

Según datos de la Asociación de Fabricantes de Productos de Aperitivo (AFAP)

El consumo de productos de aperitivo crecerá un 10 % durante la UEFA EURO 2016 de Francia.

- Durante la UEFA EURO 2012, el consumo de productos de aperitivo se incrementó un 10% respecto al mismo período del año anterior.
- En caso de que la Selección Española alcance, al menos, las Semifinales, se estima que el crecimiento en el consumo de aperitivos alcance el 15%.
- Este aumento del consumo está motivado por el rol sociabilizador de los aperitivos, que lo convierte en un alimento ideal para compartir en momentos de ocio y en compañía.

MADRID, 14 de junio de 2016.- La Asociación de Fabricantes de Productos de Aperitivo estima un crecimiento en el consumo de frutos secos, patatas fritas y snacks, durante la celebración de la UEFA EURO 2016 que acaba de iniciarse en Francia, del 10 % en términos de volumen con respecto al mismo período del año anterior.

Esta previsión se basa en los datos de consumo registrados durante la Eurocopa de 2012. Según datos de AFAP, durante ese periodo, el consumo de aperitivos creció un 10% respecto al mismo mes del año anterior. Los aperitivos fueron, también, un acompañamiento ideal durante el Mundial de Sudáfrica, en el que la Selección Española se alzó campeona. La semana que se jugó la final España-Holanda, el consumo de aperitivos y snacks se incrementó un 16% frente a la misma semana del año previo.

En este sentido, se estima que el incremento en el consumo previsto para la UEFA EURO 2016 se elevará hasta el 15% si la Selección alcanza al menos las semifinales de este torneo.

Este cambio puntual en el hábito de consumo tiene una explicación. Los productos de aperitivo, muy arraigados en la cultura mediterránea, tienen un rol sociabilizador

inherente y se suelen consumir en momentos de ocio, en compañía y, generalmente se asocian a una sensación de bienestar y satisfacción.

Sobre el “momento aperitivo”

La Asociación de Fabricantes de Aperitivos (AFAP) ha impulsado un nuevo estudio para conocer los hábitos y actitudes del consumidor español ante los productos de aperitivo. Este estudio, realizado por Nielsen en marzo del presente año, muestra un comportamiento homogéneo por parte del consumidor español. A continuación se recogen las principales conclusiones:

-El consumo de aperitivos se realiza, mayoritariamente, en casa. Así lo demuestran los porcentajes de consumo de patatas fritas (94 %), frutos secos (92 %) y resto de aperitivos (91 %), frente al consumo fuera del hogar (hostelería o calle), que alcanza el 58 %, 47 % y 45 % respectivamente.

-El consumo por ocasión es muy moderado, no llega a 50grs.

-En cuanto al momento de consumo de los productos de aperitivo, los consumidores prefieren la tarde.

-Otro aspecto a destacar es el motivo de consumo de aperitivos: el consumidor español toma productos de aperitivo **por placer y porque le gusta el sabor** (ambos con porcentajes de mención en poco más 60 % para patatas, frutos secos y otros snacks).

-Continúa destacando el importante papel de los productos de aperitivo como vehículo de sociabilización vinculado a momentos de convivencia y ocio. Así lo confirma el 56% que lo hizo consumiendo patatas fritas en familia, el 45% que lo hizo con frutos secos y el 49% con otros snacks.

Un sector en crecimiento

El mercado español de productos de aperitivo facturó en 2015 un 1,2% más que el año anterior, logrando unas ventas de 1.960 millones de euros. Este dato confirma que las ventas del sector mantienen su crecimiento. La apuesta de las empresas elaboradoras por la innovación y la introducción de novedades, clave en este crecimiento.

Acerca de AFAP

La Asociación de Fabricantes de Aperitivos (AFAP) es una organización sin ánimo de lucro que representa a las empresas elaboradoras de patatas fritas, productos de

aperitivo y frutos secos que operan en España. Actualmente, cuenta con 15 empresas asociadas que suponen alrededor del 60% de la industria: Aperitivos Matarile, Aperitivos Medina, Aperitivos y Extrusionados, S.A.U. (Grupo Apex: Aspil, Aperitivos Gus, Patatas Vicente Vidal), Celigüeta, Cumba, Facundo Blanco, Frit Ravich, Grefusa, Ibersnacks Snacks co-maker, Leng-d'Or, Liven, PepsiCo Foods, Risi, Syc Diversificación y Tostados y Fritos (Tosfrit).

Más información

AFAP

Soledad Hijano

Tel. 93 207 25 16