

El zumo de naranja lidera el consumo europeo



Noticias

Junto al de multifrutas, manzana, piña y el melocotón cierran el Top 5 de sabores favoritos por su importancia en el mercado europeo

La **Asociación Europea de Productores de Zumos (AIJN)** ha hecho público su informe anual sobre el sector de los zumos y néctares en Europa, elaborado por Canadean, empresa especializada y líder en información sobre la industria de bebidas.

Según este documento, el consumo de zumo de fruta y néctares en la Unión Europea asciende a 10.017 millones de litros en 2013, lo que representa un 4,2% menos que en 2012. Incluyendo a Turquía, Noruega y Suiza estaríamos hablando de 11.000 millones de litros. De esta cantidad, los zumos representan dos tercios del consumo, mientras el tercio restante serían néctares: 3.500 millones de litros de néctares frente a 6.500 de zumos.

Más del 70% del consumo de zumo y néctares en la Unión Europea se produce solamente en cinco mercados. Alemania encabeza el ranking de clasificación con un cuarto del total, seguido de Francia, Reino Unido, España y Italia, representando juntos el 46%. A nivel mundial, el consumo de zumo de fruta y néctar creció aproximadamente un 1 %, ascendiendo a 38.900 millones de litros, debido principalmente al incremento de la renta y del consumo de las clases medias en los países en desarrollo.

En cuanto a los sabores preferidos por los europeos, la naranja sigue siendo líder (38,8%), seguida de los combinados de frutas (19%) y en tercer lugar se encuentra la manzana (14,9%). Ya a mayor distancia se encuentra la piña (3,6%) y el melocotón (3,5%), aunque cada país tiene unas preferencias distintas en este aspecto, ya que el melocotón y la piña están incluidos en el top cinco de sabores debido principalmente a su importancia en el mercado español.

La previsiones para 2014 en Europa no son nada alagüeñas y se prevé una disminución de alrededor del 2,9% del mercado de zumos de la Unión Europea, caída que continuará en años posteriores hasta estabilizarse de nuevo en 2018.

Para Andrew Biles, presidente de AIJN, "estos datos representan una llamada de atención para el sector que debe centrarse en la promoción de los zumos de fruta, pero no como empresas individuales sino como un colectivo global en toda Europa. Es tiempo para la acción y por ello nuestra organización desarrollará a partir de octubre una campaña de relaciones públicas en toda Europa que destacará los aspectos positivos del zumo de fruta y el papel que pueden jugar en un estilo de vida saludable".

"Simultáneamente, seguimos desarrollando otras dos iniciativas claves. En primer lugar, estamos trabajando con el Departamento de Cítricos de Florida y la Industria Transformadora Brasileña en un programa de investigación que relaciona el consumo de zumo de cítricos y la salud. En segundo lugar, estamos también centrados en impulsar la plataforma CSR (www.juicecsr.eu), que tiene por objeto apoyar a las empresas de zumos para integrar la responsabilidad social corporativa en todas las etapas en su cadena de producción y suministro", ha añadido Biles.

Por último, hay que destacar una tendencia clave para el sector de los zumos y néctares que es su apuesta por la calidad. También es destacable que el consumo de zumos refrigerados y de los No Procedentes de Concentrado (NFC) se ha incrementado en relación con los zumos a temperatura

ambiente y a los procedentes de concentrado. Muchos consumidores parecen estar dispuestos a pagar por 'lo natural' y la funcionalidad del zumo, teniendo presente su salud. Además, los descuentos y descensos de precios en muchos mercados han minimizado el diferencial de entre el producto refrigerado y el de ambiente, lo cual ha alentado a los consumidores para consumir zumos refrigerados y NFC.

Además, la demanda creciente de la calidad sobre la cantidad incita a muchos fabricantes a invertir dinero en el desarrollo de zumos funcionales y con mayor valor añadido o refrigerados destinados a grupos de consumidores específicos.

Asozumos