

El programa "EROSKI, per la teva salut" desenvolupa una nova edició de la iniciativa "Carro saludable" per fer costat a una alimentació equilibrada

EL 94% DELS CONSUMIDORS ESTÀ CADA VEGADA MÉS PREOCUPAT PER PORTAR UNA DIETA SANA, PERÒ NOMÉS EL 49% CREU QUE LA SEVA COMPRA ÉS SALUDABLE

- Les verdures, hortalisses i fruita fresca no falten mai al cistell de la compra de set de cada deu consumidors enquestats per l'Escola d'Alimentació EROSKI
- El 60% reconeix adquirir habitualment aliments menys saludables com ara precuinats, dolços, brioixeria i snacks, entre d'altres
- Les opinions sobre si omplir el cistell de la compra amb aliments més saludables requereix més temps i dedicació, o no, estan igualades
- El 68% dels consumidors consultats creu que un cistell de la compra saludable és un 29% de mitjana més car

Elorrio, 17 de març de 2014.- Els consumidors espanyols estan preocupats per la seva dieta, segons revela un estudi sobre hàbits a l'hora de fer una compra saludable que ha realitzat l'Escola [d'Alimentació EROSKI](#) per mitjà d'una enquesta en línia a més de 1.250 consumidors en tot el territori espanyol.

El 94% d'aquests reconeix que d'un temps ençà els inquieta portar una dieta sana i equilibrada. Malgrat això, només el 49% creu que els productes que compra habitualment són sempre saludables, el 51% restant creu que solament ho és de vegades. Sis de cada deu consumidors enquestats consideren que els aliments del seu cistell de la compra són ara més sans que els de fa uns anys.

Els frescos, els aliments saludables preferits

El 77% de les persones consultades assegura que entre la seva elecció de compra saludable sol adquirir amb assiduitat aliments de temporada. Un percentatge que ascendeix fins al 83% quant als aliments frescos.

La llista d'aliments saludables que no falten al cistell de la compra dels consumidors l'encapçalen les verdures i hortalisses fresques, que declaren adquirir habitualment el 79% d'aquests. Els segueixen les fruites en el 68% dels cistells de la compra. El 30% incorpora els llegums com un aliment saludable indispensable al seu cistell i el 21%, els lactis desnatats i el peix blanc.

Els aliments nutricionalment millorats també formen part de l'alimentació saludable dels consumidors. En concret, el 60% dels participants en l'estudi assegura que els

EROSKI

Direcció de Comunicació Corporativa
OSCAR GONZÁLEZ URIARTE

Tel: 609 386 514

comunicacion@eroski.es

**EROSKI – OFICINA DE PREMSA
CONSEJEROS DEL NORTE**

ZIORTZA BERISTAIN
EDURNE IZQUIERDO

Tel: 944 158 642

www.eroski.es > [Notes de premsa](#)
www.consumer.es

aliments rics en fibra no solen faltar al seu cistell de la compra. El 57% també inclou aquells sense greixos saturats i el 54%, sense sucres afegits.

Sis de cada deu consumidors que han participat en l'enquesta reconeixen que el seu cistell inclou habitualment aliments menys saludables com ara precuinats, dolços, brioixeria i snacks, entre d'altres.

El preu d'un cistell de la compra saludable

Les opinions sobre si omplir el cistell de la compra amb aliments més saludables requereix més temps i dedicació estan equilibrades. El 49% dels enquestats assegura que sí que ho requereix, i apunten com a motiu principal que els productes saludables no estan disponibles en una única botiga. A més, consideren que requereix una lectura minuciosa de l'etiquetatge i coneixements sobre nutrició. En contraposició, la meitat dels consumidors consideren que no porta ni més temps ni exigeix més dedicació.

El 68% dels consumidors opina que un cistell de la compra saludable costa més i estima que és un 29% de mitjana més car. Només un 8% creu que és més barat i el 23% considera que costa el mateix.

Iniciativa "Carro saludable"

El [programa "EROSKI, per la teva salut"](#) promou un patró d'alimentació saludable al costat de la fundació Dieta Mediterrània, l'AED-N (Associació Espanyola de Dietistes i Nutricionistes) i les marques de fabricant Danone, Kellogg's, Nestlé i Pascual.

Una de les claus per aconseguir una alimentació equilibrada és la selecció dels productes en el moment de la compra. Per això, EROSKI, en el marc del seu compromís amb la salut i el benestar dels consumidors, ha engegat una nova edició de la iniciativa "[Carro saludable](#)" al llarg del març per promocionar el consum d'aliments afavoridors d'una dieta equilibrada.

La campanya consisteix en el sorteig de 600 carros formats per productes que ajuden a cuidar l'alimentació, combinant aliments baixos en sal i greixos de les marques col·laboradores i de la marca pròpia [EROSKI Sannia](#) amb frescos de la marca [EROSKI Natur](#).

Aquesta iniciativa es desenvolupa en tota la seva xarxa d'hipermercats i supermercats EROSKI i s'inscriu, a més, en el conjunt de mesures que la cooperativa ha adoptat amb la finalitat de promoure hàbits saludables entre els consumidors. Entre aquestes, destaca el Semàfor Nutricional, la retirada dels greixos trans procedents d'olis vegetals parcialment hidrogenats en tots els productes de marca pròpia o la seva àmplia gamma de productes aptes per a intoleràncies alimentàries.

EROSKI

Direcció de Comunicació Corporativa
OSCAR GONZÁLEZ URIARTE

Tel: 609 386 514

comunicacion@eroski.es

EROSKI – OFICINA DE PREMSA CONSEJEROS DEL NORTE

ZIORTZA BERISTAIN
EDURNE IZQUIERDO

Tel: 944 158 642

www.eroski.es > [Notes de premsa](#)
www.consumer.es