

Barómetro FOOD 2022

Aumento dos preços terá impacto nos hábitos alimentares dos portugueses

No Dia Europeu da Alimentação e da Cozinha Saudáveis, a Edenred, líder global em benefícios sociais, divulga os resultados do Barómetro FOOD 2022, um inquérito que tem como objetivo conhecer os padrões alimentares da população ativa e as tendências na oferta dos restaurantes.

Face ao atual contexto de inflação, **94% dos portugueses consideram que os aumentos de preços que terão mais impacto para si são os da comida**, só depois aparecendo os relacionados com energia, transportes e habitação. A maioria afirma que o seu orçamento para alimentação vai aumentar muito e 92% revelam que os aumentos dos preços terão repercussões nos seus hábitos alimentares. Maior planeamento das refeições, a compra de menos produtos e menos idas aos restaurantes foram algumas das consequências listadas. 19% dos inquiridos assinalaram mesmo que o aumento dos preços irá refletir-se numa **menor qualidade nutricional das suas refeições**.

Segundo os inquiridos, os impactos sentidos seriam ainda mais acentuados se não recebessem o subsídio de alimentação através de cartão de refeição. A **maioria revela que se deixasse de receber em vale social perderia poder de compra**, o que teria efeitos ao nível das idas a restaurantes e da qualidade nutricional das suas refeições. Também os responsáveis dos restaurantes destacam os benefícios desta solução, com 60% a indicarem que o sistema de vales sociais tem um impacto positivo no seu negócio, contribuindo para a fidelização de clientes, atração de clientes novos e promoção do negócio.

As conclusões são do **Barómetro FOOD 2022**, estudo realizado no âmbito do Programa FOOD, 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 e sustentáveis durante a jornada de trabalho; por outro lado, impulsionando os restaurantes a oferecerem refeições nutricionalmente equilibradas e a minimizarem o desperdício alimentar.

Preocupação com saúde e alimentação reflete-se na procura nos restaurantes

De acordo com os resultados do Barómetro FOOD deste ano, os portugueses estão mais sensíveis às questões relacionadas com a alimentação. Estão também mais abertos a mudar as suas escolhas e hábitos alimentares:

- **79% dos inquiridos dizem prestar cada vez mais atenção à alimentação saudável**, sendo que a principal **motivação** para a mudança de hábitos é mesmo a **saúde**. Neste capítulo, é de assinalar que 73% consideram que a pandemia de Covid-19 aumentou a sua consciência sobre a sua saúde e a necessidade de ter uma alimentação mais saudável. Face a esta mudança, **90%** dos portugueses esperam hoje uma **oferta mais saudável por parte dos restaurantes**, com produtos frescos, informação nutricional clara, indicação clara de "opção saudável" na ementa, opções vegetarianas e/ou veganas e mais saladas.
- A mudança de hábitos está a refletir-se na procura nos restaurantes, com **49%** dos responsáveis de estabelecimentos a revelar que, no último ano, registaram um **aumento na procura por refeições saudáveis/equilibradas**. Nesse sentido, **91% dos restaurantes já disponibilizam opções mais saudáveis/equilibradas** nas suas ementas, incluindo: opções vegetarianas/veganais; métodos de confeção mais saudáveis; uso de alimentos de época e/ou biológicos; pratos com baixo teor de gordura/sal e pratos nutricionalmente equilibrados.

Foco no combate ao desperdício alimentar

Naquela que tem sido uma tendência crescente, os portugueses mostram-se também cada vez mais conscientes dos impactos ambientais. **88%** dos inquiridos revelam estar **preocupados com o desperdício alimentar** e **91%** gostariam de saber **quais os restaurantes que têm ações** contra o desperdício.

Os estabelecimentos não são indiferentes à necessidade de proteger o planeta e **64%** dos responsáveis de **restaurantes** afirmam que **já implementaram medidas para combater o desperdício** alimentar. Embalagens para levar sobras, adaptação da ementa ou de receitas, gestão de stocks, parcerias com apps ou serviços de combate ao desperdício e parcerias com bancos alimentares são as ações mais comuns.

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 e sustentável junto da população ativa, diretamente ou através das entidades empregadoras, e dos restaurantes.

As conclusões do Barómetro FOOD 2022 em Portugal baseiam-se em 3356 respostas de utilizadores do cartão Euroticket Refeição Edenred, consumidores incluídos na população ativa, e de responsáveis de restaurantes pertencentes à rede de estabelecimentos Euroticket Edenred.

Filipa Martins, Diretora-Geral da Edenred Portugal, afirma: “Como especialista em benefícios sociais, a Edenred está empenhada em melhorar a vida das pessoas, e a alimentação é o ponto de partida para um maior bem-estar. Por se tratarem de vales sociais, as nossas soluções permitem aumentar o poder de compra das pessoas, enquanto, através de iniciativas de responsabilidade social como o Programa FOOD, sensibilizamos para a importância de se fazer as melhores escolhas com esse poder de compra. No Programa FOOD, a Edenred catalisa a sua relação privilegiada com colaboradores, empresas e restaurantes, para ser um agente ativo na adoção de hábitos alimentares saudáveis. É nisso que acreditamos, em estabelecer conexões que geram mais valor, e é assim que concretizamos o nosso propósito: Enrich connections. For good.”

Mais informações sobre o Programa FOOD disponíveis [aqui](#) e sobre o Barómetro FOOD [aqui](#).

Sobre a Edenred

A **Edenred** é uma plataforma digital líder de serviços e pagamentos, e, a companheira diária das pessoas no trabalho, conectando mais de 50 milhões de utilizadores e 2 milhões de comerciantes parceiros em 45 países, através de 900 mil clientes corporativos.

A Edenred oferece soluções de pagamento para fins específicos: alimentação (como benefícios de refeição), incentivos (como cartões-presente e premiação), mobilidade (como soluções para abastecimento, manutenção, portagens, estacionamento e transporte) e pagamentos corporativos (como cartões virtuais).

Fiéis ao propósito do Grupo, “Enrich connections. For good.”, estas soluções aumentam o bem-estar e o poder de compra dos utilizadores, melhoram a atratividade e a eficiência das empresas e dinamizam o mercado de trabalho e a economia local. Além disso, também promovem a alimentação saudável, produtos mais ecológicos e uma mobilidade mais suave.

Os 10 mil colaboradores da Edenred estão comprometidos em tornar o mundo do trabalho um ecossistema conectado, mais seguro, eficiente e responsável a cada dia.

Em 2021, graças às suas soluções tecnológicas, o Grupo geriu cerca de 30 mil milhões de euros em volume de negócios, realizados principalmente por meio de aplicações móveis, plataformas online e cartões.

A Edenred está listada na bolsa de valores Euronext Paris e incluída nos seguintes índices: CAC Next 20, CAC Large 60, Euronext 100, FTSE4Good, CAC 40 ESG e MSCI Europe.

Os logotipos e outras marcas mencionadas e apresentadas neste comunicado de imprensa são marcas registadas da Edenred S.A., das suas subsidiárias ou terceiros. Não podem ser utilizados para fins comerciais sem o consentimento prévio por escrito dos seus proprietários.

CONTACTOS

Relações com a Imprensa

Andreia Amaral

andreia.amaral@edenred.com