

El consumidor al llindar del segle XXI

Luís Guerrero i Lorena Terrés
IRTA - Monells

S'afirma sovint que els canvis socials i, en particular, els experimentats en la manera d'alimentar-se un país, han estat molt més grans en els darrers cinquanta anys que en tots els segles precedents.

Els avanços socioeconòmics i els canvis tècnics que s'han produït en tots els punts de la cadena de producció d'aliments, han difós i han posat a l'abast de qualsevol aparells elèctrics, productes i modes de consum impensables fa només dues dècades: forns microones, aliments precuinats, ultracongelats, menjars realitzats en règim de restauració col·lectiva, etc. Factors sociodemogràfics com l'edat, el gènere, la situació laboral, l'educació i la grandària de la família també han influït en aquest canvi. A mesura que les llars es tornen més petites i les dones, com els seus marits, treballen, l'estalvi de temps exerceix una gran influència en la conducta del consum d'aliments, establint-se una tendència en aparença il·limitada cap a aliments preparats i semipreparats, menjar per endur i consum fora de la llar.

D'altra banda, els canvis en el *modus vivendi* s'han traduït en una disminució de les necessitats calòriques, fet que també repercuteix sobre la manera d'alimentar-se. Això és conseqüència de la disminució general de la despesa energètica realitzada, sobretot a causa de la mecanització creixent, i al descens en les despeses fisiològiques de termoregulació en difondre's l'ús d'aparells de climatització en vivendes, cotxes, etc.

Tots aquests factors han generat canvis en el consum alimentari dels països

industrialitzats que, com és de suposar, seguirà evolucionant durant els propers anys. Això ens porta a les preguntes següents: com s'adaptarà la indústria alimentària a tots aquests canvis? Com serà la nostra dieta en un futur proper? Quins aliments predominaran en el nostre cistell de comprar? On i quan els comprarem?

En base a les conclusions que es van desprendre de l'estudi «El consumidor al llindar del segle XXI», presentat en el Fòrum Internacional de l'Alimentació, que es va celebrar a la Fira Alimentària els dies 2 i 3 de març de 1998, i d'altres fonts d'informació, exposarem les tendències en el consum d'aliments que es preveuen per als propers anys.

En la figura 1, extreta d'un article de Jesús Román Martínez Álvarez, president de la Societat Espanyola de Dietètica i Ciències de l'Alimentació, es poden observar les dades referides a la distribució de les despeses en alimentació a l'Estat espanyol durant quatre dècades (des del 1958 fins al 1998), fet que ens dóna una idea sobre l'evolució del consum d'aliments.

Es poden destacar els canvis dràstics que s'han produït en el consum de carns i de pa, pasta i cereals. Això demostra el que afirmen Perisse *et al.* quan van realitzar una classificació segons el PIB d'un país i les variacions en l'estructura alimentària: el consum de proteïnes d'origen animal s'incre-

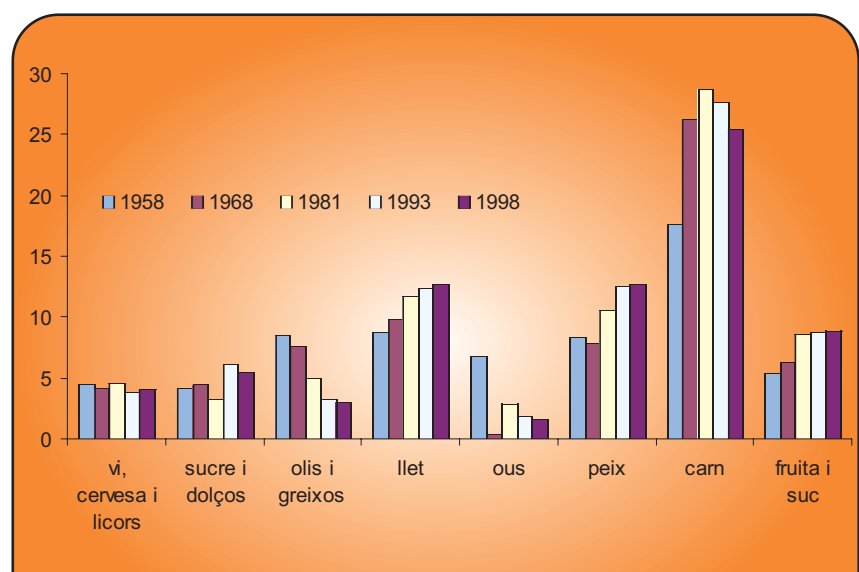
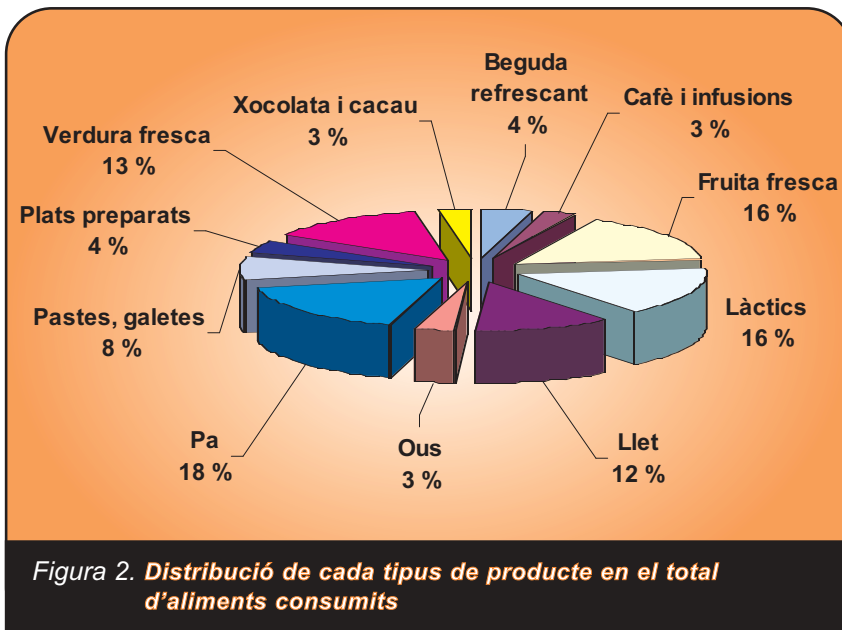


Figura 1. Evolució del consum de diversos productes a través dels anys



menta a mesura que millora el desenvolupament econòmic d'un país. També s'observa, clarament, la importància decreixent de l'ou, l'oli, els cereals i les patates i la importància, cada cop més clara, de peixos, làctics i carns, encara que hagin patit un lleuger descens en els darrers anys.

Segons una enquesta elaborada pel Ministeri d'Agricultura, Pesca i Alimentació (MAPA) i l'empresa Mercasa, en els hàbits alimentaris dels espanyols s'ha produït una reducció en la ingesta de fruita, llegums, cereals i carn, per bé que el darrer continua essent l'aliment que s'endú més d'una cinquena part del pressupost destinat a alimentació.

Si s'observen les dades extretes del MAPA que mostren el consum alimentari en la llar de l'any 1999, es pot confirmar la tendència creixent dels consums de carn i, també, d'ous, i l'increment del consum de peix respecte l'any anterior. La figura representa la distribució de la despesa en els diversos aliments, en el qual, les xifres contigües a les barres corresponen a diners gastats anualment per persona en el producte en qüestió.

La dieta mediterrània està considerada com una de les més saludables, però

des de fa alguns anys, s'ha vist que els hàbits alimentaris estan canviant, cada cop més allunyats del que els especialistes de la nutrició consideren saludables, i indiquen que, en general, s'ingereix massa pasta, pastisseria i productes càrnics i insuficient peix, cereals, oli, hortalisses i fruites. Com és d'esperar, s'ha incrementat la contribució dels lípids al total de les calories ingerides diàriament, així com el de les proteïnes, principalment les provinents de la carn, en detriment dels glúcids i de la fibra.

De totes maneres, encara que s'estiguin incorporant a la nostra dieta, com un fet cada cop més habitual, els plats preparats i el menjar ràpid, i que cada vegada hi hagi més coses en comú amb els hàbits alimentaris de la resta de països europeus, encara seguim sent un dels països que mengen d'una manera més saludable. En la figura s'observen les diferències que existeixen entre la dieta dels països del nord d'Europa i els països mediterranis.

Una característica comuna dels països rics, industrialitzats, és que el percentatge d'ingressos econòmics que es dediquen a l'alimentació disminueix a mesura que n'augmenta la capacitat adquisitiva. Els espanyols han passat

d'una despesa en alimentació superior al 50 % el 1958 a invertir-ne un 30 % el 1987.

Segons dades publicades al periòdic *La Vanguardia* el 27 d'agost de 2000, els espanyols van gastar en menjar a casa una mitjana de 954,25 euros per persona el 1999. És a dir, un terç de la despesa de les famílies espanyoles es dedica a l'alimentació i la beguda, si a la despesa de la llar se sumen els àpats fora de casa.

Les dades més rellevants del Pannell d'Alimentació de 1999 elaborat pel MAPA indiquen que la despesa total en alimentació el 1999 va augmentar en un 2,4 % respecte l'any anterior i que el consum també va experimentar un augment de l'1,3 % respecte al 1998. Una altra dada interessant que corrobora la tendència dels espanyols a realitzar cada vegada més àpats fora de la llar, ja sigui per comoditat o per manca de temps, és que gasten el 26 % dels ingressos en aquest àmbit.

Segons l'article de Jesús Román Martínez Álvarez esmentat més amunt, és evident que hi ha una sèrie de característiques comunes en l'evolució alimentària dels països desenvolupats i per a un futur immediat sembla ser que seguiran existint coincidències en les tendències de consum d'aliments. Són diversos els factors que influiran en





aquests canvis. En primer lloc, els canvis en la transmissió de la informació alimentària influeixen en la major probabilitat que el nostre patró alimentari s'hagi allunyat de la dieta mediterrània. La tradicional transmissió d'informació per via materna està essent suplantada en gran part pels mitjans de comunicació, que bombardegen amb productes de gran acceptació per part dels consumidors més joves, com el menjar ràpid, pastisseria, begudes ensucrades, etc. S'observa una tendència cap a l'homogeneïtzació de costums i productes alimentaris, sobretot els manufacturats (menjars preparats, envasats, begudes, etc.). Aquest és un símptoma més de la globalització del planeta que en aspectes alimentaris permet l'intercanvi de costums i productes i, per contra, redueix la riquesa i la varietat cultural i gastronòmica dels països menys potents o resistents davant l'allau de la publicitat i dels nous costums que arriben de fora. A més, determinades condicions socials com el ritme de vida accelerat en les zones urbanes, la incorporació de la dona al món laboral, etc., fan que augmenti el nombre d'àpats fora de la llar. Els plats disponibles en establiments de restauració no sempre són tan variats en la seva composició ni disposen de la mateixa qualitat nutricional. Per tant, una de les condicions bàsiques per assolir la salut a través d'una alimentació

equilibrada es troba en condicions menys favorables. També proliferen els aliments amb valor afegit o *aliments servei* com les patates prefregides o senzillament pelades, verdures per amanides que ja estan netes i tallades, etc., que venen a sumar-se al tradicional mercat d'aliments infantils i als antics dietètics (per a diabètics, fenilcetonúrics, celíacs, etc.).

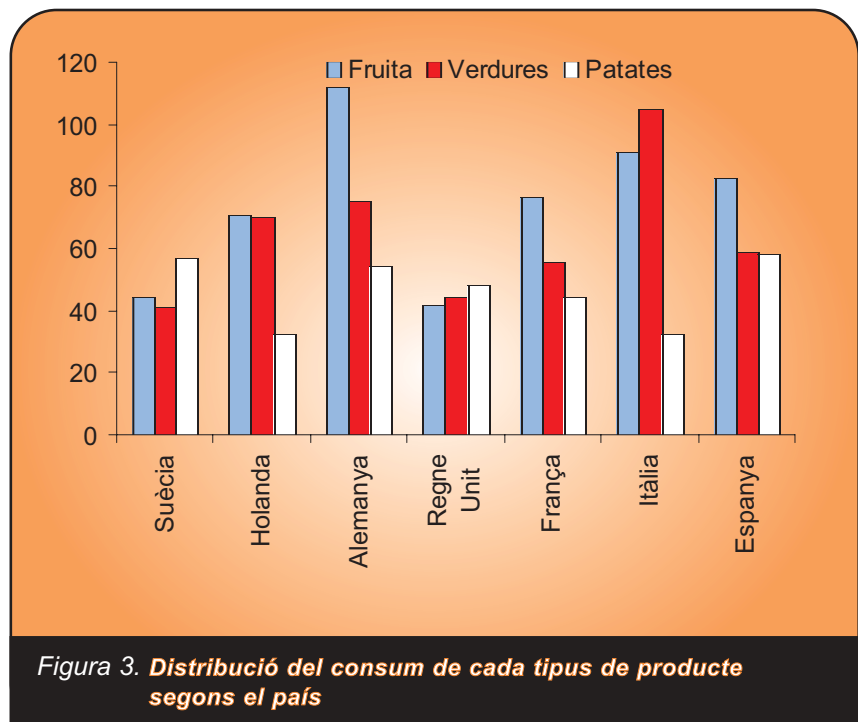
D'altra banda, sembla que s'imposa el gust pels aliments *sans* o *naturals* per la presa de consciència cada vegada més gran del consumidor sobre la importància d'una alimentació correcta, equilibrada, sense colesterol, amb poca sal, pocs additius, etc. Aquesta tendència sembla lògica si ens posem del costat del consumidor, el qual es troba desconcertat davant l'aparició d'aliments transgènics o problemes com ara el dels pollastres amb dioxines. De la mateixa manera, semblen que es recuperen molts dels aliments tradicionals davant l'auge d'una nova cultura gastronòmica, i es converteixen, fins i tot, en productes *delicatessen*, productes com els formatges artesans, alguns vins, melmelades artesanals, rebosteria tradicional, etc.

A partir de totes aquestes observacions es poden treure algunes conclusions sobre els hàbits alimentaris i els canvis en la indústria alimentària en un futur proper. Aquestes conclusions són

les que es van desprendre de l'estudi «El consumidor al llindar del segle XXI» presentat en el Fòrum Internacional de l'Alimentació.

En primer lloc, la indústria alimentària haurà d'adaptar-se al sector de la població que engloba a les persones més grans de seixanta-cinc anys, oferint una atenció diferenciada a través de nous productes i serveis. Actualment, el 23 % de les llars espanyoles està integrat per persones de la tercera edat i al voltant d'un 40 % per persones més grans de cinquanta anys. Però aquest sector és el que menys consumeix, ja que representa solament el 18 % del consum alimentari del total de la població. Les llars amb nens i joves, en canvi, representen el 35 % de les llars i el 42 % de la despesa.

Un altre sector que està experimentant canvis és el grup dels joves. Aquells que viuen d'una manera independent i les parelles joves amb dos sous ja representen el 9 % dels consumidors. Aquest grup s'està tornant de difícil accés per a la indústria alimentària: un poder adquisitiu més gran implica una menor disponibilitat de temps per comprar i cuinar, i per tant, han de fer la major part dels àpats fora de casa. El sector alimentari haurà d'adaptar-se en l'àrea de conveniència, preu i temps si no vol perdre aquest grup de la població.





Pel que fa a les tendències en la dieta, podem esmentar una sèrie de característiques que s'imposaran en els propers anys.

Juntament amb un major consum de productes dietètics, aprimants, rics en fibra, sense colesterol, etc., s'observa una tendència clara a un consum més gran de menjar preparat, pizzes, hamburgueses, pastes, etc. La tendència és a equilibrar allò que agrada i proporciona un plaer amb el que s'entén que és sa i convenient. En aquest sentit, els aliments de síntesi, saborosos i baixos en greix, per exemple, tenen un bon futur, ja que s'estendrà cada vegada més l'alimentació com a font bàsica de salut.

Cada vegada s'exigirà més frescor. Malgrat tot, aquesta ja no s'entendrà com allò verd o acabat de collir de l'hort, sinó com un aliment que porta la seva data de caducitat o de recol·lecció, tant si es tracta de productes frescos o de refrigerats, congelats o preparats de qualsevol manera. La frescor ja no es posarà davant del que està envasat sinó que expressarà el que s'ha tractat convenientment.

Privarà la preocupació de la qualitat sobre la quantitat. Alguns dels aliments considerats més beneficiosos seran la fruita, la verdura, l'oli d'oliva i les carns blanques, productes de la terra, i carns tendres, no tan greixoses i a millor preu. Per contra, alguns dels aliments considerats més perjudicials seran els aperitius i les hamburgueses, i

malgrat tot, es preveu que augmenti el seu consum en la mesura que aportin una argumentació més bona més enllà de la comoditat de preparació i consum; la qualitat tindrà un paper decisiu en la seva tria.

Per bé que el menjar casolà persistirà, els plats elaborats es realitzaran només de manera excepcional. Hi haurà menys guisats i les elaboracions seran més naturals. També es detecta una reducció en el temps dedicat a menjar, un augment dels menjars tipus refrigeri, una reducció dels menjars forts (amb pèrdua de protagonisme del dinar en favor del sopar) i la reserva de menjars familiars per a moments excepcionals de la setmana.

Els aliments també se sotmetran a canvis fonamentals.

Els aliments que es venguin en tendes seran polisensuals, és a dir, que vindran en presentacions que permetin tocar-se, olorar-se i, en algun cas, fins i tot provar, en línia amb la necessitat que els productes del futur siguin capaços de demostrar la seva superioritat sobre productes competitiu.

Els aliments seran fraccionables en atenció a la menor grandària de les llars o a la desestructuració dels àpats (amb plats diferents per a membres diferents de la llar) i la tendència a menjar en moviment.

Hi haurà més productes funcionals: si la gent assumeix que els aliments sans són una font de salut, assumiran també, fàcilment, que les empreses reforcin la funcionalitat dels aliments amb minerals, vitamines i altres conceptes nutraceutics.

Es mantindrà la tendència a allò que és orgànic i ecològic.

El productes també hauran d'augmentar la seva portabilitat, per garantir que els seus usuaris els puguin consumir còmodament.

També es produiran canvis en la forma de comprar els aliments, que es farà cada vegada de manera més espaiada. Aquest és un altre motiu que comporta, implícitament, un desenvolupament creixent de refrigerats, congelats i aliments preparats, en general.

Tot això exigirà als establiments un gran esforç per fer la compra més fàcil, ràpida i plaent: dies i horaris d'apertura, aparcament, il·luminació, caixes de sortida, servei a domicili, compra telemàtica, etc. La compra global en grans superfícies tindrà més importància, i la combinació de compra i lloc lúdic serà encara més atractiva. Cada cop serà més important que els envasos es puguin reciclar i els *obrefàcil* s'imposaran. Les etiquetes es presenten com un clar exponent de la qualitat exigida ja que, arribat el cas, el consumidor pot informar-se amb més deteniment de si la compra li convé o no.

