



¿Cómo comeremos pescado en el futuro?

Situación Actual y perspectivas

**Gemma Trigueros Segura,
Coordinadora Alimentación OCU**

Basque Culinary center 15 de Noviembre de 2012

Hábitos de consumo: 2011

- Consumo per cápita de 26,81 kilos por persona y año. El 2º de la UE.
- El consumo de pescado y marisco cayó debido a la crisis económica.



Hábitos de consumo: situación actual

- Los españoles consumimos pescado fresco
- Preferimos comprar en mercados o pescaderías (63%)
- Los mayores de 65 años consumen más pescado fresco.



Situación actual: experiencias



NO ha funcionado



No acaba de despegar



Situación actual: experiencias



Si han tenido éxito



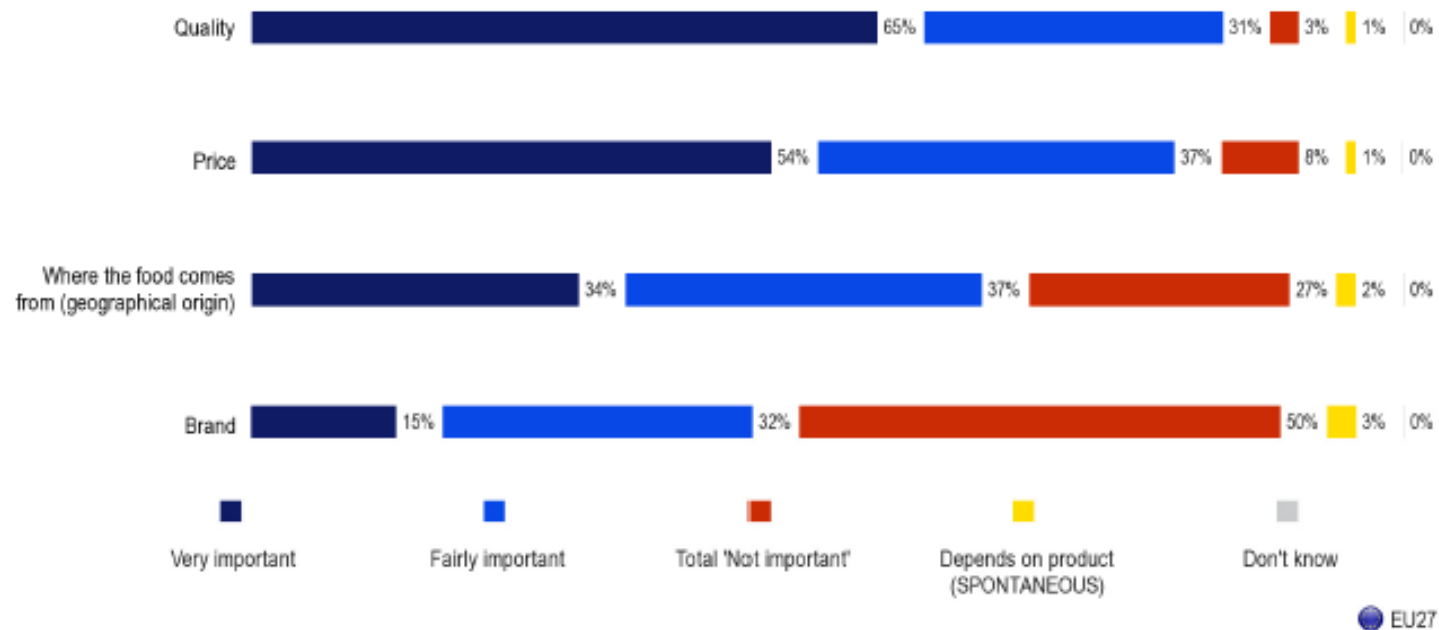
Preocupaciones de los consumidores ante el pescado

- 4º lugar preocupa la seguridad alimentaria
- contaminación de mercurio en pescado
- En España la preocupación más relevante es el precio seguido de la calidad y frescura.



En que nos fijamos a la hora de comprar:

QD3. When buying food, how important are the following for you personally...?



Special Eurobarometer 389 Europeans and Agriculture 2012

Nuevas preocupaciones: Origen



Alimentos que
cuentan una
historia



Tendencias



La crisis nos ha hecho volver a casa; cocinar, reunirse, recibir invitados



Tendencias: cocinar está de moda

CARACTERÍSTICAS DE L@ COCINER@ EN 2012

Ahorradora a la hora de cocinar



Preocupada por la salud



Cocina Incluso cuando tiene prisa



Planifica y se basa en la experiencia

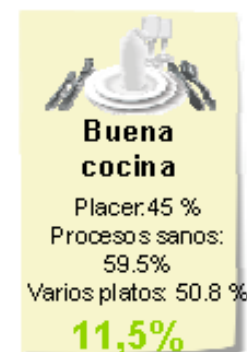
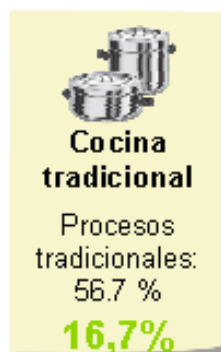


Segmentación de estilos de cocina en España Jornadas Anticipa2 septiembre 2012

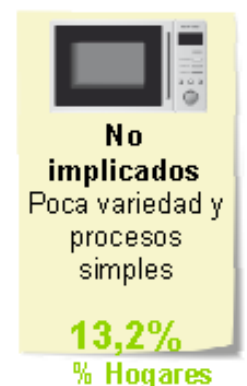
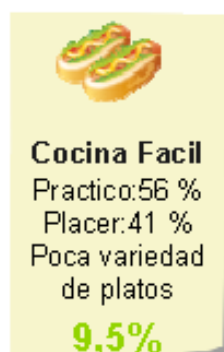
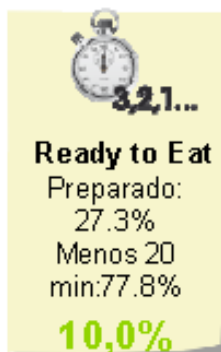
ESTILOS DE COCINA: **PERFIL DE CONSUMO**

10 estilos de cocina diferentes es España

Cocina Sofisticada



Cocina Simple



Tendencias en cocina



MAS INGESTAS PREPARADAS EN CASA



COMIDAS ELABORADAS Y FAMILIARES



PRODUCTOS QUE AYUDAN EN LA COCINA



SABORES DE OTROS PAISES

Segmentación de estilos de cocina en España Jornadas
Anticipa2 septiembre 2012

Nuevas demandas: venta directa



Financiado por:



FEADER
Europa invierte en las zonas rurales

ARCO GOAG

El escaparate de los alimentos con nombre y apellidos

Agricultura de Responsabilidad Compartida


¿Qué es ARCo? Espacio para productores Espacio para consumidores Eventos y novedades Contacto

Productores




ARCo_COAG
ARCo_COAG

ARCo_COAG #Agricultores por un día: Acortando al máximo los canales de distribución



REGÍSTRATE ACCEDA A TU CUENTA

¡Bienvenido a hermeneus!
Tu mercado de compra directa
al profesional de la alimentación
Sostenible, Directo.



Nuevas preocupaciones: sostenibilidad, bienestar animal



CÓDIGO MARCADO EN EL HUEVO

Primer dígito
Código de la forma de cría

- 3 - Huevos de gallinas criadas en jaula.
- 2 - Huevos de gallinas criadas en el suelo.
- 1 - Huevos de gallinas camperas.
- 0 - Huevos de producción ecológica.

Segundo y tercer dígito
Código de Estado miembro de la UE del que proceden los huevos.

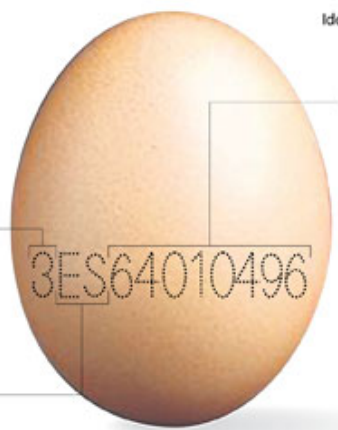
España ES

Siguientes dígitos
Identificación de la granja de producción

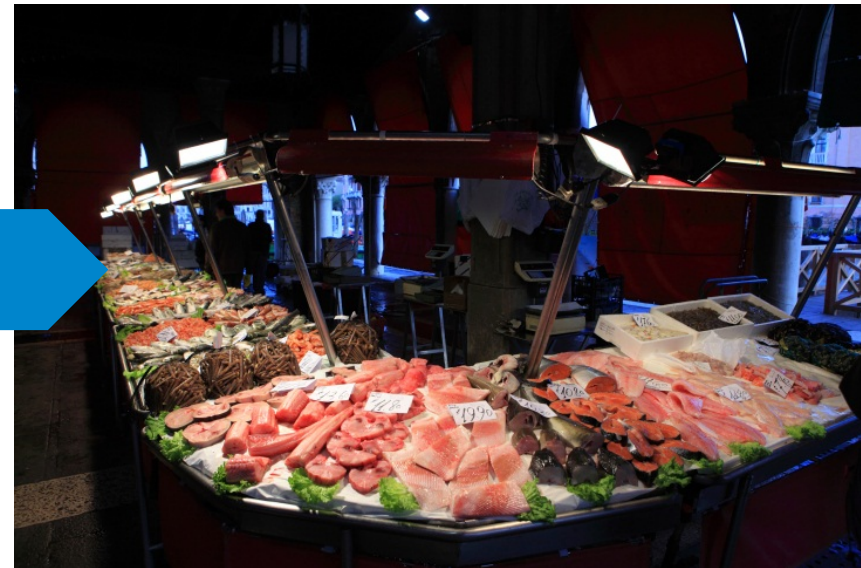
64010496

Código de la provincia	Código del municipio	Granja de producción
------------------------	----------------------	----------------------

Puede haber una letra al final del código que identifica cada manada de gallinas dentro de una misma granja.



Quiere variedad: evolución



Quiere variedad: evolución

- A corto plazo: la prioridad de los consumidores es el precio, productos fáciles de preparar (fileteados, sin espinas, marinados).



Situación ideal: consumidor que sabe lo que compra

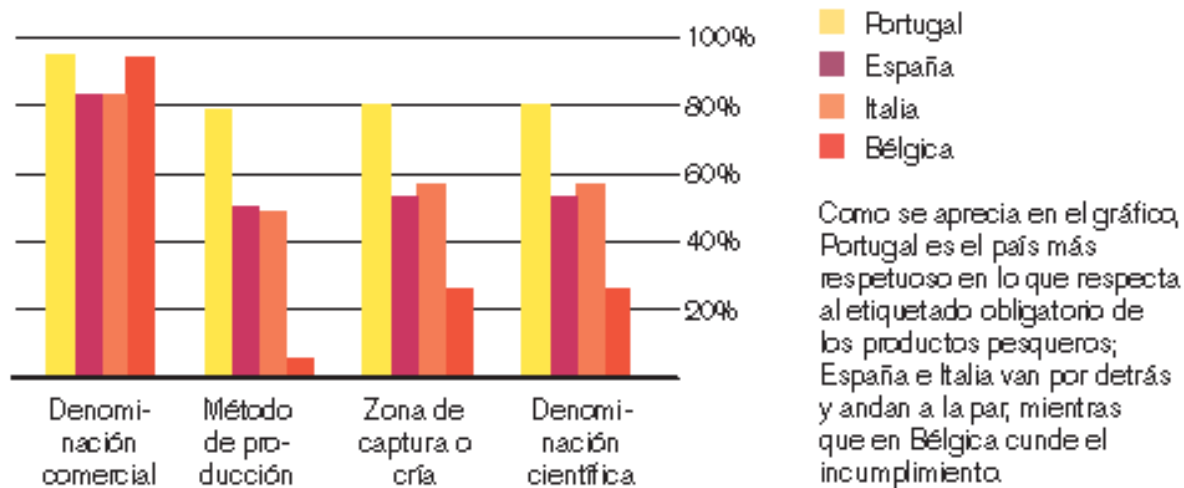
- Consumidor que tiene información suficiente para elegir:
- Acuicultura/Captura
- Fresco / Elaborado
- Origen
- Posibilidades de diferentes preparaciones y presentaciones,
- Consejos/orientaciones para cocinar.

La etiqueta tal y como la verá usted en la tienda



El consumidor no tiene toda la información.

ETIQUETADO OBLIGATORIO: NADIE LLEGA AL 100%



- Estudio publicado en OCU Compra Maestra marzo 2006

Resumiendo

- A medio-corto plazo: los factores que los consumidores más apreciarán son:
 - Precio
 - Variedad
 - Calidad, frescura, autenticidad.
 - Origen, trazabilidad. Venta directa al consumidor.
 - Salud, alimentos que nos cuidan.
 - Facilidad de preparación.
 - Productos innovadores con una buena estrategia.

- Innovación, nuevas preparaciones, fileteados, marinados, congelados o frescos, fáciles de proporcionar, facilitar las preparaciones tradicionales, alargando la caducidad del producto. Preparaciones para papillot, para horno. Posibilidad de hacer porciones sin espinas para niños.