

Després de 2 anys d'implantació dels productes de marca pròpia

EROSKI CONSTATA L'IMPACTE POSITIU DE L'ETIQUETATGE NUTRI-SCORE EN LA COMPOSICIÓ D'UN CISTELL DE LA COMPRA MÉS SALUDABLE

- Les opcions més saludables (A i B) guanyen protagonisme en les categories de productes amb més varietat d'elecció entre lletres
- Nutri-Score influeix favorablement en l'elecció de productes d'alimentació envasada més saludables, sense que hi hagi reculada en les categories de producte fresc
- Aquest etiquetatge frontal nutricional avançat suposa una millora important per a facilitar més transparència informativa sobre la qualitat nutricional dels aliments i permet fer una tria ràpida i senzilla
- La mostra analitza l'evolució de les vendes de 2.000 productes, aproximadament, en més de 1.300 punts de venda durant 2 anys

Elorrio, 7 de juliol de 2021.- Després de més de dos anys des que [EROSKI](#) comencés a introduir, de manera pionera en la distribució a Espanya, l'etiquetatge frontal nutricional avançat Nutri-Score en els productes de marca pròpia, la companyia ha presentat una anàlisi —publicada en el [número de juliol](#) de la revista [Consumer](#)— en què constata l'impacte positiu en la composició d'un cistell de la compra més saludable.

EROSKI ha analitzat durant dos anys consecutius el comportament de les vendes de gairebé 2.000 productes de diverses categories d'alimentació envasada, disponibles a la xarxa comercial d'[EROSKI](#) i [Caprabo](#), un total de 1.348 establiments. *“Els resultats de l'anàlisi reflecteixen la influència positiva de l'etiquetatge nutricional avançat en la composició d'un cistell més saludable en els productes d'alimentació envasada, sense que hi hagi cap reculada en les categories de producte fresc que, de fet, tenen un comportament fins i tot millor que les envasades. Així, s'observa un increment del pes en vendes dels productes més ben qualificats per Nutri-Score mentre cedeixen posicions els que tenen pitjor qualificació”*, ha explicat el director de Salut i Sostenibilitat d'EROSKI, Alejandro Martínez Berriochoa.

Segons els resultats de l'anàlisi, l'arribada de Nutri-Score no ha influït negativament en les vendes dels productes frescos que no porten aquest etiquetatge —com la fruita, les verdures o el peix—. En canvi, les dades reflecteixen un canvi en el mix de vendes, de manera que els productes amb millor classificació segons Nutri-Score (lletres A i B) han tingut un comportament més bo en les vendes que els pitjor qualificats (lletres D i E). La lletra C presenta un perfil d'evolució gairebé pla.

Nutri-Score influeix en el creixement de categories saludables

“Les persones consumidores tendeixen a no fer canvis dràstics, i les dades de l'estudi no reflecteixen canibalisme entre categories, sinó més aviat dins

EROSKI

Direcció de Comunicació Corporativa
KRISTIAN PRIETO

Tel.: 946 211 214

comunicacion@eroski.es

EROSKI - OFICINA DE PREMSA

CONSEJEROS DEL NORTE

JOANA G. LANDAZABAL
EDURNE IZQUIERDO

Tel.: 944 158 642

[Sala de premsa en línia](#)

d'aquestes. És a dir, la tendència no és a triar una opció nutricionalment millor en una altra categoria de producte, sinó a seleccionar una opció més saludable conforme a Nutri-Score dins de la mateixa família de productes o de famílies que satisfan la mateixa necessitat”, ha detallat Martínez Berriochoa.

Les dades de l'anàlisi elaborada per EROSKI avalen que, des de l'arribada de Nutri-Score, el comportament de categories d'aliments indubtablement saludables, com les verdures congelades, ha experimentat un increment de vendes de diversos punts per sobre de la mitjana de l'alimentació envasada. Ocorre el mateix en les famílies del peix i el marisc congelat, que han crescut més que la mitjana.

Categories nutricionalment complexes: també guanyen les opcions més saludables

En categories nutricionalment més variades i complexes d'alimentació envasada, en les quals existeix capacitat d'elecció entre les diferents lletres de classificació de Nutri-Score, hi ha una tendència al fet que les vendes es desplacin uns punts percentuals cap a millors solucions.

Així, per exemple, la categoria de cereals de l'esmorzar, en què conviuen 55 referències de totes les lletres de Nutri-Score, no pateix canvis significatius en l'evolució de les vendes en conjunt. En canvi, les vendes de cereals de l'esmorzar amb classificació Nutri-Score A, B i C reflecteixen un creixement notable en les vendes de fins a un 15%, a costa dels productes D i E, que decreixen. Les dades reflecteixen una migració semblant en altres dues categories relacionades amb l'esmorzar principalment, com són les galetes i la brioixeria, amb desplaçament de vendes de productes amb qualificació E i D a C.

En la gamma de begudes refrescants s'observa un desplaçament de vendes de les que tenen pitjor classificació Nutri-Score (D i E, perquè són ensucrades) ca a les que tenen la millor lletra possible en aquesta categoria (B, perquè són edulcorades). En la família de gelats, en la qual no hi ha productes per sobre de la classificació C, és precisament aquest nivell el que recull les vendes que abans es feien de productes amb pitjor qualificació (D i E). En els plats congelats, també s'observa un desplaçament de les vendes cap a les lletres de B i C, encara que és lleugerament inferior.

L'oli d'oliva manté les vendes

El comportament de les vendes en la categoria d'oli d'oliva es manté. *“Les persones consumidores no han deixat de triar l'oli d'oliva com a producte rellevant, saludable i habitual en el seu cistell de la compra. Sembla que han entès que la lletra C de classificació Nutri-Score, la millor que pot obtenir un greix de cuina o amaniment — per sobre de la D i E que reben mantegues, margarines...—, no ha de suposar que se'n condemni l'ús”,* ha explicat el director de Salut i Sostenibilitat d'EROSKI.

El preu continua tenint la influència més gran en les vendes

EROSKI

Direcció de Comunicació Corporativa
KRISTIAN PRIETO

Tel.: 946 211 214

comunicacion@eroski.es

EROSKI - OFICINA DE PREMSA CONSEJEROS DEL NORTE

JOANA G. LANDAZABAL
EDURNE IZQUIERDO

Tel.: 944 158 642

[Sala de premsa en línia](#)

Els resultats de l'anàlisi elaborada per EROSKI són significatius: les ofertes i promocions tenen una alta influència sobre les vendes i condicionen la composició d'un cistell saludable fins i tot amb més força que el Nutri-Score. Quan els aliments no estan promocionats i es tria en igualtat de condicions promocionals, està més clar el paper del Nutri-Score a l'hora de triar el més adequat. *"Aquestes evidències proven l'important paper de fabricants i distribuïdors a l'hora de facilitar un cistell saludable mitjançant ofertes i promocions nutricionalment responsables que beneficiïn els millors productes"*, ha indicat Martínez-Berriochoa.

"Els primers resultats que hem obtingut sobre la influència de l'etiquetatge avançat Nutri-Score reflecteixen sens dubte un impacte positiu en un cistell de la compra més saludable. Això no vol dir que, per si sol, aquest etiquetatge pugui revertir els actuals patrons de consum alimentari menys saludables. El problema ha de ser abordat des de molts altres fronts, però Nutri-Score és part de la solució. A EROSKI estem convençuts que la formació i informació dels consumidors és primordial per a revertir les preocupants tendències actuals de consum. La transparència informativa sobre la qualitat nutricional dels aliments és un aspecte crucial per a les persones consumidores. En aquest sentit, Nutri-Score permet triar conscientment, de manera senzilla i ràpida, a l'hora d'omplir el cistell de la compra", ha conclòs el director de Salut i Sostenibilitat d'EROSKI.

Etiquetatge Nutri-Score

El model Nutri-Score ha estat creat per acadèmics de les ciències de l'alimentació, l'han validat el Ministeri de Sanitat i la Unió Europea i disposa del suport de l'Organització Mundial de la Salut (OMS). Algunes recerques de diversos països mostren clarament que Nutri-Score és, a hores d'ara, el millor sistema per a ajudar les persones consumidores a comparar la qualitat nutricional dels aliments i així poder prendre decisions més saludables.

L'etiquetatge Nutri-Score presenta una classificació global del producte en funció de la seva qualitat nutricional, en una senzilla escala de cinc nivells indicats cadascun amb una lletra i un color (de la "A" verd fosc a la "E" taronja fosc). Els càlculs atenen el contingut per 100 grams de les calories del producte, dels nutrients beneficiosos per a la salut que conté (fibra, proteïna, quantitat de fruita, verdura, fruita seca i llegums), i dels nutrients del producte la ingesta dels quals es recomana reduir (greixos saturats, sal i sucres). D'aquesta manera, ofereix informació nutricional clara, transparent i accessible per a qualsevol persona, fet que permet conèixer de forma senzilla la valoració nutricional global de cada producte per a poder-lo comparar amb altres de semblants i així triar amb més bon criteri per a poder portar a terme una alimentació equilibrada, més saludable i sostenible.

EROSKI

Direcció de Comunicació Corporativa
KRISTIAN PRIETO

Tel.: 946 211 214

comunicacion@eroski.es

EROSKI - OFICINA DE PREMSA

CONSEJEROS DEL NORTE

JOANA G. LANDAZABAL
EDURNE IZQUIERDO

Tel.: 944 158 642

[Sala de premsa en línia](#)