

Investigando las nuevas tendencias en alimentación 'sin intolerancias alimentarias'

Antecedentes

- **“The U.S. market for gluten-free foods and beverages has grown by 30 percent a year since 2006 to \$2.6 billion in 2010”**

Source: Packaged Facts

- **Global Food Allergy and Intolerance Products Market to Surpass \$26 Billion by 2017, According to a New Report by Global Industry Analysts, Inc.**

- **Some people perceive that gluten-free diet can help in treatment of disorders such as autism, chronic fatigue, schizophrenia, attention deficit disorder, multiple sclerosis, migraine and fertility problems. Surprisingly, the consumer base for gluten-free diets comprises a greater proportion of non-celiacs. This is mainly due to growing concerns related to symptoms associated with celiac disease and wrong self-diagnosis among the non-celiac sufferers. Also with celebrities endorsing gluten-free and wheat-free diets as a weight loss regimen, more people are taking interest in gluten free products, and embracing it as part of their lifestyles.**

Source: Global Industry Analysts, Inc.

- **“Los alimentos ‘sin gluten’ son una tendencia mundial, mientras que los productos ‘bajos en’ o ‘sin’ lactosa son más fuertes en Europa que en EE.UU”**

Fuente: Centro tecnológico AZTI Tecnalia

Antecedentes

- **“Más de 450.000 españoles son celíacos”**

Fuente: Federación de Asociaciones de Celíacos de España (FACE)

- **El número de individuos que sufren reacciones alérgicas a alimentos y bebidas está en aumento, en paralelo al aumento general de enfermedades de origen alérgico como algunos tipos de asma y eczemas.**

Fuente: Emerging Ingredients in Food and Drinks. B. Insights, Agosto 2010

- **“Las diferencias de precios entre los alimentos sin gluten y los denominados normales son muy importantes (hasta un 700% más)”**

Fuente: Estudio de precios 2011 - Federación de Asociaciones de Celíacos de España (FACE)

- **“Existe un número aparentemente creciente de consumidores que no tienen un diagnóstico de intolerancia a los alimentos, pero consideran que su salud general mejora con la omisión de determinados ingredientes alimentarios como el trigo / gluten”**

Fuente: consultora británica Letherhead Food

Situación inicial

Algunos comentarios de personas que incorporan alimentos 'sin' en su dieta:



La visibilidad es posible que sea importante para mucha gente. Para mi lo es relativamente: una vez se qué marcas puedo comprar, voy a piñón!

La marca Nestlé etiqueta bien: puedes fiarte de los ingredientes que dicen, aunque no tenga el símbolo. Si lleva, siempre lo dice.

Tengo que vigilar en medicamentos y complejos vitamínicos dónde la lactosa se utiliza como excipiente

Comer en casa ya no es un problema para un celíaco. En cambio, sí que lo es cuando sales fuera: ir a una pizzeria, tomarte una cerveza en un bar o comerte un bocadillo... Por eso, lo interesante sería que los establecimientos tipo restaurantes y bares tuvieran productos para celíacos

Situación inicial

y... algunas noticias...:

Santiveri amplía su gama 'Noglut'

Mari Cruz Bellón

La barcelonesa **Casa Santiveri**, fabricante de productos dietéticos, amplía su gama de referencias sin gluten con el lanzamiento de sus nuevas magdalenas en bolsa de ocho unidades y disponibles en cuatro variedades. Concretamente, ha puseo en el mercado magdalenas tradicionales, con pepitas de chocolate, rollones de crema de queso o de mermelada de fresa.



Las nuevas referencias se comercializarán en las **270 tiendas** 'Santiveri' en las líneas de gran distribución y en establecimientos especializados en alimentación para celíacos. Santiveri elabora la gama 'Noglut' en sus instalaciones de Peñafiel (Valladolid), de donde salen además

OR EL MISMO PRECIO

McDonald's ofrecerá pan sin gluten apto para celíacos

16 Deja tu comentario

Imprimir Enviar

COMPARTE ESTA NOTICIA

33 489

Facebook Twitter

1 0

Anuncios Google

Cursos Gratis

del Inem

+290 Cursos

Gratis

(Subvencionados)

Apíntate a los

Cursos Sin Pagar!

Compartir en...

McDonald's ofrecerá desde este martes pan sin gluten apto para celíacos por el mismo precio en todos sus restaurantes como parte del compromiso de la compañía con la nutrición responsable, según informa la cadena.

Los consumidores con intolerancia al gluten podrán disfrutar de las hamburguesas McDonald's con el mismo sabor y al mismo precio que el resto de consumidores, según señala la compañía.

Además, el producto de fábrica incluye en su etiquetado la marca de garantía 'Controlado por FACE', que garantiza los requisitos que esta entidad establece respecto a los procesos de elaboración y a los niveles máximos de gluten.

Según datos de la Federación de Asociaciones de Celíacos de España (FACE), existen cerca de 450.000 celíacos en España y aproximadamente el 90 por ciento casos sin diagnosticar. En este sentido, la Federación reclama un mayor control en el etiquetado de todos los productos para celíacos y la inclusión de menús específicos sin gluten en restaurantes y cafeterías.

HERBALIFE PRESENTA SU PRIMER SUSTITUTIVO ADAPTADO A PERSONAS CON INTOLERANCIAS ALIMENTARIAS

Madrid, 29 de febrero de 2012 - Herbalife, multinacional líder en venta directa de suplementos nutricionales, introduce en nuestro país la nueva variedad de su producto estrella en todo el mundo, el batido Fórmula 1, que ahora también es apto para personas con intolerancia a la soja, el gluten o a la lactosa, sustancias que, junto con el huevo y los frutos secos, son responsables del 90% de las alergias alimentarias actuales. El nuevo Fórmula 1 Sin es una comida saludable que proporciona las cantidades adecuadas de proteínas y nutrientes esenciales que nuestro cuerpo necesita para tener energía. Con un delicioso sabor a vainilla, el nuevo sustitutivo contiene extractos de granada y arándanos que aportan antioxidantes que protegen la salud, fibra y también Pisane®, una proteína extraída de los guisantes amarillos que es rica en aminoácidos esenciales como la arginina y lisina, necesarios para el organismo y que, a

además, es igual de fácil y rápido de preparar, siendo el tipo de leche más adecuado para cada caso. Sin es una alternativa real para todas aquellas personas con intolerancia a la lactosa o gluten o cuya salud se ve afectada por el consumo de alimentos con un índice glucémico elevado, posee una alta concentración de vitaminas, minerales y

Argal presenta una nueva gama de pasteles

La línea está integrada por tres sabores, pescado, verduras y cangrejo

Alimarket Alimentación

La compañía **Grupo Alimentario Argal**, fabricante de elaboraciones cárnicas y soluciones de comida refrigerada, ha ampliado esta última división con el lanzamiento de una nueva gama edición gourmet: de 'pasteles' untables, que se pueden disfrutar tanto en frío como en caliente. Se trata, por tanto, de una solución idónea para servir de entrante, de primer plato o de acompañamiento.



La línea está integrada por tres sabores, pescado, verduras y cangrejo, todos sin conservantes, sin colorantes artificiales y sin gluten, ideal para las personas celíacas. Por otra parte, los nuevos pasteles son de textura suave y facilitan la ingesta a todas aquellas personas con problemas de deglución, además de ser bajos en calorías. Por otro lado, para los padres son una forma divertida y divertida, tanto por su color como por sus múltiples combinaciones de conseguir que los niños coman verdura y pescado.

Pescanova, única marca en productos del mar con rebozados sin gluten

29.01.2012 Tres líneas están reconocidas con la marca de garantía de la Federación Española de Asociaciones de Celíacos

★★★★★ 5.0 (2 Votos) 1 +7 1 Me gusta 78 Twitter 15 Compartir

MAITE GIMENO VIGO

Sensibilidad con un problema de salud que afecta a más de 450.000 españoles y a más de 2.000 gallegos. Es la principal razón que ha determinado al Grupo Pescanova a aceptar y a superar con éxito el reto planteado hace dos años por la Asociación de Celíacos de Galicia, integrada en la Federación de Asociaciones de Celíacos de España, FACE, para incorporar a su amplia oferta de elaborados del mar tres líneas de productos sin gluten: varitas empanadas popcorn, filetes y ventrescas de merluza al huevo, nuggets de merluza, con sello FACE y, además, aritos a la tortillera.

En esta senda de respuesta a las demandas de los consumidores, Pescanova, a través de Frinova en O Porriño, es la única marca cuyos productos del mar rebozados y amojorados están incluidos y recomendados en el catálogo de alimentos de FACE, por ser aptos para celíacos.

Facilitar a las personas celíacas productos del mar empanados con el sello de garantía de la Federación de Asociaciones de Celíacos de España, ha exigido a Frinova un esfuerzo muy



- Pescanova fija en 160 millones el importe de la emisión de bonos convertibles
- Pescanova, única marca en productos del mar con rebozados sin gluten
- Pescanova, en el top internacional de la calidad alimentaria
- ¿Año de crisis? Pescanova e Inditex venden más y elevan sus cotizaciones en la bolsa
- Más noticias

Grupo Leche Pascual presenta sus novedades en Alimentaria

Mari Cruz Bellón

La compañía láctea aprovechará la celebración del certamen Alimentaria 2012 para presentar sus principales novedades en catinía, además después de la llegada al mercado de 'Básica de Pascual', leche sin fermentar, cuajar, concentrar, condensar ni deshidratar desi nada fundamentalmente a nivel de juvenil y que la burgalesa define como 'leche para comer'.

Viniendo el resto de lanzamientos, Grupo Leche Pascual pondrá en el mercado el nuevo envase Tetra Edge para sus referencias básicas de leche, presentará la nueva receta de 'Vivesoy' original y añadirá una nueva variedad a la gama 'Bitutas', concretamente el sabor fresa y plátano o destinado a público más joven. Por otro lado, la compañía ha desarrollado la versión entera de 'Pascual sin lactosa', en el mercado desde marzo de 2010 con las variedades desnatada y semidesnatada.



Nestlé España adecúa sus líneas para garantizar la ausencia de gluten

Redacción

Nestlé España ha reestructurado su producción para garantizar la ausencia de gluten en sus tabletas, merced a la adecuación de líneas realizada en su central fabril chocolatero, ubicado en La Penilla De Ceyón (Cantabria). Dicha actuación, objeto de una inversión de 30.000 €, ha consistido en separar físicamente las líneas de producción y eliminar, así, la posibilidad de contaminación por trazas.

La carencia de dicha proteína ya se daba en el 90% de las tabletas de la compañía. Sin embargo, no había sido posible descartar completamente la presencia de gluten en la tabeas, por efecto de las trazas, según reconoce Juan Carlos Peralejo, director de chocolates y lácteos de Nestlé España.

En consecuencia, a partir de ahora, las tabletas de chocolate de Nestlé exentas de gluten se identificarán con la mención 'Apto para una dieta sin gluten' y dichas referencias se añadirán al listado de productos sin gluten de las diferentes categorías que Nestlé España recoge en su web (www.nestle.es).



hamilton

www.hamilton.es



Planteamiento del proyecto

Ante esta realidad, es importante **conocer cual es el peso del mercado de los productos 'sin'** (gluten, frutos secos, lactosa y huevo); cuantificando tanto las personas con intolerancia como aquellas que no han sido diagnosticadas pero no incorporan algún alimento en su dieta por motivos dietéticos.

Planteamos en una segunda fase la focalización en 'sin gluten' y 'sin lactosa' aunque cabe la posibilidad de incorporar otras intolerancias alimentarias en función de los resultados obtenidos en la primera fase y del interés de los empresas participantes en el proyecto.

A nivel más específico, conoceremos los **intereses del comprador de productos 'sin gluten', y 'sin lactosa', su proceso de compra y las variables que intervienen** en éste.

Si somos capaces de tener esta información podremos lograr **diferenciarnos potenciando el factor marca y aportando un producto de calidad** a un, probablemente, comprador mucho más fiel.

Este estudio, además de proveer la radiografía completa del proceso de compra, determinará aquellas marcas que se asocian a cada categoría de productos y que resultan de mayor confianza para el comprador.

Planteamiento del proyecto

El proyecto pretende, en una **primera fase**, **cuantificar el mercado de las intolerancias alimentarias (Huevo, Frutos Secos, Gluten y Lactosa)** en personas diagnosticadas y en las que simplemente prefieren obviar estos alimentos de su dieta por otros motivos.

En una **segunda fase** investigar los aspectos más importantes del **proceso de compra de productos 'sin gluten' y 'sin lactosa'**, más allá de los puramente racionales, tanto en personas con intolerancia como en personas que consumen alimentos 'sin gluten' y/o 'sin lactosa' por motivos dietéticos; teniendo en cuenta la compra en el punto de venta o en restauración.

1ª Fase

Dimensión y Cuantificación del mercado de las intolerancias alimentarias

2ª Fase:

Entender el proceso de compra de productos 'sin gluten' y 'sin lactosa' y las tendencias del mercado

Metodología

1ª Etapa del proyecto - 1.000 entrevistas

1.000 entrevistas online (error muestral de $\pm 3,1\%$) de una duración aproximada de **5 minutos** a **población general**.

Mediante la consecución de dichas entrevistas obtendremos la **incidencia de cada intolerancia alimentaria** en la población española (y, según zonas Nielsen) y la **penetración de los productos 'sin'** en individuos sin intolerancias que **prefieren consumir este tipo de productos**.

Género	entrevistas
Hombre	485
Mujer	515

Edad	entrevistas
16 a 24 años	155
25 a 34 años	320
35 a 44 años	295
45 a 54 años	155
+ 55 años	75

Zona	entrevistas
Noreste	125
Levante	140
Sur	160
Centro	95
Noroeste	75
Norte Centro	85
Canarias, Ceuta y Melilla	30
AM Barcelona	130
AM Madrid	160

Metodología

2ª Etapa del proyecto – 1.200 entrevistas

Para cubrir el objetivo final de la segunda fase de la investigación proponemos, a priori centrar el proyecto en 'intolerancia al gluten' e 'intolerancia a la lactosa' aunque dejamos abierta la posibilidad de incorporar otras intolerancias en función del progreso de la investigación y de las necesidades de las empresas colaboradoras en el proyecto.

Por lo tanto, se plantea la realización de:

- **400 entrevistas online** (error muestral de $\pm 5,0\%$) de una duración aproximada de **15-20 minutos a personas diagnosticadas con intolerancia al gluten** (celíacos).
- **400 entrevistas online** (error muestral de $\pm 5,0\%$) de una duración aproximada de **15-20 minutos a personas diagnosticadas con intolerancia a la lactosa**.
- **400 entrevistas online a personas** de una duración aproximada de **15-20 minutos no diagnosticadas con intolerancia al gluten y/o a la lactosa pero que habitualmente no lo incorporan en su día a día**.

Información adicional

Para más información ponte en contacto:

Jennifer Varón

jvaron@hamilton.es

Office Phone: +34 93.237.09.92

Web: www.hamilton.es

Blog: <http://www.intelligencemarketresearch.blogspot.com/>

Te daremos información adicional sobre el proyecto así como timing y presupuesto y podremos comentar todo lo que consideres oportuno!

CONTACTO



Barcelona

Mallorca, 221
08008 Barcelona
T. +34 932 370 992

Madrid

General Martínez Campos, 41
28010 Madrid
T. +34 913 993 913

Lisboa

Av. Forças Armadas, 115
1600-079 Lisboa
T. +351 924 326 993

Andorra

Prat de la Creu, 96
Andorra la Vella
T. +376 810 830