

“A pesar de la crisis, sigue al alza la alimentación SIN”

Según algunas conclusiones del estudio comerSIN realizado por la consultora hamilton intelligence, una parte de la población española ha eliminado total o parcialmente la lactosa y/o el gluten de su alimentación. Muchos de los consumidores de productos ‘sin’ se auto-diagnostican como intolerantes o deciden optar por evitar ciertos alimentos principalmente porque consideran que se encuentran mejor sin tomarlos y por la influencia recibida de los medios de comunicación.

Esta tendencia no se da sólo en España, el mercado ‘libre de’ ha crecido también en EEUU y Europa Occidental. En dichas regiones, las ventas de productos ‘sin lactosa’ han incrementado más que considerablemente en los últimos años situándose en los US\$ 3.600 millones en 2010 y el mercado sin gluten tuvo un valor estimado de US\$ 3.500 millones en 2010. Además, según datos de consumo, en 2010 el volumen de productos sin gluten aumentó un 37% en EEUU.

Cada vez más marcas suman productos ‘sin’ o ‘libres de’ a su oferta de mercado innovando en ingredientes y procesos y cubriendo una necesidad más que incipiente entre intolerantes y no intolerantes.