

Març 2025

# L'esquema Nutri-Score ajuda a comprar més saludable? Funciona l'etiquetatge Nutri-Score?

Alimentació saludable:  
l'experiència d'EROSKI





<sup>01</sup> Hipòtesi	04
<sup>02</sup> Anàlisi	06
<sup>03</sup> Resultats	10
<sup>04</sup> Implicacions	72
<sup>05</sup> Conclusions i recomanacions	74

# Hipòtesi

La implantació de l'etiquetatge nutricional frontal Nutri-Score en els productes d'alimentació persegueix dos objectius.

D'una banda, vol oferir un etiquetatge frontal homogeni a productes de diferents marques que conviuen al lineal. Així, el consumidor pot triar d'una manera conscient i responsable gràcies a unes etiquetes clares i senzilles d'interpretar. L'efecte esperat seria, doncs, un cistell de compra més saludable, en què productes amb una millor composició nutricional guanyin participació en detriment d'articles amb una pitjor composició nutricional.

De l'altra, vol promoure la millora en la configuració de les gammes de productes que ofereixen els fabricants i els distribuïdors. Pel fet d'oferir una informació clara, objectiva i comparable, els fabricants voldran millorar la composició nutricional dels seus productes (i, per tant, la lletra que l'algoritme de Nutri-Score els assignarà) per ser més competitius a ulls del client. L'efecte esperat seria un lineal amb una gamma de millor perfil nutricional.

L'efecte esperat d'ambdós objectius hauria de ser un desplaçament de les vendes cap a productes amb una millor qualificació del Nutri-Score, ja sigui productes constants (el client tria millor sobre el que ja hi ha), o productes amb un perfil nutricional millorat (el client tria millors productes del que hi havia abans).

**Amb altres paraules, l'esquema Nutri-Score ajuda a comprar més saludable? Funciona l'etiquetatge Nutri-Score?**



02

# Anàlisi

Per poder verificar si aquests dos objectius s'han assolit, hem fet una **anàlisi** sobre el **comportament de les vendes dels productes amb Nutri-Score** de les marques pròpies d'EROSKI, el primer operador que va incloure aquest etiquetatge als seus productes a final del 2019.

## Les dades que presentem tot seguit fan referència a:

- La participació en vendes en euros i la seva evolució en el temps.
- De cadascuna de les lletres del Nutri-Score.
- Per cada grup d'aliments de la Piràmide de l'Alimentació Saludable.
- Entre el 2020 i el 2023 (ambdós inclosos).
- Es tenen en compte tots els productes de marca pròpia amb aquest etiquetatge nutricional (és a dir, tots el que poden portar-lo segons les regles d'aplicació).
- I totes les vendes de la xarxa comercial d'EROSKI i Caprabo.

Hem analitzat i ordenat la informació, seguint l'estructura de la Piràmide de l'Alimentació Saludable, amb el l'esquema següent:



**Part menys saludable de la Piràmide de l'Alimentació Saludable (aliments de consum recomanat ocasional)**

Consum ocasional	Ingredients dolços, greixos i altres	Endolcidors	Edulcorants, mel, xarops, cobertures.	
		Ingredients greixosos	Nata, llet condensada, mantega, margarina.	
		Altres ingredients	Altres ingredients, vinagres, sal.	
	Aliments dolços	Begudes ensucrades i endolcides	Refrescos i aigües de sabors (tes ensucrats), batuts, suc i suc làctics processats.	
		Begudes làctiques	Iogurts de sabors, ensucrats o endolcits, postres a base de làctics (natilles, flam...), gelats.	
		Esmorzar dolç	Melmelada, codony, cereals per esmorzar, galetes, barretes, brioixeria i masses, torró i massapà.	
	Pica-pica dolç i salat		Pastisseria, pastissos, xocolata, cacau en pols i cremes, snacks dolços (gominoles), snacks salats.	
	Menjar precuinat i salses	Salses	Altres salses, salses de tomàquet.	
		Menjar precuinat	Pizza, empanada, crestes, pa d'àngel, precuinats (fregits, lasanyes, delícies), surimi.	
	Carn processada i embotits		Carn processada (picades, botifarra de sang), paté, veggies, embotit (xoriço, llonganissa), bacó, cuits (gall dindi, pernil, pollastre, braó), pernil, cecina, llom curats.	

**Part saludable de la Piràmide de l'Alimentació Saludable (aliments de consum recomanat diari o freqüent)**

Consum freqüent (setmanal)	Làctics, ous, peix, carn	Carn	Carn vermella, plats preparats de carn, carn blanca.
		Peix i marisc	Plats preparats de peix i marisc, marisc congelat, marisc en conserva, marisc fresc, peix congelat, peix en conserva i fumat, peix fresc.
		Ous	Ous de gallina i altres, plats preparats amb ou.
		Làctics	Formatge fresc, per untar, formatge tendre, semicurat i curat, iogurt, bífidus, quefir natural, quallada, begudes vegetals, llet.
	Llegums, fruita seca, llavors	Llegums	Plats precuïnats amb llegums, llegums en conserva, congelades, llegums seques, llavors.
		Fruita seca i llavors	Llavors, fruita seca.
Consum habitual (diari)	Olis		Altres olis, oli d'oliva.
	Pa i altres cereals, patates i altres tubercles		Plats preparats cereal, patates, entrepans, altres tubercles i castanyes, farina i pa ratllat, cereal (pastes, arrossos...), pa (fresc, torrat), massa de pizza.
	Fruita i hortalisses	Hortalisses	Plats preparats hortalissa, herbes i espècies, confitats, hortalisses congelades, hortalisses en conserva, hortalisses fresques.
		Fruita	Fruita en conserva, fruita deshidratada, fruita fresca.
	Hidratació		Cafè i aigües.

# Resultats

## Presentem els resultats segons els grups d'aliments de la Piràmide de l'Alimentació Saludable.

Per a cada grup, aportem el pes percentual que les vendes de cada lletra del Nutri-Score representen sobre el total, amb dades de l'any 2023. Això ens permetrà conèixer la qualitat nutricional que de la proposta de cada gamma.

A més de les dades per cada grup d'aliments, afegirem dades agregades per cada nivell de la Piràmide de l'Alimentació Saludable (aliments de consum recomanat diari, freqüent o setmanal i ocasional, així com la dada final agregada de tots els aliments i begudes).

També aportarem la dada d'evolució (increment o decrement) del pes percentual de cadascuna de les lletres del Nutri-Score. Per fer-ho, presentem la diferència entre les dades del 2023 i les del 2020.

Per últim, farem un valoració per entendre els resultats més fàcilment.

Cal tenir en compte que les dades presentades a continuació fan referència exclusivament als productes de les marques pròpies d'EROSKI. No es tenen en compte les vendes de productes d'altres marques ni dels productes frescos que es venen a granel.



Tots els productes de les marques pròpies d'EROSKI inclouen el Nutri-Score si la normativa que regula aquest etiquetatge ho estableix. Això no passa en totes les categories de producte, tot i que són poques les que en queden excloses (per exemple, alimentació infantil o begudes alcohòliques).

Els productes frescos purs, habitualment venuts a granel o en taulells i també en safates disponibles a lliure servei, no porten Nutri-Score, i per tant no s'inclouen en l'abast d'aquest estudi.

03  
**Resultats**

# Comportament dels grups d'aliments de consum recomanat diari.

Base de la Piràmide de l'Alimentació

01  
Hidratació

02  
Fruita i hortalisses

03  
Productes de cereal i patata

04  
Llegums, fruita seca i llavors

05  
Oli



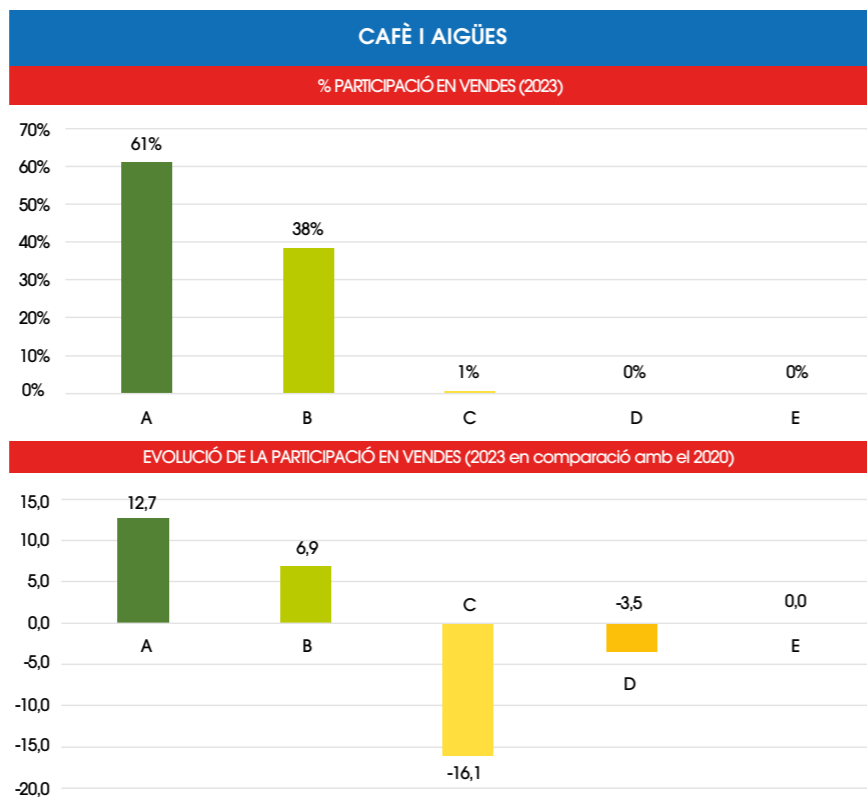
### 03 Resultats

#### 01 Hidratació

Es tracta d'un grup d'aliments ben posicionat nutricionalment, tal com correspon a la seva posició a la base de la Piràmide de l'Alimentació Saludable.

L'evolució dels últims anys desplaça les vendes cap a les lletres millor posicionades (per les diferents formes de càlcul).

La valoració és, per tant, **POSITIVA**.





### 03 Resultats

## 02 Fruites i hortalisses

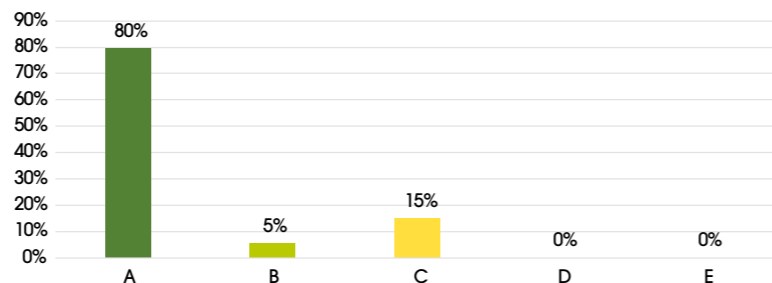
Som davant d'un grup d'aliments molt ben posicionat nutricionalment, amb un 85 % de les vendes situades entre les lletres A i B.

L'evolució d'aquests anys millora encara més la proposta inicial gràcies a les millores en la gamma, que compta amb un cert grau de processament (única en què és possible revisar les fitxes tècniques per a la seva millora nutricional): fruita i hortalisses en conserva i plats preparats amb verdures i hortalisses.

Es tracta d'una categoria de productes de gran rellevància per a una alimentació saludable, amb la qual cosa la valoració només podria ser **MOLT POSITIVA**.

FRUITA EN CONSERVA, FRUITA DESHIDRATADA, FRUITA FRESCA, PLATS PREPARATS HORTALISSES, HERBES I ESPÈCIES, ALIMENTS CONFITATS, HORTALISSES CONGELADES, HORTALISSES EN CONSERVA, HORTALISSES FRESCUES ENVASADES

% PARTICIPACIÓ EN VENDES (2023)



EVOLUCIÓ DE LA PARTICIPACIÓ EN VENDES (2023 en comparació amb el 2020)



### 03 Resultats

#### 03 Productes de cereal i patata

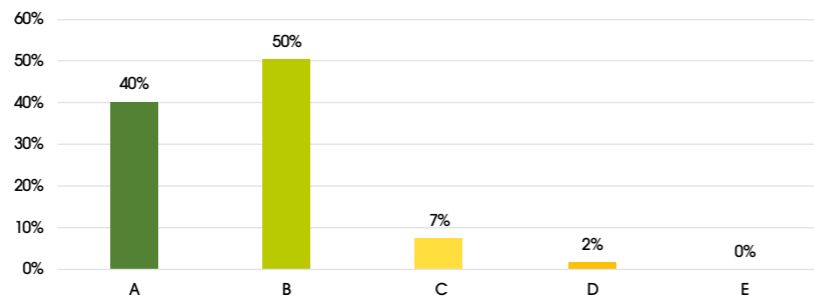
Aquest grup d'aliments presenta un perfil molt favorable, amb un 90 % de les vendes situades entre les lletres A i B. L'evolució d'aquests anys suposa un desplaçament de les lletres cap a les més interessants des d'un punt de vista nutricional. L'increment en la presència de productes integrals i la seva evolució en vendes afavoreixen el resultat.

Tot i que el seu pes en vendes és petit, la proposta de plats preparats de cereal (arrossos i pasta essencialment) s'ha fet cuidant la recepta dels productes. Això afavoreix el resultat. La presència de productes amb la lletra D és pràcticament residual.

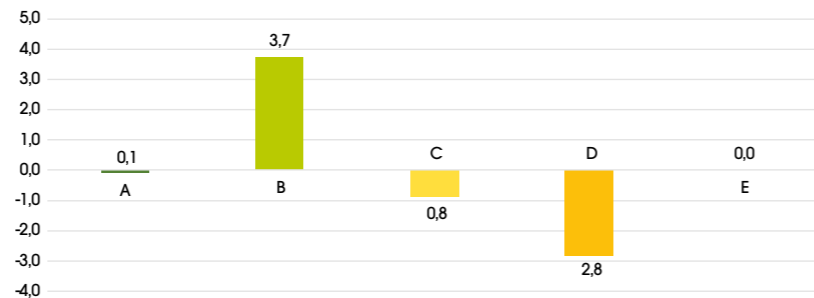
La valoració que es dedueix de les dades és, un cop més, **MOLT POSITIVA**.

PLATS PREPARATS CEREAL, PATATES, ENTREPANS, ALTRES TUBERCLES I CASTANYES, FARINA I PA RATLLAT, CEREAL (PASTES, ARROSSOS...), PA (FRESC, TORRAT), MASSA PIZZA

% PARTICIPACIÓ EN VENDES (2023)



EVOLUCIÓ DE LA PARTICIPACIÓ EN VENDES (2023 en comparació amb el 2020)



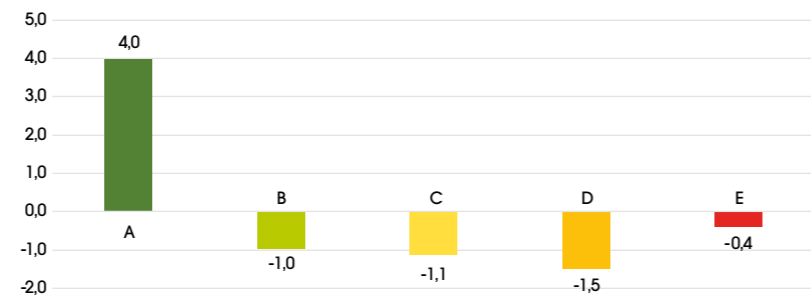
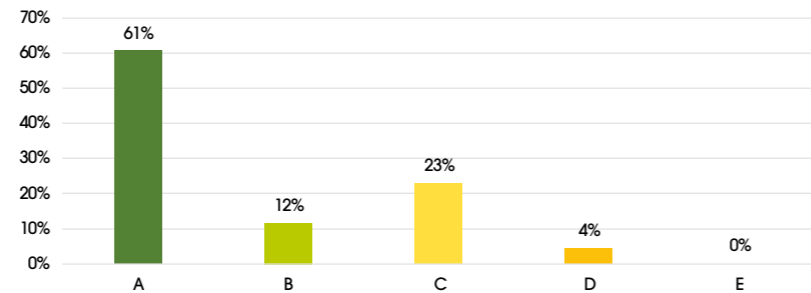
### 03 Resultats

## 04 Llegums, fruita seca i llavors

Aquest grup d'aliments presenta un perfil molt favorable, amb un 73 % de les vendes situades entre les lletres A i B. L'evolució d'aquests anys suposa un desplaçament progressiu cap a millors posicions, sobretot per la millora de la proposta de la gamma d'aquestes categories (productes D que passen al grup C, productes C que passen al grup B i un increment evident de productes A).

La millora de les gammes es duu a terme, com és lògic, en els productes que tenen algun grau de processament (llegums en conserva, plats preparats a base de llegums). El comportament de la fruita seca no és tan bo com el dels llegums.

La valoració global que es pot fer és **MOLT POSITIVA**.



**05 Oli**

No es presenten dades sobre la categoria d'olis perquè, per controvèrsies i canvis en el càlcul de la seva qualificació, es tracta d'una categoria sense prou dades per oferir conclusions fonamentades.

El nou algoritme de càlcul del Nutri-Score, vigent des de fa pocs mesos, atorga la lletra B a l'oli d'oliva, que és el que obté més participació en les vendes de la categoria. El resultat serà, sense cap mena de dubte, **POSITIU**.



03  
Resultats

# Comportament dels grups d'aliments de consum recomanat freqüent (diversos cops per setmana).

Tronc o part central de la Piràmide de l'Alimentació

01  
Làctics

02  
Peix i marisc

03  
Carn



### 03 Resultats

#### 01 Làctics

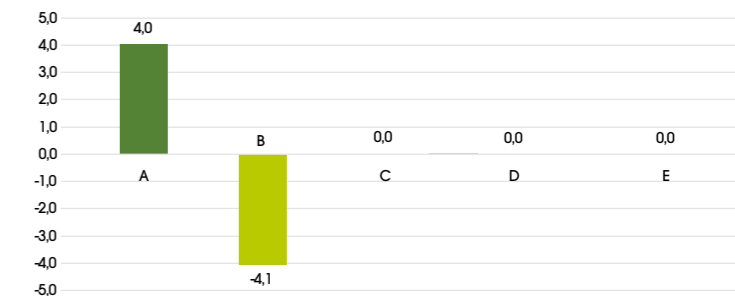
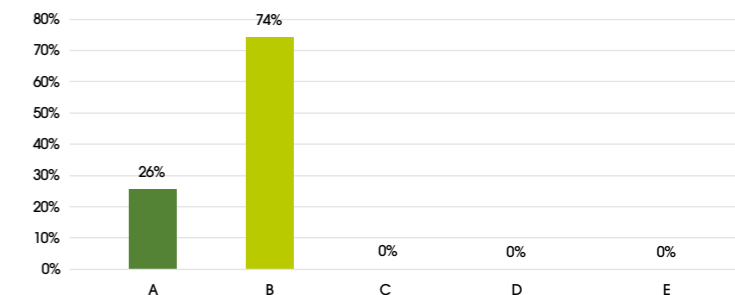
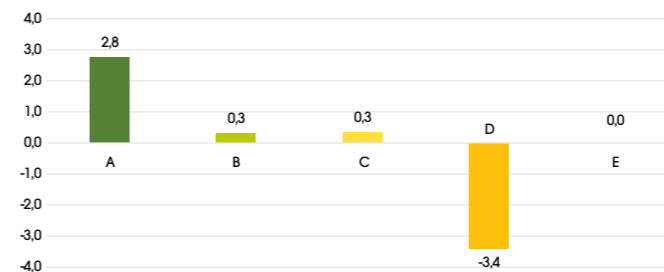
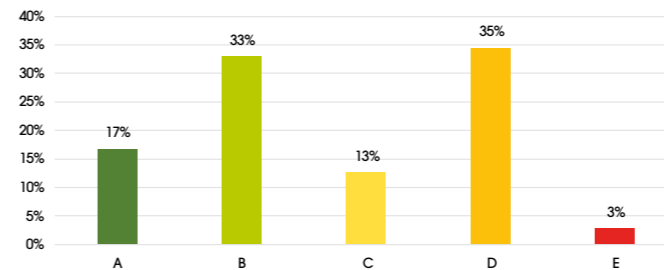
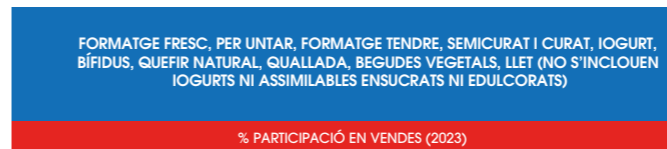
Els productes làctics (als quals afegim les begudes vegetals per ser similars pel que fa als hàbits de consum) són una categoria molt variada.

La foto agregada de tots els grups d'aliments que s'inclouen a la categoria és positiva, tot i que aproximadament un terç de les vendes es localitzen en una lletra a priori poc interessant des del punt de vista nutricional (la D); però que en aquest cas obeeix la família dels formatges, sobretot els més curats (ja que no hi ha iogurts, quefir, formatge fresc, quallades ni begudes vegetals amb una lletra pitjor que la C).

És important tenir en compte que els iogurts ensucrats i edulcorats no estan inclosos en aquest grup d'aliments, ja que s'assimilen a aliments dolços i, per tant, els col·loquem entre els productes recomanat ocasional.

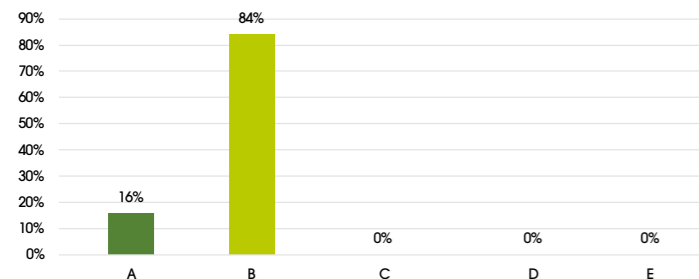
Una millor consciència dels consumidors i la revisió dels productes ha motivat un desplaçament de les vendes cap a productes de millor qualificació (A). En realitat, el gràfic amaga un efecte en cadena: vendes D que es desplacen a la C, de la C a la B i, per últim, de la B a la A.

Val la pena veure més detalladament aquests grups d'aliments.

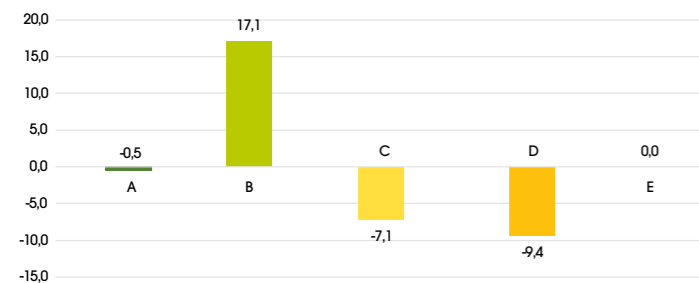


### BEGUDES VEGETALS

% PARTICIPACIÓ EN VENDES (2023)

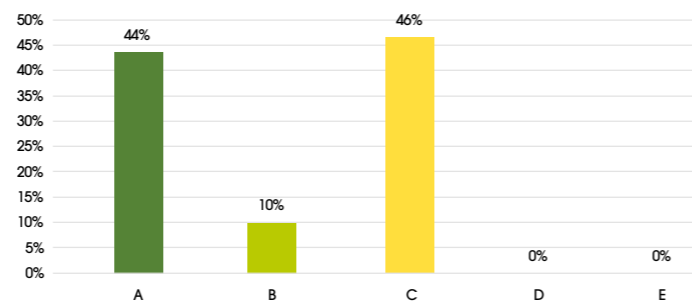


EVOLUCIÓ DE LA PARTICIPACIÓ EN VENDES (2023 en comparació amb el 2020)

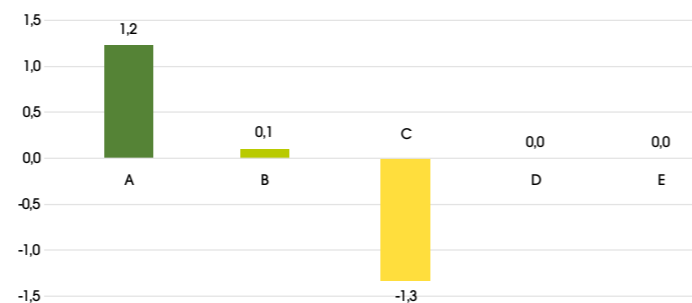


### IOGURT, BÍFIDUS, QUEFIR NATURAL, QUALLADA

% PARTICIPACIÓ EN VENDES (2023)

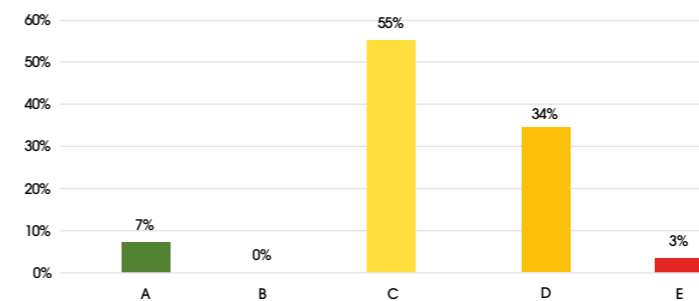


EVOLUCIÓ DE LA PARTICIPACIÓ EN VENDES (2023 en comparació amb el 2020)



### FORMATGE FRESC, PER UNTAR

% PARTICIPACIÓ EN VENDES (2023)

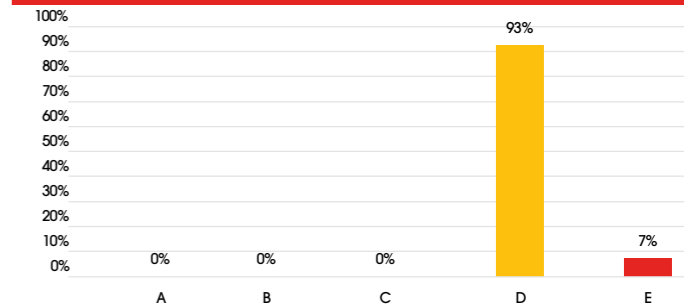


EVOLUCIÓ DE LA PARTICIPACIÓ EN VENDES (2023 en comparació amb el 2020)

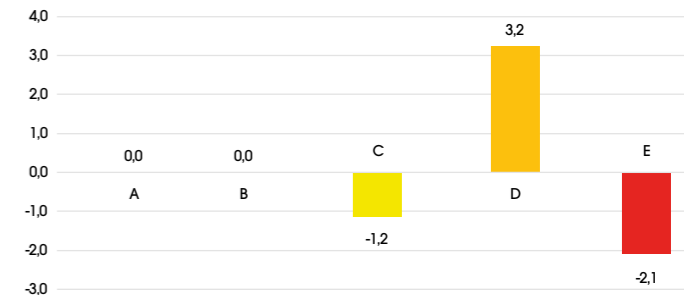


### FORMATGE TENDRE, SEMICURAT I CURAT

% PARTICIPACIÓ EN VENDES (2023)



EVOLUCIÓ DE LA PARTICIPACIÓ EN VENDES (2023 en comparació amb el 2020)





Com es pot observar, en algunes de les categories de productes làctics (o assimilables pel seu tipus de consum), com ara la llet, les begudes vegetals, els iogurts (tret dels ensucrats i els edulcorats, que són més assimilables a postres dolces), es produeix una concentració de vendes en les millors lletres, amb increments en el temps de les més saludables, cosa que és **POSITIVA**.

Ara bé, en aquest grup d'aliments seria una simplificació considerar que productes situats en lletres C fins i tot D no són adequats per a una alimentació equilibrada.

Pel que fa als formatges, les vendes estan situades a les lletres menys interessants (per la pròpia naturalesa d'aquests productes), però l'evolució a millors lletres també és **POSITIVA**.



### 03 Resultats

#### 03 Peix i marisc

Cal recordar que no estan inclosos en aquesta anàlisi els productes frescos purs venuts a granel o en porció consumidor (safata), sense processament dels ingredients.

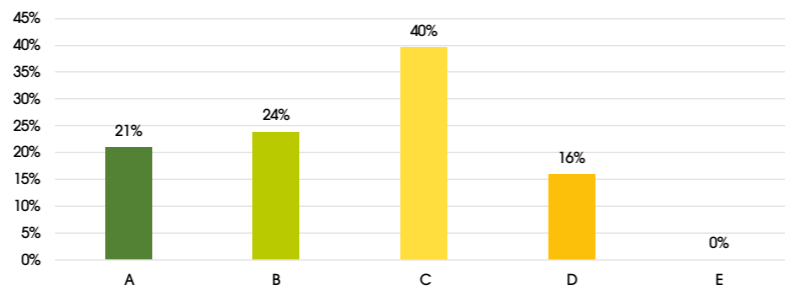
En aquest cas, veiem que les vendes, tot i que es concentren en bones posicions, es desplacen lleugerament cap a les lletres poc interessants.

Això es deu a l'increment creixent en vendes dels productes amb més processament d'aquest grup d'aliments, per exemple, els plats preparats amb peix (equiparable probablement a les preparacions casolanes).

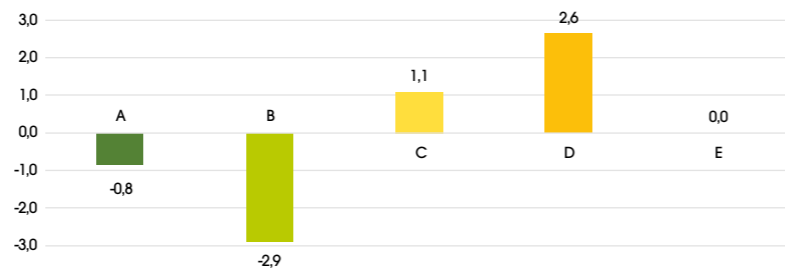
En qualsevol cas, la valoració és **POSITIVA**.

PLATS PREPARATS PEIX I MARISC, MARISC CONGELAT, MARISC EN CONSERVA, MARISC FRESC, PEIX CONGELAT, PEIX EN CONSERVA I FUMATS

% PARTICIPACIÓ EN VENDES (2023)



EVOLUCIÓ DE LA PARTICIPACIÓ EN VENDES (2023 en comparació amb el 2020)



### 03 Resultats

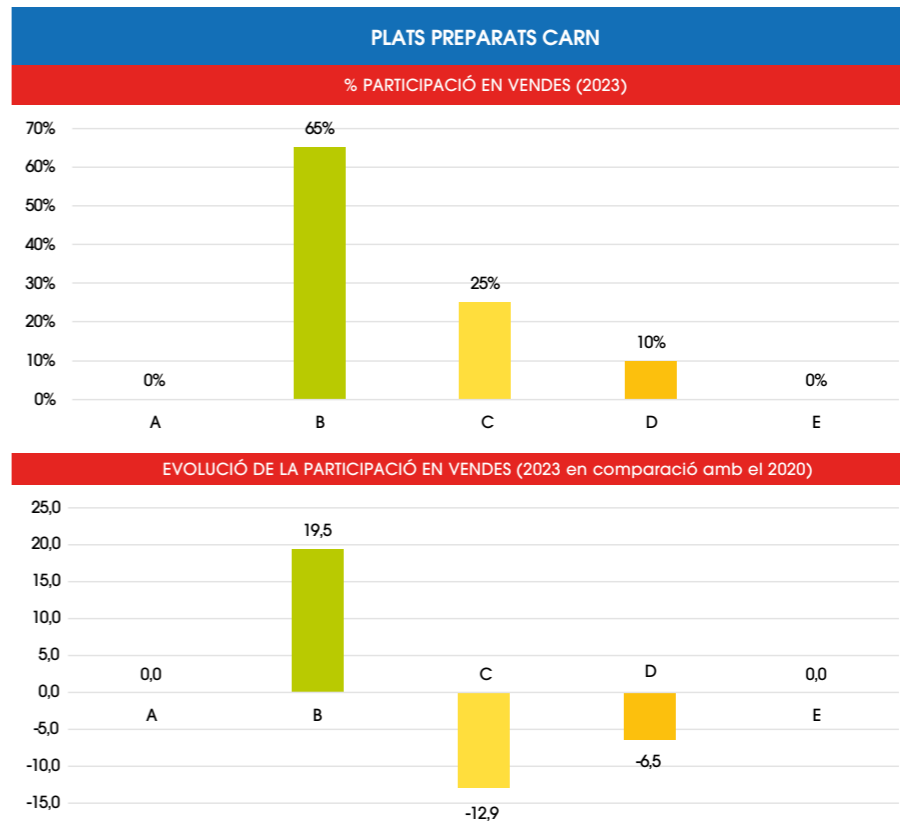
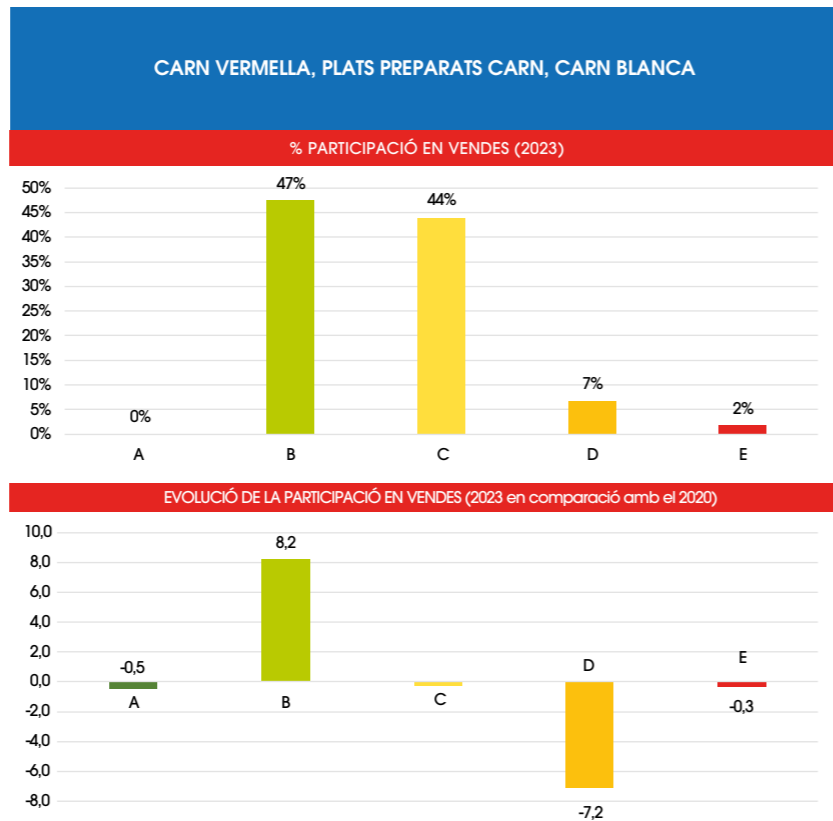
#### 04 Carn

Veiem que les vendes se situen, clarament, en posicions nutricionalment saludables o intermèdies. Això es deu a la barreja de vendes entre carns blanques (pollastre, gall dindi, conill) i vermelles (boví, porcí, xai).

L'evolució obeeix a un desplaçament cap a les carns més saludables, motivat segurament per la cerca d'una alimentació més saludable i per una millora en les receptes dels plats preparats amb carn.

També es deu als efectes de la inflació, que ha desplaçat vendes cap a la gamma més econòmica (pollastre per davant de boví).

La valoració és **POSITIVA**.



Si ampliem els plats preparats, una categoria que mostra una rellevància creixent en vendes i que pot ser un camí adequat per promoure una alimentació saludable, veiem que la situació i el comportament entre els que tenen el peix i el marisc com a base difereix dels que mostren els plats preparats a base de carn.

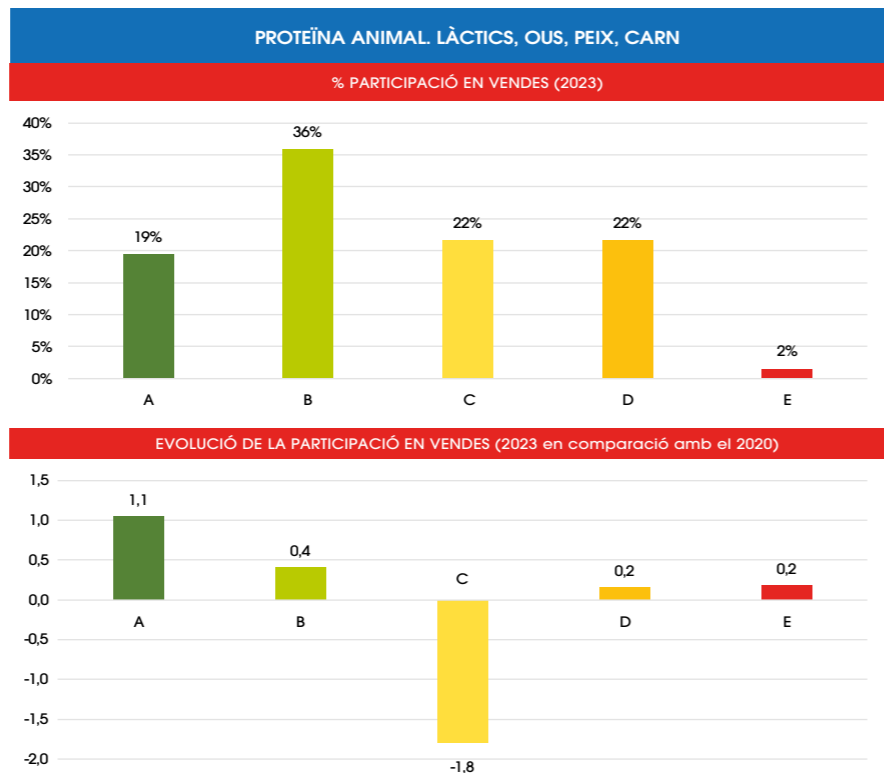
Ambdues realitats tenen una posició bona (més del 65 % de les vendes a les lletres A i B), però la tendència d'aquests anys és **diferent**.

Cal recordar que el càlcul del Nutri-Score es fa per 100 grams de productes. Això afavoreix els plats preparats, que solen tenir racions més grans.

### 03 Resultats

#### Làctics, ous, peix i marisc, carn

El resultat agregat dels quatre grups d'aliments d'origen animal que trobem a la part central de la Piràmide de l'Alimentació Saludable és **POSITIU**, amb una gran part de les vendes situades entre les lletres positives i amb una tendència, amb el temps, cap a la millora.



03  
**Resultats**

# Comportament dels grups d'aliments de consum recomanat Ocasional (consum recomanat molt espaiat en el temps).

Cúspide o part superior de la Piràmide de l'Alimentació

- |                                  |                        |              |                   |                                 |
|----------------------------------|------------------------|--------------|-------------------|---------------------------------|
| 01<br>Carn processada i embotits | 02<br>Menjar precuinat | 03<br>Salses | 04<br>Snack salat | 05<br>Aliments i begudes dolços |
|----------------------------------|------------------------|--------------|-------------------|---------------------------------|



### 03 Resultats

#### 01 Carn processada i embotits

La naturalesa dels productes (amb altes quantitats de greix, greixos saturats, sal i una aportació calòrica elevada) fa que les lletres menys positives siguin les que acaparen la majoria de les vendes.

L'evolució en el temps suggereix una millora de la gamma que s'ofereix i una tria més conscient per part dels consumidors; una prova que demostraria que el Nutri-Score ha tingut resultats positius. Tal com mostra el gràfic, es produeix un efecte de cadeneta

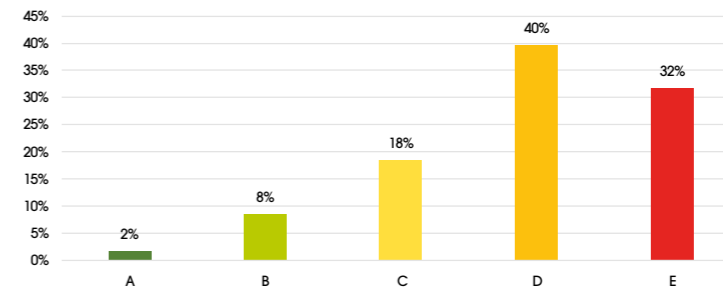
des de la lletra E fins a la lletra A: cada lletra central agafa vendes que cedeixen les lletres anteriors, però les cedeix (de vegades fins i tot en una mesura més gran) a la següent millor lletra.

Aquest efecte no és suficient per modificar el repartiment de vendes entre lletres d'aquest grup d'aliments.

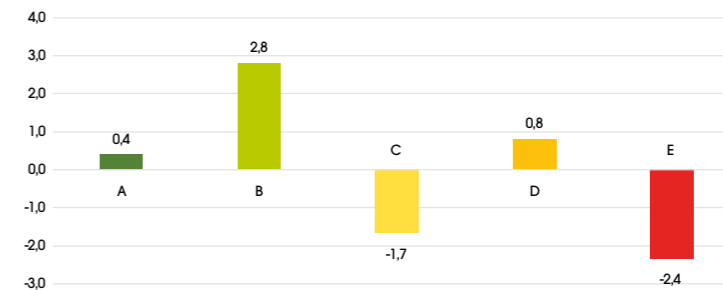
Els resultats són, doncs, moderadament **POSITIUS**.

CARN PROCESSADA (PICADES, BOTIFARRA DE SANG), PATÉ, VEGGIES, EMBOTIT (XORIÇO, LLONGANISSA), BACÓ, POTATGES(GALL DINDI, PERNIL, POLLASTRE, BRAÓ DE PORC), PERNIL, CECINA, LLOM CURATS

% PARTICIPACIÓ EN VENDES (2023)



EVOLUCIÓ DE LA PARTICIPACIÓ EN VENDES (2023 en comparació amb el 2020)



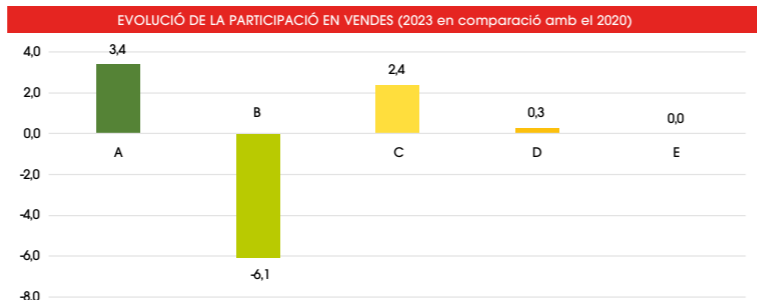
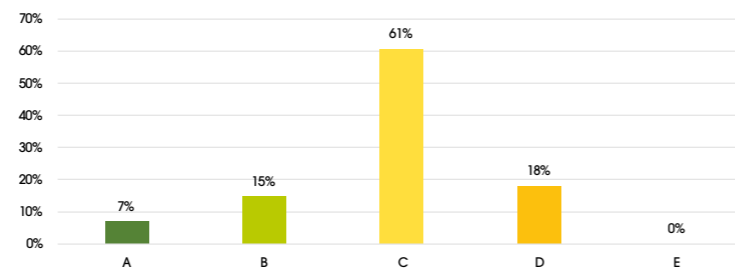
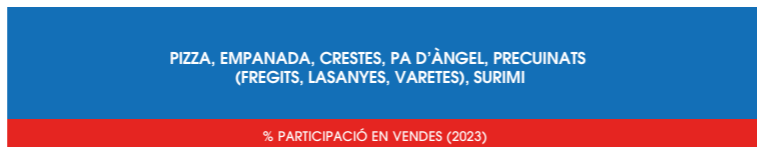
### 03 Resultats

#### 02 Menjar precuinat

Les vendes dels productes precuinats tenen una posició molt centrada. El 82 % de les vendes es concentren entre les tres primeres lletres (A + B + C).

Cal tenir en compte que molts d'aquests productes s'han d'acabar de cuinar a casa del consumidor. Això no passa amb els plats preparats que hem vist abans i, segurament, provocarà un empitjorament nutricional (per fritura, per exemple).

L'evolució en aquests anys ha suposat el repartiment de vendes dels productes B, que es redueixen, tant als A com als D. El resultat global és relativament NEUTRE.



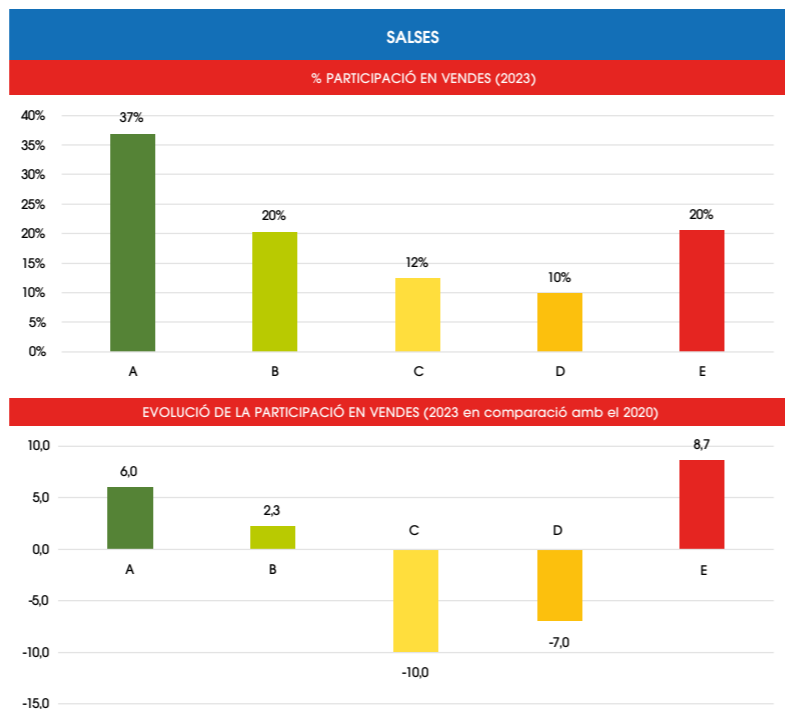
### 03 Resultats

#### 03 Salses

Les vendes de les salses estan molt repartides, sobretot per la varietat que presenta la categoria (salses de tomàquet, maionesa, mostassa, salsa barbacoa, altres).

L'evolució implica un repartiment de les lletres centrals cap als dos extrems: d'una banda hi ha les salses més saludables, amb poca càrrega calòrica, greix i sal (la millora nutricional i una millor consciència d'un consumidor més ben informat fan que les vendes de la lletra C es desplacin a la B o, fins i tot, a la lletra A. Això és **POSITIU**). I de l'altra banda, les salses menys interessants des del punt de vista nutricional, però que guanyen interès per part dels consumidors (vendes de la lletra D que passen a la lletra E, i això és **NEGATIU**).

L'heterogeneïtat de l'els productes de la categoria, la seva naturalesa de productes d'indulgència, en molts casos, i l'entrada en joc d'altres factors diferents a la preocupació per la salut en la ment de consumidor expliquen aquest comportament polaritzat.





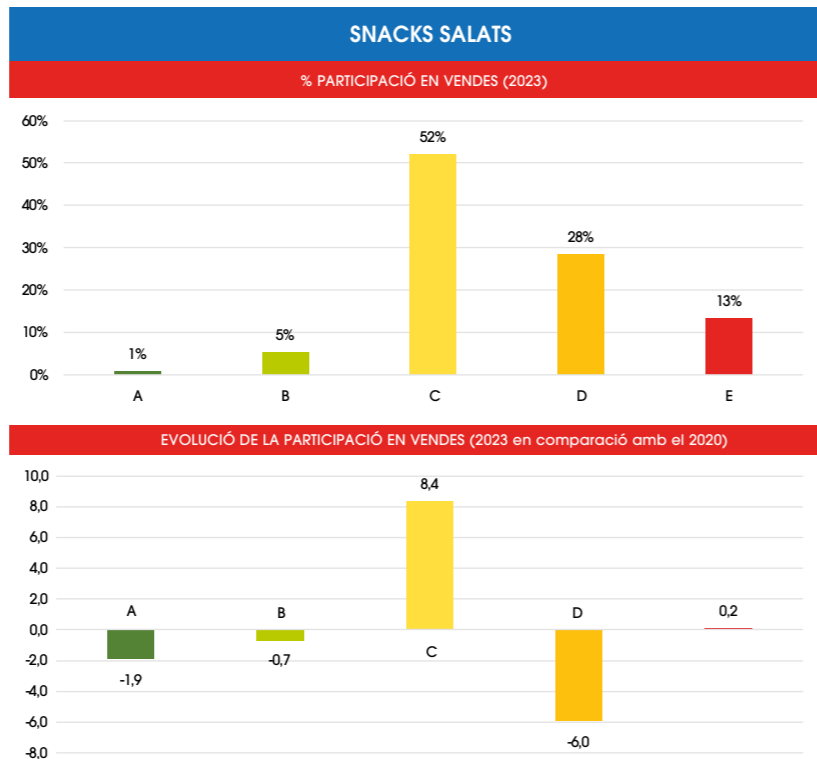
### 03 Resultats

#### 04 Snack salat

A mesura que ascendim per la Piràmide de l'Alimentació Saludable, veiem que les vendes s'acumulen a les lletres menys interessants.

Tot i això, la tendència d'aquests anys és positiva i minva el pes de les lletres D i E, que es desplaça cap a una lletra més central, la C, que, des d'una perspectiva realista, és l'única capaç de captar vendes (les lletres A i B gairebé no poden tenir presència en aquest grup si tenim en compte la naturalesa i els ingredients d'aquests aliments).

Els resultats són, doncs, moderadament **POSITIUS**.



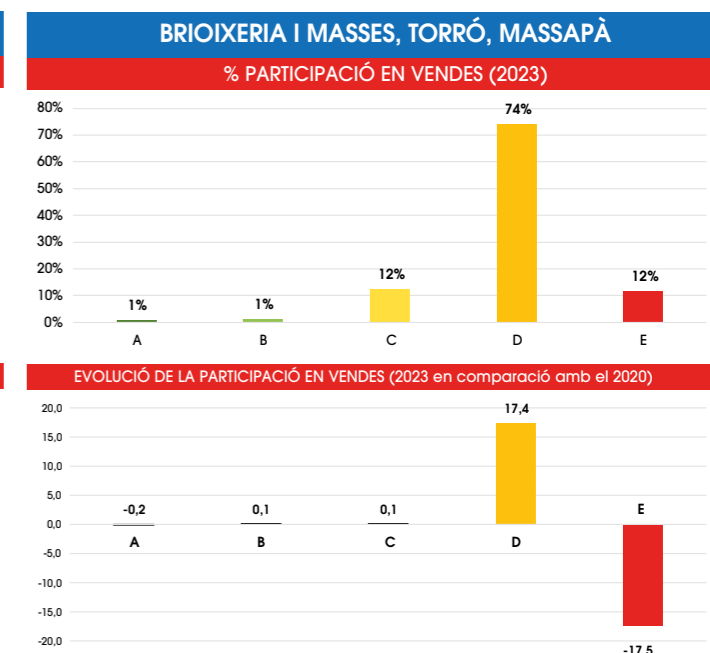
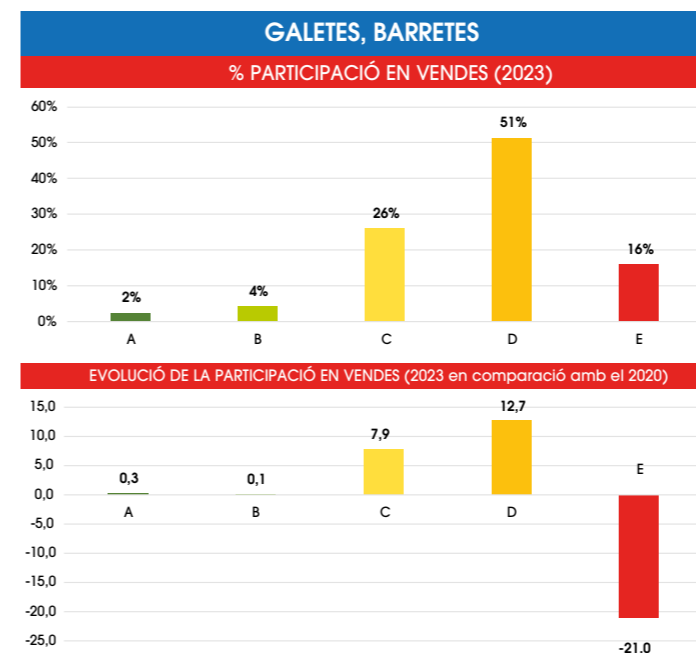
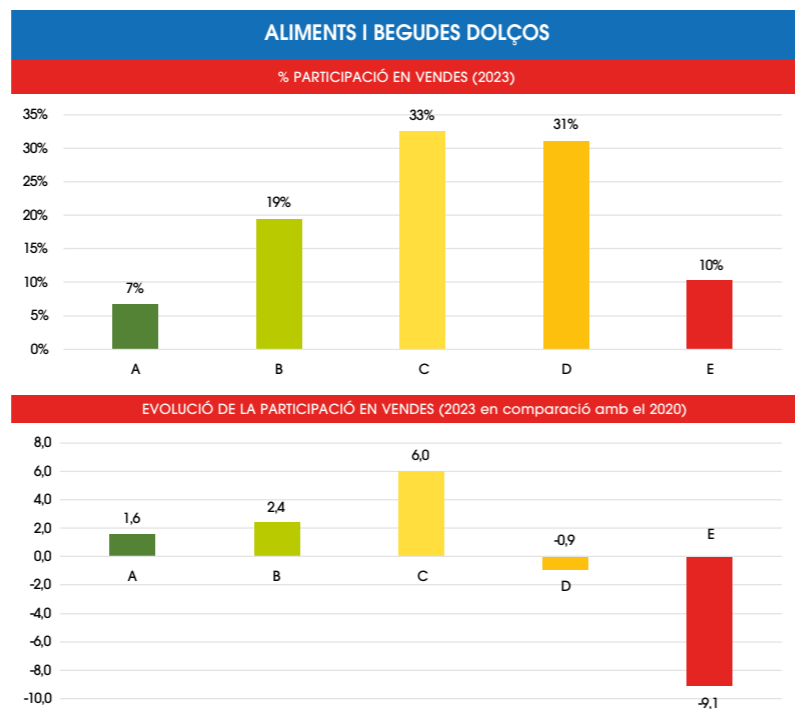
### 03 Resultats

#### 05 Aliments i begudes dolços

Aquest grup d'aliments, d'espectre variat, mostra unes vendes centrades, amb presència en lletres positives i menys positives.

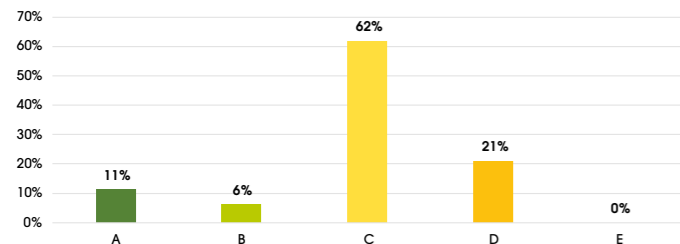
La seva evolució conjunta és POSITIVA, amb un desplaçament de vendes cap a lletres millors (amb l'efecte de cadeneta que hem vist en altres categories de productes): de la lletra E passen a la D, de la D a la C, de la C a la B i de la B a la A...).

Per la seva heterogeneïtat, té sentit veure-ho més detallat.

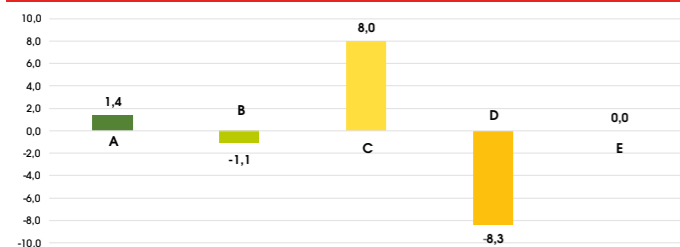


### CEREALS ESMORZAR

#### % PARTICIPACIÓ EN VENDES (2023)

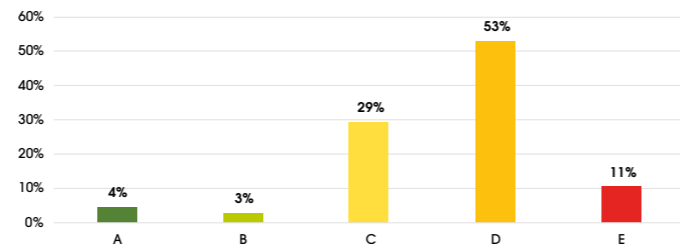


#### EVOLUCIÓ DE LA PARTICIPACIÓ EN VENDES (2023 en comparació amb el 2020)

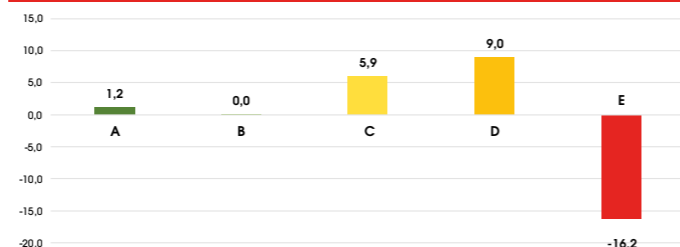


### ESMORZAR DOLÇ

#### % PARTICIPACIÓ EN VENDES (2023)



#### EVOLUCIÓ DE LA PARTICIPACIÓ EN VENDES (2023 en comparació amb el 2020)



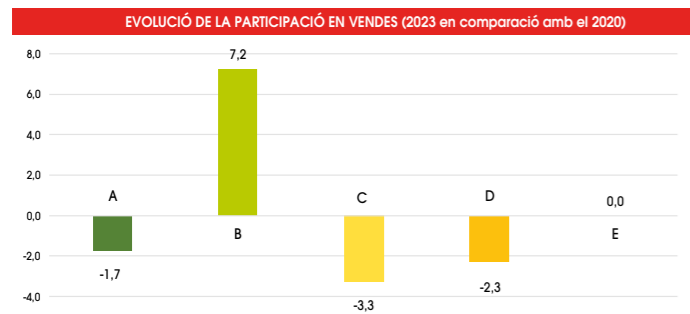
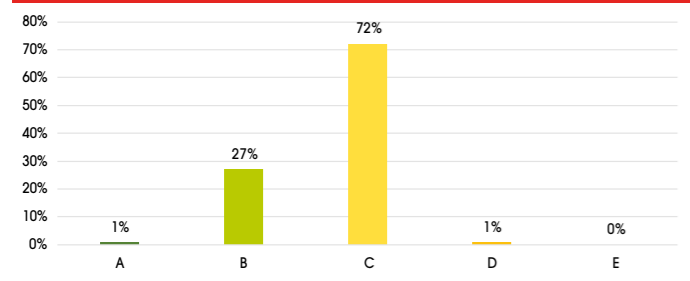
## Esmorzar dolç

Els productes típicament associats a un esmorzar dolç ofereixen, sobretot les galetes, les barretes, la brioxeria i les masses, un perfil similar, altament protagonitzat per les lletres menys favorables. Tot i això, veiem que la tendència és positiva, amb una reducció de les vendes de la lletra E a favor de la lletra D o, fins i tot, la C.

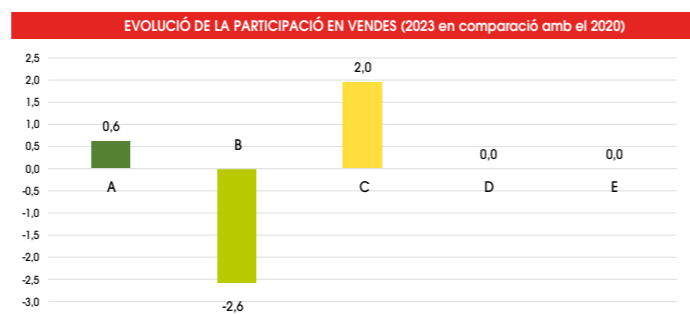
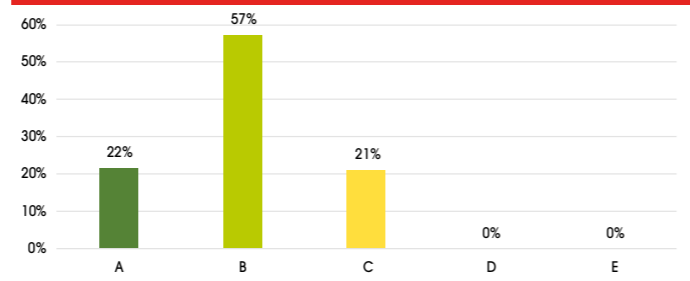
Els cereals de l'esmorzar mostren la mateixa tendència, tot i que la seva posició és millor per la decisió de no haver-hi la lletra E en aquesta família de productes.

La valoració que es pot fer és moderadament **POSITIVA**, més per l'evolució que pel pes de cada lletra, tal com es s'observa en el gràfic que inclou tots aquests productes.

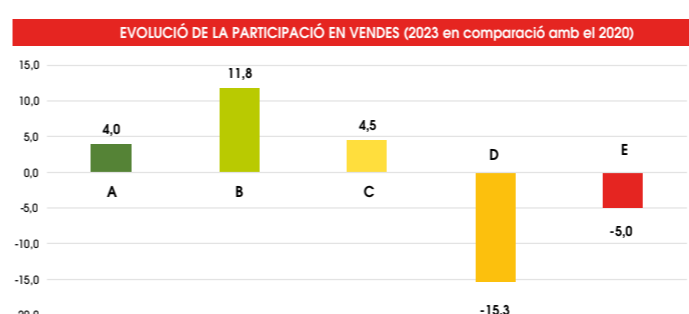
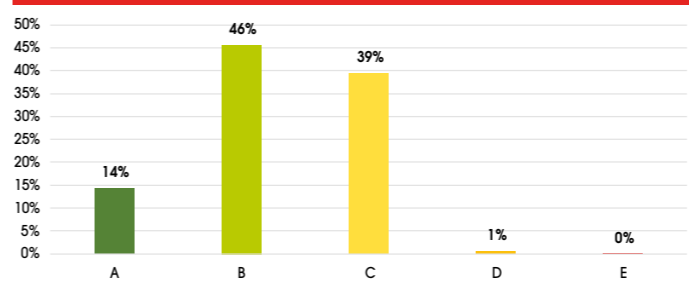
### POSTRES LÀCTICS (NATILLES, FLAM...)



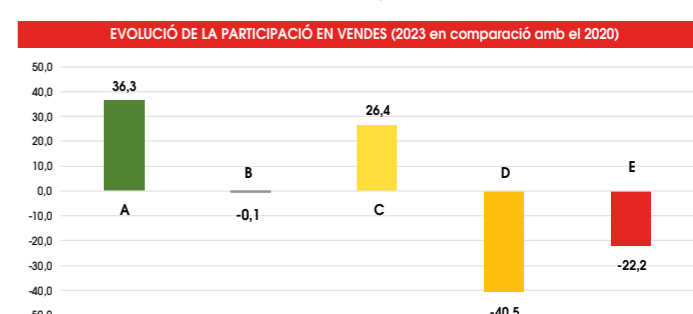
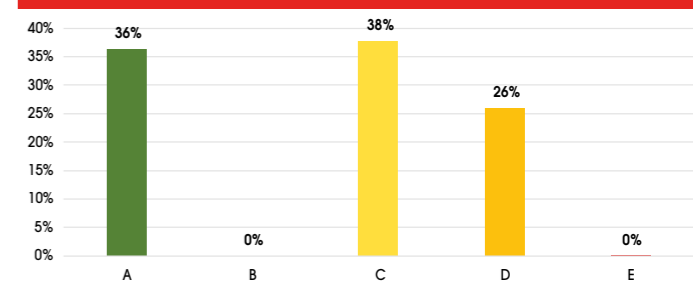
### IOGURTS DE GUSTOS, ENSUCRATS O EDULCORATS



### POSTRES ENSUCRATS I EDULCORATS



### GELATS



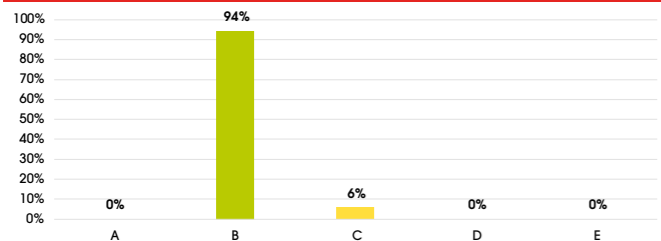
## Postres dolces

Les postres dolces (postres a base de làctics, iogurts ensucrats i edulcorats, gelats) presenten una bona evolució, amb una reducció clara de vendes de les lletres menys favorables i desplaçaments cap a millors lletres. A la categoria de gelats (tal com passa en altres categories, tot i que aquí l'efecte és més evident, la millora ve de la mà de l'eliminació dels productes amb greix de palma de la marca pròpia d'EROSKI.

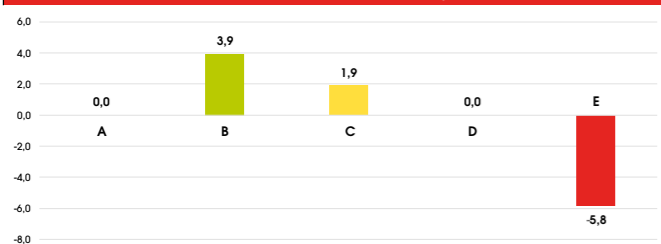
Comportament **POSITIU**, com s'observa al gràfic que inclou aquestes categories.

### BATUTS

% PARTICIPACIÓ EN VENDES (2023)

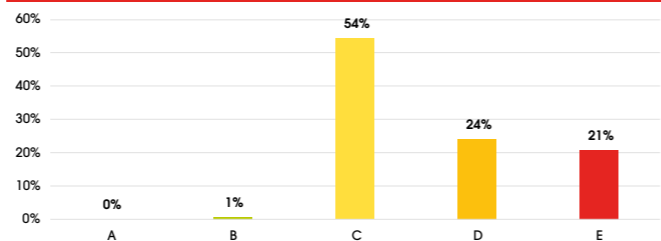


### EVOLUCIÓ DE LA PARTICIPACIÓ EN VENDES (2023 en comparació amb el 2020)



### SUCS I SUCS LÀCTICS PROCESSATS

% PARTICIPACIÓ EN VENDES (2023)

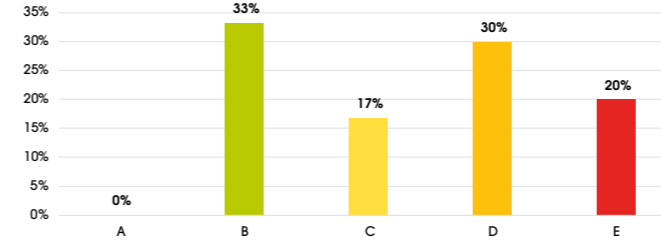


### EVOLUCIÓ DE LA PARTICIPACIÓ EN VENDES (2023 en comparació amb el 2020)



### REFRESCOS I AIGÜES AMB SABOR (TES ENSUCRATS)

% PARTICIPACIÓ EN VENDES (2023)

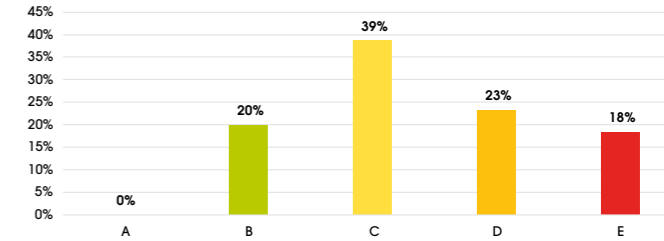


### EVOLUCIÓ DE LA PARTICIPACIÓ EN VENDES (2023 en comparació amb el 2020)

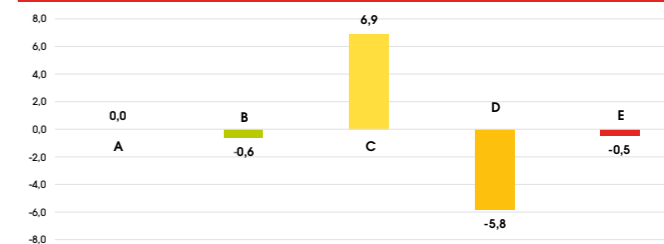


### BEGUDES ENSUCRADES I EDULCORADES

% PARTICIPACIÓ EN VENDES (2023)



### EVOLUCIÓ DE LA PARTICIPACIÓ EN VENDES (2023 en comparació amb el 2020)





## Begudes dolces

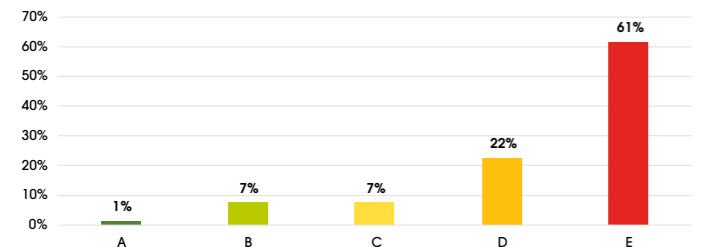
Les begudes dolces tenen un comportament **POSITIU**, però dissemblant. A la categoria de batuts crida l'atenció l'eliminació de vendes de la lletra E. Això està relacionat amb la reformulació o l'eliminació dels productes. A la categoria de suc i suc làctics, les vendes es desplacen cap a posicions centrals de les lletres menys positives.

A la categoria de refrescos, molt colonitzada per les lletres menys favorables, es produeix un desplaçament cap a millors posicions per una presència més àmplia de productes edulcorats en comparació amb els productes ensucrats.

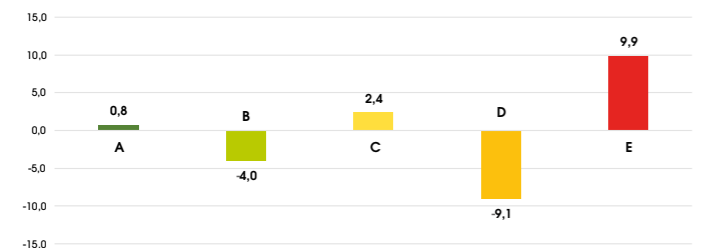
La valoració és moderadament **POSITIVA**, tal com s'observa al gràfic que inclou les dades de les tres categories.

### XOCOLATA, CACAU EN POLS I CREMES

% PARTICIPACIÓN EN VENTAS (2023)

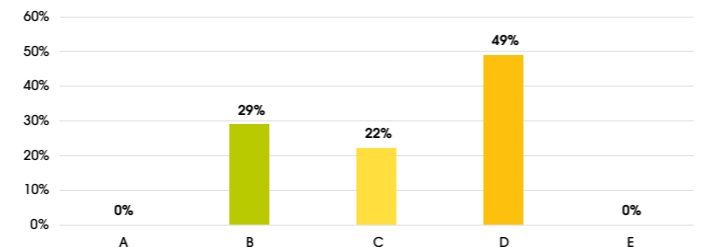


#### EVOLUCIÓN DE LA PARTICIPACIÓN EN VENTAS (2023 respecto de 2020)

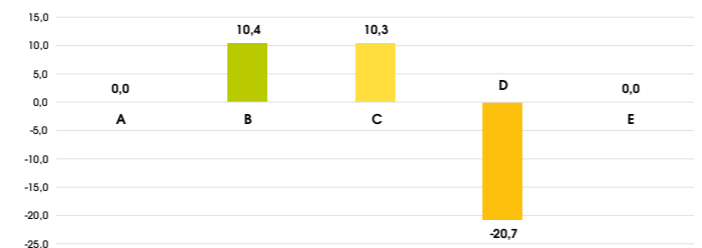


### SNACKS DOLÇOS (GOMINOLES)

% PARTICIPACIÓN EN VENTAS (2023)



#### EVOLUCIÓN DE LA PARTICIPACIÓN EN VENTAS (2023 respecto de 2020)

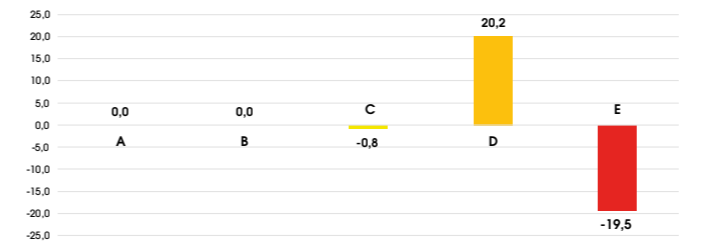


### PASTISSERIA, PASTISSOS

% PARTICIPACIÓN EN VENTAS (2023)

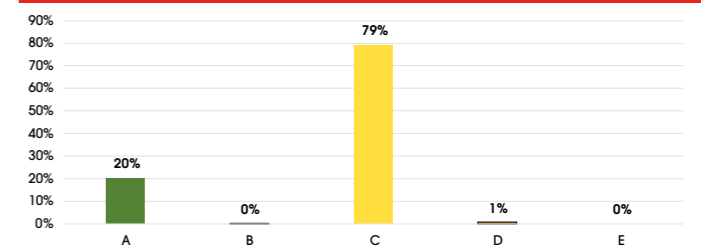


#### EVOLUCIÓN DE LA PARTICIPACIÓN EN VENTAS (2023 respecto de 2020)

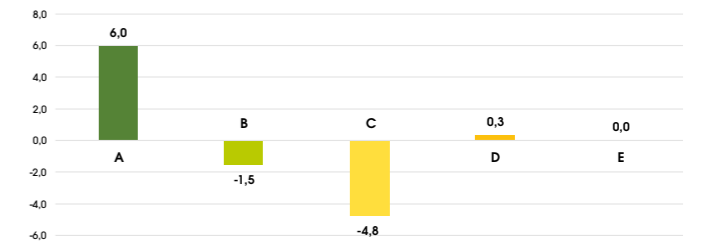


### MELMELADA, CODONY

% PARTICIPACIÓN EN VENTAS (2023)



#### EVOLUCIÓN DE LA PARTICIPACIÓN EN VENTAS (2023 respecto de 2020)







## Xocolates i altres productes dolços

Per últim, veiem que la resta de categories de productes dolços tenen, en gairebé tots els casos (snack dolç, pastisseria i rebosteria, mermelades), un comportament similar, amb un desplaçament de les vendes cap a millors lletres. Això és, per tant, POSITIU.

L'excepció la trobem a les xocolates, cacaus en pols i cremes de cacau, on les vendes de la lletra menys favorable, la E, creixen per transvasament de la D. Això es deu al canvi de mix de vendes entre aquestes categories i no pas a la reformulació negativa de les receptes.

03  
Resultats

# Dades agregades

- 01  
Consum diari
- 02  
Consum setmanal
- 03  
Consum ocasional
- 04  
Total aliments i begudes

## 01 Consum diari

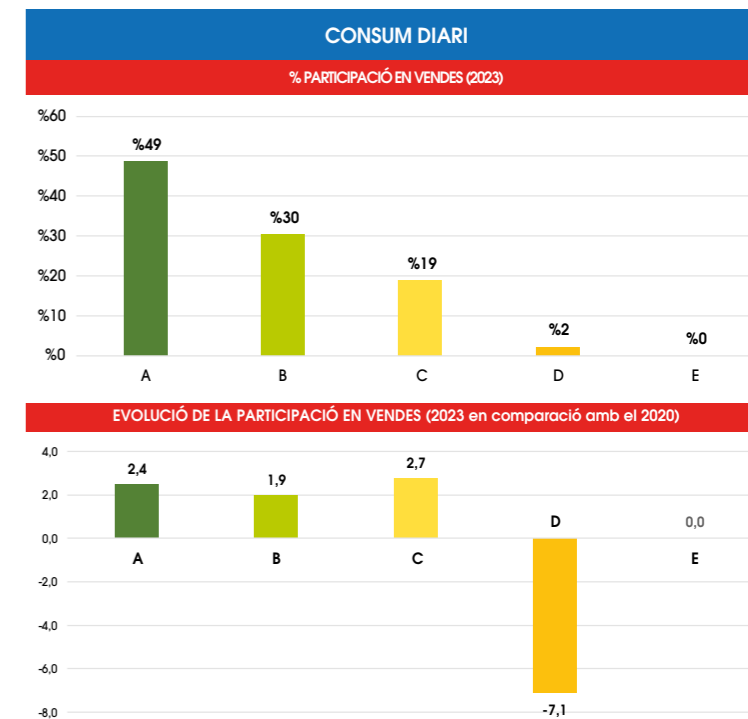
Ara veurem les dades agregades de cadascun dels tres nivells de la Piràmide de l'Alimentació Saludable, així com el total que s'obté d'agregar les dades de tots els aliments i les begudes amb Nutri-Score.

Veiem que els productes de consum recomanat diari tenen una MOLT BONA POSICIÓ (el 79 % de les vendes són de les dues millors lletres, A+B. I aquest percentatge s'eleva fins al 98 % si també tenim en compte la lletra C).

Això és la conseqüència d'una evolució de la gamma que s'ofereix als consumidors, a la reformulació dels productes i a una decisió més encertada per part dels consumidors, que estan més ben informats.

L'evolució en el temps és positiva, amb desplaçaments significatius a lletres més favorables en tots els casos.

La valoració és **MOLT POSITIVA**.



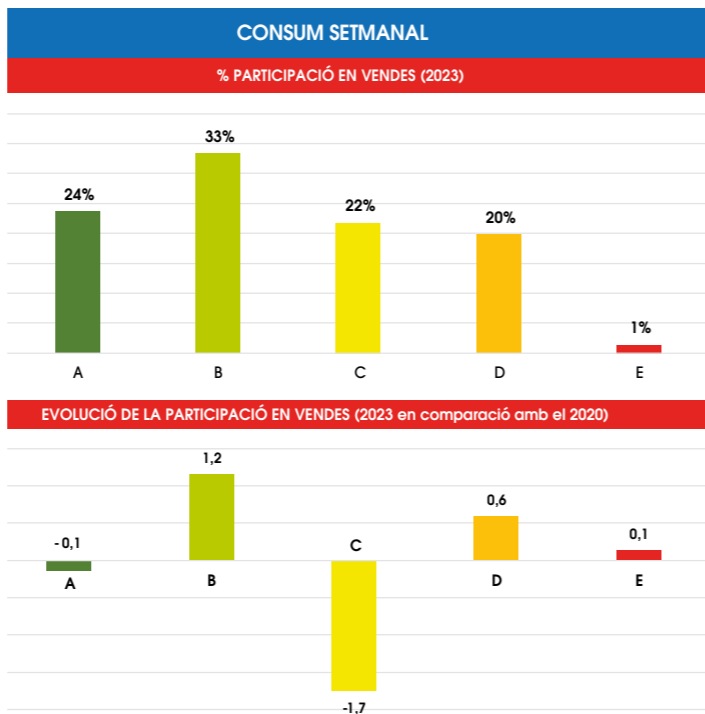
## 02 Consum setmanal

Veiem que els productes de consum recomanat freqüent (o setmanal) tenen un perfil molt interessant (el 57 % de les vendes són de les dues millors lletres, A+B. I aquest percentatge s'eleva fins al 79 % si també tenim en compte la lletra C).

Novament, això és una conseqüència de l'evolució de la gamma que s'ofereix, a la reformulació i a la decisió més conscient d'un consumidor més informat.

L'evolució és menys pronunciada que la que hem vist en els productes de consum diari recomanat. Aquí, els moviments entre les lletres són més directes (en alguns casos, fins i tot inexistents).

Tot i així, la valoració és **POSITIVA**.

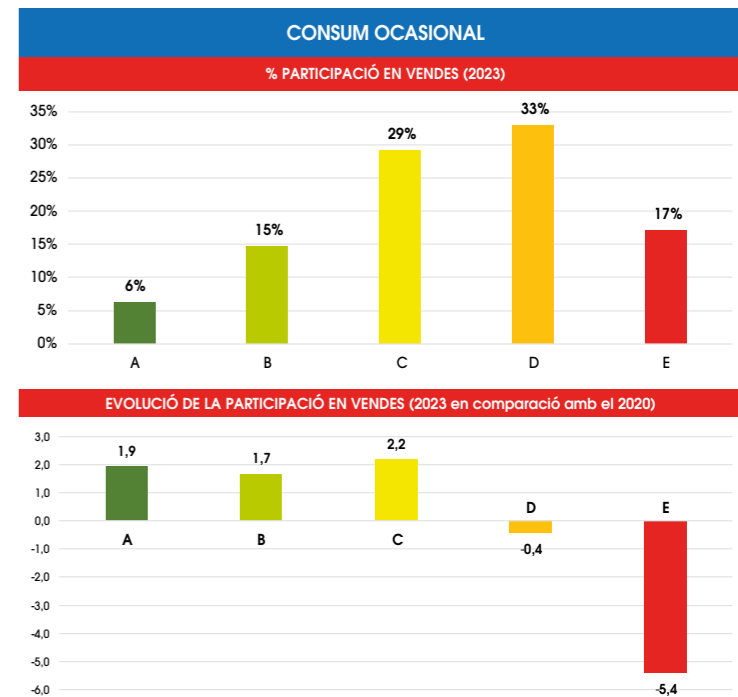


## 03 Consum ocasional

Els productes de consum ocasional recomanat tenen un perfil menys interessant, tal com es podia preveure (el 50 % de les vendes són de les lletres D i E, les menys favorables).

Tot i això, la tendència d'aquests anys és positiva, amb una reducció notable de les pitjors lletres en benefici de lletres més favorables.

La valoració és, doncs, **POSITIVA**.



## 04 Total aliments i begudes

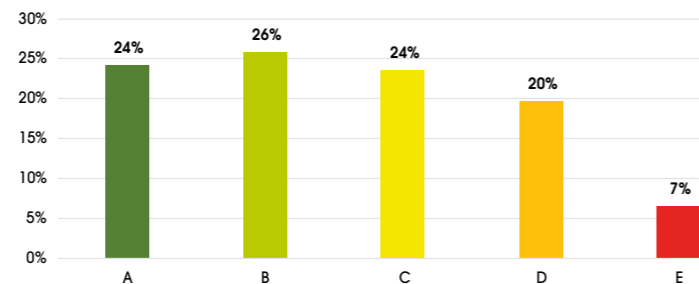
Per últim, observarem les dades agregades de tots els aliments i les begudes amb Nutri-Score.

Com que es tracta d'una dada representativa de tots els grups d'aliments i begudes, hi ha presència de totes les lletres, però el biaix és clar: el 50 % de les vendes són de les lletres A i B, i la xifra s'eleva al 74 % si hi afegim la lletra C.

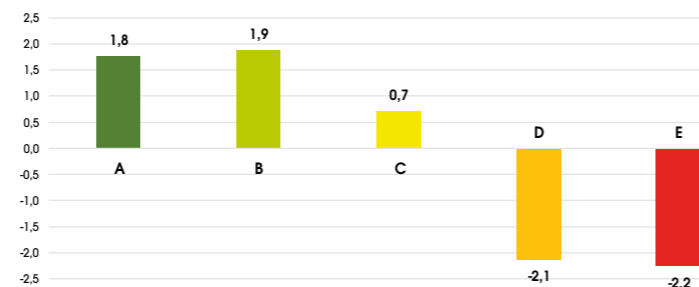
Tot això gràcies a una evolució **POSITIVA** de les millors lletres en detriment de les lletres menys favorables.

L'acció combinada d'una informació clara que permet triar millor i d'una gamma revisada en la seva aportació nutricional (els dos objectius de l'etiquetatge Nutri-Score) té resultats favorables.

**TOTAL ALIMENTS I BEGUES**  
% PARTICIPACIÓ EN VENDES (2023)



**EVOLUCIÓ DE LA PARTICIPACIÓ EN VENDES (2023 en comparació amb el 2020)**



04

# Implicacions

## Implicacions en la ingesta de calories i altres nutrients rellevants per a la salut pública.

La migració de vendes cap a productes amb una millor composició nutricional (i, per tant, millor lletra en el Nutri-Score) que s'observa en l'anàlisi anterior hauria de suposar un canvi en la ingesta de calories i altres nutrients rellevants per a la salut pública (sucre, greixos, greixos saturats i sal, especialment).

Per verificar aquesta hipòtesi, hem calculat la variació que es produeix en un any en comparació amb el dotze mesos anteriors, desglossant les dades relatives als grups d'aliments més interessants des del punt de vista nutricional (ubicats a la part baixa i central de la

Piràmide de l'Alimentació Saludable: productes de consum recomanat més freqüent, on abunden els productes frescos purs i els productes poc processats, en què les possibilitats de reformular són nul·les o limitades) i les dades dels grups d'aliments menys interessants des d'una perspectiva nutricional (ubicats a la part superior i, fins i tot, a fora de la piràmide: productes de consum recomanat ocasional, en què les possibilitats de reformulació són més grans i que són una important font d'ingesta de calories, sovint buides, i altres nutrients dels quals cal fer atenció al consum excessiu en relació amb la salut).

Totes les dades fan referència a productes de les marques pròpies d'EROSKI.

Les dades s'han calculat sobre 100 grams (o mil·lilitres) de producte. Això permet un exercici de plena comparabilitat.

## Productes de marques pròpies d'Eroski

Dades per 100 grams o 100 mil·lilitres de producte

	Kilocalories				Sucre				Greix			
	Any base	Any posterior	dif.	% var.	Any base	Any posterior	dif.	% var.	Any base	Any posterior	dif.	% var.
	kCal				Grams				Grams			
Total consum diari i freqüent	135,83	139,76	-3,93	-2,80 %	2,03	2,22	-0,19	-8,60 %	6,89	7,48	-0,59	-7,90 %
Total consum ocasional i menys recomanat	138,38	142,22	-3,84	-2,70 %	8,28	8,36	-0,09	-1,00 %	6,6	6,83	-0,23	-3,30 %
<b>Total</b>	<b>136,57</b>	<b>140,45</b>	<b>-3,88</b>	<b>-2,80 %</b>	<b>3,84</b>	<b>3,94</b>	<b>-0,11</b>	<b>-2,70 %</b>	<b>6,81</b>	<b>7,3</b>	<b>-0,49</b>	<b>-6,80 %</b>
	Greix saturat				Sal							
	Any base	Any posterior	dif.	% var.	Any base	Any posterior	dif.	% var.				
	Grams				Grams							
Total consum diari i freqüent	1,73	1,82	-0,09	-4,80 %	0,14	0,14	0,00	-0,6 %				
Total consum ocasional i menys recomanat	2,29	2,35	-0,06	-2,50 %	0,52	0,52	0,00	-0,6 %				
<b>Total</b>	<b>1,89</b>	<b>1,97</b>	<b>-0,07</b>	<b>-3,80 %</b>	<b>0,14</b>	<b>0,14</b>	<b>0,00</b>	<b>-0,7 %</b>				

Com es pot veure, s'aprecia una reducció consistent de calories i altres nutrients en tots els nivells de la Piràmide de l'Alimentació Saludable d'aliments pel que fa als productes de les marques pròpies d'Eroski.

## Conclusions i recomanacions

- La implantació del Nutri-Score en una gamma àmplia de productes permet al consumidor adoptar decisions de consum més adequades pel que fa a la qualitat nutricional de la seva compra.
- La consistència de les dades permet desxifrar si es tracta d'un etiquetatge comprès, valorat i utilitzat pels consumidors.

- A més, es produeix un efecte induït de millora en la proposta comercial, amb una reformulació o, fins i tot eliminació, de productes.
- La implantació del Nutri-Score no ha tingut efectes negatius en la participació de les categories de productes frescos purs (que no el porten), tal com predeïen algunes persones.

- La quantitat de calories, sucre, greixos, greixos saturats i sal que proporciona la ingesta de 100 grams (o mil·lilitres) de producte es redueix, en correlació, amb una participació més gran en les vendes dels productes amb millor qualificació nutricional amb Nutri-Score.
- Aquestes dades mesuren la realitat entre el 2020 i el 2023, abans de la implantació del nou algorisme de càlcul (que tindrà lloc entre el 2024 i el 2026); amb la qual cosa, s'haurà de continuar mesurant l'evolució futura per acreditar el bon funcionament del Nutri-Score.
- Els efectes positius d'aquest etiquetatge s'accentuarien si fossin d'ús universal per a tots els productes i marques. Les administracions competents han de treballar per fer-ho possible.





ESCOLA  
D'ALIMENTACIÓ