



CuTE - Poprawiając smak Europy

MATERIAŁY PRASOWE



KAMPANIA FINANSOWANA
Z POMOCĄ UNII
EUROPEJSKIEJ

UNIA EUROPEJSKA WSPIERA
KAMPANIĘ PROMUJĄCĄ PRODUKTY ROLNE
WYSOKIEJ JAKOŚCI.

ENJOY
IT'S FROM
EUROPE



APROA





FruitVegetablesEUROPE (EUCOFEL), europejskie stowarzyszenie producentów owoców i warzyw, rozpoczyna współfinansowaną przez Unię Europejską kampanię promocji, w celu zwiększenia spożycia owoców i warzyw do roku 2021.

Europejska kampania na okres od 2019 do 2021 otrzymała około 4,8 milionów euro, a jej celem jest zwiększenie wiedzy na temat szczególnego charakteru rolniczych metod produkcji oraz właściwości europejskich owoców i warzyw na rynku wewnętrznym (w Hiszpanii, Francji, Niemczech, Polsce i Grecji).

Czy Europejczycy znają wartości, jakimi kierują się producenci tego sektora, oparte na jakości, identyfikacji, bezpieczeństwie żywnościowym i zrównoważonym rozwoju gospodarczym, społeczno-zawodowym i środowiska naturalnego? Sektor owocowo-warzywny, zaangażowany we wspieranie niezależności żywnościowej, zatrudnienia, integracji pracowników i środowiska naturalnego, łączy się, aby rozpocząć kampanię „CuTE: Poprawiając smak Europy”, współfinansowaną przez UE.

1.- Kampania: historyczny krok dla europejskiego sektora owocowo-warzywnego

Każdego roku 3,4 miliony gospodarstw rolnych na całym terenie Unii Europejskiej (UE), czyli niemal jedna czwarta wszystkich gospodarstw, produkuje owoce i warzywa warte nieomal 47000 milionów euro. Jednocześnie zaś istnieje około 1500 organizacji producentów, które gromadzą 50 % produkcji owoców i warzyw. Pomimo jego ważnej roli gospodarczej i społecznej, wielu Europejczyków wciąż nie zna dobrze cech europejskiego modelu zrównoważonej produkcji.

To w takim kontekście **FruitVegetablesEUROPE, europejskie stowarzyszenie producentów owoców i warzyw**, wraz z europejskimi stowarzyszeniami tego sektora z trzech z krajów produkujących, rozpoczęło kampanię promocyjną oraz informacyjną **we Francji, w Hiszpanii, Polsce i Grecji**, która będzie prowadzona w latach 2019-2021 pod nazwą „**CuTE: Poprawiając**



ENJOY
IT'S FROM
EUROPE



smak Europy. Jakość, zróżnicowanie i świeżość owoców i warzyw w Europie”, a w którą zainwestowano około 4,8 milionów euro.

W tej kampanii **FruitVegetablesEUROPE** dąży do zwiększenia na rynku europejskim wiedzy na temat zarówno szczególnego charakteru rolniczych metod produkcji owoców i warzyw w Unii Europejskiej (w szklarniach i na wolnym powietrzu), jak ich właściwości (rodzaje, jakość, smak itd.). W sektorze stwierdzono, że konsumenci są niedoinformowani w temacie modeli produkcji w Unii Europejskiej, jak również parametrów jakości, identyfikacji, bezpieczeństwa żywnościowego i zrównoważonego rozwoju środowiska naturalnego.

FruitVegetablesEUROPE to założone przed 60 laty, europejskie stowarzyszenie, które reprezentuje produkcję i handel owocami i warzywami UE w całej Europie, łącząc około 4000 firm. Posiada swoją siedzibę w Brukseli, a działa jako most pomiędzy zainteresowanymi stronami z sektora i z różnych regionów oraz decydentami z instytucji europejskich, przemawiając głosem europejskich producentów w świecie handlu owocami i warzywami.

Na przestrzeni lat stało się ważnym podmiotem w sektorze i regularnie współpracuje z instytucjami europejskimi, organizacjami międzynarodowymi (jak OECD, UNECE i Codex Alimentarius) i innymi istotnymi stowarzyszeniami.

Obok **FruitVegetablesEUROPE**, które koordynuje programem, udział w tej akcji promocyjnej biorą:

- **Francuskie Stowarzyszenie producentów pomidorów i ogórków (AOPn Tomates et Concombres)**
- **Francuskie Stowarzyszenie producentów truskawek (AOPn Fraise)**
- **Stowarzyszenie organizacji producentów owoców i warzyw w Andaluzji (APROA)**
- **Polskie Stowarzyszenie producentów owoców i warzyw (ZGPOiW)**
- **Greckie Stowarzyszenie eksporterów owoców, warzyw i soków (INCOFRUIT)**





1.- Kampania: akcje informacyjne i promocyjne

Głównym wydarzeniem kampanii jest „Road Show” (EUROTOUR), podczas którego długi na 10 metrów samochód ciężarowy - szklarnia odwiedzi różne miasta w Hiszpanii, Francji i Niemczech i przez 37 dni będzie pokazywać metody produkcji szklarniowej.

Zostaną też zorganizowane inne akcje informacyjne w tych krajach, jak również w Polsce i w Grecji, włączając w nie **spotkania z środkami przekazu, blogerami, influencerami, środowiskami opiniotwórczymi i podmiotami zainteresowanymi.**

Na szczeblu globalnym, europejska kampania dąży do zwiększenia na rynku wewnętrznym (**Hiszpanii, Francja, Niemcy, Polska i Grecja**) wiedzy na temat zarówno szczególnych cech rolniczych metod produkcji owoców i warzyw w UE (**w szklarniach i na wolnym powietrzu**), jak i właściwości europejskich owoców i warzyw (**rodzaje, jakość, smak, świeżość, zrównoważony rozwój, bezpieczeństwo żywieniowe**).

Europejczycy pragną znać produkty, aby móc wybierać najlepsze z nich i właśnie dlatego, aby jak najbardziej ułatwić decyzję konsumenta, należy zapewnić widoczność modelom produkcyjnym, identyfikalności i różnorodności. Poprzez tę kampanię informacyjną i popularyzującą pragnie się wyeksponować wysoką jakość europejskiego modelu produkcji, szacunek dla środowiska naturalnego i zrównoważony rozwój, bezpieczeństwo żywieniowe oraz ogólne cechy rolnictwa w UE.

Kampania skierowana jest głównie do trzech grup: młodych rodziców (18-44 lat), dzieci i nastolatków (6-12 lat) oraz dziennikarzy i środowisk opiniotwórczych.

Promowane w tej kampanii produkty, zarówno szklarniowe, jak i uprawiane na wolnym powietrzu, będą się różnić w zależności od kraju:

- W **Hiszpanii i Niemczech** promowany będzie pomidor, ogórek, kabaczek, oberżyna, arbuż i melon.
- We **Francji** pomidor, ogórek i truskawka.
- W **Polsce** jabłka.
- W **Grecji** winogrona deserowe, arbuż i melon.

2.- Systemy produkcji

Parametry jakości, identyfikalności, bezpieczeństwa żywnościowego, zrównoważonego rozwoju środowiska naturalnego, modernizacji, innowacji..., europejskie metody produkcji owoców i warzyw znajdują się w światowej czołówce. Czy to na wolnym powietrzu, jak jest w przypadku jabłoni w Polsce oraz winogron.





Deserowych, arbuźów i melonów w Grecji, czy w szklarni, przede wszystkim na południu Hiszpanii i Francji, choć jest to model coraz bardziej rozpowszechniony w Europie Północnej i Środkowej, śmiało możemy stwierdzić, że choć stosowane są różne systemy pracy w zależności od kraju, to łączy je jedno: wysokie standardy, które umożliwiają sukces tych produkcji i ich postępujące umiędzynarodowienie.

➤ **Uprawa na wolnym powietrzu**

Powszechnym przykładem tego systemu są uprawy znajdujące się w Polsce. Korzystny klimat, czyste środowisko i 500 lat historii upraw sprawiają, że uprawiane w tym kraju jabłka spełniają najwyższe standardy jakości, potwierdzone przez certyfikaty uzyskane od organizacji producentów (**GLOBALGAP, BRC...**). Stosowanie zasad integrowanej produkcji sprawia, że produkcja jest tak naturalna, na ile to w ogóle możliwe.

Technologie stosowane przez wiele lat, zwracanie uwagi na najdrobniejsze szczegóły na etapie produkcyjnym, zbiór, magazynowanie, przygotowanie do sprzedaży i cały łańcuch logistyczny gwarantują konsumentom smaczne i bezpieczne owoce w rozsądnych cenach.

➤ **Uprawa szklarniowa**

W Europie istnieją różne rodzaje szklarni, w zależności od warunków klimatycznych każdego regionu.

We Francji szklarnie zajmują powierzchnię 11500 hektarów. W celu osiągnięcia optymalnych warunków do uprawy wykorzystują przeważnie naturalną energię Słońca... Łącząc ją z energiami odnawialnymi, takimi jak energią słoneczną lub drewnem i systemami kogeneracyjnymi, za pomocą których można otrzymać energię termiczną i elektryczną. Dodatkowym plusem jest fakt, że uwalniany podczas tego procesu CO₂ jest wykorzystywany przez rośliny do fotosyntezy. Z drugiej strony, zamiast gleby stosowane są inne naturalne podłoża, takie jak włókno kokosowe, które są chemicznie obojętne, przez co zapobiegają rozwojowi bakterii i grzybów, pozwalając na zredukowanie stosowania środków ochrony roślin.

Hiszpania jest w Europie krajem z największą ilością szklarni. Znajdują się one głównie w Almerii, gdzie zajmują powierzchnię 30000 ha w nadmorskiej okolicy. Dzięki sprzyjającemu klimatowi, charakterystycznemu dla południowej Europy (średnio 19 stopni i ponad 3500 godzin nasłonecznienia w roku), naturalna energia Słońca stanowi tu jedyne źródło energii, bez potrzeby stosowania paliw kopalnych.

Produkcja pod foliową płachtą wyróżnia się swoją wysoką wydajnością w wykorzystaniu wody i składników odżywczych, zważywszy na fakt, że szklarnie są wyposażone w systemy nawadniania kropelkowego, pozwalające na umieszczenie źródła wody przy każdej roślinie. Natomiast ze względu na wysokie zagęszczenie roślin,





szklarnie stanowią **zbiorniki z dwutlenkiem węgla (CO2)**. Warto przypomnieć, że te budowle hamują efekt cieplarniany w gminach takich, jak te znajdujące się w zachodniej części prowincji Almerii, a przez to również i w całej prowincji, dzięki „**efektowi albedo**”, mianowicie stosunkowi ilości promieniowania odbitego do ilości promieniowania padającego na tę powierzchnię, przyczyniając się do zmniejszenia temperatury, która bez ich obecności byłaby tam znacznie wyższa.

Z drugiej strony, szklarnie na południu Europy są pionierami w stosowaniu **technik kontroli biologicznej**, polegającej na zastosowaniu naturalnych metod do zwalczania szkodników z wykorzystaniem pożytecznych owadów, a jednocześnie **trzmiele używane są coraz częściej do naturalnego zapylania kwiatów**, zapewniając w ten sposób późniejsze tworzenie się owoców. Produkcja owoców i warzyw ze szklarni słonecznych posiada certyfikaty poświadczone przez najwyższe standardy jakości:

- **IFS**
- **Global Gap.**
- **GRASP: Risk Assessment on Social Practices**

Fakty i mity o uprawie szklarniowej

Smak produktów

Istnieje wiele mitów dotyczących produktów szklarniowych i wiele opinii, które krążą pomiędzy konsumentami, dlatego też jednym z celów kampanii jest wyjaśnienie pewnych kwestii oraz świadoma poprawa informacji, wiedzy i przejrzystości tego sektora produkcyjnego. Niektórzy Europejczycy błędnie sądzą, że szklarnia przyspiesza lub powoduje dojrzewanie, powodując brak smaku owoców i warzyw. Tymczasem jest wręcz przeciwnie, w rzeczywistości smak nie ma nic wspólnego ze szklarnią, tylko z uprawianą odmianą, rodzajem nasiona, sposobem nawożenia i chwilą, w której następuje zbiór.

Należy podkreślić, że owoce i warzywa produkowane w szklarniach słonecznych dojrzewają na roślinie, a nie w chłodniach, a w ciągu dnia lub dwóch od zebrania są już dostępne na rynku. Jest to produkt świeży, prosto z rośliny na stół! I nie tylko jest bardzo zdrowy, ale i smaczny.

Faktem jest, że wiele znanych odmian, słynnych ze swego smaku, jak pomidorki raf, pomidorki cherry lub koktajlowe, arbuzy Fashion i Bouquet, miniaturowe warzywa, czy słodkie papryki Ramiro i Palermo, są produkowane w szklarniach.





Światowy lider w zwalczaniu szkodników: „zielona rewolucja”

Sektor owocowo-warzywny zawsze był pionierem w wdrażaniu i zarządzaniu programami zintegrowanego zarządzania szkodnikami (IPM). Proces ten, który nazwano „Zieloną rewolucją”, sprawił, że uprawy szklarniowe stały się punktem odniesienia na całym świecie ze względu na pomyślną realizację bardziej zrównoważonych strategii.

Biologiczne zwalczanie szkodników lub integrowana ochrona wykorzystuje naturalne drapieżniki w celu zwalczania plag w sposób bardziej przyjazny dla środowiska, poprawiając w ten sposób środowisko pracy i bezpieczeństwo żywnościowe produktów. Tym samym pozwala na unikanie lub redukcję w zastosowaniu pestycydów, które nie zawsze dają dobre wyniki, a przy tym mogą pozostać na produkcie w postaci szczątkowej.

Szklarnie i gospodarka społeczna

Produkcja szklarniowa pozostaje w ścisłym związku z tzw. „gospodarką społeczną”. Doskonałym tego przykładem są rozciągające się na powierzchni 30456 hektarów szklarnie w Almerii, które należą do 12500 gospodarstw o charakterze wybitnie rodzinnym. Innymi słowy, istnieje niska koncentracja własności, co powoduje, że korzyści modelu gospodarczego stale rosną. Dodatkowo 62% sprzedaży owoców i warzyw **odbywa się za pośrednictwem spółdzielni lub przedsiębiorstw przetwórstwa rolnego**, co poprawia pozycję rolnika w łańcuchu dostawczym, jak również jego dostęp do środków finansowych i technologii.

W zakresie zrównoważonego rozwoju społecznego istotny jest również fakt, że **kobiety** odgrywają tu ogromną rolę. W Almerii i na innych obszarach produkcji szklarniowej z wykorzystaniem energii Słońca znajduje się duża liczba **kobiet rolników, członkiń spółdzielni, kobiet będących technikami, bądź inżynierami rolnymi, kobiet pakujących i przewożących towary, szefowych produkcji, przedstawicielek handlowych, czy dyrektorek**. Z personelu zatrudnionego w tym sektorze, odpowiednio 71% i 30% pracują w przedsiębiorstwach prowadzących sprzedaż i w gospodarstwach, podczas gdy ogólna średnia zatrudnienia kobiet w Hiszpanii wynosi 41%. Jednocześnie system ten sprzyja **badaniom, rozwojowi i innowacjom (RDI), technologii, zmniejszeniu środków produkcji oraz włączeniu i integracji obcokrajowców na rynku zawodowym**.

Reasumując, chodzi o jedną z najbardziej efektywnych metod produkcji na skalę światową, której udało się utrzymać działalność gospodarczą i zatrudnienie na obszarach wiejskich, jednocześnie hamując proces wyludnienia i spowalniając postęp pustynnienia, ze szczególnym uwzględnieniem zrównoważonego wykorzystania istniejących zasobów naturalnych, a która jak mało która działalność pomaga zapobiegać i łagodzi skutki zmian klimatycznych.





3.- Produkty

Pomidor, ogórek, papryka, kabaczek, oberżyna, arbuź, melon, winogrona deserowe, truskawki, jabłka...Europejska produkcja owocowo-warzywna jest wyjątkowo bogata i szeroka. Ta ambitna kampania

promocyjna zawiera jedynie niektóre z najbardziej reprezentacyjnych produktów. Poniżej przeanalizujemy ogromne znaczenie społeczno-gospodarcze sektora w krajach biorących udział w kampanii:

- **Hiszpania** posiada ogromny zakres zrównoważonej produkcji o wysokiej jakości i jej produkty są szeroko obecne na europejskich rynkach. Hiszpański eksport świeżych owoców i warzyw w 2018 r. osiągnął 12832 milionów euro, z wzrostem w skali rocznej wynoszącym 1%, a wolumen wyniósł 12,5 milionów ton, czyli 1% mniej, według danych od Służb Celnych.
- **Francja** jest trzecim po Włochach i Hiszpanii producentem owoców i warzyw UE. Jej sektor warzywny posiada 31000 firm produkujących o ponad 200000 hektarów, według danych samych producentów, przy czym ich produkty stanowią wysoką wartość dodaną. Generuje 200000 bezpośrednich miejsc pracy i obroty rzędu 3500 mln.
- **Niemcy** dynamicznie się rozwijają jako producent owoców i warzyw. W kraju tym zbiera się już 4 miliony ton zarówno z produkcji polnej (3,8 milionów ton), jak i szklarniowej (180000 ton), choć import wciąż odgrywa kluczową rolę przy zapewnieniu zaopatrzenia.
- Natomiast w **Grecji** sektor owocowo-warzywny odgrywa ważną rolę w gospodarce rolnej tego kraju, ponieważ stanowi 3 procent produktu krajowego brutto i zatrudnia ponad 12 procent populacji.
- **Polska** jest światowym liderem w eksporcie jabłek, produktu, który stał się prawdziwym symbolem gospodarki tego kraju, będącego czwartym największym europejskim producentem owoców i warzyw UE, zaraz po Hiszpanii, Włochach i Francji.

4. Korzyści dla zdrowia z owoców i warzyw

Owoce i warzywa doskonale pasują do każdego rodzaju diety i mogą być spożywane przez osoby o różnych wymogach żywieniowych, co pozwala na pokrycie potrzeb różnych grup konsumenckich, do których kierowana jest ta kampania. Według Światowej Organizacji Zdrowia (WHO) włączenie owoców i warzyw do codziennej diety może zmniejszać ryzyko wystąpienia niektórych chorób.





Istnieją również dowody naukowe, które wskazują na to, że gdy są one spożywane jako część zdrowej diety o niskiej zawartości tłuszczu, cukru i soli (lub sodu), owoce i warzywa mogą również pomagać w zapobieganiu przyrostu masy ciała i zmniejszać ryzyko otyłości.

Owoce i warzywa są bogatym źródłem witamin i minerałów, błonnika pokarmowego i całego szeregu pożytecznych substancji, takich jak fitosterole, flawonoidy i inne przeciwutleniacze. Środowiska medyczne i naukowe są zgodne, że regularne spożywanie różnych owoców i warzyw pomaga zapewnić odpowiednią ilość wielu z tych niezbędnych składników odżywczych.

