

En alta graduación el crecimiento ha sido el mismo para las bebidas premium y no premium, el 5% y en no alcohólicas las de alta gama duplicaron el crecimiento del subsector, con el 2%.

Por lo que respecta a la categoría de alimentación, ya hemos dicho que las referencias gourmet tienen un peso del 23% en el valor de ventas total del segmento; según Nielsen la evolución para dicho baremo durante el pasado ejercicio ha sido del 6%, esto es, cuatro puntos porcentuales por encima del crecimiento en facturación del sector alimentario.

Conservas, productos de alimentación seca (los que no son frescos o de caducidad reducida y van envasados), alimentos frescos y congelados envasados y lácteos y batidos son los segmentos con mayor presencia de referencias gourmet o premium. Concretamente, para las primeras el sello gourmet representa el 37% de las ventas totales en valor de la categoría; el 23% en surtido seco, el 22% si se trata de frescos y congelados envasados y el 19% en el segmento de lácteos y batidos.

Este último es el que se señala como oportunidad de desarrollo potencial para los premium, según Nielsen. El mayor aumento en ventas de los gourmets se ha producido en la categoría de surtido seco, con el 8%, lo que supone cinco puntos porcentuales por encima de la evolución de su segmento, que ha sido del 3%.

Las conservas premium han crecido en facturación el 6%, con tres puntos porcentuales más que la evolución experimentada por su categoría; las referencias premium de frescos y congelados envasados han conseguido un punto porcentual sobre su segmento en cuanto al valor de ventas, alcanzando el 3%, mientras que lácteos y batidos gourmet han crecido el 3% en ventas, tres puntos porcentuales sobre el nulo aumento de su categoría.

#### MARCAS EN SEGUNDO PLANO

En el informe de Nielsen, que mide el grado de “premiumización” de la cesta de la compra española, se destaca que lo que busca el consumidor en este mercado es la calidad excepcional y la diferenciación, por lo que “el concepto premium va más allá del precio”.

De esta manera, para el 47% de los compradores consultados lo más importante al adquirir referencias premium o gourmet es que “está hecha con materiales o ingredientes de alta calidad”; “ofrece o hace algo que ningún otro producto iguala” es valorado por el 40% de los encuestados.

“Tiene una función o rendimiento superior” es determinante para el 38% y para el 27% “proporciona una experiencia superior al cliente”; en este mismo rango algunos consumidores

# LORD

sándwiches

hechos como en casa



www.tentebien.com / tlf.: 918701336

¡Nueva receta celiacos, sin gluten!

