

## Expertos de todo el mundo debatirán sobre la eficiencia y responsabilidad de los mercados

### **Mercabarna organiza el Congreso Mundial de Mercados en Barcelona**

### Ferran Adrià presentará el nuevo proyecto sobre producto fresco

### Se presenta un estudio sobre tendencias mundiales sobre el consumo de producto fresco en los próximos años

Del 16 al 18 de abril, Mercabarna celebrará el Congreso de la Unión Mundial de Mercados Mayoristas (World Union of Wholesale Markets-WUWM), que integra los principales mercados mayoristas y minoristas de todo el mundo, en la sede de Alimentaria y coincidiendo con esta feria internacional. El evento reunirá a unos 250 directivos de mercados y profesionales de la alimentación de 26 países. De esta manera Barcelona se convertirá durante una semana en la capital mundial de la alimentación.

Este certamen internacional hará especial incidencia en los aspectos relacionados con la sostenibilidad, la generación de empleo y la responsabilidad social de los mercados, junto a la presentación de estudios sobre tendencias de compra de productos frescos.

Mercabarna ha ganado, entre todos los mercados que integran la WUWM, la organización de este Congreso por ser un mercado líder en ámbito de la responsabilidad con la sociedad.

En este sentido el concejal de Turismo, Comercio y Mercados del Ayuntamiento de Barcelona y presidente de Mercabarna, Agustí Colom afirmó que "ya hace muchos años que Mercabarna es modelo en el mundo en temas de responsabilidad social, por ejemplo llevando a cabo programas educativos para fomentar hábitos saludables entre 12.000 escolares anuales o impartiendo formación gratuita en profesiones agroalimentarias a unas 300 personas desempleadas, con un índice de inserción laboral del 66% ". Según Colom, Mercabarna es un referente internacional también en temas de responsabilidad medioambiental, ya que recicla el 75% de los residuos que generan las empresas situadas en su recinto, así como en aprovechamiento alimentario, gracias a la estrecha colaboración que tiene con el Banco de los Alimentos que permite a Mercabarna recoger cada año 1 millón y medio de frutas y hortalizas para personas necesitadas.

### Conferencias destacadas

Aparte de los temas que acabamos de comentar, en el congreso destacarán las siguientes conferencias:

## **Ferran Adrià, el mayor representante de la cocina creativa del mundo**

Ferran Adrià, presidente de elBullifoundation y considerado por muchos el mejor chef del mundo, tratará sobre el producto fresco como base de la gastronomía, y hará la presentación mundial de un nuevo proyecto que está desarrollando elBullifoundation con el asesoramiento de Mercabarna.

## **Estudio 'Las nuevas tendencias del consumidor de alimentos frescos'**

Presentación de las conclusiones del estudio encargado por Mercabarna a Kantar Worldpanel sobre 'Las claves para adaptar los mercados a las demandas del nuevo consumidor de alimentos frescos en Europa (con especial referencia a España, Francia, Gran Bretaña y Alemania), los Estados Unidos y Asia.

## **Algunas conclusiones del estudio**

Las tendencias previstas desde la actualidad hasta 2030 desde un punto de vista de consumo de productos frescos se centran en 8 puntos.

### **Más gente en el mundo**

Desde la actualidad y hasta el 2030, el crecimiento poblacional será elevado en todos los continentes a excepción de Europa, donde incluso decrecerá un 1,1%. Esta situación obligará a las empresas alimentarias a ofrecer productos con más valor o a internacionalizarse y adaptar su oferta para poder exportar los continentes con más crecimiento poblacional (Asia, África y Oceanía).

### **Más mayores**

El envejecimiento de la población es una tendencia global. Este hecho se producirá especialmente en Europa y en Estados Unidos donde, en 10 años, el 30% y el 25%, respectivamente, serán personas mayores de 60 años.

El consumidor de los próximos años mostrará preocupación por los hábitos saludables con lo que incrementará el consumo del producto fresco. La compra se realizará de forma más frecuente y el volumen será menor por la dificultad de transportar carga de las personas mayores. Este consumidor de producto fresco, al tener más experiencia, será exigente con la calidad y valorará mucho el trato personalizado, lo que le llevará a ser más consumidor del canal especialista que los canales más organizados.

### **Más ricos**

A medida que aumenta la renta familiar, el gasto en alimentación decrece y se incrementa el gasto en el sector HORECA (hostelería, restauración y colectivitats), así como el consumo de alimentos fáciles de comprar y cocinar (productos de conveniencia).

### **Con menos tiempo**

El tiempo dedicado a comprar y cocinar se reducirá con lo cual el consumidor demandará producto fresco empaquetado y de consumo fácil.

### **Más tecnológicos**

Los consumidores estarán conectados a la red a través de dispositivos tecnológicos (PC, tablet o móvil) y, por tanto, también más informados que nunca. El comercio electrónico es el único canal que ha crecido en ventas de 2014 a 2016, respecto a hipermercados y supermercados - que han disminuido su comercialización- y a los canales tradicionales, discounters y convenience, que se han mantenido. Al 2025 la cuota de mercado de la cesta de la compra del comercio electrónico será del 10% y continuará incrementándose, por la falta creciente de tiempo de los consumidores y la comodidad que supone la entrega a domicilio.

### **Más saludable**

Con la tendencia social a cuidar la salud y la apariencia física, de 2015 a 2017 se ha producido un incremento del consumo de frutas y hortalizas (+1,2 puntos) y de pescado y marisco (aunque sólo representa el 10,8% del gasto de productos frescos). La carne ha visto disminuido su consumo. Todo apunta a que esta tendencia se mantendrá en los próximos años debido al envejecimiento de la población y el creciente interés por las proteínas vegetales en detrimento de las animales.

Otra forma de buscar salud será a través de los productos ecológicos, alimentos por los que el consumidor estará cada vez más dispuesto a pagar un precio más elevado por su componente de sostenibilidad con el medio ambiente.

### **Local**

La tendencia de los consumidores a comprar productos de proximidad se incrementa también año tras año. En España, el 69% de la población prefiere productos producidos en este país; en Francia, este porcentaje llega al 83% y en Estados Unidos, el consumo de productos locales se ha multiplicado por dos en los últimos 3 años.

## **La Unión Mundial de Mercados Mayoristas**

Fundada en 1955, la Unión Mundial de Mercados Mayoristas (WUWM) es una asociación sin ánimo de lucro, dedicada a la promoción del intercambio de información entre mercados mayoristas y minoristas de todo el mundo, con el objetivo de mejorar su organización, gestión y construcción. La WUWM está formada por más de 800 mercados mayoristas y minoristas de 42 países de todo el mundo.