

### Nota de premsa

## **EL RITME DE VIDA DELS CONSUMIDORS ESTÀ CANVIANT ELS HÀBITS DE COMPRA DE PEIX, SEGONS UN ESTUDI DE MERCABARNA I AECOC**

- **Els consumidors valoren cada cop més la conveniència, la proximitat, la rapidesa i els horaris a l'hora de realitzar les compres**
- **El 63% dels compradors consumeixen productes del mar una mitjana de 2,4 cops per setmana**
- **El 45% de la població consumeix sushi un mínim d'un cop al mes**

**Barcelona, 17 d'octubre de 2019.-** La peixateria tradicional és el canal més ben valorat, segons mostra l'estudi 'Indicadors de compra i consum de productes del mar', realitzat per AECOC Shopperview per a Mercabarna. Però la prioritització de criteris com la conveniència, la proximitat, la rapidesa i els horaris fa que un percentatge elevat no esculli el canal tradicional a l'hora de proveir-se de productes de la pesca.

Per a l'elaboració d'aquest informe s'han efectuat un total de 1.002 enquestes a homes i dones espanyols, compradors i consumidors de peix i/o marisc, d'entre 20 i 70 anys.

L'estudi indica que el supermercat ja és el canal prioritari per al 65% dels usuaris a l'hora de comprar peix, davant un 32% que ho segueix fent al canal tradicional -que inclou les peixateries a peu de carrer i les situades als mercats municipals-, i només un 3% opta per la compra online. L'informe indica que el transvasament de clients s'ha accelerat en els últims 3 anys.

Els motius d'aquest canvi d'hàbits tenen a veure amb el ritme de vida dels consumidors. El 59% dels enquestats consideren que tenen un dia a dia molt atafegat i justifiquen el canvi de la peixateria tradicional al supermercat per la conveniència de realitzar totes les seves compres al mateix establiment (52%), per preu (35%), per la proximitat dels locals respecte a les seves llars (32%) i per l'amplitud d'horaris que ofereixen les cadenes (28%).

Les peixateries tradicionals es mantenen com als canals més ben valorats. La peixateria a peu de carrer (8,52) i la peixateria dins del mercat detallista (8,38) són els formats amb millors índexs de satisfacció entre els compradors, per davant del supermercat (8,18) i el canal online (8,01). Tot i aquesta bona valoració, els usuaris reclamen certes millores a les peixateries tradicionals, com ampliar els seus horaris (32%), netejar el peix segons les seves necessitats (23%) i acceptar encàrrecs telefònics o online (17%).

Mercabarna ha encarregat aquest estudi, i ha participat activament en el seu procés d'elaboració, amb l'objectiu, segons afirma el seu director general, Josep Tejedó, "d'analitzar les motivacions dels consumidors a l'hora de comprar peix i així adaptar millor els serveis del mercat majorista a les necessitats del canal detallista". "Conjuntament amb les associacions de majoristes i detallistes -continua Tejedó- Mercabarna ha iniciat un treball per determinar quins aspectes requereix el mercat majorista per contribuir al creixement de les seves vendes de peix i marisc".

### Un consum estabilitzat

L'estudi d'AECOC Shopperview per a Mercabarna també indica que el 63% dels enquestats consumeixen peix 2,4 cops per setmana; el 22% assegura que ha augmentat el consum de productes de la pesca, sobretot d'espècies com el lluç, el salmó o el bacallà; mentre que el 19% ha reduït la seva ingesta, ja sigui per l'aspecte del producte, pel preu o perquè agrada menys la seva preparació a la llar.

L'informe indica que hi ha certa preferència entre els consumidors a optar pel peix com a aportació proteica a la seva dieta. En aquest sentit, el 28% dels usuaris han reduït el seu consum de carn en els últims anys i el 16% admeten haver optat pel peix com a alternativa als productes carnis.

L'informe assenyala que la via de creixement del sector serà la conveniència, a través dels productes preparats i llestos per al seu consum. Mostra d'això és el creixement en el consum de sushi, que s'imposa com a tendència de compra als supermercats. El 45% dels enquestats assegura menjar sushi a casa un mínim d'un cop al mes. El 44% ho compren al supermercat, mentre que el 38% ho fan a l'hipermercat, davant d'un 31% que opta pel *take away* o opcions *delivery* i només un 10% que consumeixen en botigues de barri.

### Tendència a congelar el producte

L'informe revela que el producte fresc segueix manant en el sector. El 82% dels consumidors han comprat peix fresc en l'últim mes. No obstant això, el 76% ha optat per congelar-lo, alguns per garantir que el producte està en perfectes condicions en el moment del consum, però la majoria (40%) com a mesura preventiva contra l'anisakis. Aquesta dada demostraria que la prudència davant el paràsit està canviant els hàbits de compra.

La tendència a congelar el producte fresc també s'explica pel fet que només el 47% dels compradors consumeixen el peix el mateix dia de la compra, per un 34% que ho fa l'endemà i un 20% que espera a dies posteriors.

### Mercabarna, eix fonamental del sector agroalimentari català

Mercabarna és una 'ciutat alimentària' que funciona les 24 hores del dia amb un objectiu clar: garantir l'aprovisionament d'aliments frescos als ciutadans de Catalunya. En les seves 90 hectàrees (uns 90 camps de futbol), hi ha 700 empreses majoristes especialitzades en l'elaboració, el comerç i la distribució d'aliments frescos, i l'Escorxador. Les empreses dedicades al comerç són dins dels mercats centrals de fruites i hortalisses, peix i marisc i flors i plantes, i la resta, al voltant d'ells.

En aquesta ciutat es concentren cada dia 23.000 professionals, entre els 7.500 treballadors de les empreses majoristes ubicades a Mercabarna, i la resta que van a proveir-se dels aliments que després trobarem en els mercats municipals, comerços minoristes, petits i mitjans supermercats i restaurants. Mercabarna és un dels principals mercats europeus i un eix fonamental per al sector agroalimentari català i espanyol. Amb més de 2 milions de tones de productes frescos comercialitzades a l'any, aquest gran mercat alimenta més de 10 milions de consumidors

### Sobre AECOC

AECOC és la Asociación de Empresas de Fabricantes y Distribuidores, una de les majors organitzacions empresarials del país i l'única en la qual la indústria i la distribució del gran

consum treballen conjuntament per desenvolupar bones pràctiques i estàndards tecnològics que ajudin a les empreses a ser més eficients i competitives, aportant valor al consumidor.

Engloba tant a les grans companyies com a les petites i mitjanes empreses i representa sectors tan diversos com el de l'alimentació i begudes, tèxtil, electro, ferreteria i bricolatge, salut i hostaleria, entre d'altres. Compta amb més de 30.000 empreses associades, la facturació conjunta de les quals suposa prop del 20% del PIB nacional.

### **Més informació:**

Roser Lapuente

Mercabarna

@ [lapuente@mercabarna.cat](mailto:lapuente@mercabarna.cat)

T. 93 556 35 08/610 595 024

Víctor Solvas / Núria de Pedraza

AECOC

@ [Vsolvass@aecoc.es](mailto:Vsolvass@aecoc.es) / [npedraza@aecoc.es](mailto:npedraza@aecoc.es)

T. 93 252 39 00/626 006 046