La evolución del mercado y el impacto de las fake news, platos fuertes de AECOC 2019

El Palacio de Congresos de Valencia acoge los días 4 y 5 de junio, el Congreso AECOC de Frutas y Hortalizas**. El único punto de encuentro que anualmente reúne a profesionales de todos los eslabones de la cadena de valor del sector.**

Más de 600 profesionales de destacadas compañías de todo el país se dan cita en un encuentro que analizará la evolución del mercado hortofrutícola, los cambios y tendencias que impactan en su consumo y consumidor o las aportaciones del blockchain a la transparencia y trazabilidad del sector. Para ello, intervienen en el Congreso Ricardo Alarcón, business development manager de Nielsen; Marta Munné, consultora de AECOC ShopperView; José Antonio Santana, director de

soluciones y transformación digital de Carrefour España; y Eugenio Morales, director de Socomo de Grupo Carrefour.

Asimismo, la cita de referencia del sector **aborda el papel de la sostenibilidad y la innovación en el sector** con la participación del co-fundador y ceo de Naranjas del Carmen y Crowdfarming —Gonzalo Úrculo— y del cazatendencias y futurólogo —Magnus Lindkvist—.

Uso de plásticos

En un contexto en que el consumidor exige a las empresas que impulsen modelos más sostenibles y en que las compañías tienen un importante papel en el cumplimiento de los ODS (Objetivos de Desarrollo Sostenible), el Congreso AECOC de Frutas y Hortalizas **incorpora el reto de la reducción de los plásticos de un solo uso como eje del programa.** La directora de responsabilidad social corporativa de Lidl España —Michaela Reischi—, el responsable de comunicación de Bargosa —Fernando Alfaya—, el ceo de RK Growers y consejero de Zeropack —Carlo Lingua— y la Phd subdirectora en Itene —Carmen Sánchez-— debaten sobre cómo el sector puede afrontar este desafío y sobre si verdaderamente existen alternativas viables al plástico en el sector de frutas y hortalizas.

‘Fake news’

Otro de los grandes ámbitos de trabajo del sector se centra, sin duda, en impulsar modelos transparentes que permitan compartir información rigurosa y desmentir los falsos mitos o bulos que, en ocasiones, circulan sobre determinados productos. Asimismo, en los últimos años la lucha contra las noticias falsas se ha convertido en una prioridad. No en vano, se estima que en 2022 el volumen de noticias falsas será superior al de las noticias reales y que además muchas de ellas afecten al sector alimentario.

En un contexto como este, el Congreso AECOC de Frutas y Hortalizas cuenta con la participación de dos expertos en comunicación: Marc Amorós —periodista, guionista, analista de fake news y colaborador de la cadena SER— y Marián García —doctora en farmacia, nutricionista, escritora y divulgadora en radio y TV—.

Finalmente, el encuentro se cierra con la intervención de la socia y consejera delegada de Grupo Luria, Nieves Jerez, que se centrará en analizar cómo las empresas agroalimentarias trabajan actualmente en la captación, motivación y retención del talento.

El Congreso AECOC de Frutas y Hortalizas convierte Valencia, los próximos 4 y 5 de junio, en capital del sector hortofrutícola al reunir a más de 600 directivos de las principales compañías del sector de todo el país.