



# Frutas y verduras, prioritarias en la cesta de la compra

La salud, la calidad y el respeto al medioambiente juegan un papel fundamental para los consumidores en la compra de frutas y verduras.

La campaña que se desarrolla bajo el lema “*Compíte por una vida mejor consumiendo al menos 5 frutas y verduras al día, Únete al #LongLifeChallenge de Europa*” busca concienciar de la importancia de tomar frutas y hortalizas europeas diariamente, en un contexto de unas buenas prácticas alimentarias.

(Madrid, abril, 2023). La guerra en Ucrania y el impacto en los costes energéticos han dejado este año una cesta de la compra con precios récord. En el último año, el consumidor ha notado una **subida generalizada de precios, incluso en frutas y verduras**, que llegado a ser la más **elevada en casi 30 años**. De hecho, en algunos casos, el precio de los alimentos en el supermercado ha multiplicado **por cinco el precio de origen**.

Pese a esto, conviene recalcar que tanto las **frutas como las verduras** son muy valoradas entre los consumidores **porque son esenciales para cubrir sus requerimientos nutricionales, cuidar el organismo y mantener unos hábitos de vida saludables**. Desde los sectores de la salud y la nutrición se recomienda aumentar el consumo de frutas y hortalizas tal y como recoge la campaña “**CuTE Healthy – Cultivating a Healthy Europe with Fruit and Vegetables from Europe**” que se desarrolla bajo el lema “*Compíte por una vida mejor consumiendo al menos 5 frutas y verduras al día, Únete al #longlifechallenge de Europa*”.

Es importante destacar que variables como la salud hacen que los consumidores sigan eligiendo frutas y verduras a la hora de llenar la cesta de la compra. Así, el 31% de los consumidores compran más frutas que antes del Covid y el 29% de los mismos más hortalizas, según un estudio elaborado por **AECOC Shopperview**, realizado después de la pandemia entre 1.004 consumidores de frutas y verduras en España. Y es que el cuidado del cuerpo a través de la nutrición toma peso en nuestros días.

En la compra de estos alimentos influyen otros aspectos además del precio, como que sean de temporada (el 65% de los consumidores) o que tenga buen aspecto (el 59%) y que se sepa su origen (el 44%). Pero también cobran fuerza otros valores que tienen que ver con

The content of this promotion campaign represents the views of the author only and is his/her sole responsibility. The European Commission and the European Research Executive Agency (REA) do not accept any responsibility for any use that may be made of the information it contains.



la calidad y la protección al entorno. Por ejemplo, el 63% de los consumidores encuestados valoran más la calidad de estos alimentos que antes de la pandemia y el 48% prefiere encontrar más productos de proximidad y de producción local.

## Tomar al menos 5 raciones al día

El programa de promoción cofinanciado por la Unión Europea, “**CuTE Healthy – Cultivating a Healthy Europe with Fruit and Vegetables from Europe**” tiene como fin concienciar al consumidor de la importancia de tomar frutas y hortalizas europeas diariamente, en un contexto de buenas prácticas alimentarias, y generar un movimiento social y de consumo de al menos cinco raciones al día. Porque la **Organización Mundial de la Salud** alerta que solo un 14,3% de los consumidores europeos toman cinco o más piezas al día de frutas y hortalizas y avisan de que un bajo consumo de estos alimentos aumente el riesgo de enfermedades.

Una de las principales características de las frutas y hortalizas de origen europeo y que forman parte de la campaña es su frescura. Cada una de las frutas y hortalizas tiene su propia temporada, lo que ayudará a completar el [#LongLifeChallenge](#) durante todo el año y a sacarles el máximo partido:

- **Naranja** (entre octubre y mayo).
- **Clementina** (desde octubre hasta enero).
- **Mandarina** (entre octubre y abril).
- **Brócoli** (durante todo el año).
- **Espárrago verde** (desde febrero hasta junio).
- **Manzana Polaca** (disponibles todo el año).
- **Arándano** (desde julio hasta septiembre).
- **Fresa de Francia** (desde marzo hasta octubre).



T  
an



Además, la campaña pretende lanzar pequeños consejos para lograr incorporar estos alimentos en las rutinas diarias, es decir, ir sumando “pequeños gestos como incluir una naranja en el desayuno, guardar una manzana en la mochila o el bolso para nuestros tiempos de descanso, cambiar snacks por algo tan saludable como una mandarina o pedir un smoothie de fresas o arándanos en la cafetería”, explica la **vicepresidenta de EUCOFEL y presidenta del Comité de Gestión de Cítricos, Inma Sanfeliu**.

## Alimentos ‘olímpicos’

Los deportistas de élite que apoyan la campaña como prescriptores son personalidades de la talla de **Ona Carbonell** (la mujer con más medallas en la historia de los mundiales de natación); **Lydia Valentín** (campeona olímpica en Londres 2012,); el francés **Florent Manaudou** (medalla de plata en los 50 metros libres en los Juegos Olímpicos de Tokio 2020; el alemán **Sebastian Brendel** (bronce en aguas tranquilas en Tokio 2020) y la ciclista polaca **Maja Włoszczowska** (medalla de plata en Río de Janeiro 2016 en la modalidad de campo a través).

**No hay que ser un atleta profesional para conseguir mejorar nuestros hábitos:** “Es imprescindible inculcar a los jóvenes y a la sociedad en general lo importante que son las verduras, las frutas, una alimentación saludable y hacer ejercicio. No hace falta practicar deporte de élite, que no sé si es lo más saludable, pero sí llevar una vida activa”, asegura la nadadora **Ona Carbonell**.

La iniciativa está impulsada por el consorcio ‘**CuTE-Healthy**’, conformado por **FruitVegetablesEUROPE** y asociaciones nacionales de frutas y hortalizas de España, de Francia y de Polonia (**Comité de Gestión de Cítricos – CGC –**, **Asociación Nacional de productores de Fresas de Francia**, **Más Brócoli**, **KZGPOiW e Interprofesional del Espárrago Verde de España**). Las acciones se centrarán en cuatro países objetivo: **Bélgica, Alemania, Francia y España**.

The content of this promotion campaign represents the views of the author only and is his/her sole responsibility. The European Commission and the European Research Executive Agency (REA) do not accept any responsibility for any use that may be made of the information it contains.



#EUAgripromo

THE EUROPEAN UNION SUPPORTS CAMPAIGNS THAT PROMOTE HIGH QUALITY AGRICULTURAL PRODUCTS.





## Acerca de FruitVegetablesEUROPE

Fundada hace 60 años, FruitVegetablesEUROPE es la Asociación Europea de Frutas y Hortalizas que defiende, representa y promueve las frutas y hortalizas europeas. Con sede en Bruselas, FruitVegetablesEUROPE actúa como enlace entre las partes interesadas del sector y los responsables políticos de las instituciones europeas, dando voz al sector europeo de las frutas y hortalizas. Los miembros de FruitVegetablesEUROPE son federaciones/asociaciones nacionales y regionales (principalmente organizaciones y asociaciones de productores) y empresas de los principales países productores de frutas y hortalizas de la UE (Francia, Alemania, Grecia, Italia, Polonia, Portugal y España).

[www.eucofel.eu](http://www.eucofel.eu)

The content of this promotion campaign represents the views of the author only and is his/her sole responsibility. The European Commission and the European Research Executive Agency (REA) do not accept any responsibility for any use that may be made of the information it contains.



#EUAgripromo

THE EUROPEAN UNION SUPPORTS CAMPAIGNS THAT PROMOTE HIGH QUALITY AGRICULTURAL PRODUCTS.

