Frutas y Hortalizas Sostenibles de Europa’* en el IES María Moliner de Sevilla. Más de 40 días después de su exitoso comienzo en Almería el pasado 8 de noviembre, las cifras de este recorrido por 15 centros escolares de la geografía española son prometedoras, contando con la participación de un total de 1.209 estudiantes de secundaria, que han formado parte activa de la iniciativa.

De esta forma, la campaña, puesta en marcha por HORTIESPAÑA con el apoyo de la UE, cumple con el objetivo marcado desde su inicio: dar información a los adolescentes sobre el invernadero solar, basado en un modelo de producción responsable y equilibrado en materia social, económica y medioambiental.

A través de la difusión de este modelo de manos del chef y comunicador Daniel del Toro, los jóvenes han profundizado en las bondades de la horticultura. Además, mediante charlas divertidas, cercanas y participativas, Del Toro ha conseguido trasladar a los jóvenes hasta las principales provincias productoras de frutas y hortalizas sostenibles de Europa, mostrando el uso

responsable que hacen de los recursos y sus avances en cuanto a innovación y sostenibilidad.

“Estar en contacto con los jóvenes y crear un entorno divertido en el que han sido capaces de expresar sus inquietudes en relación con el invernadero solar ha sido una experiencia más que gratificante”, ha señalado el cocinero, que ha insistido en la necesidad de llevar iniciativas como esta a los estudiantes para que descubran cómo es la producción de los alimentos que consumen a diario.

Por su parte, el presidente de la Organización Interprofesional de Frutas y Hortalizas de España, HORTIESPAÑA, Juan Tomás Cano, ha reafirmado el compromiso de la entidad con este proyecto que, además de ofrecer información sobre la producción sostenible de hortícolas, conciencia a los futuros consumidores sobre la necesidad llevar a cabo una alimentación saludable. “Esta campaña nos ha permitido llegar a los estudiantes para trasladarles la importancia de llevar una dieta sana e informarles del trabajo que se realiza en provincias productoras como Almería y Granada, donde se produce la mayor parte del tomate, pimiento, pepino, calabacín, berenjena, melón y sandía que se consume en Europa”, ha dicho.

En total, han sido 7 las ciudades por las que ha pasado la actividad durante este mes y medio, captando al público joven a través de esta acción original y dinámica en la que también han aprendido recetas fáciles, que permiten incorporar productos hortícolas frescos en cualquier época del año. El Tour ‘Es de Invernadero’ ha estado presente en el Colegio Compañía de María (Almería); Colegio San Isidoro (Granada); Colegio El Porvenir, IES Jaime Vera, IES Miguel Delibes y Colegio Joyfe (Madrid); IES Puerto de la Torre, IES Ciudad Jardín y Colegio British School Málaga (Málaga); Colegio El Buen Pastor, IES Luca de Tena e IES María Moliner (Sevilla); Colegio Sagrado Corazón Valencia y Escuelas San José (Valencia); y Colegio Alauda (Córdoba).

El programa europeo de promoción ‘Es de Invernadero. Frutas y Hortalizas Sostenibles de Europa’ continuará sumando acciones y llevando lo beneficios de los cultivos producidos en invernaderos solares de Europa a los más jóvenes en los años 2024 y 2025.

Campaña ‘Es de invernadero’

‘*Es de Invernadero. Frutas y Hortalizas Sostenibles de Europa’* pretende dar a conocer y ofrecer información sobre el concepto de sostenibilidad y su aplicación en el sector agroalimentario a empresas, productoras, comercializadoras, restaurantes, agricultores y a aquellos consumidores que buscan productos de calidad, concienciados con el respeto ambiental y preocupados por la seguridad alimentaria. La iniciativa, que tendrá una duración estimada de tres años (hasta febrero de 2026) en España y Alemania, contará con una inversión total de 2 millones de euros y está cofinanciada por HORTIESPAÑA **y la Unión Europea**, dentro del marco de promoción de productos agroalimentarios ‘***Enjoy, It’s from Europe’.***