

Portugueses mais preocupados com a sua alimentação e saúde

Conclusões do Barómetro FOOD 2021



Por **Rita Puga** 24 de Novembro, 2021 em **MERCADO RH**

0

6

Partilhas

72

Visualizações

Com o objetivo de conhecer os padrões alimentares da população ativa e as tendências na oferta dos restaurantes, a **Edenred**, líder global em soluções de benefícios sociais, dinamizou uma nova edição do Barómetro FOOD.

65% dos consumidores portugueses ativos consideram que a pandemia de Covid-19 aumentou a sua consciência sobre a sua saúde e a necessidade de ter uma **alimentação mais saudável**. A conclusão é do **Barómetro FOOD 2021**, estudo realizado no âmbito do “**Programa FOOD** –

Fighting Obesity through Offer and Demand”, lançado em 2009 pelo **Grupo Edenred** com o apoio da **União Europeia** e que, em Portugal, tem a **Direção-Geral de Saúde** como entidade parceira.

Com esta iniciativa de responsabilidade social, a Edenred pretende promover a **saúde e o bem-estar** da população ativa, através de dois eixos de atuação: por um lado, sensibilizando os colaboradores das empresas para a importância de fazer escolhas alimentares saudáveis durante a jornada de trabalho; por outro lado, impulsionando os restaurantes a adaptarem as suas ementas, para oferecerem refeições nutricionalmente equilibradas.

Uma procura mais consciente

Depois do interregno de um ano, devido à **pandemia**, o **Barómetro FOOD** regressou em 2021, concluindo que os portugueses estão **mais sensíveis às questões relacionadas com a alimentação e abertos a mudar as suas escolhas alimentares**:

- **89% dos consumidores defenderam que os restaurantes deveriam disponibilizar uma oferta mais saudável.** Nesse sentido, os principais elementos apontados foram: a indicação clara das “opções saudáveis” na ementa; mais produtos frescos; informação nutricional clara; mais saladas; e opções vegetarianas e/ou veganas;
- **53% dos restaurantes consideraram que os clientes iriam notar e apreciar a oferta de uma ementa com refeições mais saudáveis.** Na verdade, 31% dos restaurantes que participaram no barómetro alteraram a sua ementa e têm hoje uma oferta de refeições diferente da que tinham antes do confinamento. Do mesmo modo, 33% revelaram que, com o confinamento, mudaram os seus hábitos e fornecedores, para ter produtos mais saudáveis e locais;
- **É ainda de assinalar a crescente familiarização dos restaurantes com as refeições saudáveis**, com grande parte a concordar que, em comparação com as outras, são igualmente saborosas, demoram o mesmo tempo a ser cozinhadas e têm igual grau de dificuldade. Já no que diz respeito a custos, 49% dos restaurantes consideraram que é mais dispendioso preparar refeições saudáveis.



DOWNLOAD GRÁTIS!
+ DE 40 PÁGINAS DE INFORMAÇÃO

OS GUIAS PRÁTICOS DO DRH

TENHO UM PROJETO DE
AVALIAÇÃO DE CANDIDATOS

2021
AVALIAÇÃO DE CANDIDATOS

IIRH

O **Barómetro FOOD** revelou também que o desperdício alimentar é uma preocupação dos portugueses. 97% dos consumidores indicaram que esta é uma questão importante ou muito importante para si, sendo que 75% afirmaram que a crise da Covid-19 aumentou a sua consciência sobre o desperdício alimentar e a necessidade de proteger o meio ambiente. Os

restaurantes estão atentos ao problema e 60% já implementaram medidas para limitar o desperdício, bem como a pegada ambiental.

Aposta nas ementas de *take-away* e *delivery*

Naquela que tem sido uma época de **mudanças comportamentais**, e depois de o consumo de refeições no interior dos estabelecimentos ter estado impedido ou limitado, o Barómetro FOOD debruçou-se igualmente sobre a origem das refeições e os locais preferenciais para comer.

Apesar de durante o confinamento alguns consumidores terem preparado as suas refeições em casa, 60% também encomendaram comida. Naqueles que o fizeram, a confiança foi um dos fatores que mais influenciaram a decisão: as encomendas em restaurantes que já conheciam foram a escolha mais comum, embora muitos também tenham aproveitado para explorar as opções de **plataformas de *delivery*** ou **restaurantes com *take-away***.

Já com os restaurantes abertos, 42% dos consumidores afirmaram que planeiam continuar a fazer pedidos de *delivery* e *take-away* após a pandemia, alternando com a deslocação a restaurantes.

Assim, 87% dos consumidores esperam que os restaurantes apostem na sua oferta de *take-away* e *delivery*. Estes serviços já são disponibilizados pela maioria dos restaurantes e, se antes da pandemia, 36% já tinham opções para fora, com o confinamento mais 52% passaram a servir refeições para levar ou entregar.

O Programa FOOD

O Barómetro FOOD é realizado em onze países europeus e é o ponto de partida para o plano de ação do Programa FOOD. Todos os anos, a **Edenred**, em conjunto com as entidades parceiras locais, dinamiza iniciativas que visam a promoção e adoção de uma alimentação equilibrada junto da população ativa, diretamente ou através das entidades empregadoras, e dos restaurantes.



As conclusões do Barómetro FOOD 2021 em Portugal baseiam-se em 6257 respostas de utilizadores do **Cartão Euroticket Refeição**, consumidores incluídos na população ativa, e de responsáveis de restaurantes pertencentes à rede de aceitação do **Euroticket Refeição**.

Filipa Martins, Diretora-Geral da Edenred Portugal, afirma: *“Ser a companheira diária das pessoas no trabalho é um desígnio que pauta toda a atuação da Edenred. Estamos verdadeiramente empenhados em*

contribuir de forma ativa para o bem-estar das pessoas, fazer uma diferença positiva nas suas vidas e acrescentar valor a toda a comunidade. A promoção de comportamentos alimentares saudáveis e sustentáveis sempre foi um dos nossos principais compromissos, na medida em que a adoção generalizada de uma alimentação equilibrada conduz a ganhos consideráveis no que respeita ao bem-estar social da população ativa. O contexto atual da pandemia apenas veio acelerar ainda mais esta tendência de valorização da saúde e benefícios a ela associados, tanto por consumidores como pelo mercado, no âmbito do trabalho presencial ou remoto”.

Mais informações sobre o **Programa FOOD** disponíveis **aqui** e sobre o **Barómetro FOOD aqui!**