



Good food, Good life

## Nota de prensa

Esplugues de Llobregat (Barcelona), 14 de febrero, 2023

A menor edad, mayor compromiso con la alimentación sostenible

### **Más del 30 % de los jóvenes españoles elige comida *veggie* cuando va a un restaurante**

- Frente los nuevos hábitos juveniles, el 60 % de los mayores de 45 años reconoce que nunca ha tenido en cuenta el aspecto de la sostenibilidad a la hora de elegir dónde comer o cenar.
- El 40% de los menores de 30 años se lleva las sobras de comida a casa para evitar el desperdicio alimentario, el doble que el grupo de mayor edad.
- Además, el 20% de los jóvenes confiesa que incluso se desplaza para encontrar restaurantes con menús más saludables o sostenibles.

La tendencia flexitariana y la reducción del consumo de proteína animal en España es una realidad claramente arraigada. El *plant-based* ya está presente de forma regular en el 40 % de los hogares del país. En este marco, el *Observatorio Nestlé de Hábitos Nutricionales y Estilo de Vida de las Familias*<sup>1</sup> ha querido tomar el pulso y comprobar si estos hábitos se están replicando también en la restauración.

Según los resultados, 6 de cada 10 de españoles menores de 30 años va a un restaurante entre dos y cinco veces al mes en su tiempo de ocio. Los resultados revelan que más del 30 % de estos elige platos más respetuosos con el medioambiente que hace 5 años cuando come o cena fuera de casa y 2 de cada 10 que no lo hace, reconoce que le gustaría adquirir ese hábito.

La tendencia a seguir una alimentación más sostenible para el planeta se refleja ya a la hora de elegir el restaurante. Así lo asegura el 54 % de los jóvenes que, para comer fuera de casa, valora decantarse por un establecimiento que ofrezca platos vegetarianos, veganos o flexitarianos en la carta.

*"Vemos que los menores de 30 años son los que sobre todo abanderan esta tendencia en la restauración. Mientras el 12 % de estos apuesta habitualmente por*

*restaurantes veggies, solo el 5 % del siguiente grupo de edad, los de hasta 45 años, lo hace. De hecho, el 60 % de estos últimos afirma que nunca ha tenido en cuenta el aspecto de la sostenibilidad a la hora de elegir dónde comer o cenar”, comenta Sergi Pascual, responsable de Marketing de Nestlé Professional, la división de la Compañía dedicada a comercializar alimentos y bebidas para Fuera del Hogar.*

A pesar del interés creciente por este tipo de platos y opciones más saludables para el planeta en la restauración, el Observatorio Nestlé revela que para 4 de cada 10 jóvenes no es fácil encontrar un establecimiento con una carta *veggie* y 2 de cada 10 de estos confiesa incluso que se desplaza para ir a comer o a cenar a un restaurante de estas características. *“En los últimos años, nos hemos volcado para ofrecer una gama, cada vez más amplia, de productos plant-based pensados por y para la restauración. Algunos ejemplos de productos de proteína vegetal bajo la marca Garden Gourmet son Vuna, que es nuestra alternativa 100 % vegetal al atún en conserva, o Sensational Burger, que tiene una apariencia y jugosidad muy similar a la hamburguesa, pero se elabora con proteína vegetal”,* destaca Sergi Pascual.

### **El tupper está de moda en la restauración**

Según el estudio de Nestlé, cerca del 40 % de los encuestados menores de 30 años se lleva las sobras de comida a casa para evitar el desperdicio alimentario frente al 19 % de hasta 45 años que lo hace.

No obstante, y a pesar de que cada vez es más común pedir para llevar lo que ha sobrado en la mesa, todavía el 10 % de ambos grupos de edad reconoce que no pide un *tupper* por vergüenza.

Otro punto en el que coinciden es en el precio que estarían dispuestos a pagar por una alimentación más sostenible en la restauración. Más del 40 % de ambos grupos aceptaría y asumiría pagar más en un establecimiento si los platos o alimentos que degusta son más respetuosos con el planeta. Por el contrario, el 55 % restante cree que no debería repercutir en su bolsillo.

<sup>1</sup>Los resultados de este estudio, realizado en colaboración de la plataforma especializada en Research ZINKLAR, se han obtenido a través de 600 entrevistas online a individuos de 18 a 30 años y de 31 a 45 años residentes en España.