

Fòrum

#CatalanFood

Barcelona, 16 de gener 2020

Espai Bitàl

 **Prodeca**
Promotora dels aliments catalans

 Generalitat de Catalunya
**Departament d'Agricultura,
Ramaderia, Pesca i Alimentació**

Fòrum
#CatalanFood

Barcelona, 16 de gener 2020
Espai Bital

Dades, tendències i mercats: entenenent el consumidor de 2020

Joan Riera

Director d'alimentació de Kantar WorldPanel

Origen de les dades: Panel de consumidors



Muestra : 12.000 hogares

Declaració diària

Participació contínua en el temps

Tenim menys bebès, però més mascotes



-16% Productes pel bebè

% Evolució Valor
2019-2009



+21% PetFood

Som més veggies

-15%

Evolució valor
de Carn Fresca
últims 5 anys



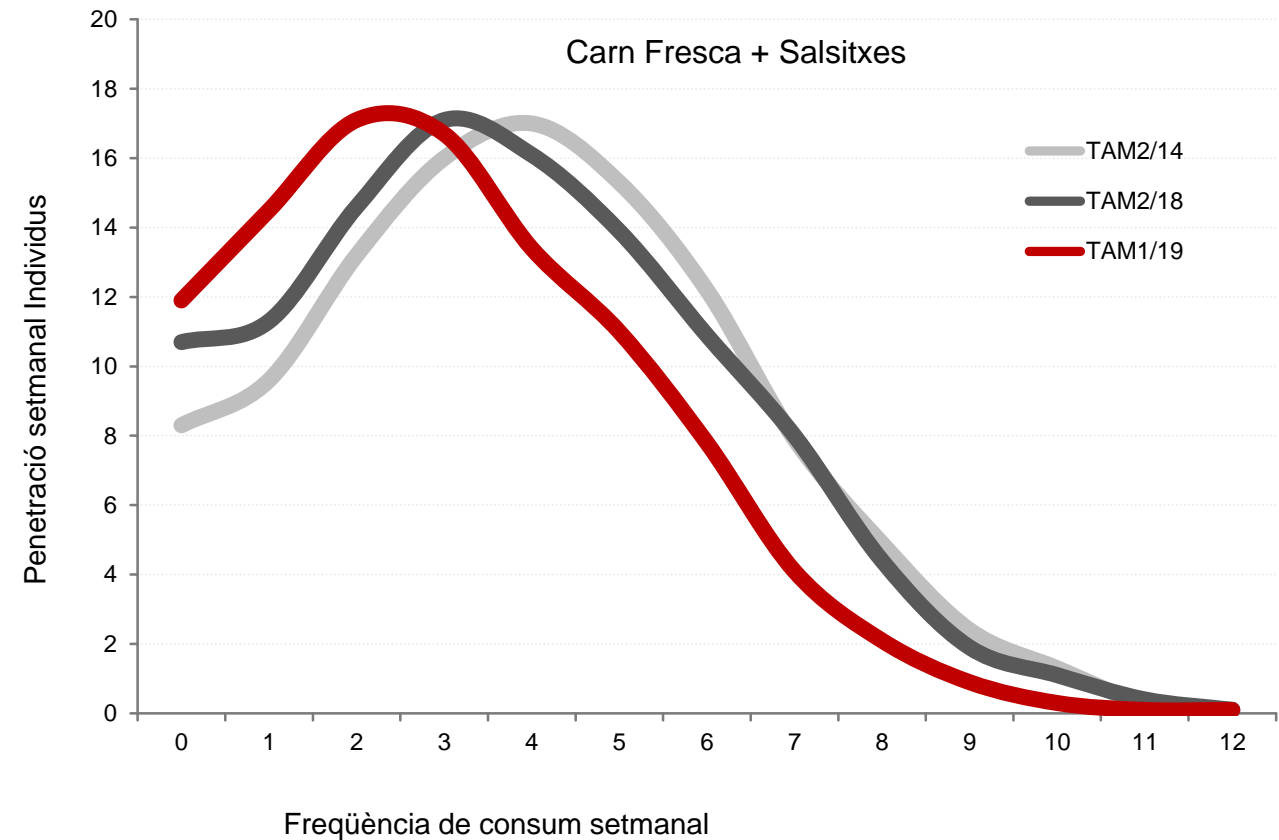
Penetració 2019



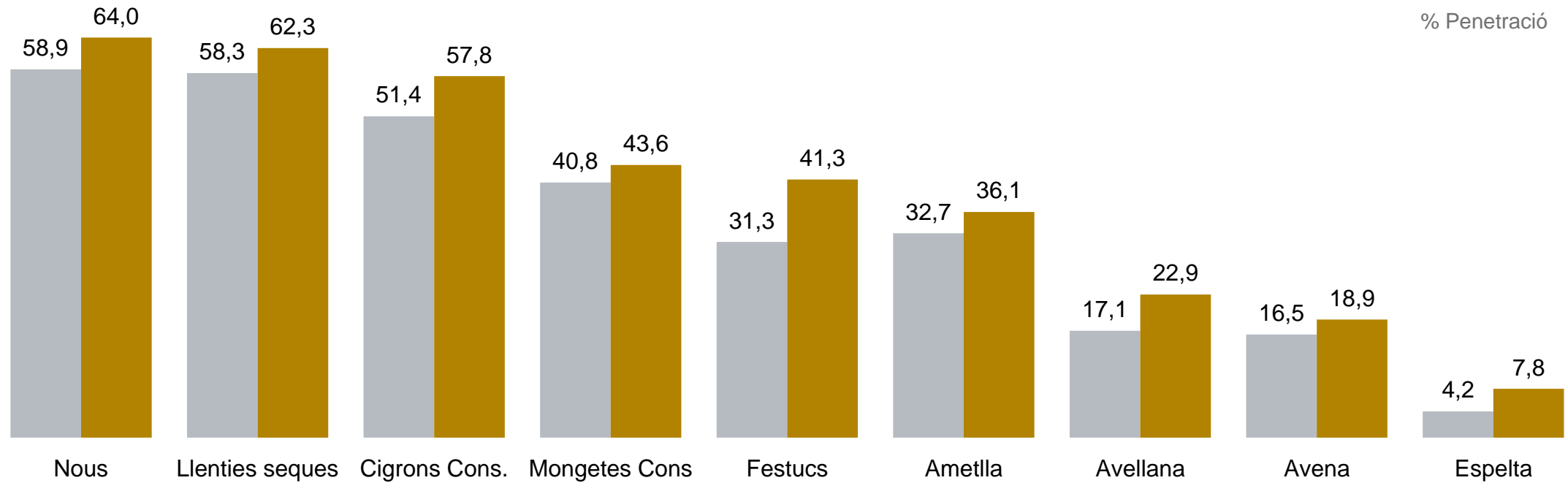
+18,3% Substitutius
càrnics



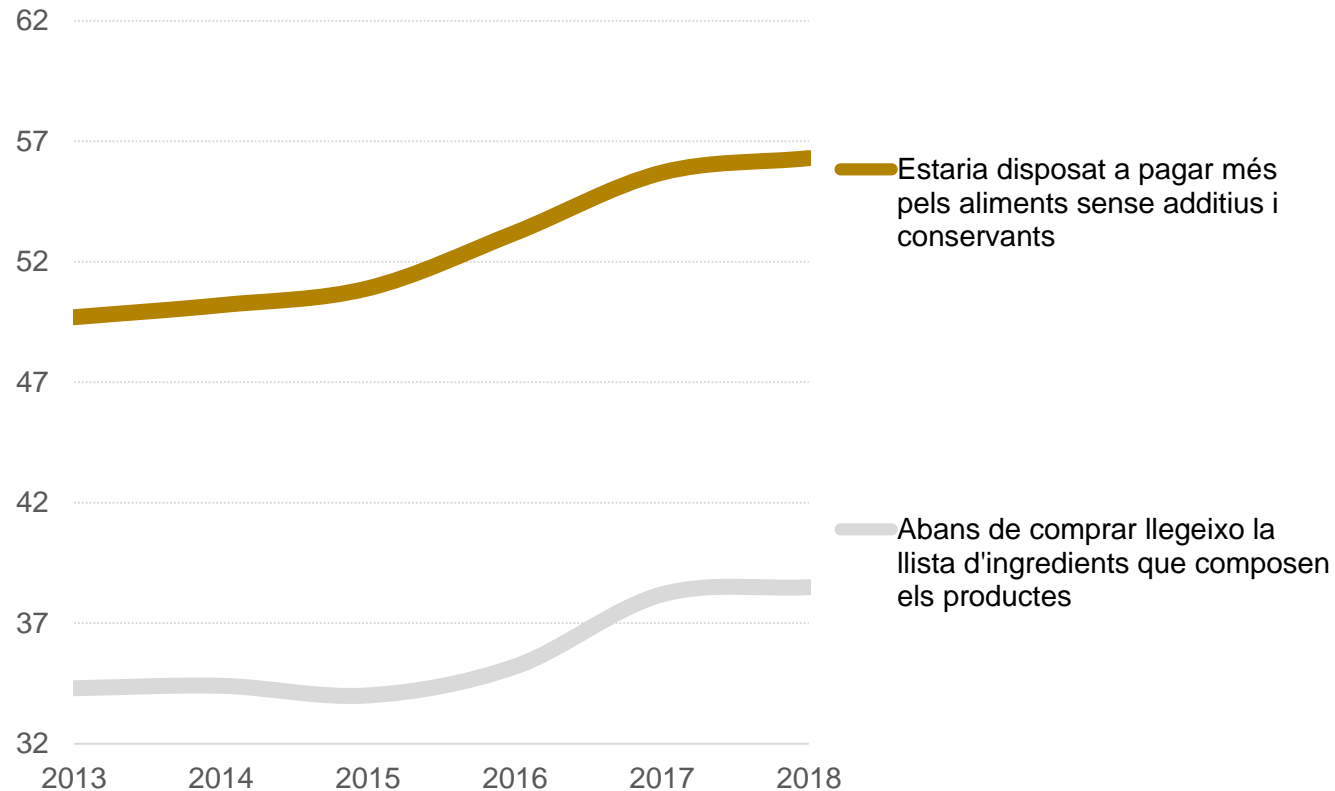
+36,8% Begudes
vegetals (+20% vs 2014)



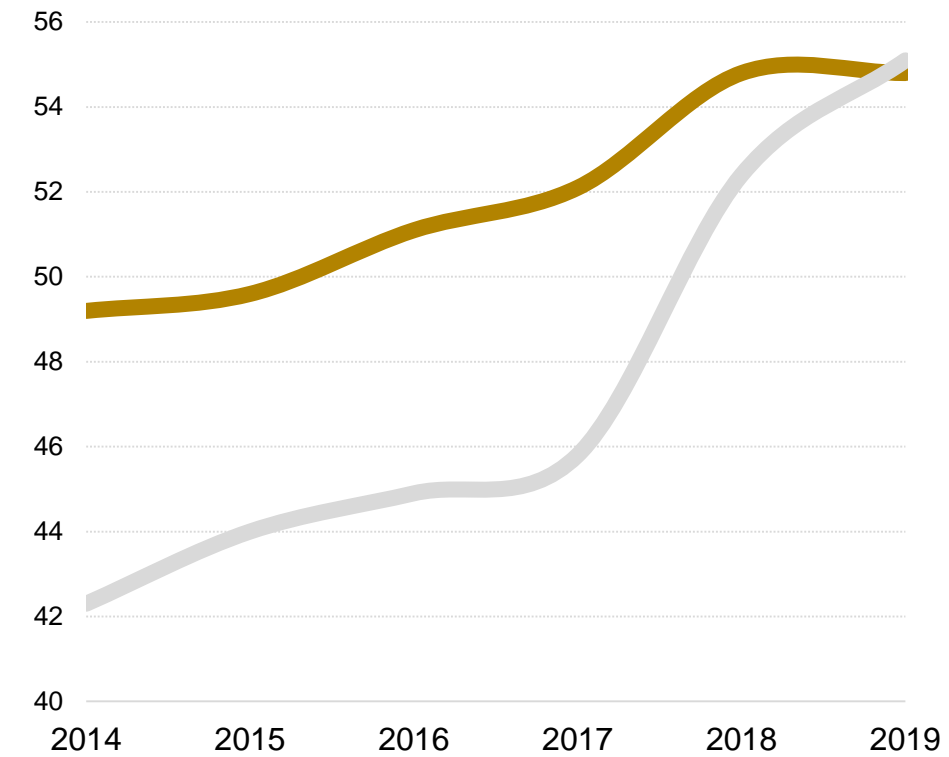
Però també més consumidors de llegums i fruits secs



Analitzem més el que mengem



Som més sostenibles



% individus d'acord amb l'afirmació

— Pagaria més per productes que no facin malbé el medi ambient

— Estaria disposat a pagar més per envasos reciclables



+275%

vs 2015

10,635

matriculacions a 2018

Els fabricants vistos com a responsables per a resoldre el problema

Qui és el més important per actuar en el desperdici de plàstic?



24%
Govern

48%
Fabricants

7%
Distribuidors

19%
Consumidors

Som més pobres en temps



Menjar més fora de casa

-3%

Ocasions a casa

Fora de casa a casa

51%

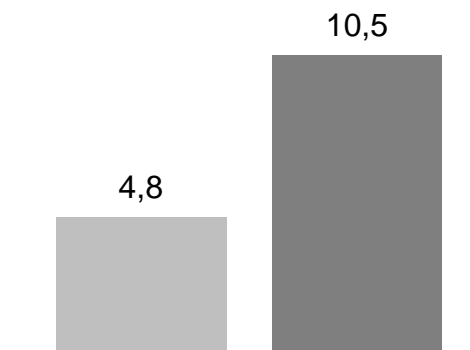
Penetració Delivery

A casa però ja fet

A casa però pràctic

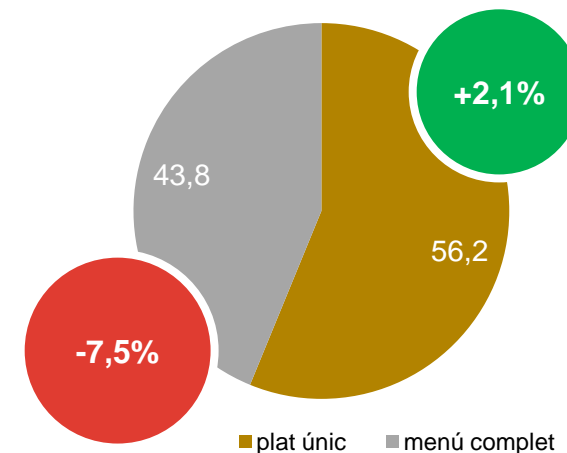


% Penetració



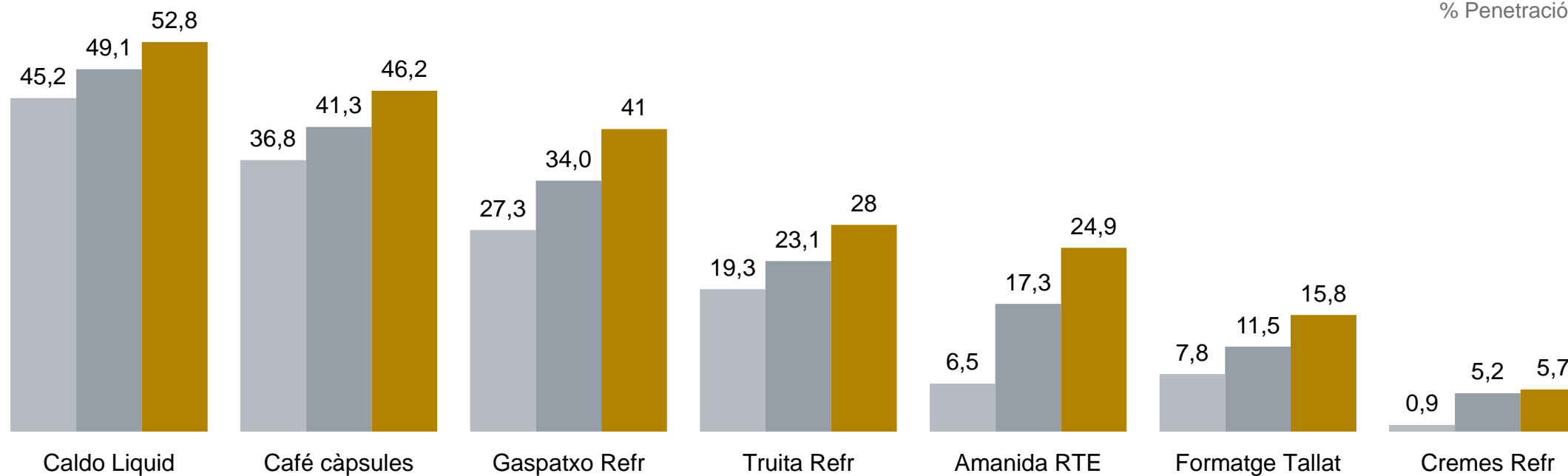
Sushi Refr

% Ocasions



Usage total occasions tam1/2013 vs tam3/19

El temps es el millor venedor



Som més exigents



+7% Skus disponibles

Darrers 3 anys

Distribuidors Assort. Limitat

+4,5% punts de share valor

2014-2018 vs 2010-2014



Te Matcha + Chai

+6,3% penetració



Oli de coco Mercadona

+4,4% penetració

Urbanita

Millenial

Fitness addicte

Capricis &
Còmodes

Omnicanal

69% població


Fora de grans ciutats

54%


Llars + 50 anys

46% individus

No fan esport ni un dia a la setmana

37% 

1,3 dies a la setmana

45% 

3 dies a la setmana

65% llars 

No compren FMCG via ecommerce en tot un any

70%

Despesa FMCG

59%

Despesa FMCG

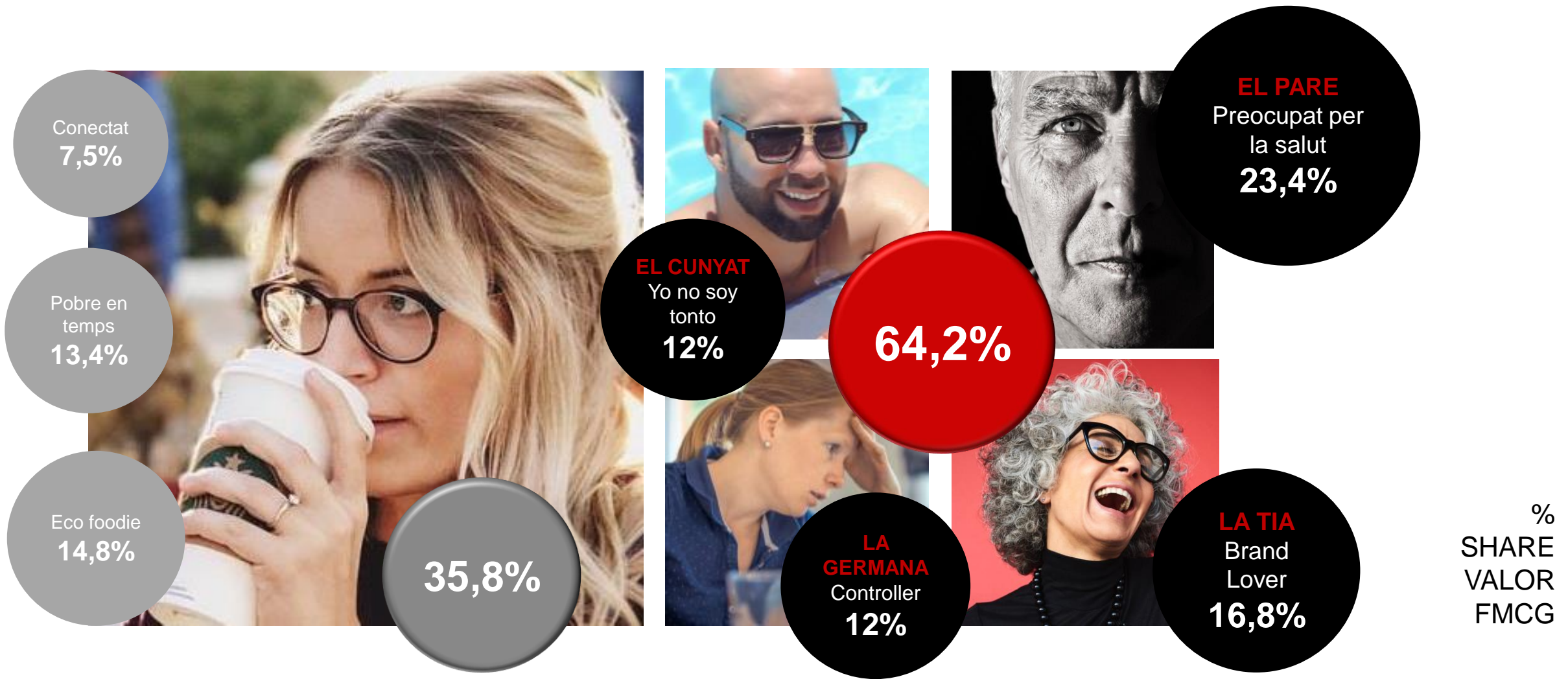
69% 

Pernil dolç envasat

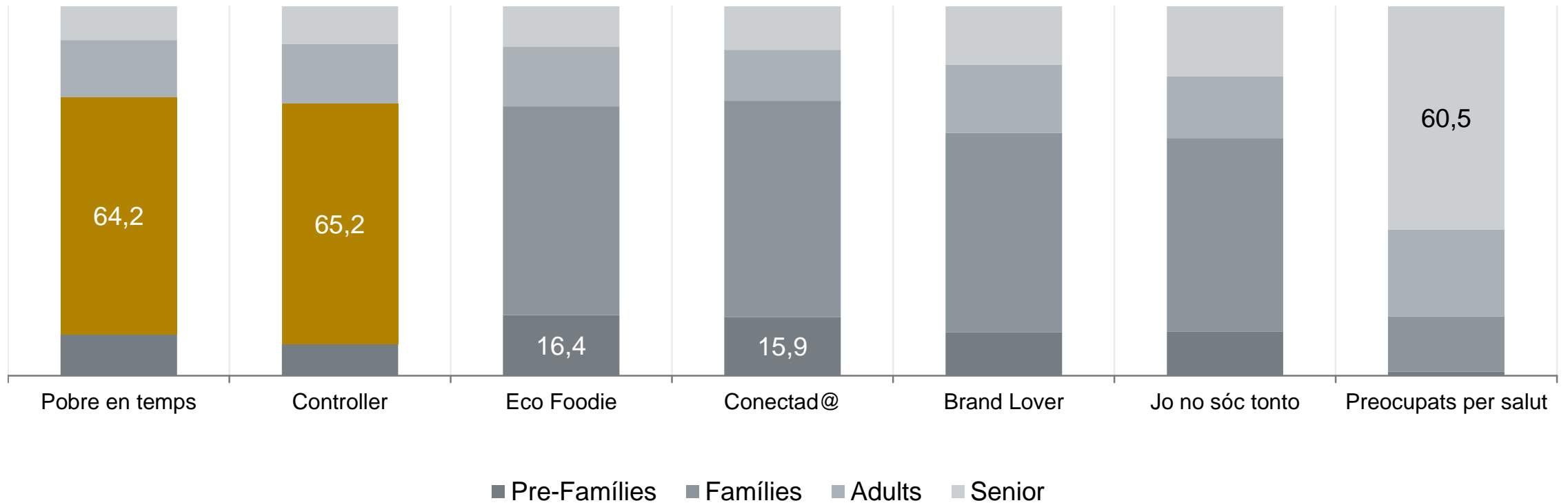
38%

Mercadona + Dia + Lidl

No pensis només en la Maria, pensa en la seva família



Discriminen les actituds...no tant el sociodemogràfic

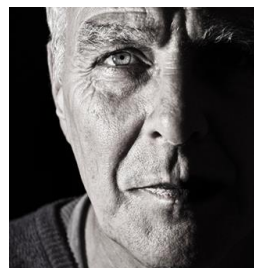
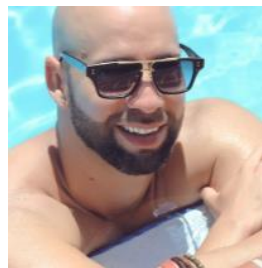


3 idees per acabar

Ens enfrontem a un consumidor més sa, més sostenible, més local, més còmode però també més exigent.

Els estereotips amaguen oportunitats de negoci.

Quantifica i segmenta en funció d'actituts per continuar captant a nous consumidors, no pensis només en la Maria, sinó també en la seva família.



Fòrum
#CatalanFood

Barcelona, 16 de gener 2020
Espai Bital

Moltes gràcies!