Fundación What We Eat, para ganar cuota a los productos insanos

Presentada la Fundación What We Eat, con el objetivo de unir al sector para poner en el lugar que corresponde a las frutas y hortalizas.

Enrique de los Ríos, director de UNICA, Enrique Colilles CEO de TROPS, Joaquín Rey director de FRUITGROWING QUALITY y Nuria Martínez Barea directora de 5 AL DÍA, han sido los encargados de presentar el proyecto que surgió en plena crisis derivada de la pandemia de Covid19. Entre los ambiciosos objetivos que propone la Fundación figura trabajar de manera sectorial y colaborativa en la promoción de alimentos saludables en las máquinas de vending de hospitales y colegios, eliminar el patrocinio científico de congresos, estudios y becas por parte de los ultraprocesados, evitar que se utilicen las frutas y hortalizas para valorizar otros productos sustitutivos o negociar con las instituciones normativas favorables a las frutas y hortalizas.

Durante la presentación se ha explicado la filosofía de la fundación What We Eat, **“que las frutas y hortalizas sean la base de la alimentación y los ultraprocesados pasen de consumo diario a consumo ocasional”.** Como punto de partida, de los Ríos ha comentado que “tenemos que hacer el esfuerzo de hacer que las frutas y hortalizas sean más atractivas.”

En el evento se han enumerado más de 100 razones para comer más hortalizas y frutas que se pueden condensar en cinco puntos fundamentales: **estar más sanos, conseguir un mundo mejor, que España y Europa recuperen su soberanía alimentaria y la necesidad de producir** muchas **más frutas y hortalizas y valorizarlas mucho más**, así como el trabajo de los productos y sus empresas.

Los impulsores de esta iniciativa ,entre los que s encuentran **A Color Agencia, Afrucat, Afruex, Ailimpo, Asociación 5 al día, Asprocan, Comite? de la Patata (FEPEX), Cooperativas Agro-alimentarias de Espan?a, Fedemco, FEPEX, Freshuelva, Fruit Attraction, FruitGrowing Quality, Intercitrus, Proexport, Trops y UNICA GROUP** hacían un **llamamiento a las empresas del sector para que se unan a este proyecto**, conscientes de que no va a ser fácil y requerirá trabajo en equipo, creatividad, inversiones en marketing, lobby, cooperación, alianzas…"

Para lograr estos objetivos es prioritario llevar a efecto un **marketing inteligente, claro y directo, con campañas que promuevan el consumo de frutas y hortalizas para ganar cuota a los productos sustitutivos**, que las pongan en el primer plano. Nuria Martínez Barea, directora de la Asociación 5 al día ha apuntado que "Es verdad que hay campañas individuales de empresas, asociaciones o marcas, pero el sector hortofrutícola es de los pocos que no hacen campañas coordinadas de marketing colaborativo, enfocadas a crear una corriente de opinión, una imagen del sector hortofrutícola que nos permita apropiarnos de nuestras fortalezas y que no sean utilizadas por otros productos."

La incorporación a la Fundación se hace **extensible al 100% de la cadena alimentaria,** cualquier empresa o institución que pertenezca a la cadena de valor de la fruta y hortaliza, además de entidades del sector salud o alimentación que persigan los mismos objetivos que la nueva Fundación.

Enrique Colilles, director general de Trops, ha reivindicado la necesidad de "decir en alto estas cosas para que el sector tenga una voz que hora mismo no tiene. Como sector, no cumplimos con nuestra responsabilidad de que se oigan estos mensajes; debemos incrementar la cuota de mercado que otros nos han ganado", ha concluido. Por su parte Joaquín Rey director de FruitGrowing Quality ha recalcado que "no hay que ir en contra de nadie sino a favor de nuestro sector".

Para finalizar se ha hecho un llamamiento a las empresas del sector hortofrutícola para que se unan a esta gran iniciativa **para poner en el lugar que corresponde a las frutas y hortalizas.**