

COMERCIAL Y MARKETING

FEDEMCO en el congreso AECOC de frutas y verduras

La Federación estuvo presente el pasado 14 y 15 de junio en el congreso de frutas y hortalizas celebrado por AECOC en el Palacio de Congresos de Valencia.

El congreso supone un punto de encuentro con los principales agentes del sector hortofrutícola español y ofrece una visión actualizada del mercado y analiza las tendencias del futuro.

Entre las empresas asistentes al evento, estuvieron las principales enseñas de la gran distribución (Mercadona, Carrefour, Dia, Consum, Lidl, Eroski, El Corte Inglés, etc), envasadores de toda España, mayoristas, asociaciones de exportadores, empresas de envases (IFCO, Europool, AFCO, Obeikan) y productores hortofrutícolas entre otros.



Durante el evento aprovechamos para contactar con representantes de Mercadona, El Corte Inglés, Proexport y Anecoop con el fin de promocionar las ventajas del envase de madera: higiene, huella de carbono o mejores presentaciones.

Análisis del mercado de frutas y hortalizas

Los datos presentados por la consultora Nielsen confirman el crecimiento de la cuota de hipermercados y supermercados, que ya acaparan el 55% de las ventas frente a la tienda especialista (45%).

En frutas se destacó el crecimiento en valor pero con una ligera caída en el volumen comercializado. Naranjas, manzanas y plátanos suponen el 37% del gasto en frutas y se destacó el buen año del limón. Las hortalizas crecieron tanto en volumen como en valor.

Como oportunidades se destacó la venta on-line enfocada principalmente a los jóvenes, y la creciente preocupación por la salud y la sostenibilidad en la sociedad.

Finalmente se apuntó al surgimiento de segmentos de mercado sensibles a productos y marcas locales, así como a productos ecológicos.

Representantes de Anecoop, Eroski, Dia, Martin Martin y un consultor independiente debatieron en una mesa redonda sobre el papel de la sección de frutas y hortalizas en la gran distribución. Destacaron su importancia al atraer de manera frecuente al cliente a la tienda, además de ser un sector donde todavía el supermercado no se ha impuesto de manera clara a la tienda tradicional.

En cuanto a presentación comentaron la necesidad de inspirarse en las tiendas tradicionales, pero manteniendo un equilibrio entre el producto envasado y el granel. Apuntaron también, que resultaba preciso destacar los productos novedosos, locales y de temporada.

El precio se resaltó como factor clave a la hora de comprar frutas y verduras, así como el sabor, aspecto este último muy ligado a la estacionalidad del producto.

Más información: Roberto García, Comunicación y Marketing