

**Mercabarna inaugura al Palau Robert l'exposició que repassa
els 50 anys d'evolució de l'alimentació**

Cinc neveres plenes d'aliments il·lustren com hem menjat en el darrer mig segle i una sisena planteja les tendències de futur de l'alimentació

**La mostra, basada en un estudi de Fundació Alícia per a Mercabarna,
s'exhibeix del 8 al 11 de maig i serà itinerant**

**Mercabarna ha presentat també el nou estudi 'Les quatre tendències actuals
i futures de l'alimentació a Espanya'**

Barcelona, 8 de maig de 2017.- En el marc del cinquantenari de Mercabarna, el mercat de majoristes ha inaugurat aquest matí l'exposició **"50 anys d'evolució de l'alimentació a Catalunya"**. La mostra, basada en un estudi encarregat per Mercabarna a Fundació Alícia, fa un recorregut a través de cinc frigorífics característics de cada dècada que reflecteixen com ha anat canviant la nostra alimentació, especialment en relació al producte fresc, des dels anys 70 fins a l'actualitat, i una sisena nevera que convida a reflexionar sobre les tendències i reptes de futur. **L'exposició s'exhibeix al Jardí del Palau Robert de Barcelona fins al proper dijous 11 de maig.**

L'acte d'obertura de la mostra ha comptat amb la presència de la regidora de Comerç i Mercats i presidenta de Mercabarna, **Montserrat Ballarín**, el director general de Mercabarna, **Josep Tejedo**, i el director de Fundació Alícia, **Toni Massanés**. A l'acte també han assistit diversos representats del sector agroalimentari català.

D'una banda, Montserrat Ballarín ha remarcat que **"val la pena visitar aquesta exposició ja que l'alimentació i la gastronomia formen part de la nostra història i de la nostra cultura; perquè els aliments frescos formen part de la nostra dieta mediterrània, reconeguda internacionalment; i per últim, per conèixer el paper de Mercabarna com a peça clau per garantir aquesta dieta, el model de comerç alimentari de productes frescos de què gaudim i l'agricultura de proximitat, aspectes que l'Ajuntament de Barcelona vol preservar i garantir en aquesta ciutat"**. En aquest sentit, la presidenta ha afegit que **"a moltes ciutats del món els agradaria tenir tant a l'abast la quantitat i varietat de producte fresc com tenim a Barcelona gràcies a Mercabarna"**.

L'exhibició detalla també els canvis socioeconòmics més importants del darrer mig segle i com aquests han afectat els nostres gustos, hàbits i formes de consum. Tal i com ha manifestat Toni Massanés, director de Fundació Alícia, **"som el que mengem, pel que aquesta exposició és un repàs del que hem estat els últims 50 anys. Alhora, ens permet adonar-nos de com hem canviat la nostra manera de menjar, pràcticament sense adornar-nos, i ens ha d'ajudar a despertar consciències perquè la decisió de què mengem és important"**. En relació al que ens depara l'alimentació del futur, Massanés ha remarcat que **"cal que siguem més responsables i ens preocupem més pel que mengem. La nostra decisió afecta el sector, el paisatge, l'ecologia..., molt més del que creiem"**.

“50 anys d’evolució de l’alimentació a Catalunya” serà itinerant i està previst que en les properes setmanes visiti nous espais de Barcelona.

Mercabarna presenta un estudi sobre les tendències d’alimentació del futur

En el marc de la inauguració de l’exposició, i lligat al tema de les tendències de futur en alimentació que planteja la mostra, Mercabarna ha presentat també el nou estudi “**Les quatre tendències actuals i futures de l’alimentació a Espanya**”. L’anàlisi, encarregat per l’Observatori de Tendències de Mercabarna a la consultora especialitzada Psyma, aborda les preferències sobre producte fresc del consumidor a la nostra societat. Segons el director general de Mercabarna, Josep Tejedó, “l’estudi indica que cada cop més, el consumidor desitja productes saludables, naturals, fàcils de preparar i que li aportin plaer. A més, augmenta la predilecció per les alternatives de proximitat i ecològiques, que milloren l’experiència de consum quant a qualitat i, a la vegada, contribueixen a la millora de la sostenibilitat i potencien el comerç i la producció locals, però el consumidor també vol plaer i noves experiències, pel que incrementa l’interès pels sabors exòtics d’altres cultures”.

Així, com a primera gran tendència d’alimentació l’estudi de l’Observatori de Tendències de Mercabarna apunta a la **preocupació per la salut**, cada cop més evident a la societat actual. Els nous ingredients vegetals, l’arribada del fenomen flexitarià i l’increment dels productes “sense” són els tres fenòmens més determinants d’aquesta tendència. Així mateix, els consumidors enquestats posen en relleu també la predilecció pels productes sense sucre o sense conservants químics. Tot i el descens del consum de proteïna animal, l’estudi mostra la percepció positiva per part dels enquestats de nous productes carnis que incorporen aspectes clau per a la salut, com ara menys sal i menys contingut en greix (un 83 % valora positivament aquestes opcions), la incorporació de conservants naturals (gairebé el 80% ho considera positiu) o la carn lliure d’antibiòtics (més del 70%).

L’**interès per allò natural, de proximitat o ecològic** és el segon aspecte motivacional en importància que exposa l’estudi de l’Observatori de Mercabarna. Els enquestats es fixen cada cop més en l’origen del producte fresc -especialment valoren que sigui de proximitat i de temporada-, i en el benestar animal. En aquest sentit, un 59 % consumeix fruita i verdura de km 0 amb certa freqüència i gairebé el 70 % es preocupa per les condicions de cria dels aliments d’origen animal que consumeix. D’aquest punt també es conclou un augment de la demanda de producte ecològic (prop d’un 17 % reconeix consumir amb certa freqüència fruita i verdura d’aquest tipus).

La tercera tendència que destaca l’estudi és la **practicitat i facilitat de consum**, tal com és reflecteix en l’augment del consum dels productes de quarta i cinquena gamma –aquells que són processats per incrementar-ne la funcionalitat-, en els últims anys. Així, la majoria dels espanyols enquestats valora bastant o molt positivament l’arribada al mercat de formats *bipack*, *tripack*, o formats monodosi –per al consum individual-, o els envasos actius –que conserven els aliments en atmosferes controlades, per exemple, perquè es conservin més temps-.

Els resultats de l’estudi de Mercabarna confirmen, finalment, la quarta i última tendència: **el gust dels consumidors pel plaer i l’experimentació a l’hora de menjar**. L’anàlisi revela precisament el desig dels espanyols per seguir buscant en el menjar noves experiències. La globalització i l’augment dels viatges, així com la convivència amb persones novingudes al nostre país, ha comportat el increment del interès per sabors exòtics i per noves mescles o fusions. En aquesta línia s’observa

50 ANYS



mercabarna

que el 41 % dels enquestats reconeix que li agrada comprar aliments nous, d'altres cultures i països, així com productes artesans (un 53 % n'adquireix habitualment).

Per a l'elaboració de l'estudi "Les quatre tendències actuals i futures de l'alimentació a Espanya", realitzat durant el mes d'abril de 2017, s'han dut a terme més de mil enquestes arreu de l'estat espanyol, a homes i dones entre 18 i 70 anys, així com entrevistes en profunditat a responsables de producte d'empreses del comerç, la distribució alimentària i el càterring.