

Març del 2024. Píndola sectorial

El sector del *food retail* a Catalunya

El sector del *food retail* a Catalunya

ACCIÓ
Generalitat de Catalunya



Els continguts d'aquest document estan subjectes a una llicència Creative Commons. Si no s'indica el contrari, se'n permet la reproducció, distribució i comunicació pública sempre que se'n citi l'autor, no se'n faci un ús comercial i no se'n distribueixin obres derivades. Podeu consultar un resum dels termes de la llicència a:

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

L'ús de marques i logotips en aquest informe és merament informatiu. Les marques i els logotips esmentats pertanyen als seus respectius titulars i en cap cas són titularitat d'ACCIÓ. Es tracta d'una representació il·lustrativa parcial de les empreses, organitzacions i entitats que formen part de l'ecosistema del sector del *food retail*. Poden haver-hi empreses, organitzacions i entitats que no hagin estat incloses en l'estudi.

Realització

Unitat d'Estratègia i Intel·ligència Competitiva d'ACCIÓ
Unitat d'Estratègia Empresarial d'ACCIÓ
Eurecat

Col·laboració

Clúster Food Retail de Catalunya

Barcelona, març del 2024

Índex

1. El sector del *food retail* a escala global
2. El sector del *food retail* a Catalunya
3. Reptes, tendències i oportunitats de negoci



1. El sector del *food retail* a escala global



El sector del *food retail*

- El sector del *food retail* engloba el conjunt d'empreses que s'encarreguen de la fabricació, distribució i venda d'aliments i begudes al detall per al consum a la llar.

Tipus d'organitzacions

Processament d'aliments

- Empreses que s'encarreguen de transformar els productes que provenen del sector primari i d'altres proveïdors d'ingredients i additius en productes llestos per a la seva distribució a empreses majoristes o directament a minoristes.

Canal final

- Les empreses del canal final són aquelles que venen, ja sigui de forma física o *online*, directament al client final per consumir els aliments a la llar.
- Al canal final s'inclouen els hipermercats, els supermercats, les botigues especialitzades, les botigues de conveniència i la venda *online*.

Distribució

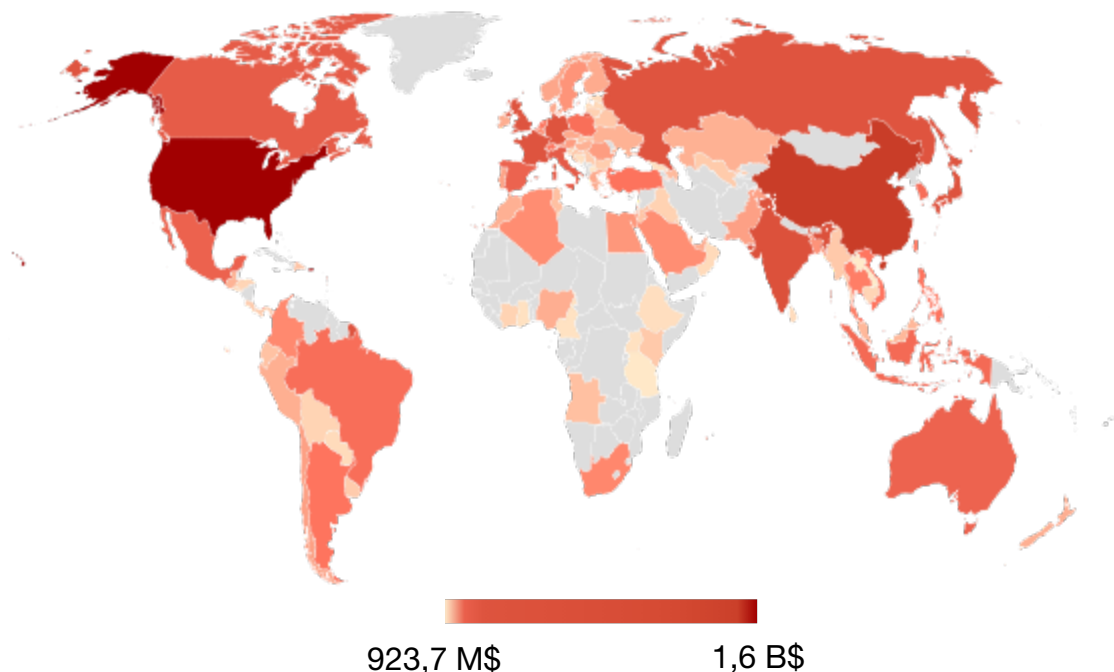
- Empreses que permeten transportar, emmagatzemar i distribuir els productes elaborats per part de les empreses processadores d'aliments al canal de consum final.



Àsia-Pacífic, la regió amb més vendes per al *food retail*

Espanya és la dotzena regió de món per vendes del sector del *food retail* a escala mundial. Àsia-Pacífic és la primera regió per vendes, seguida d'Amèrica del Nord i Europa Occidental.

Vendes del sector *food retail*, 2022



Top 15 països per vendes, 2022

- | | |
|--|---|
|  1 Estats Units 1,6 B\$ |  9 Itàlia 161.416,1 M\$ |
|  2 Xina 1,4 B\$ |  10 Canadà 160.334,2 M\$ |
|  3 Índia 473.243,8 M\$ |  11 Mèxic 123.973,7 M\$ |
|  4 Japó 283.479,5 M\$ |  12 Espanya 87.154,0 M\$ |
|  5 Alemanya 251.822,5 M\$ |  13 Austràlia 115.970,9 M\$ |
|  6 França 244.463,0 M\$ |  14 Indonèsia 91.330,1 M\$ |
|  7 Regne Unit 230.819,1 M\$ |  15 Corea del Sud 80.304,5 M\$ |
|  8 Rússia 216.322,8 M\$ | |

Notes: S'han considerat les empreses catalogades com a "grocery retailers"

Font: ACCIÓ a partir d'Euromonitor, 2023

Mercadona entre les top 30 empreses del sector *food retail* a escala global

Top 30 empreses de *food retail* al món per percentatge de vendes, 2022

1		Walmart Inc	11		Rewe Group	21		E Leclerc
2		Costco Wholesale Corp	12		Tesco Plc	22		Auchan Group SA
3		Schwarz Beteiligungs GmbH	13		Edeka Zentrale AG & Co KG	23		Magnit PAO
4		Carrefour SA	14		Publix Super Markets Inc	24		Casino Guichard-Perrachon SA
5		Kroger Co	15		AEON Group	25		Coles Group Ltd
6		Aldi Group	16		Woolworths Group Ltd	26		Mercadona SA
7		Seven & I Holdings Co Ltd	17		Internationale Spar Centrale BV	27		J Sainsbury Plc
8		Target Corp	18		X5 Retail Group NV	28		George Weston Ltd
9		Koninklijke Ahold Delhaize NV	19		HE Butt Grocery Co	29		Jerónimo Martins SGPS SA
10		Albertsons Cos Inc	20		ITM Entreprises SA	30		Asda Stores Ltd

Notes: S'han considerat les empreses catalogades com a "grocery retailers"

Font: ACCIÓ a partir d'Euromonitor, 2023

Fem avui l'**empresa** del demà





La IED en alimentació i begudes assoleix 120.000 M€ en el quinquenni 2019-2023

El **volum d'IED en el sector d'alimentació i begudes** ha assolit els 119.473 M€ en el quinquenni 2019-2023, amb un total de 2.978 projectes que han donat feina a 447.766 persones. Espanya és la quarta destinació a nivell mundial en recepció d'aquesta IED.





La IED en alimentació i begudes al món, 2019-2023*

2.978 projectes ▼11,10% (2014-2018) | **119.473 M€ en inversió** ▼11,8% (2014-2018) | **447.766 llocs de treball** ▼14,6% (2014-2018)

Països d'origen per projectes

-  1 Estats Units | 475 projectes
-  2 Alemanya | 346 projectes
-  3 Suïssa | 207 projectes
-  4 Països Baixos | 192 projectes
-  5 Regne Unit | 179 projectes

Països de destí per projectes

-  1 Estats Units | 381 projectes
-  2 Regne Unit | 202 projectes
-  3 Alemanya | 168 projectes
-  4 Espanya | 136 projectes
-  5 França | 127 projectes

Les 25 principals empreses inversores en el període 2019-2023



Notes: S'han considerat els projectes del sector "food & beverages" entre 2019 i 2023

Font: ACCIÓ a partir d'fDi Markets, 2024

Països d'interès per al sector *food retail*

El Regne Unit és un mercat innovador en el sector del *retail*.

Països Baixos és el segon exportador mundial d'aliments. Hi ha una forta demanda de productes sostenibles, saludables i nutritius.

Estats Units és el segon mercat més gran d'aliments. El *food retail* està invertint en innovació en serveis, l'experiència del client i l'expansió internacional.

França és el segon país europeu en comerç electrònic d'aliments.

La sostenibilitat és un eix central en les estratègies dels principals *retailers* d'Alemanya. Un altre focus d'innovació al país es la digitalització dels processos involucrats en el *retail*.



2. El sector del *food retail* a Catalunya



Cadena de valor del sector *food retail*

Producció agrícola

Agricultura

Ramaderia

Pesca i aqüicultura

Indústria de l'alimentació i begudes

Processament aliments

Productes carnis

Molineria

Peix i crustacis

Fleca i pastes

Fruites i hortalisses

Alimentació animal

Olis i greixos

Begudes

Lactis

Indústria auxiliar

Packaging

Química

Maquinària

Distribució

Transport i emmagatzematge

Majorista

Canal final

Hipermercats

Supermercats

Botigues especialitzades

Botigues de conveniència

Venda *online*

Transversals

Certificadores i qualitat

Plataformes i clústers

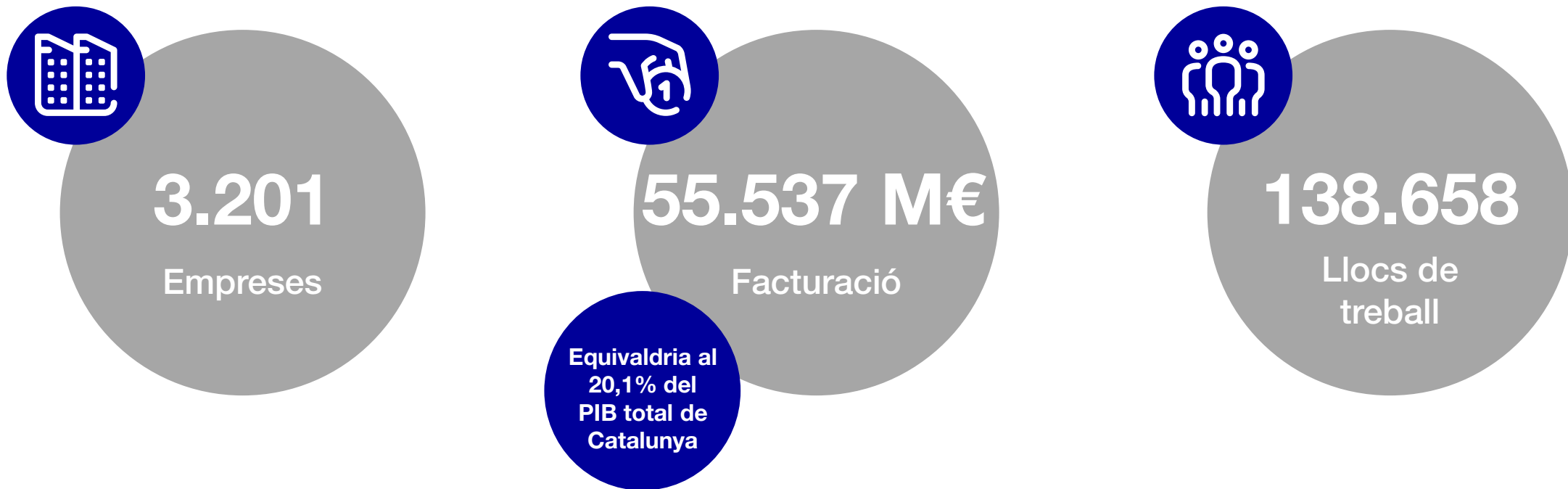
Centres de recerca i universitats

Serveis i consultoria

Administració pública

Laboratoris i anàlisis de seguretat

Dades clau de *food retail* a Catalunya



Nota: Dades econòmiques de l'últim any disponible, majoritàriament 2022. *Nota:* El mapatge de food retail s'ha realitzat a partir dels CNAEs relacionats amb alimentació i les empreses d'altres informes i directoris d'ACCIÓ. Només s'han considerat les empreses que facturen més de 2 M€ anuals. Les dades econòmiques de les empreses es calculen ad hoc en funció de la seva vinculació amb el sector. **Font:** ACCIÓ

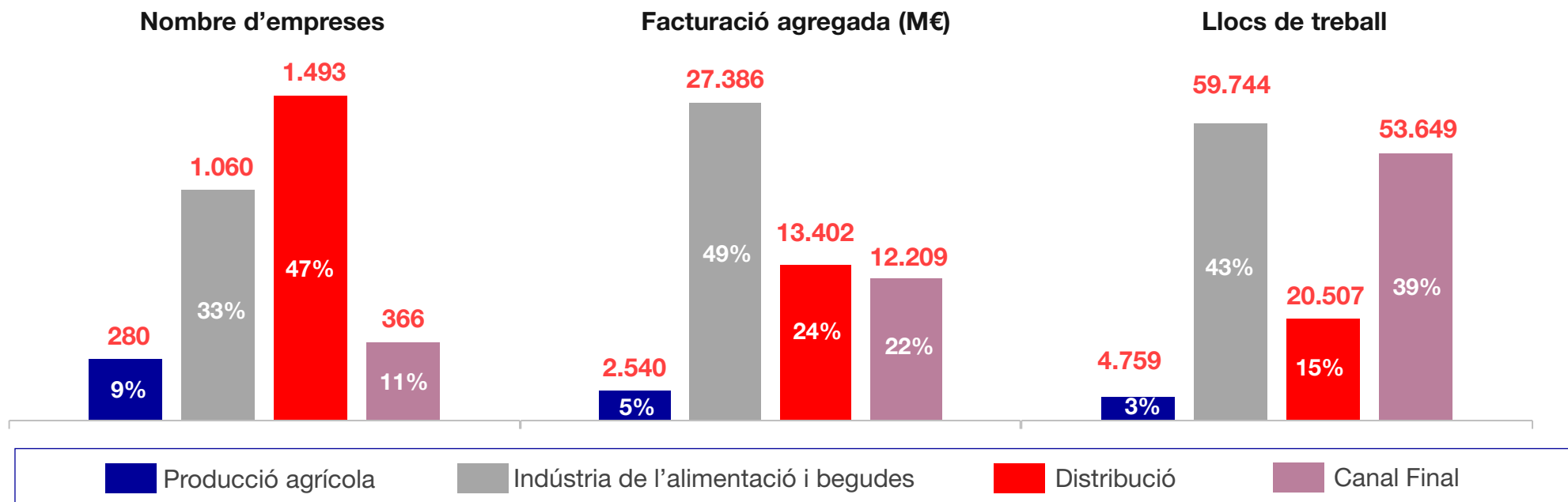
Distribució de les dades econòmiques de sector de *food retail* segons cadena de valor

3.201 empreses

55.537 M€ de facturació

138.658 llocs de treball

Amb el **33%** de les empreses, la indústria de l'alimentació i begudes factura el **49%** del total de *food retail*.



Font: ACCIÓ

Detall de les dades econòmiques del sector de *food retail*

14

	Nombre d'empreses 2023	Facturació 2022 (M€)	Llocs de treball 2022
Producció agrícola	280 (8,8%)	2.540 (4,6%)	4.759 (3,4%)
Agricultura	52	570	1.683
Ramaderia	220	1.947	2.946
Pesca i aqüicultura	8	23	130
Indústria de l'alimentació i begudes	1.060 (33,2%)	27.386 (49,3%)	59.744 (43,1%)
Processament aliments	742	23.304	48.475
Productes carnis	207	7.675	17.722
Peix i crustacis	13	58	293
Fruites i hortalisses	27	501	1.484
Olis i greixos	32	1.815	1.247
Lactis	25	1.012	1.819
Molineria	16	724	622
Fleca i pastes	86	1.079	5.385
Alimentació animal	63	2.393	1.609
Begudes	105	2.986	5.481
Altres	168	5.062	12.803
Indústria auxiliar	318	4.082	11.269
Distribució	1.493 (46,7%)	13.402 (24,1%)	20.507 (14,8%)
Canal Final	366 (11,4%)	12.209 (22,0%)	53.649 (38,7%)
TOTAL	3.201	55.537	138.658

Nota: Tots els segments inclouen empreses a partir d'una facturació de 2 M€. **Font:** ACCIÓ

Dades clau de *food retail* a Catalunya

3.201 empreses



- El **91,7%** de les empreses són petites o mitjanes empreses (menys de 50 M€ de facturació).
- El **82,7%** de les empreses es van establir fa més de 10 anys.
- El **57,3%** de les empreses són exportadores i el **42,9%** són exportadores regulars.
- El **7,6%** de les empreses són filials d'empreses estrangeres.

Facturació: 55.537 M€



- La facturació equivaldria al **20,1%** del PIB total de Catalunya.
- Les grans empreses (el **8,3%** del total d'empreses) facturen el **74,2%** del total de facturació del sector.

Distribució territorial



- El **61,7%** de les empreses estan ubicades a la província de Barcelona.
- El **69,4%** de la facturació total i el **72,1%** del total de persones ocupades del sector provenen d'empreses de la província de Barcelona.
- El **Barcelonès, el Vallès Occidental, el Baix Llobregat, Segrià i Osona** són les comarques amb més empreses relacionades amb el sector de *food retail*.

138.658 persones ocupades



- El **94,7%** treballa en empreses consolidades (10 anys o més).
- El **63,3%** treballa en grans empreses (més de 50 treballadors).

Cadena de valor del sector *food retail*: producció agrícola, indústria i distribució

Producció agrícola



Indústria de l'alimentació i begudes



Distribució



Nota: representació parcial amb l'objectiu d'il·lustrar els proveïdors de la cadena de valor del sector del food retail a Catalunya, tot i que hi poden haver altres empreses que no s'han inclòs a l'estudi. **Nota:** cada empresa ha estat assignada a una categoria de la cadena de valor. **Font:** ACCIÓ

Startups a la cadena de valor del sector *food retail*

Startups

Indústria de l'alimentació i begudes



nora

XOCOLATING

gozerowaste

SORBO'S

Distribució i client final

Glovo!

refruiting

heura®

:Degusta Box

INCAPTO



Nota: representació parcial amb l'objectiu d'il·lustrar els proveïdors de la cadena de valor del sector del food retail a Catalunya, tot i que hi poden haver altres empreses que no s'han inclòs a l'estudi. **Font:** ACCIÓ.

Cadena de valor del sector *food retail*: distribució

Distribució

Logística especialitzada (transport i emmagatzematge)



Majoristes



Nota: representació parcial amb l'objectiu d'il·lustrar els proveïdors de la cadena de valor del sector de la food retail a Catalunya, tot i que hi poden haver altres empreses que no s'han inclòs a l'estudi. **Nota:** cada empresa ha estat assignada a una categoria de la cadena de valor. **Font:** ACCIÓ

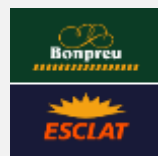
Cadena de valor del sector *food retail*: canal final

Canal final

Hipermercats i supermercats



caprabo



valvi
SUPERMERCATS



šorli

Jespac



lcampo



LARAK

SPAR

JR SUPERMERCATS

AMETLLER ORIGEN

EUROMERCAT ESCUDERO

Dia

bonArea



SOLSUPERMERCAT

varitas



plusfrèsc:



MERCADONA
SUPERMERCADOS DE CONFIANZA

Botigues de conveniència



Llobet

DES DE 1923

Condis



Botigues especialitzades

andreu

MACXIPA
Des de 1902



turris



TEA SHOP

MASÓ
GEN DE 1949
"PRAC I DE PRESINCAT"



forne de Cabrianes
TRADERO DE PAPEROSOS DE LLEIDA

Teri Fresc



GRUPO CONFREMAR



Pelicos SAVALL
Ca la Victòria



Venda online

Glovo



COLMADO SINGULAR *

turris

caprabo

AMETLLER ORIGEN

varitas



andreu

Llobet

DES DE 1923

Uber Eats

plusfrèsc:

KCH
FRESH MARKET

Nota: representació parcial amb l'objectiu d'il·lustrar els proveïdors de la cadena de valor del sector del food retail a Catalunya, tot i que hi poden haver altres empreses que no s'han inclòs a l'estudi. Cada empresa ha estat assignada a una categoria de la cadena de valor. **Nota:** Les empreses dins el requadre blau són hipermercats/supermercats amb seu fora de Catalunya però amb una presència significativa al territori. **Font:** ACCIÓ.

BonÀrea, Bonpreu i Condis, els supermercats catalans que més facturen

Canal final



El 2022, **bonÀrea i Bonpreu** van registrar unes xifres superiors a les assolides el 2021 i van superar la barrera dels **2.000 M€** de facturació. **Condis**, per la seva part, es posiciona com a tercer supermercat català malgrat la menor xifra de negocis aconseguida respecte de l'any 2021.



1 bonÀrea

2.822 M€ de facturació
560 establiments

2 Bonpreu

2.076 M€ de facturació
204 establiments

3 Condis

773 M€ de facturació

4



743,6 M€
de facturació

5



453 M€
de facturació

6



260 M€
de facturació

7



186 M€
de facturació

Font: ACCIÓ a partir de VIA Empresa

Els millors supermercats de l'Estat són catalans

Canal final



Els supermercats catalans que més facturen són, a més, els que reben una millor valoració a escala estatal per part dels consumidors. Bonpreu, Plusfresc i bonÀrea es classifiquen entre els deu millors supermercats de l'Estat, superant així grans cadenes amb presència a tota Espanya com Lidl, Aldi, Carrefour o Mercadona.

Supermercats millor valorats de l'Estat, 2021

	Supermercat	Satisfacció client		Supermercat	Satisfacció client
1	Bonpreu	85	10	Alcampo	81
2	Plusfresc	84	11	Lidl	80
3	bonÀrea	84	12	Supercor	80
4	Esclat	84	13	Ahorramás	80
5	Consum	82	14	Gadis	80
6	Aldi	82	15	Froiz	80
7	Costco	82	16	Mercadona	80
8	Alimerka	82	17	Hiper Usera	80
9	El Corte Inglés	81			

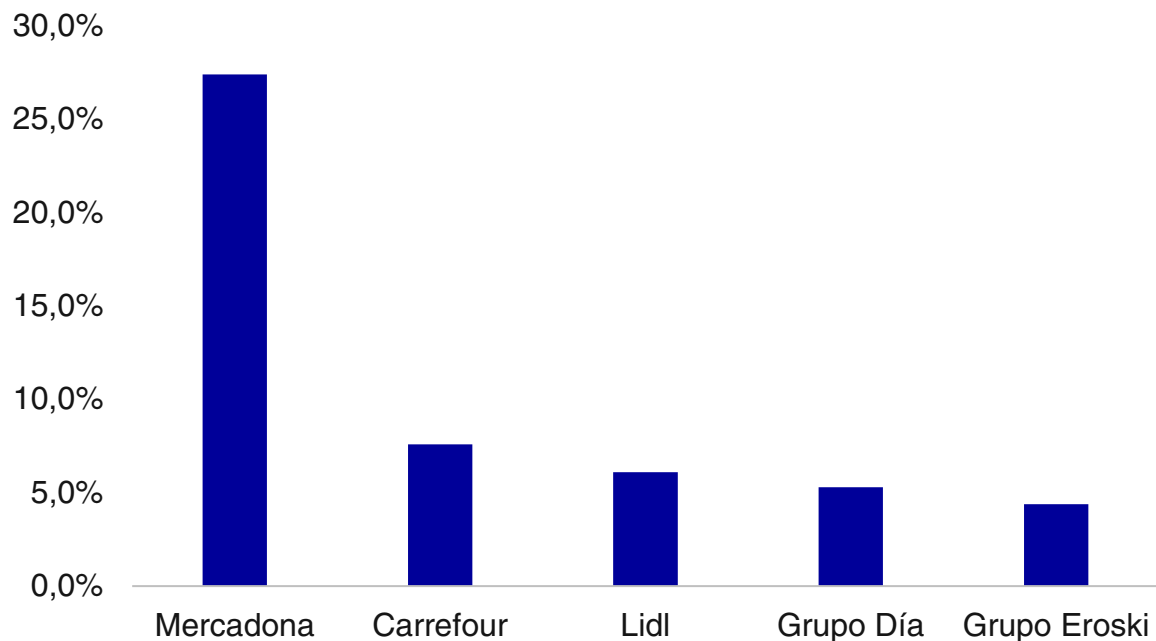
Font: ACCIÓ a partir de VIA Empresa i OCU

Mercadona, el supermercat amb més quota de mercat a Espanya



El 2022 Mercadona es posiciona novament com el líder del mercat a Espanya, amb una quota del 27,4%. Destaca davant dels seus següents competidors, Carrefour i Lidl. L'èxit de la cadena de supermercats fundada per Joan Roig es deu, entre altres coses, al fet que continua sent un dels llocs en què menys costa la cistella de la compra al país.

Quota de mercat de les grans cadenes de supermercats a Espanya, 2022



MERCADONA 27,4%

Carrefour 7,6%

LIDL 6,1%

Día 5,3%

EROSKI 4,4%



Font: ACCIÓ a partir d'Statista, 2024

Ecosistema català del sector del *food retail* a Catalunya

Associacions empresarials *food retail*



Clústers acreditats per ACCIÓ



Fires



Centres tecnològics TECNIO



Centres especialitzats en el sector alimentari



Centres especialitzats en el sector dels vins i del cava



Centres universitaris catalans que imparteixen formació relacionada amb el sector del *food retail*



Instruments públics de la Generalitat de foment i difusió sectorial



Instruments públics de foment i difusió sectorials



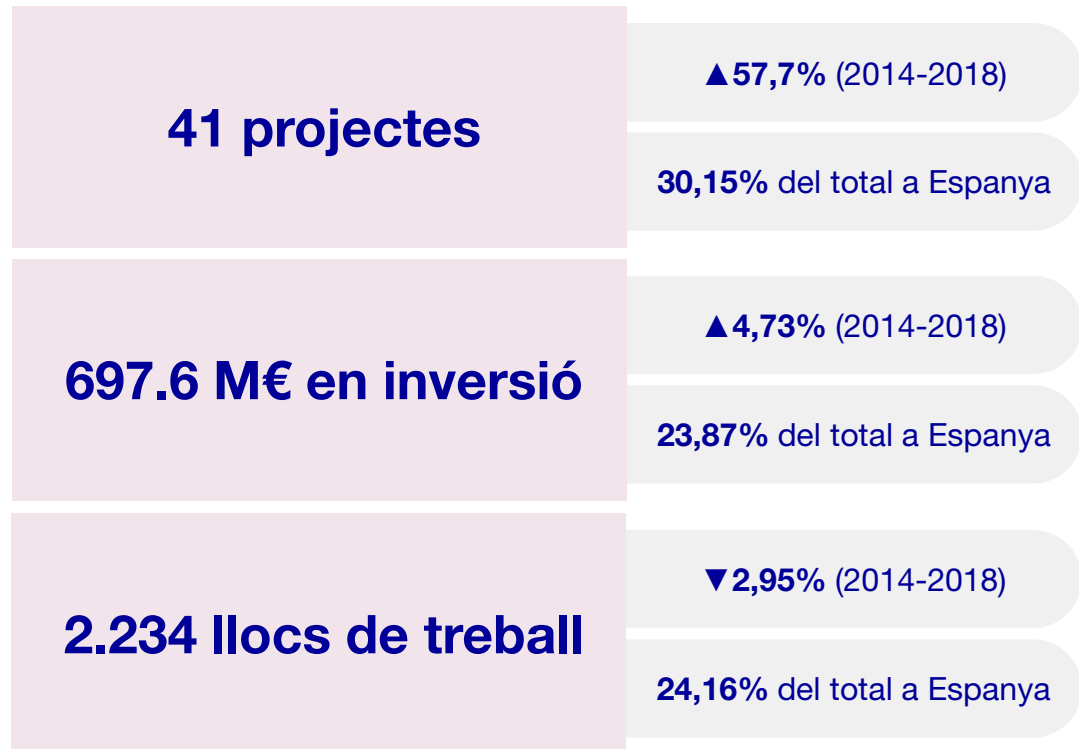
Instruments privats de foment i difusió sectorial



Nota: Representació parcial amb l'objectiu d'il·lustrar l'ecosistema del sector food retail a Catalunya. Font: ACCIÓ

Catalunya registra 700 M€ d'IED en alimentació i begudes entre el 2019 i el 2023

En el quinquenni 2019-2023, **Catalunya ha rebut 41 projectes d'IED** vinculats al sector d'alimentació i beguda, amb Alemanya com a principal país inversor.



Països d'origen per projectes, 2019-2023

- 1 Alemanya | 11 projectes
- 2 França | 6 projectes
- 3 Bèlgica | 5 projectes
- 3 Estats Units | 4 projectes
- 5 Suïssa | 3 projectes
- 6 Itàlia | 2 projectes
- 7 Argentina | 1 projectes
- 8 Grècia | 1 projectes
- 9 Islàndia | 1 projectes
- 10 Irlanda | 1 projectes

Les 20 principals empreses inversores en el període 2019-2023



Notes: S'han considerat els projectes del sector "food & beverages" entre 2019 i 2023

Font: ACCIÓ a partir d'fDi Markets, 2024

Catalunya, la 5a regió de la UE en nombre de projectes d'IED en alimentació i begudes

En el quinquenni 2019-2023, Catalunya ocupa una posició notable a la Unió Europea en matèria d'IED en alimentació i begudes. Se situa com la **cinquena regió en nombre de projectes**, la **vuitena en capital invertit** i la **cinquena en llocs de treball creats**.



5a regió en nombre de projectes (▲2, 2014-2018)

4,7% respecte del total de la UE



8a regió en capital invertit (▲2, 2014-2018)

3,3% respecte del total de la UE



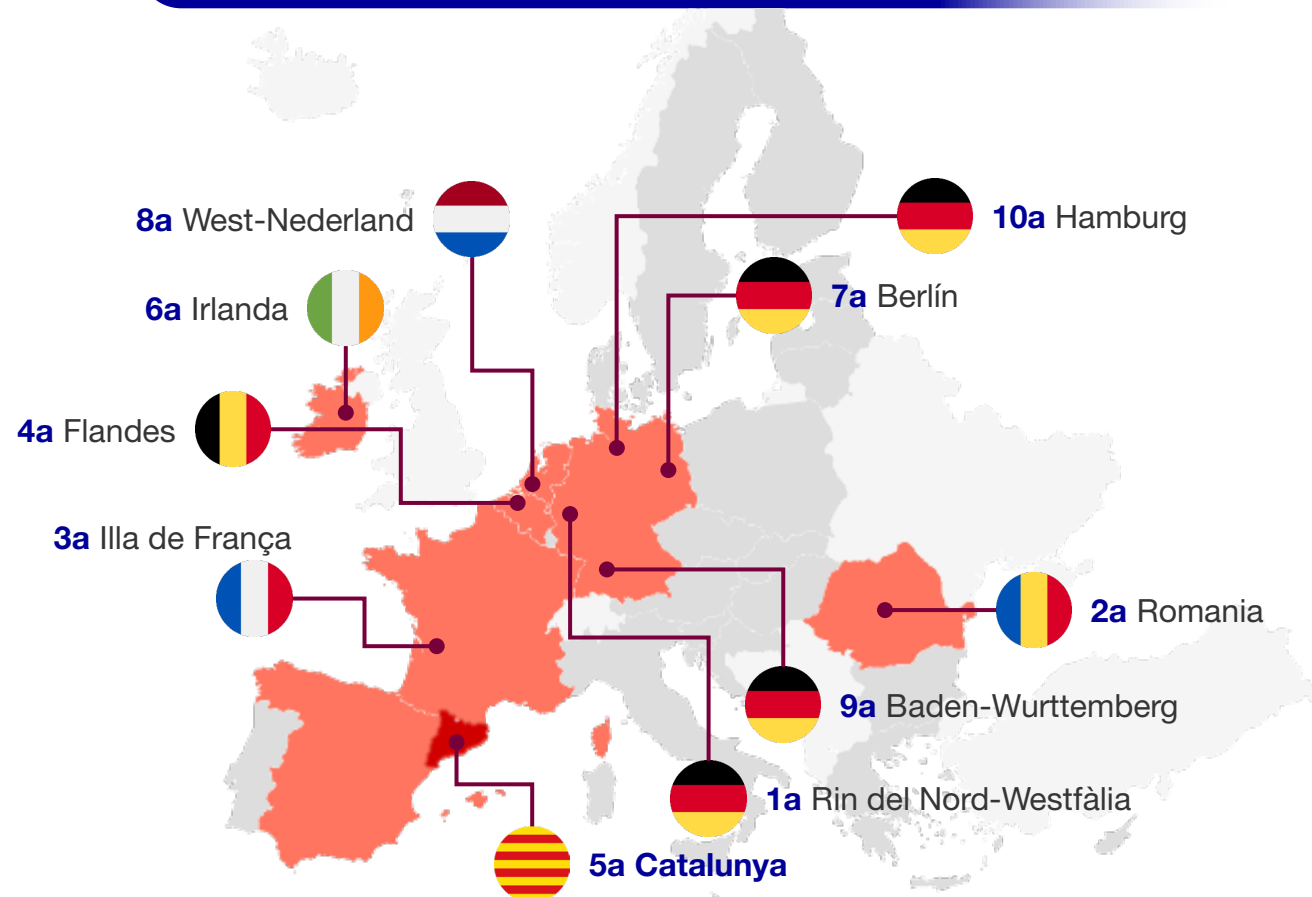
5a regió en llocs de treball creats (▲2, 2014-2018)

3,1% respecte del total de la UE

Notes: S'han considerat els projectes del sector "food & beverages" entre 2019 i 2023

Font: ACCIÓ a partir d'fDi Markets, 2024

IED a la UE (per projectes), 2019-2023



Repte



Actualment es llença 1/3 del menjar que es produeix al món. Quan es llença un aliment també es malbaraten tots els recursos que s'han utilitzat per produir-lo, transportar-lo i emmagatzemar-lo: aigua, sòl i energia.

Cada dia es generen volums significatius de dades a mesura que els compradors naveguen i compren productes tant a la botiga en línia com a les botigues físiques. Aquestes dades són vitals per al departament de màrqueting que s'encarrega d'analitzar el comportament dels clients i de crear campanyes efectives. Es necessari comptar amb sistemes i eines adequades per processar les dades de manera eficient i oferir informació valuosa.

Solució

Grup Ametller Origen aplica una gestió integral en la prevenció de residus, que apliquen al llarg de tota la seva cadena de valor, a més del llançament de campanyes de conscienciació que duen a terme per donar visibilitat a aquesta problemàtica amb l'objectiu de reduir el malbaratament alimentari.

El Grup Bonpreu va adquirir les eines i capacitats necessàries per gestionar de forma interna i independent les seves pròpies dades, permetent una anàlisi més ràpida de la informació que ajudarà a crear campanyes de màrqueting personalitzades més eficaces.

3. Reptes, tendències i oportunitats de negoci



Tendències de consum

Consum responsable



La sostenibilitat ja és una part central de l'estratègia de negoci del *retail*. La percepció dels consumidors respecte als esforços en sostenibilitat d'una marca és cada vegada un factor més important en el procés de decisió de compra.

Consum saludable i conscient



Continua cerca del benestar sense renunciar a la qualitat ni al gust. El consum de suplementos alimentaris com la vitamina C, l'omega 3 i el zinc augmenta entre els grups de més edat.

Consum de conveniència



Degut a l'efecte dominó de la desacceleració econòmica i a l'augment de la inflació, molts consumidors cerquen les ofertes i els preus promocionals, i hi ha més interès en la marca privada i de distribució. A més, hi ha una marcada tendència de consum de conveniència en establiments locals i de proximitat i de consum de menjar preparat.

Innovació i experiència de compra



La cuina de laboratori amb el llançament de nous productes Premium, la cerca de novetats, la innovació constant, el disseny, els envasos, la ubicació de les botigues i l'experiència a la botiga és una marcada tendència de consum.

Tendències de mercat

SOSTENIBILITAT I ADAPTACIÓ AL CANVI CLIMÀTIC



Aliments ecològics: productes naturals sense insecticides, herbicides, fertilitzants, químics.



Proteïna alternativa: ampliar l'oferta alimentària d'aquests nous aliments, amb perfil nutricional enriquit i amb bona organolèptica.



Reducció i eliminació del malbaratament d'aliments: a partir d'incrementar l'autoproveïment + incorporació de noves tècniques (*blockchain*, *fotònica*) + *food upcycling*.



Reducció del plàstic i dels embalatges.



Aliments locals de Km 0: retorn a la proximitat per reduir impacte cost transport + obtenir aliments més frescos i de qualitat → Canvi de model a sistemes productius locals i distribució menor.



Cultius optimitzats: cultius que estalvien recursos com els cultius hidropònics o els cultius verticals i cultius adaptats al canvi climàtic.

CONVENIÈNCIA



Omnicanalitat: l'experiència del consumidor ha de ser completa i satisfactòria independentment del canal.



Proximitat: tendència en la compra en establiments de proximitat.



Marca privada: degut a la inflació i a l'increment dels preus, el consumidor es decanta per la marca privada.



Plats preparats: la manca de temps i la comoditat fa augmentar el consum de plats preparats.

ALIMENTACIÓ SALUDABLE



Productes sense sucres, sal ni additius.



Productes saludables/ funcionals, naturals o amb components afegits (probiòtics, prebiòtics, proteïnes, fibra, etc.).



Clean label: el consumidor vol saber els ingredients que incorpora el producte de forma clara.



Productes dirigits a la gent gran per viure més i millor.

DIGITALITZACIÓ DEL SISTEMA DE DISTRIBUCIÓ I DE LES BOTIGUES



IA generativa: Aplicació a tota la cadena de valor.



Automatització: Robòtica per a la reposició d'articles a les estanteries i automatització de magatzems logístics.

Tendències de mercat: sostenibilitat i adaptació al canvi climàtic

SOSTENIBILITAT I ADAPTACIÓ AL CANVI CLIMÀTIC

Aliments ecològics: productes naturals sense insecticides, herbicides, fertilitzants ni químics.

biograssfed

100% pasto ecológico

Ús d'aigua sense contaminar, pastures i farratges sense agroquímics ni transgènics. Oferir una carn ecològica de boví alimentat 100% de pastura.

Proteïna alternativa: ampliar l'oferta alimentària d'aquests nous aliments, amb perfil nutricional enriquit i amb bona organolèptica.

Heura®

Àmplia gamma de productes 100% vegetals.

Reducció i eliminació del malbaratament

d'aliments: a partir d'incrementar l'autoproveïment + incorporació de noves tècniques (*blockchain*, *fotònica*) + *food upcycling*.

TALKUAL

Ofereix caixes de fruita i verdura de temporada a domicili que no compleixen amb els requisits estètics de les grans superfícies.

Reducció del plàstic i dels embalatges.

bonArea

En el seu sistema logístic utilitza una caixa reutilitzable de plàstic 100% reciclable i té una vida útil de 10 anys.

Aliments locals de Km 0: canvi de model a sistemes productius locals i distribució menor.



Plataforma de distribució en línia de productes d'alimentació locals que agrupa petits productors. Gestió conjunta de la logística i de la distribució.

Cultius optimitzats i adaptació al canvi climàtic que estalvien recursos

GROOTS

Groots Hydroponics està especialitzada en el cultiu vertical i en entorn controlat: més producció per metre quadrat, sistemes de recirculació d'aigua, control de paràmetres, etc.

Tendències de mercat: conveniència

CONVENIÈNCIA

Omnicanalitat: l'experiència del consumidor ha de ser completa i satisfactòria independentment del canal.

my turn

Aplicació per dispositius mòbils catalana per gestionar l'experiència de compra i demanar torn als establiments.

Proximitat: tendència en la compra en establiments de proximitat.

Els establiments físics han recuperat importància, i amb nous hàbits de mobilitat i estils de vida, el consum de conveniència i proximitat està guanyant importància.

Marca privada: degut a la inflació i a l'increment dels preus, el consumidor es decanta per la marca privada.



Aldi compta amb 88 botigues a Catalunya i continua impulsant la seva expansió a Catalunya amb una nova botiga.

Plats preparats: la manca de temps i la comoditat fa augmentar el consum de plats preparats.

GB
FOODS

El nom Yatekomo s'ha convertit en un genèric per a aquest tipus de productes alimentaris. Algunes de les claus de l'èxit són l'adaptació al sabor local, la campanya de comunicació, la confiança en la marca Gallina Blanca, ser un producte *on the go* a un preu assequible i tenir un envàs net.

Tendències de mercat: alimentació saludable

ALIMENTACIÓ SALUDABLE

Productes sense sucres, sal ni additius.



MIRÓ ha presentat el projecte *Low Sugar* que pretén identificar les millors substàncies per la substitució de sucres que aportin propietats organolèptiques similars. Aquests estudis es realitzaran amb la col·laboració del centre tecnològic Eurecat.

Productes saludables/functionals, naturals o amb components afegits (probiòtics, prebiòtics, proteïnes, fibra, etc.).



Consorti creat per FRUSELVA, Ingredàlia, la Universitat de Barcelona i la Universitat de les Illes Balears per a la prevenció de l'obesitat infantil mitjançant el projecte FARO-i.

Clean label: el consumidor vol saber els ingredients que incorpora el producte de forma clara.

LIQUATS

Yosoy busca promoure una alimentació més saludable i transparent mitjançant etiquetes clares, senzilles i comprensibles, sense additius artificials i amb una llista curta d'ingredients.

Productes dirigits a la gent gran:
Per viure més i millor.



L'empresa Gastrogust Cuinats i Mafrica, juntament amb Eurecat, ha col·laborat en el projecte 5-PROTEG, que ha desenvolupat tres plats de cinquena gamma amb base de proteïna càrnia, els quals aporten valor afegit nutricional especialment adient per al segment de la població de la tercera edat amb bon estat de salut.

Font: ACCIÓ

Tendències de mercat: digitalització del sistema de distribució i de les botigues

DIGITALITZACIÓ DEL SISTEMA DE DISTRIBUCIÓ I DE LES BOTIGUES

IA generativa: Aplicació a tota la cadena de valor.



Aldi ha desenvolupat “Sabrosas Sobras”, una solució tecnològica d'Intel·ligència Artificial generativa per ajudar a promoure l'aprofitament d'aliments entre els consumidors mitjançant la generació de receptes i reduir així el malbaratament alimentari.

Automatització: Robòtica per a la reposició d'articles a les estanteries i automatització de magatzems logístics.



L'automatització és una de les peces fonamentals per a l'estratègia comercial del grup. En total, la ciutat logística treballa amb uns 8.500 productes secs, 4.580 dels quals estan automatitzats (54%).

Tecnologies involucrades en el sector del *food retail*

SOCIETAT DIGITAL

- IoT i sensors
- *Big data* + IA
- DLT/*Blockchain*
- Ciberseguretat
- Connectivitat
- Fotònica/Quàntica
- *New Space*
- *E-commerce*

SALUT

- Alimentació funcional
- Òmiques

TRANSFORMACIÓ VERDA

- *Agritech*
- *Blue Economy*
- *Nature Based Solutions*
- Tecnologies del cicle de l'aigua
- *Foodtech*
- Bio Economia
- Reciclatge i valorització

RESILIÈNCIA INDUSTRIAL

- Robots/Cobots
- Fabricació additiva
- Simulació
- Automatització
- Drons
- Reciclatge químic
- Materials sostenibles
- Materials de frontera

Les tecnologies involucrades en el sector del *food retail* es divideixen segons els principals 4 eixos de la Diana de tendències tecnològiques d'ACCIÓ de la manera següent:



Producció

Agritech

Ús de la tecnologia en el món de l'agricultura per millorar el seu rendiment i la seva eficiència. L'agricultura està adoptant tecnologia com *big data*, IoT i IA per fer prediccions de les collites o la detecció precoç d'anomalies en els cultius o en el bestiar, entre altres aplicacions.

Foodtech

Explora la manera d'aprofitar els avenços tecnològics per millorar l'eficiència i la sostenibilitat en el disseny, la producció, l'elecció, el lliurament i el gaudi dels aliments.

Blue Economy

L'"economia blava" fa referència al desenvolupament d'activitats econòmiques oceàniques d'una manera integrada i sostenible. Per exemple, <https://www.meditmin.com/>, és una startup que ha desenvolupat un fertilitzant orgànic a partir de l'aigua del mar.

Bio Economia

És la producció basada en el coneixement i en la utilització de recursos biològics i en el flux de residus orgànics de manera sostenible. L'objectiu és la protecció del medi ambient, evitar la sobreexplotació de recursos naturals, potenciar la biodiversitat i impulsar el desenvolupament sostenible i la circularitat.

Nature Based Solutions

Solucions inspirades en la naturalesa que proporcionen beneficis ambientals, socials i econòmics. Aquestes solucions utilitzaran cada vegada més tecnologies digitals per aportar solucions de mitigació i d'adaptació al canvi climàtic.

Reciclatge i valorització

L'objectiu és que quan un producte arribi a la fi de la seva vida els seus materials es mantinguin dins de l'economia sempre que sigui possible. Per exemple, la matèria orgànica dels aliments que ja no es poden consumir pot servir per fer fertilitzants orgànics.

Tecnologies del cicle de l'aigua

Entre les tecnologies del cicle de l'aigua es troba la reutilització, que recupera l'aigua de diverses fonts, la tracta i la reutilitza amb diversos usos com l'agricultura i el reg.

Canal final

Font: ACCIÓ

**IoT i sensors**

L'*Internet of Things* és la interconnexió digital d'objectes que permet disposar d'un control integral sobre l'estat de l'objecte d'acord amb l'anàlisi de dades recollides. En el món agroalimentari s'utilitza, per exemple, per recopilar dades d'humitat del sòl en agricultura, sensoritzar la cadena de processament, assegurar la cadena de fred en la distribució, o com a etiquetes intel·ligents en els productes que arriben al restaurant.

Big data + IA

El *big data* i la IA es nodreixen de les dades obtingudes per la IoT i la sensòrica, així com d'altres bases de dades per fer anàlisis i processaments de dades concretes que ajuden a, per exemple, fer prediccions de comandes per optimitzar l'abastiment de productes.

DLT/Blockchain

Les Tecnologies de Registre Distribuït (DLT) són un paraigua que serveix per agrupar les tecnologies que emmagatzemen, distribueixen i faciliten l'intercanvi de valor entre usuaris. En la cadena alimentària poden ajudar a garantir l'origen i la traçabilitat dels aliments.

Ciberseguretat

La ciberseguretat es basa en la protecció digital de les empreses, de les persones i dels sistemes davant d'atacs digitals. En el sistema agroalimentari ajuda a evitar interrupcions del procés per causes externes o a evitar el furt de dades d'una cadena de restaurants, per exemple.

Connectivitat

La connectivitat permet que diferents dispositius es connectin i intercanviïn informació en temps real. Aquesta connectivitat permet la generació automàtica de comandes en funció de la demanda (o predicció de la demanda) i la producció en conseqüència. També permet el monitoratge de la maquinària de transformació d'aliments per realitzar manteniments predictius i preventius, entre altres aplicacions.

Fotònica/Quàntica

La fotònica és la ciència que estudia la creació, el control i la detecció dels fotons i de les seves interaccions amb la matèria. Per exemple, [SixSenso](#) fa la detecció de contaminants en els aliments mitjançant fotònica.

New Space

Els *New Space* són els nous models de sistemes espacials més flexibles i amb costos de producció més baixos, com els nanosatèl·lits i els microsatèl·lits. [Sateliot](#) ofereix connectivitat IoT amb satèl·lits d'òrbita baixa per proporcionar cobertura per a l'agricultura de precisió.

E-commerce

El comerç *online* no només ajuda el canal final a vendre al públic el seu producte, sinó que també ajuda la resta de les baules de la cadena.



Producció

Robots/Cobots

Els robots i els cobots tenen aplicació a activitats repetitives dintre dels mateixos restaurants o al propi menjador per ajudar en tasques atenent clients.

Fabricació additiva

La fabricació additiva s'està utilitzant per a la producció de peces i maquinària personalitzada i per a la impressió d'aliments a partir d'ingredients frescos.

Simulació

La simulació és una eina que pot ajudar a avaluar diferents escenaris tant des de la producció al camp fins al disseny i al control de processos de fabricació, així com en la distribució i en el canal final. És necessària la implicació d'altres tecnologies de captació i de tractament de dades.

Automatització

L'automatització es nodreix d'altres tecnologies, com la robòtica, els drons, l'IoT, la IA o el *big data* per, per exemple, ajudar a automatitzar la sembra dels camps i ajudar en els processos de *packaging* en la transformació d'aliments, en els magatzems logístics o en l'autoservei als restaurants.

Drons

Els drons i els vehicles autònoms s'estan emprant, per exemple, en la fumigació dels camps, en el moviment de productes en la indústria o en el *delivery* final del producte.

Reciclatge químic

El reciclatge químic permet convertir el plàstic en productes químics a partir del trencament de macromolècules. El reciclatge forma part de tota la cadena de valor del sector del *food retail* ja que es genera residu plàstic en totes les baules.

Materials sostenibles

Els materials sostenibles fan referència als biopolímers i als substitutius dels components fòssils de diferents materials, als materials amb poc impacte sobre els Critical Raw Materials, i a la substitució de materials i components, en diferents aplicacions, per altres menys tòxics o contaminants. S'estan incorporant en tota la cadena i impactant fortament en el canvi dels materials dels envasos.

Materials de frontera

Els materials de frontera es defineixen com "qualsevol material dissenyat, processat o sintetitzat per oferir una millora de la funcionalitat o per presentar propietats en comparació amb els materials convencionals per a una aplicació determinada en una indústria específica." Per exemple, el projecte [Bio2Coat](#) que desenvolupa un recobriments comestible funcional contra el deteriorament del raïm.



SALUT

Producció

Transformació d'aliments

Distribució

Canal final

Alimentació funcional

Disseny d'aliments amb finalitats específiques basat en el coneixement de les propietats moleculars, en l'activitat de grups funcionals, en la geometria molecular i en l'estructura electrònica, així com en la informació de molècules anàlogues.

Òmiques

Les ciències òmiques són un conjunt de disciplines vinculades amb la bioquímica i la biologia molecular mitjançant les quals es pot assolir un coneixement profund, en termes analítics, de les característiques i del contingut global d'una mostra biològica. Per exemple, les tecnologies òmiques ofereixen una opció inestimable per detectar l'autenticitat i la integritat dels aliments.

Principals reptes i oportunitats de negoci per a l'empresa catalana en el sector *food retail*: mercat i consum



MERCAT I CONSUM

PRINCIPALS REPTES ESTRATÈGICS

- Manca de personal a totes les baules de la cadena i manca de personal especialitzat.
- Diferència d'hàbits entre consumidors finals deguda a les diferències generacionals entre, per exemple, "boomers" i generació Z.
- Fidelització del client final.
- Increment de costos de matèries primeres i producció.
- Barrera d'entrada per part dels grans distribuïdors que prioritzen marca blanca.
- Proliferació de productes copiats i conceptes molt similars que dificulten la innovació ja que baixa el retorn de la inversió.
- Decalatge de preus entre el sector primari i la indústria.
- Mantenir la frescor i el perfil organolèptic dels productes processats.
- És molt difícil fer el *neuromarketing* de l'última milla.
- La microsegmentació per la nutrició personalitzada.
- Cadenes de subministrament més resilients davant disrupcions en el subministrament.

PRINCIPALS OPORTUNITATS

- Oportunitat de conscienciar les persones mitjançant l'alimentació i de proporcionar aliments saludables a les botigues i transmetre bones pràctiques al consumidor.
- El fet que hi hagi diferència en els hàbits dels consumidors presenta l'oportunitat de poder dirigir-te a un *target* específic que encara no estigui cobert. Ex: tercera edat, enfocat a determinades religions, etc.
- Gran mercat pendent de transformar-se industrialment.
- Oportunitats per desenvolupar productes de conveniència.
- Treballar de forma ecosistèmica i oberta.



ADMINISTRACIÓ

PRINCIPALS REPTES ESTRATÈGICS

- Determinades normatives i/o legislacions urbanístiques de vegades van en contra de poder produir de forma més sostenible, (ex: instal·lació de plaques fotovoltaïques al camp).
- Necessari incentivar la col·laboració publicoprivada.
- A Europa hi ha molta legislació, fet que fa difícil a les empreses europees competir en les mateixes condicions que les altres d'altres indrets geogràfics.
- Fomentar la formació professional.

PRINCIPALS OPORTUNITATS

- Les aliances amb entitats públiques poden facilitar programes de capacitació i formació per desenvolupar habilitats digitals en el personal, abordant així tant l'escassetat de treballadors com la necessitat d'habilitats específiques. Aquestes aliances també poden facilitar la implementació de solucions omnicanal més accessibles i efectives i millorar l'experiència del client.
- Posar a disposició finançament públic que ajudi al desenvolupament de noves iniciatives.

Principals reptes i oportunitats de negoci per a l'empresa catalana en el sector *food retail*: sostenibilitat i canvi climàtic

41



SOSTENIBILITAT I CANVI CLIMÀTIC

PRINCIPALS REPTES ESTRATÈGICS

- El canvi de temperatura i la manca d'aigua fan que sigui un repte poder produir en la quantitat i amb la qualitat necessàries. Hi ha menys predictibilitat. S'incrementen els costos.
- Afavorir la utilització responsable del plàstic en determinats usos.
- Evitar el malbaratament alimentari. En el sistema actual, el supermercat no paga aquest producte que retorna, de manera que no hi ha un incentiu perquè es redueixi.
- Els productes de proximitat tenen caducitats més curtes i això comporta un augment en la logística i la contaminació d'aquesta.
- Com podem incorporar a l'economia circular els formats d'envasos no retornables.
- Descarbonitzar les operacions.

PRINCIPALS OPORTUNITATS

- Facilitar estratègies que vinculin l'oferta de productes locals amb la reducció del malbaratament alimentari, com ara donacions d'aliments frescos propers a la caducitat. Això s'hauria d'acompanyar de la implementació de sistemes logístics més eficients per a productes de proximitat, tot minimitzant el temps de transport i d'emmagatzematge per reduir caducitats i disminuir així la contaminació associada a la logística.
- Desenvolupament de projectes que vagin encaminats a l'adaptació al canvi climàtic.
- Establir col·laboracions entre empreses per tal de poder incloure més circularitat a les seves activitats.
- Oportunitats de col·laboració amb organitzacions sectorials enfocades a la sostenibilitat.



TECNOLOGIA I DIGITALITZACIÓ

PRINCIPALS REPTES ESTRATÈGICS

- Captació i formació de personal en perfils digitals.
- Les plataformes d'agregació de comandes tenen el control de la majoria de dades del sector.
- Actualment no es tenen dades agregades de consum que siguin representatives del mercat.
- La ciberseguretat.
- Degut a la industrialització de l'agricultura, la producció de forma diferenciada és un repte.
- Interconnexió i comunicació entre els sistemes digitals.
- Implementar l'omnicanalitat.
- Desenvolupar capacitats analítiques.
- Modernitzar els sistemes.
- Garantir una plena integració dels entorns digitals i físics.

PRINCIPALS OPORTUNITATS


- Invertir en tecnologia per ser més eficients i minimitzar falta de recursos de personal i problemes de pujades de preu en matèries primeres.
- Incorporació de la IA generativa per millorar la productivitat.
- Utilitzar dades recopilades mitjançant plataformes digitals per entendre millor les preferències del client i per personalitzar ofertes, cosa que alhora pot millorar la fidelització.
- Utilitzar dades sobre preferències dels consumidors per identificar tendències emergents i crear nous plats o productes que s'alineïn amb aquestes preferències. Segmentar els clients segons les preferències i els hàbits de consum per identificar àrees geogràfiques amb demanda similar, tot facilitant l'expansió focalitzada a noves ubicacions.
- Utilitzar *insights* recollits de les xarxes socials i d'altres bases de dades sobre les preferències dels clients per desenvolupar nous productes que satisfacin les necessitats específiques dels consumidors, millorant així la seva experiència.
- IA aplicada al desenvolupament de *mock-ups* per optimitzar el procés de llançament d'un producte.

Gràcies!

Passeig de Gràcia, 109
08008 Barcelona

accio.gencat.cat
catalonia.com

 @accio_cat
@Catalonia_TI

 [linkedin.com/company/acciocat/](https://www.linkedin.com/company/acciocat/)
[linkedin.com/company/invest-in-catalonia/](https://www.linkedin.com/company/invest-in-catalonia/)

Més informació sobre el sector, notícies i oportunitats:

<https://www.accio.gencat.cat/ca/sectors/alimentacio/index.html>

