

#CatalanFood Trade

Informació de mercats, economia i empresa pel sector de l'alimentació



06# Novembre 2024

El mercat de l'alimentació als ESTATS UNITS

Els Estats Units, una de les economies més grans i diversificades del món, han mantingut una forta integració en els mercats globals tant en comerç com en inversions. No obstant això, el recent resultat de les eleccions, amb la victòria de Donald Trump, podria implicar canvis significatius en la política comercial, incloent-hi la imposició de nous aranzels, la qual cosa podria representar un repte per a les empreses que busquen exportar als EUA. Aquest informe es centra específicament en el mercat nord-americà, analitzant dades fonamentals per guiar les empreses catalanes en la presa de decisions per exportar-hi amb èxit, tot i els possibles canvis en el panorama comercial. S'examinen aspectes demogràfics, preferències de consum, dades d'importació i les particularitats de la distribució, tot destacant oportunitats i estratègies comercials.

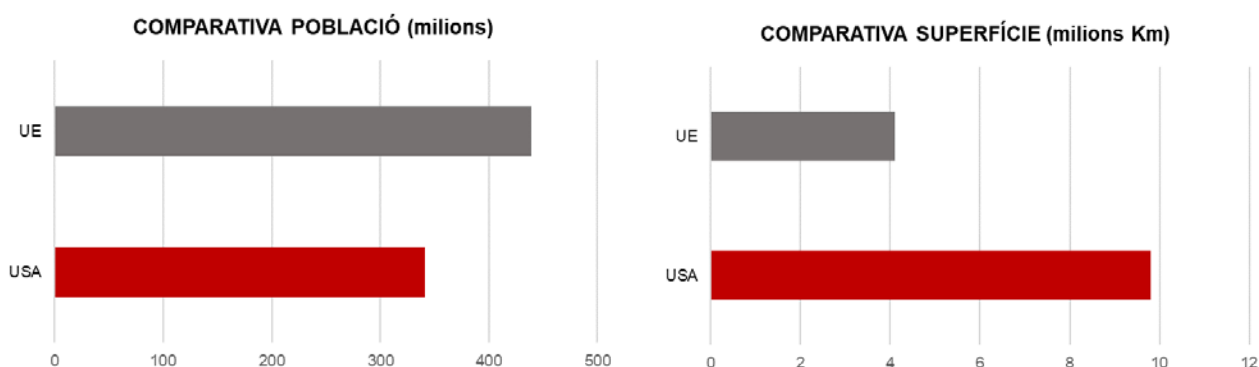
- Estats Units és el tercer país més poblat del món amb 341,9 milions d'habitants. Aglutina prop del 4,2% de la població mundial, amb una edat mitjana de 39 anys, si bé, és molt divers tant demogràficament com culturalment.
- El consum d'aliments i begudes als Estats Units va superar els 1,3 bilions d'euros (1.312.477 M€) el 2023 i la previsió és que assoleixi els 1.365.000€ al 2024. Es preveu que aquest ritme de creixement mitjà es mantingui estable al voltant del 4% en els propers anys.
- Els aliments i les begudes tenen un pes significatiu en la despesa de les llars nord-americanes, representant aproximadament el 7% del total de despeses de consum, amb una despesa mitjana per unitat familiar que varia segons els ingressos i la ubicació geogràfica. La mida mitjana de les famílies als Estats Units és de 2,5 membres, una xifra en descens a causa de l'envelliment poblacional i les preferències de les generacions més joves, que tendeixen a viure de forma independent, especialment en àrees urbanes.
- Els Estats Units lideren les exportacions en tecnologia avançada, maquinària, equips mèdics, productes agrícoles com el blat de moro i la soja, així com hidrocarburs processats. A més, el país destaca com a gran exportador de serveis, especialment en els sectors financer, de consultoria i tecnològic.
- L'estructura productiva dels Estats Units és variada i molt desenvolupada. El sector serveis representa aproximadament el 77,6% del PIB, mentre que la indústria i la construcció sumen un 18,7%, i l'agricultura aporta un 1,6%, segons dades de l'Oficina d'Anàlisi Econòmica dels EUA (BEA).
- Entre els sectors més rellevants es troben el comerç (7,3% del PIB), l'educació i la sanitat (8,7%), i els serveis professionals i financers (21,3%). A més, els Estats Units disposen d'una robusta indústria energètica, amb una significativa producció de petroli, gas natural i energia renovable, així com una indústria manufacturera influent.
- Pel que fa a la producció agrícola, els Estats Units són el principal productor mundial de blat de moro i soja, i figuren entre els líders en la producció de blat, carn bovina, porcina i de pollastre, així com en productes lactis. La indústria agrícola nord-americana es caracteritza per la seva alta tecnologia i gran productivitat, amb un fort enfocament en l'exportació i el subministrament a nivell global.
- La ramaderia i la producció de carn i llet són fonaments de l'agricultura, amb grans explotacions ramaderes repartides per tot el país. A més, el sector de l'aqüicultura ha guanyat rellevància, especialment en la producció de peixos i marisc en les regions costaneres.
- El país disposa d'una rica superfície de terres cultivables, que abasten aproximadament 375 milions d'acres (aproximadament 151 milions d'hectàrees). A més, es realitzen investigacions contínues per millorar la qualitat genètica dels cultius i optimitzar el rendiment agrícola. La innovació en biotecnologia agrícola és notable, amb l'ús d'organismes modificats genèticament (OMG) àmpliament implementat en cultius com el blat de moro i la soja.

#CatalanFood Trade

Informació de mercats, economia i empresa pel sector de l'alimentació • Els Estats Units es consoliden com una destinació atractiva per als inversors globals, gràcies a uns sòlids fonaments macroeconòmics i un enfocament constant en la innovació. Un exemple destacat en el sector d'infraestructures és el projecte d'expansió del Port de Long Beach a Califòrnia, un dels ports més grans del món, que busca millorar la seva capacitat i eficiència logística per facilitar el comerç entre Àsia i Amèrica del Nord. Aquest projecte es preveu que impulsi l'economia local i nacional, generant milers de llocs de treball, millorar la competitivitat i reduir la congestió dels ports.

Dades demogràfiques de la població nord-americana

El mercat de l'alimentació als Estats Units està fortament influenciat per la seva població diversa i extensa. A l'octubre de 2024, la població del país s'eleva a 341.963.408 habitants, distribuïts de la següent manera: homes: 168.598.780 i dones: 173.364.628.

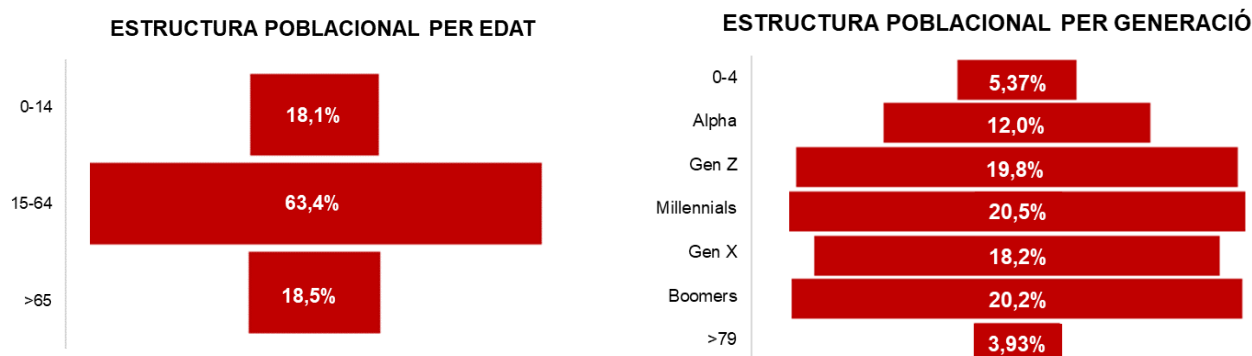


FONT: Àrea de Coneixement i Estratègia de Prodeca amb dades de CIA World Fact Book.

L'estructura ètnica també exerceix un paper fonamental en els patrons de consum, amb un 61,6% de la població de raça blanca, seguits per un 12,4% d'afroamericans, un 6% d'asiàtics i un 18,7% d'hispanos. Aquesta diversitat es reflecteix en una demanda creixent de productes alimentaris que atenen diverses preferències culturals i dietètiques.

Estructura d'edat i consum alimentari

La distribució per edats també influeix en el consum d'aliments, ja que diferents grups d'edat tenen hàbits de compra i necessitats específiques. Seguint la tendència d'envelliment de la població, similar a altres economies desenvolupades (amb un 18,5% de la població de més de 65 anys), s'espera un augment en la demanda de productes saludables, dietes baixes en sodi i aliments fàcils de preparar, adaptats a les necessitats dels adults majors. A més, la tendència cap a una alimentació conscient i saludable es veu reforçada per la taxa d'obesitat, que afecta el 36,2% de la població adulta.



FONT: Àrea de Coneixement i Estratègia de Prodeca amb dades de CIA World Fact Book.

Urbanització i distribució geogràfica

El 83,3% de la població nord-americana resideix en àrees urbanes, la qual cosa genera una demanda més elevada de productes convenients i ràpids de preparar. Grans centres urbans com Nova York (18,9 milions d'habitants) i Los Angeles (12,5 milions) són els principals motors del consum alimentari, amb una gran demanda d'aliments internacionals i gourmet. En contrast, les àrees rurals, on només el 16,7% de la població viu, solen presentar una oferta alimentària més limitada, tot i que també s'observa un interès creixent per aliments orgànics i de producció local.

Religió i preferències culturals a l'alimentació

La religió i les preferències culturals tenen un impacte significatiu en el consum. Amb un 46,5% de la població identificant-se com a protestant i un 20,8% com a catòlica, les festivitats religioses i les tradicions culturals influeixen en la demanda de determinats productes durant dates específiques (Nadal, Pasqua, etc.). A més, amb un 22,8% de la població sense afiliació religiosa, creix l'interès per dietes alternatives, com ara el vegetarianisme i el veganisme.

També és important reconèixer la gran població jueva dels Estats Units, la més nombrosa fora d'Israel, les necessitats de la qual s'han de tenir en compte. D'altra banda, hi ha religions minoritàries significatives, com l'islam, l'hinduisme i el budisme, entre d'altres. Els cristians nord-americans no solen tenir restriccions dietètiques significatives; però els jueus sí que les tenen. Els consumidors jueus només poden consumir aliments «kosher», la qual cosa implica certes restriccions dietètiques, com la prohibició del consum de carn de porc i de qualsevol forma de marisc.

DADES DEMOGRÀFIQUES I CONSUM ALIMENTACIÓ



341,9M

d'habitants

4,1%

de la població mundial



83,3%

població urbana



75.866€

PIB per càpita



7%

despesa del consumidor
en alimentació



índex facilitat negocis

8ª posició

sobre 190 països



49,3%

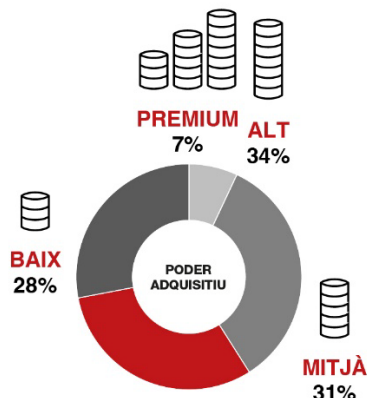
homes



50,7%

dones

39 anys
edat mitjana



FONT: Àrea de Coneixement i Estratègia de Prodeca amb dades de WorldBank, i d'Euromonitor International Ltd.

Aquesta anàlisi demogràfica és fonamental per comprendre les tendències de consum en el sector de l'alimentació als Estats Units. La diversitat ètnica i cultural, la urbanització i l'envelliment de la població són factors que definiran la demanda d'aliments en els pròxims anys. El sector haurà d'adaptar-se a una major varietat de productes ètnics, opcions saludables i aliments que satisfacin les necessitats d'una població cada cop més envellida i conscient del seu benestar.

ECONOMIA, FINANCES I COMERÇ

- L'economia nord-americana continua demostrant resiliència i superant les expectatives, impulsada per la despesa dels consumidors i del govern, la qual cosa condueix a una nova millora de les seves previsions de creixement del PIB real al 2,6% per aquest 2024, segons les previsions actualitzades a novembre d'Euromonitor International en base a les dades de l'agència d'estadístiques del Govern d'Estat Units (US Bureau of Labor Statistics).
- La inflació, mesurada per l'índex de preus al consumidor (IPC), va repuntar fins al 2,6% a l'octubre de 2024, després de sis mesos consecutius d'alentiment, situant-se al setembre en el nivell més baix des de principis del 2021.
- La forta pujada de preus durant el mandat de Joe Biden ha estat un dels factors que els experts qualifiquen com a fet que ha contribuït subsatancialment a la victòria de Donald Trump aquest 2024, si bé a curt termini, el segon mandat de Donald Trump, no generarà afectacions significatives segons afirma el Preseident de la Reserva Federal.
- Depenent del moment i la substància dels canvis de política esdevindran uns o altres efectes sobre l'economia, si bé, les variables objectiu del nou govern s'encaminen a la màxima ocupació i l'estabilitat de preus.
- Ara bé, un dels primers i anunciats canvis s'espera en la imposició d'aranzels i de tipus més alts; mesura que, segons els analistes, redundarà en més inflació, un dels problemes que més afecta els Estats Units.
- En aquest sentit, tot i que el consum privat ha estat robust fins ara, mentre els elevats costos d'endeutament i els preus continuïn pressionant els pressupostos familiars, es mantindrà la reducció de la confiança dels consumidors, reprimint una potencial despesa privada més elevada, element clau pel creixement.
- Un altre factor clau a tenir en compte són les inversions en sectors estratègics com la transició energètica i la tecnologia avançada, que podrien actuar com a pilars per al creixement a llarg termini. Els Estats Units mantenen un lideratge destacat en energies renovables i innovacions digitals, però les inversions requeriran un context polític estable i una col·laboració global que, actualment, es veu amenaçada per les creixents tensions.
- L'economia nord-americana també està exposada a riscos externs, com la global estancament i fragmentació. Les tensions geopolítiques més fortes podrien generar xocs del mercat i tensions comercials de matèries primeres i conduir a interrupcions econòmiques mundials, erosionant la despesa dels consumidors i la confiança empresarial. Aquesta fragmentació global, caracteritzada per l'augment de les barreres comercials, particularment amb la Xina i Europa, podria perjudicar a mig i llarg termini la perspectiva dels Estats Units.
- D'altra banda, els mercats financers es mostren atents a les decisions de la Reserva Federal pel que fa als tipus d'interès. Amb un entorn de finançament més car, les petites i mitjanes empreses podrien veure's afectades, fet que tindria un impacte en l'ocupació i en el creixement econòmic local. No obstant això, l'adaptabilitat del mercat nord-americà segueix sent un element diferencial en comparació amb altres economies desenvolupades.

POSSIBLES EFECTES DE LA NOVA POLÍTICA COMERCIAL DE TRUMP EN LES EXPORTACIONS AGROALIMENTÀRIES CATALANES

El comerç exterior europeu d'aliments i begudes als Estats Units podrien veure's afectades per les polítiques comercials que, el recent electe de Donald Trump com a president dels Estats Units, pretén implementar en aquesta segona etapa com a president i que busquen reduir la dependència dels EUA dels productes estrangers.

Es veurien afectats especialment: l'oli d'oliva, el vi, els elaborats carnis i els productes Fine Food, que corresponen amb els aliments i begudes que més hi exporta Catalunya.

A més, aquesta política podria incrementar la tensió entre els EUA i la Unió Europea, complicant les negociacions comercials i fent més difícil arribar a acords que facilitin l'accés al mercat americà.

Aquesta mesura d'aplicar aranzels suposaria un augment el cost d'aquests productes al mercat nord-americà, fet que els faria menys competitius en comparació amb productes domèstics o de països amb menors aranzels. Aquest increment de costos probablement es traduiria en una disminució de la demanda de productes europeus per part dels consumidors americans, ja que el preu més elevat pot fer que busquin alternatives locals.

Caldrà també, però, estar amatents de l'evolució del tipus de canvi del dolar, que possiblement, en aplicació de les polítiques de Trump, probablement s'aprecii en front de l'euro. Aquest, podria ser un element que amortigues part del sobrecost dels aranzels de cara als exportadors europeus i als consumidors nordamericans. Serà, per tant important, una planificació financera per part de les empreses que exporten a aquest mercat davant d'una possible pujada del dólar.

Aquesta no seria la primera vegada que el Govern de Trump iposa aranzels a països Europeus, de fet, Catalunya ja en va patir les conseqüències en el seu mandat anterior on va imposar aranzels d'un 25% a productes com el vi, l'oli d'oliva, el formatge i entre d'altres, dins el marc de la disputa comercial entre els Estats Units i la Unió Europea, principalment relacionats amb els subsidis a les aerolínies Airbus i Boeing.

Els aranzels es van aplicar des de l'octubre de 2019 i van estar actius fins al juny de 2021, quan el president Joe Biden i la Comissió Europea van acordar una suspensió de cinc anys en els aranzels relacionats amb aquesta disputa.

En total, aquests aranzels van estar vigents durant aproximadament 1 any i 8 mesos, temps durant el qual les expotacions agroalimentaries catalanes varen patir una disminució del 16,24%, suposant unes perdues de prop de 26M€ pel exportadors catalans.

Si analitzem les possibles conseqüències d'aquesta possible nova aplicació d'aranzels podem considerar:

Efecte immediat sobre el cost i la competitivitat

Els aranzels del 10-20% sobre productes agroalimentaris tindrien un impacte directe sobre el preu d'exportació dels productes catalans als Estats Units. En concret:

- **Oli d'oliva:** Els Estats Units són el segon mercat mundial per a l'oli d'oliva català (15,2% del total exportat). L'augment del cost podria frenar la demanda, especialment en un mercat on competim amb altres productors d'oli (especialment d'altres països mediterranis i fins i tot de l'hemisferi sud).
- **Vi i cava:** Els aranzels també afectarien el vi i el cava, ja que els EUA, primer mercat per aquest sector, suposa el 15,67% de les exportacions d'aquest vitivinícoles catalanes al món. Les ampolles de vi podrien veure's confrontades a una reducció de la seva demanda a causa de l'augment de preu. Tot i ser un producte de prestigi, un augment dels preus pot desincentivar els consumidors americans, amb alternatives més econòmiques.
- **Fine Food:** Els snacks, dolços, begudes, plats preparats i altres productes de la categoria Fine Food representen la meitat de les exportacions agroalimentàries a EUA, 7è mercat de destí amb un 3,6% del total exportat d'aquest sector mundialment.

Tots els productes i sectors es veuran més o menys afectats en funció de si l'aplicació d'aquests aranzels s'acaba duent a terme només per a Europa o a nivell global per la majoria de productors i exportadors d'aliments mundials.

Alhora, aquest augment d'aranzels acabaria repercutint en el preu final del producte als establiments, i per tant, en el cost per al consumidor americà, la qual cosa probablement reduiria el volum de consum d'aquests productes, fent-los menys atractius davant de possibles alternatives més econòmiques i locals.

Impacte en les empreses exportadores

Catalunya té més de 1.100 empreses que exporten als Estats Units, i el nombre d'empreses amb exportacions regulars ha anat creixent en els últims anys. Això indica una base sòlida d'empreses que podrien veure's afectades en dos fronts:

- **Pèrdua de competitivitat:** Les petites i mitjanes empreses exportadores podrien ser més vulnerables a la pujada de costos. La competència d'altres productors, especialment de països sense aranzels, podria reduir la quota de mercat catalana a EUA. Aquestes empreses tindrien dificultats per mantenir els volums d'exportació a causa de la disminució de la demanda per part dels consumidors americans.
- **Diversificació de mercats:** Les empreses que es concentren fortament en el mercat nord-americà podrien haver de buscar alternatives per reduir la dependència d'un únic mercat. En aquest cas, l'impacte es podria mitigar parcialment amb una orientació cap a altres mercats de l'Àsia o Amèrica Llatina, o fins i tot augmentant la presència dins de la Unió Europea.

Efectes a mig termini (adaptació del mercat)

A mitjà termini, les empreses catalanes podrien:

- **Innovació i ajust de preus:** Algunes empreses podrien optar per reformular els seus productes per reduir costos o introduir noves línies que mantinguin la competitivitat. També podrien augmentar la seva presència en canals de distribució on el preu sigui menys sensible, com el mercat de productes gourmet o especialitzats.
- **Augment de la pressió sobre els marges:** Les empreses exportadores podrien ser obligades a reduir els seus marges de benefici per absorbir parcialment l'augment dels costos, cosa que afectaria els seus resultats econòmics i la viabilitat de moltes operacions, especialment per a les petites i mitjanes empreses.

Efectes a llarg termini (canvis estructurals en les exportacions)

A llarg termini, els aranzels podrien tenir un impacte estructural en el comerç entre Catalunya i els EUA:

- **Reorientació dels fluxos comercials:** Si els aranzels es mantenen durant diversos anys, els productes agroalimentaris catalans podrien perdre la seva posició en el mercat nord-americà davant de productes d'altres regions com l'Amèrica Llatina o l'Àfrica del Nord, que també produeixen productes similars (oli d'oliva, vi, etc.) i podrien tenir accés preferent als EUA.
- **Deslocalització de producció o modificació de la cadena de subministrament:** Algunes empreses podrien decidir produir localment als EUA per evitar els aranzels, una estratègia que podria reconfigurar les cadenes de subministrament globals. Això implicaria més inversions i una possible reorganització de les operacions de les empreses catalanes.

IMPORTACIONS AGROALIMENTÀRIES DELS ESTATS UNITS

Estats Units és el 1er importador mundial d'aliments i begudes, amb un valor anual de més de quasi 22.900M€ i un volum de més de 12,7 milions de Tones.

El mercat nord-americà importa una àmplia varietat de productes alimentaris, amb una notable presència de cereals i productes de molinaria, que representen un 50,41% del total d'importacions. Destaquen especialment l'arròs, importat majoritàriament d'Àsia (amb països com Vietnam, Tailàndia i l'Índia com a proveïdors principals), i el blat, que, tot i ser Estats Units un dels principals productors, importa de Canadà per la seva elevada qualitat. També s'importen en grans quantitats la civada i l'ordi provinents del Canadà.

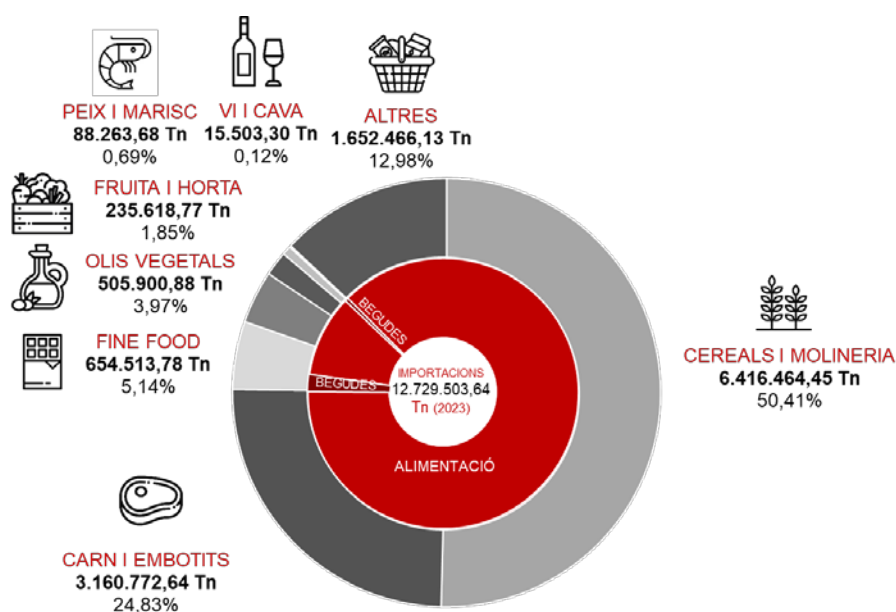
En segon lloc, la carn i els embotits representen un significatiu 24,83% de les importacions. Malgrat la gran producció interna de carn bovina, porcina i de pollastre, el país importa carn de boví, porcí, oví, cabrum, aviram i diversos embotits i elaborats, especialment de Canadà, Austràlia i Nova Zelanda.

Els productes fine food (productes elaborats d'alta qualitat, principalment procedents d'Europa) tenen una demanda creixent als Estats Units i representen un 5,14% del total importat. Així mateix, les importacions de suc i begudes suposen un 2,36%.

Els olis vegetals representen el 3,97% de les importacions, amb l'oli d'oliva com un cas destacable amb un 0,06%, una xifra modesta però significativa en el context d'aquest mercat.

Pel que fa a les fruites i hortalisses, amb un 1,85% del total, s'importen grans quantitats d'alvocat, plàtans, tomàquets, gerds, maduixes, nabius i verdures, especialment durant les temporades en què la producció local no pot satisfer la demanda interna.

Finalment, el peix i marisc representa un 0,69% del total importat, amb gambes, salmó i tonyina com a principals productes, i amb una demanda en constant creixement a causa de les preferències dels consumidors per aliments frescos i saludables. El vi representa un 0,12%, destacant la demanda de vins europeus i licors de diferents països.



FONT: Àrea de Coneixement i Estratègia de Prodeca amb dades d'UN Comtrade.

IMPORTACIONS ALIMENTÀRIES DELS ESTATS UNITS

Estats Units	IMPORTACIONS MUNDIALS DEL MERCAT (en tones)	PERCENTATGE PRODUCTE SOBRE TOTAL MUNDIAL IMPORTAT (en volum)
CARN I EMBOTITS	3.160.772,64	24,83%
Carn	2.062.921,22	16,21%
Boví	1.087.404,82	8,54%
Porcí	497.016,19	3,90%
Oví i Cabrum	164.895,46	1,30%
Aus	10.316,96	0,08%
Embotits i elaborats	186.304,07	1,46%
FINE FOOD - MULTIPRODUCTE	654.513,78	5,14%
Dolços, cacau i les seves preparacions, articles de confiteria, mel, cafè, te, infusions	49.947,89	0,39%
Snacks i aperitius, productes de fleca i pastisseria, productes base de cereals, fruits secs, arròs i llegums	57.809,22	0,45%
Sucs vegetals, aigües, cerveses, begudes i líquats	300.818,77	2,36%
Extractes, essències i concentrats, ingredients, preparacions per sopes	26.662,21	0,21%
Formatges, productes làctics i ous	96.654,93	0,76%
Plats preparats, brous, conserves, confitures i mermelades	75.050,68	0,59%
Altres (vinagres, gelats,...)	47.570,08	0,37%
FRUITA I HORTA	235.618,77	1,85%
Fruita	126.666,15	1,00%
Pomes	39.779,40	0,31%
Peres	19.889,70	0,16%
Albercocs	710,00	0,01%
Cireres	3.171,58	0,02%
Nectarines i Préssecs	1.485,98	0,01%
Cítrics	2.046,36	0,02%
Horta	108.952,63	0,86%
OLIS VEGETALS	505.900,88	3,97%
Oli d'oliva	8.174,52	0,06%
VI I CAVA	15.503,30	0,12%
Vi de taula	11.629,15	0,09%
Escumós	3.623,64	0,03%
Altres	250,50	0,00%
CEREALS I MOLINERIA	6.416.464,45	50,41%
PEIX I MARISC	88.263,68	0,69%
Peix	66.645,98	0,52%
Marisc	13.345,38	0,10%
ALTRES	1.652.466,13	12,98%
TOTAL	12.729.503,64	100,00%

FONT: Àrea de Coneixement i Estratègia de Prodeca amb dades d'UN Comtrade.

PRINCIPALS SOCIS COMERCIALS AGROALIMENTARIS DELS ESTATS UNITS

Estats Units importa aliments i begudes de 203 mercats mundials, si bé els principals proveïdors d'aquest tipus de productes són: Mèxic (19,35% del total d'aliments importats), Canadà (17,86%), França (3,63%), Itàlia (3,41%) i Xile (3,25%). En conjunt, representen pràcticament el 47,5% del total d'aliments que importa aquest mercat.

TOP 20 PROVEÏDORS AGROALIMENTARIS DELS ESTATS UNITS		PERCENTATGE SOBRE TOTAL D'ALIMENTS IMPORTATS
1	Mèxic	19,35%
2	Canadà	17,86%
3	França	3,63%
4	Itàlia	3,41%
5	Xile	3,25%
6	Indonèsia	3,19%
7	Xina	3,11%
8	Índia	2,85%
9	Brasil	2,74%
10	Tailàndia	2,40%
11	Vietnam	2,22%
12	Colòmbia	2,09%
13	Perú	2,03%
14	Austràlia	1,93%
15	Singapur	1,80%
16	Equador	1,63%
17	Espanya	1,59%
18	Països Baixos	1,55%
19	Nova Zelanda	1,48%
20	Guatemala	1,38%
	Altres (183 països)	52,49%

FONT: Àrea de Coneixement i Estratègia de Prodeca amb dades d'UN Comtrade.

TENDÈNCIES DE CONSUM

En analitzar el mercat de consum als Estats Units, és crucial considerar diversos aspectes clau de la població nord-americana:

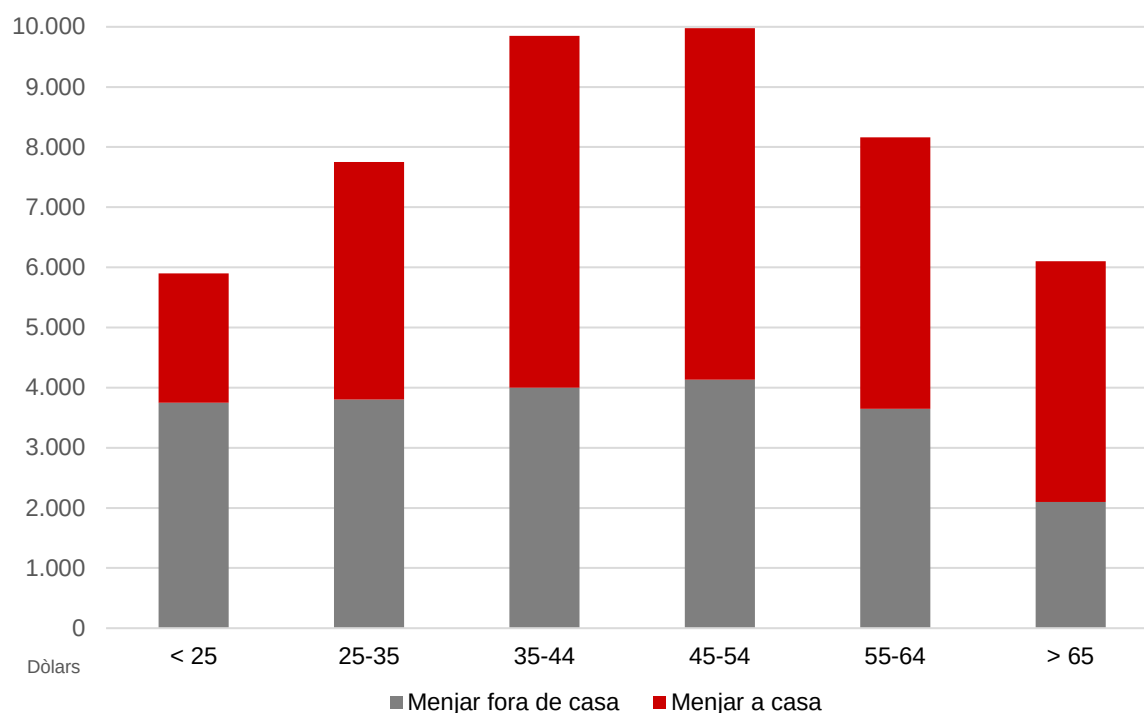
- **Impacte dels esdeveniments globals:** Estats Units és una societat altament orientada al consum. Tot i que els consumidors nord-americans solien mostrar una gran confiança en el mercat, esdeveniments com la crisi financera i la pandèmia de la COVID-19 han generat un canvi cap a opcions de productes més assequibles. Actualment, els consumidors donen una major importància a les ofertes promocionals i comparen preus amb més freqüència. Si bé tradicionalment estaven disposats a acudir a grans centres comercials per realitzar les seves compres, el comerç electrònic ha adquirit un pes considerable en els darrers anys. A més, amb l'ús de múltiples canals de compra per part de la majoria de consumidors, el procés de compra s'ha tornat més complex.
- **Importància de l'ètica empresarial:** Els consumidors nord-americans valoren profundament els principis ètics i estan disposats a boicotejar empreses que no els respecten. Les companyies implicades en escàndols, explotació laboral o declaracions ofensives s'exposen a repercussions públiques, que poden incloure tant manifestacions com conseqüències financeres. Per evitar ser penalitzades pels consumidors, és essencial que les empreses operin de manera transparent i alineada amb els valors socials.

Segments de compradors

Els consumidors nord-americans són cada cop més diversos i mostren un interès creixent per productes saludables, sostenibles i de qualitat. Segons l'anàlisi regional del *Consumer Expenditure Survey* publicat per l'*US Bureau of Labor Statistics*, les llars dels estats del nord-est i la costa oest són les que més gasten en alimentació, tant en termes absoluts com relatius. A més, destaca el consum més elevat fora de la llar en els estats del sud i la costa oest, especialment en termes relatius.

Dins la categoria d'aliments consumits a la llar, els estats del nord-est lideren en el consum de pollastre, peix i lactis, mentre que els estats del sud registren un major consum relatiu de carn de porc. Pel que fa a fruites i verdures, els estats del nord-est i la costa oest són els que més en consumeixen.

Considerant els diferents grups d'edat, les franges de 35-44 i 45-54 anys són les que realitzen una despesa més elevada en menjar en termes absoluts, amb el consum a la llar predominant en ambdós casos. En canvi, els menors de 25 anys concentren la major part de la seva despesa alimentària en consum fora de la llar i, tot i ser el grup amb la despesa absoluta més baixa, destinen una part significativa dels seus ingressos a l'alimentació.



FONT: Àrea de Coneixement i Estratègia de Prodeca amb dades d'ICEX-OFCOMES USA i US Bureau of Labor Statistics.

Tipus principals de consumidors als EUA

- **Consumidor pràctic i optimista que cerca bona relació qualitat-preu:** aquest grup es focalitza en productes de qualitat a preus raonables. Pragmàtics per naturalesa, busquen un equilibri entre qualitat i preu, sense prioritzar necessàriament les opcions més barates. Sovint realitzen compres impulsives per regalar-se algun caprici o consentir els seus éssers estimats, i prefereixen experiències de compra simples i còmodes. Les promocions i descomptes solen ser especialment efectius per atraure aquest segment. Majoritàriament tenen més de 40 anys, amb ingressos i nivells educatius lleugerament superiors a la mitjana, i és menys probable que tinguin fills.
- **Consumidor ètic i empoderat:** aquest grup dona gran importància a la sostenibilitat i als problemes comunitaris. Solen comprar només allò essencial i estan disposats a pagar més per productes de qualitat que s'alineïn amb els seus valors. Tot i que són fidels a les marques que els agraden, dediquen molt de temps a investigar abans de prendre decisions de compra. Aquest segment és ideal per a productes innovadors, sempre que reflecteixin uns valors ètics sòlids. Està format predominantment per dones, que representen al voltant de dos terços del grup, la majoria de les quals tenen al voltant de 40 anys.

- **Consumidor planificador i cautelós:** aquests consumidors tendeixen a planificar les seves compres i a ser lleials a les marques que els han demostrat qualitat. Tot i que estan oberts a provar noves marques, només ho fan després d'una investigació exhaustiva. Busquen qualitat a bon preu, de manera que una estratègia de preus competitius és essencial per captar la seva atenció. Majoritàriament són homes, generalment en la franja dels 30 anys.
- **Consumidor optimista i de moda:** aquest grup, encara que més reduït, valora els productes d'alta qualitat i està disposat a invertir-hi més. Li dona molta importància a l'estatus i la imatge, per això aprecia productes que els facin destacar. És altament fidels a les marques, tot i que està disposat a explorar-ne de noves si aquestes projecten la imatge adequada. Aquest segment respon bé a estratègies de màrqueting omnicanal, amb experiències de compra personalitzades que fomentin la connexió amb la marca. Són principalment homes que viuen a ciutats, amb ingressos i nivells educatius per sobre de la mitjana, sovint amb fills i amb una mitjana d'edat al voltant dels 30 anys.

Tendències de consum destacables

Grau d'importància o valor de la cuina tradicional

El panorama culinari als Estats Units és increïblement divers, la qual cosa reflecteix la seva història d'immigració i la fusió de múltiples cultures. A mesura que individus de diferents països emigraven als EUA, van portar amb ells les seves tradicions culinàries, creant un gresol únic de sabors i herències culinàries. Aquesta barreja d'influències ha donat lloc a la cuina nord-americana moderna, que inclou tant plats emblemàtics propis com adaptacions d'altres cuines internacionals.

- **Influències culturals en la cuina nord-americana**

La cuina dels Estats Units ha estat modelada per influències europees, indígenes natius americans, africanes, asiàtiques i illenques del Pacífic, entre d'altres. Aquestes influències han deixat una marca significativa en el desenvolupament de plats icònics com hamburgueses, pastís de poma, galetes amb salsa, pa de blat de moro. Tot i que aquests plats es consideren part de la cuina tradicional nord-americana, molts d'ells tenen orígens en altres cultures, però s'han adaptat i popularitzat fins al punt de convertir-se en símbols nacionals.

- **Apreciació per la cuina tradicional i local**

La cuina tradicional continua tenint un gran valor per als nord-americans, ja que reflecteix les arrels culturals de la nació i manté una connexió amb el passat. Durant festivitats i celebracions, la cuina local i els plats tradicionals juguen un paper central. Esdeveniments com el Dia d'Acció de Gràcies són moments en què els nord-americans honoren aquestes tradicions culinàries, amb receptes que han passat de generació en generació. No obstant això, les preferències regionals poden influir en l'èxit de certs productes, és comú que cada regió es comporti com un mercat en si mateix, arribant-se a donar el cas que un producte importat trobi grans oportunitats en una regió, però no en una altra.

- **Varietat regional**

A causa de la gran extensió geogràfica dels Estats Units, hi ha variacions culinàries notables entre les diferents regions del país. Algunes àrees són conegudes per especialitats úniques que es basen en els recursos naturals locals, les tradicions indígenes i les influències dels grups d'immigrants que es van assentar en aquestes zones. Per exemple:

- El sud dels EUA és famós pel seu menjar "soul" i plats com el pollastre fregit, els macarrons amb formatge i el pa de blat de moro.
- La costa est, particularment Nova Anglaterra, es distingeix pel seu menjar de mar, com la sopa de cloïsses i la llagosta.
- Califòrnia i altres parts de la costa oest són conegudes per una cuina més lleugera i moderna, influenciada pel menjar mexicà i asiàtic, amb un enfocament en ingredients frescos i saludables.

En resum, la cuina tradicional continua sent un pilar important dins de la cultura alimentària nord-americana, però el seu èxit varia segons la regió i les preferències locals. Les influències internacionals i la diversitat cultural continuen enriquint el panorama culinari dels EUA, oferint oportunitats tant per a productes tradicionals com innovadors en el mercat.

Preferència per aliments frescos

Tot i que els aliments processats formen part integral de la dieta nord-americana, la tendència també apunta cap a opcions més saludables i sostenibles. L'interès dels consumidors per la salut i el benestar és cada vegada més gran, cosa que es tradueix en una major demanda d'opcions d'aliments i begudes més saludables. Aquesta tendència abasta diversos aspectes, com ara els productes ecològics i naturals, els ingredients amb etiquetatge net, les alternatives vegetals, els aliments i begudes funcionals, així com les opcions amb menys sucre o baixes en calories. En relació amb aquest tema general, també hi ha un orgull per la producció nacional. A més, el consum responsable està guanyant adeptes entre els consumidors que busquen productes sostenibles, transparents i nets. Gairebé la meitat dels consumidors nord-americans expressen el seu desig de canviar els seus hàbits per minimitzar el seu impacte mediambiental. Aquesta preocupació és encara més gran entre els joves, que estan disposats a pagar més per productes que redueixin la seva petjada ecològica. Els consumidors es mouen pel desig d'estalviar diners, consumir productes més saludables i prendre decisions socialment responsables.

Importància de la salut i el benestar

La salut i el benestar són ara prioritats clau per als consumidors. Hi ha un creixent interès per opcions nutritives que enforteixin el sistema immunològic i previnguin malalties. Productes rics en proteïnes, fibra, vitamines i minerals, així com aliments orgànics i sense conservants, són cada cop més sol·licitats. El 2023, al voltant del 12% dels enquestats als Estats Units va afirmar seguir una dieta sense gluten i un 18% una dieta baixa en carbohidrats. El percentatge de vegetarians encara és relativament baix, tot i que més elevat que en molts altres països del continent.

Importància de les celebracions

Tot i que diversos estats dels Estats Units tenen les seves pròpies festes i festivals singulars, hi ha certs esdeveniments que tenen importància nacional.

Durant els dies festius com el Dia d'Acció de Gràcies, Nadal, Cap d'Any i el 4 de Juliol, el consum d'aliments es dispara. Aquests esdeveniments s'associen amb menjars tradicionals i reunions familiars, cosa que genera una demanda considerable de productes específics:

- Gall dindi, carns i aus durant el Dia d'Acció de Gràcies i Nadal.
- Productes de pastisseria, dolços i begudes alcohòliques en celebracions com Nadal i Cap d'Any.
- Aperitius, begudes, carns a la brasa i menjars ràpids durant el 4 de Juliol, que se celebra típicament amb barbacoes a l'aire lliure.

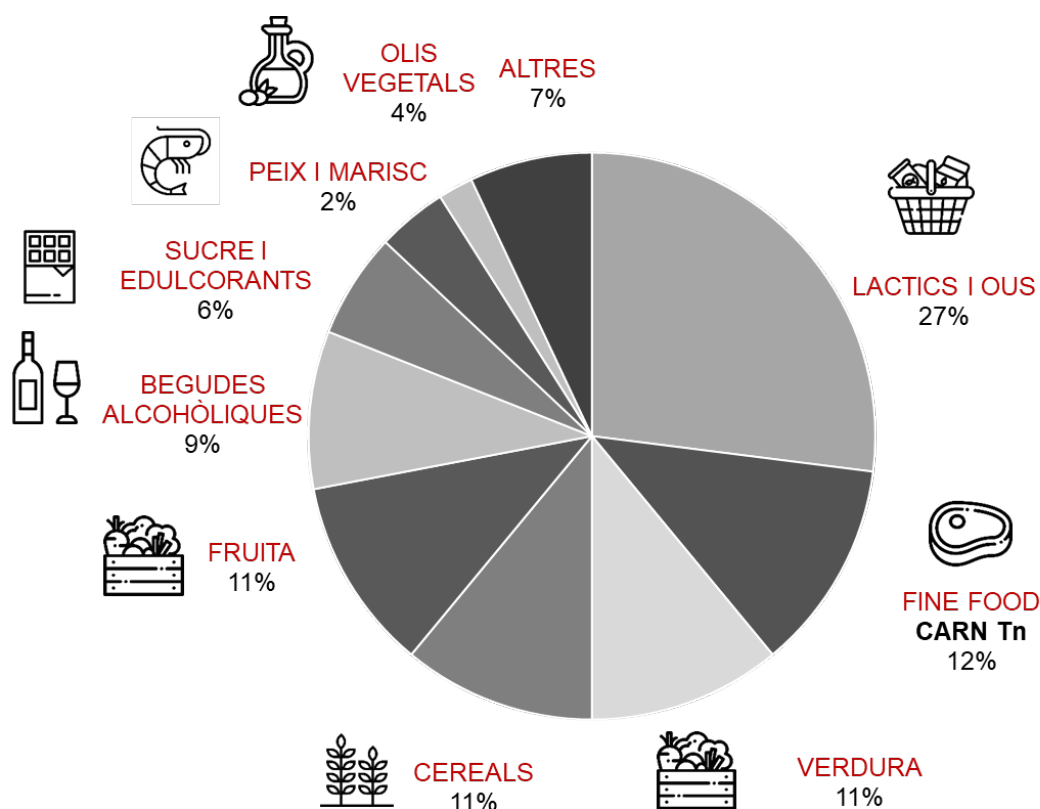
En aquestes festivitats, els consumidors estan disposats a gastar més en productes de més qualitat o "premium", buscant opcions gourmet, aliments orgànics o ingredients d'origen local. Els productes importats, com vins, formatges i altres aliments europeus, també veuen un augment en la demanda, ja que es perceben com opcions especials per a les reunions familiars o socials.

PRODUCTES MÉS CONSUMITS

La cuina tradicional nord-americana és coneguda per ser rica en calories. Plats com les hamburgueses, el pastís de carn i els postres carregats de sucre són molt populars, però sovint reflecteixen una dieta criticada pel seu alt contingut calòric i la seva contribució a problemes de salut com l'obesitat. No obstant això, aquesta percepció està canviant gràcies a la creixent demanda d'opcions més saludables i sostenibles.

Els aliments més consumits pels nord-americans són els làctics i els ous, que representen el 27% de la ingesta diària per càpita, seguits de la carn (12%) i les verdures (11%).

INGESTA DIÀRIA D'ALIMENTS PER CÀPITA ALS ESTATS UNITS



FONT: Àrea de Coneixement i Estratègia de Prodeca amb dades d'ICEX-OFCOMES USA – Statista i FAO.

Consum Agroalimentari als Estats Units

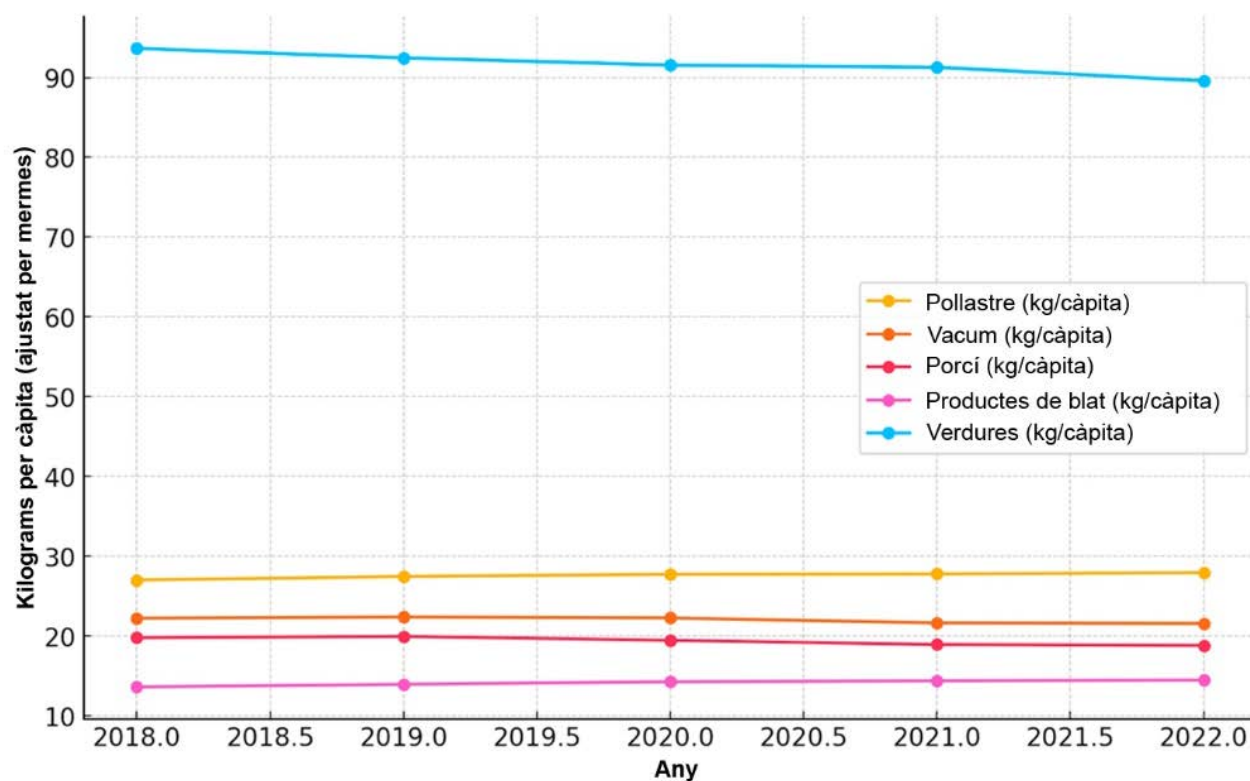
El mercat agroalimentari dels Estats Units ha experimentat canvis significatius en els últims anys pel que fa al consum de diversos productes alimentaris, tant en pes com en volum. Aquesta transformació dels hàbits dels consumidors ha estat impulsada per factors com la sostenibilitat, la inflació i una creixent demanda de productes accessibles i convenients. Les tendències de consum també reflecteixen un interès cada cop més gran per les dietes *plant based* i una inclinació cap a opcions més saludables, tot i que persisteixen els desafiaments en l'adopció de dietes equilibrades.

Les pressions inflacionàries i els canvis en els hàbits de compra han tingut un impacte considerable en el comportament dels consumidors en els últims anys. Segons dades de l'IFIC, el preu s'ha consolidat com un dels factors clau en la presa de decisions, amb un 76% dels consumidors afirmant que el preu influeix significativament en les seves eleccions alimentàries. A més, la sostenibilitat està guanyant cada vegada més rellevància, amb un 34% dels consumidors mostrant interès per productes que respectin el medi ambient i promoguin una cadena de subministrament ètica. D'altra banda, l'auge dels productes amb etiquetes "netes" i d'origen sostenible ha crescut, reflectint el desig dels consumidors d'optar per opcions que no només siguin saludables, sinó també responsables des del punt de vista ambiental.

Per productes:

- **Carns i proteïnes:** el consum de pollastre continua sent el més alt entre les carns als EUA, assolint un consum real ajustat de 27,96 kg per càpita. Aquesta popularitat es deu a la seva percepció com una font de proteïna econòmica, saludable i versàtil, la qual cosa ha desplaçat altres carns com la vedella, que ha experimentat una disminució fins als 21,59 kg per càpita. El porc, per la seva banda, també ha mostrat una tendència a la baixa, amb un consum ajustat de 18,84 kg per càpita. L'auge del pollastre com la carn més consumida ha estat progressiu durant diverses dècades, superant tant la vedella com el porc, reflectint una preferència creixent per opcions més saludables i econòmiques. Aquest canvi també es correlaciona amb un augment de la preocupació per la salut i el benestar observat en l'última dècada.
- **Grans i productes derivats:** El consum de productes derivats del blat de moro, com farines i midons, ha experimentat un creixement sostingut, arribant als 14,49 kg per càpita, destacant així la importància d'aquest gra en la dieta nord-americana, tant en productes frescos com processats. En canvi, el consum de productes derivats del blat ha mostrat una lleugera disminució respecte als seus màxims històrics, reflectint una diversificació en les fonts de carbohidrats i un augment en el consum d'aliments lliures de gluten.
- **Productes làctics:** el sector dels productes làctics ha experimentat canvis significatius, amb una disminució en el consum de llet líquida, compensada per un augment en el consum de formatges i iogurts. Els consumidors nord-americans han reduït la seva ingesta de llet, però han incrementat la demanda de formatges, principalment per la seva versatilitat i el seu ús en una àmplia varietat d'àpats.
- **Fruïtes i verdures:** malgrat els esforços per promoure una alimentació més saludable, el consum real de verdures ha disminuït a 89,59 kg per càpita, reflectint un compliment insuficient de les recomanacions dietètiques en termes d'ingesta de verdures fresques. Tot i que les verdures processades, com les patates i els tomàquets, continuen dominant el mercat, el consum de productes frescos segueix sent baix. L'alt malbaratament de productes frescos, juntament amb l'accés limitat a aquests en algunes regions, contribueix a que el consum efectiu de fruites i verdures sigui molt inferior al que es podria esperar tenint en compte la seva disponibilitat al mercat.

CONSUM PER CÀPITA D'ALIMENTS ALS ESTATS UNITS



PRODUCTE	2018	2019	2020	2021	2022
Pollastre (Kg/càpita)	27,03	27,47	27,76	27,80	27,96
Carn de vacum (kg/càpita)	22,25	22,40	22,28	21,67	21,59
Porc (kg/càpita)	19,80	19,96	19,48	18,96	18,84
Productes de blat (kg/càpita)	13,63	13,96	14,29	14,41	14,49
Verdures (kg/càpita)	93,65	92,46	91,56	91,28	89,59

FONT: Àrea de Coneixement i Estratègia de Prodeca amb dades d'USDA.

CONSUM AGROALIMENTARI ALS ESTATS UNITS

Estats Units	CONSUM DEL MERCAT (en volum)	PERCENTATGE PRODUCTE SOBRE CONSUM TOTAL (en volum)
CARN I EMBOTITS	32.991.300,00	17,89%
Carn	22.513.000,00	12,21%
Boví	7.090.900,00	3,85%
Porcí	3.811.500,00	2,07%
Oví i Cabrum	112.700,00	0,06%
Aus	11.366.100,00	6,16%
Embotits i elaborats	10.478.300,00	5,68%
FINE FOOD - MULTIPRODUCTE	67.427.983,40	36,57%
Dolços, cacau i les seves preparacions, articles de confiteria, mel, cafè, te, infusions	1.087.845,00	0,59%
Snacks i aperitius, productes de fleca i pastisseria, productes base de cereals, fruits secs, arròs i llegums	23.737.100,00	12,87%
Sucs vegetals, aigües, cerveses, begudes i líquats	12.064.938,40	6,54%
Extractes, essències i concentrats, ingredients, preparacions per sopes	1.846.800,00	1,00%
Formatges, productes làctics i ous	11.367.400,00	6,17%
Plats preparats, brous, conserves, confitures i mermelades	12.851.300,00	6,97%
Altres (vinagres, gelats,...)	4.472.600,00	2,43%
FRUITA I HORTA	42.691.600,00	23,15%
Fruita	20.121.400,00	10,91%
Pomes	2.398.700,00	1,30%
Peres	385.400,00	0,21%
Albercocs	173.430,00	0,09%
Cireres	1.269.000,00	0,69%
Nectarines i Préssecs	385.400,00	0,21%
Cítrics	2.819.300,00	1,53%
Horta	22.570.200,00	12,24%
OLIS VEGETALS	32.170.000,00	17,45%
Oli d'oliva	3.848.000,00	2,09%
VI I CAVA	3.059.147,90	1,66%
Vi de taula	2.784.200,00	1,51%
Escumós	244.700,00	0,13%
Altres	30.247,90	0,02%
CEREALS I MOLINERIA	4.294.000,00	2,33%
PEIX I MARISC	1.748.400,00	0,95%
Peix	940.000,00	0,51%
Marisc	808.400,00	0,44%
ALTRES	2.280.403,26	1,24%
TOTAL	184.382.431,30	100,00%

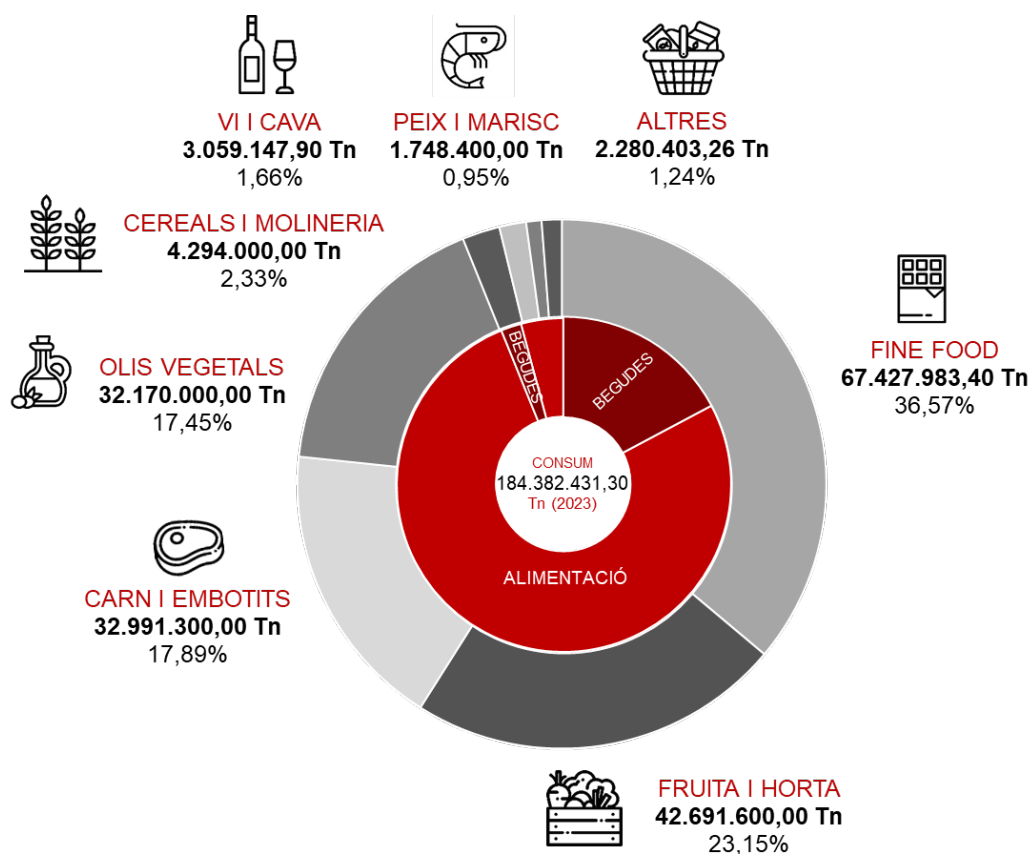
FONT: Àrea de Coneixement i Estratègia de Prodeca amb dades d'Euromonitor International Ltd.

Els Estats Units és el segon consumidor mundial d'aliments i begudes, amb el 14,6% del total. Els productes Fine Food són els més consumits en volum, representant el 36,57% del total d'aliments i begudes consumits. Entre aquests, destaquen els snacks i productes de fleca (12,87%), plats preparats i conserves (6,97%), sucus vegetals, aigües, cerveses, begudes i líquats (6,54%), formatges i làctics (6,17%), extractes, essències i concentrats, ingredients (1%) i dolços, cacau, articles de confiteria, cafè, te i infusions (0,59%).

A continuació, la fruita i horta representen el 23,15%. La carn i els embotits en conjunt suposen un 17,89%, amb els embotits i elaborats representant el 5,68%, la carn d'aviram el 6,16%, la carn de boví el 3,85%, la de porcí el 2,07%, i la d'oví i cabrum el 0,06%. Els olis vegetals representen el 17,45%, amb l'oli d'oliva constituint només un 2,09%.

El vi, per la seva banda, suposa el 1,66% del total d'aliments i begudes consumits al mercat nord-americà. Finalment, el peix i marisc representen un 0,95% del consum total.

CONSUM D'ALIMENTS ALS ESTATS UNITS



FONT: Àrea de Coneixement i Estratègia de Prodeca amb dades d'Euromonitor International Ltd.

EXPORTACIONS AGROALIMENTÀRIES CATALANES ALS EUA

Estats Units fou el 8è destí mundial de les exportacions agroalimentàries catalanes i el 4rt de fora de la UE amb prop de 447M€ l'any 2023. En els nou primers mesos de 2024 (últimes dades disponibles) ja s'hi ha exportat per valor de 408M€, un 27,9% més que en el mateix període de l'any anterior, superant a Japó com a destí i situant-se com el 7è mercat mundial i 3er fora de la UE.

L'evolució de les exportacions al mercat nord-americà ha estat molt favorable: en els últims 5 anys, el valor ha augmentat un 34,9% i el volum ha crescut un 19,6%.

En termes de volum, Catalunya exporta més de 100.000 tones d'aliments i begudes anualment als Estats Units (103.278,99 tones el 2023). El principal producte exportat per Catalunya a aquest mercat, en volum, són els productes Fine Food, que representen un 50,41% del total. Dins d'aquesta categoria, destaquen els snacks i aperitius, els productes de fleca i pastisseria, els productes a base de cereals, els fruits secs, l'arròs i les llegums (14,27%), els dolços, cacau i les seves preparacions, articles de confiteria, mel, cafè, te i infusions (12,03%), els sucus vegetals, aigües, cerveses, begudes i líquats (11,12%), els plats preparats, brous, conserves, confitures i melmelades (6,29%), i els extractes, essències i ingredients (1,06%).

A continuació, els olis vegetals representen el 18,53% (amb un 10,83% d'oli d'oliva). El vi suposa el 15,67% del total exportat, amb el cava representant el 10,59%. La carn i els embotits ocupen el 7,87% (principalment carn de porcí, amb un 5,35%). Els cereals i productes de molinaria representen el 1,27%, mentre que la fruita i l'horta arriben al 0,34% (principalment hortalisses, amb un 0,12%). Finalment, el peix i marisc suposen un 0,13% del total.

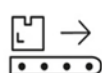
Pel que fa a les empreses agroalimentàries de Catalunya que exporten als Estats Units, actualment són 1.132 les que hi exporten, una xifra que ha experimentat un augment del 4,1% anual en els últims cinc anys. D'aquestes, 402 empreses mantenen exportacions regulars (és a dir, exporten de manera continuada durant quatre anys sense interrupció), una xifra que ha crescut un 2,5% anual en aquest mateix període.



1.132
totals



↑ 4,1
increment anual



402
regulars



↑ 2,5%
increment anual

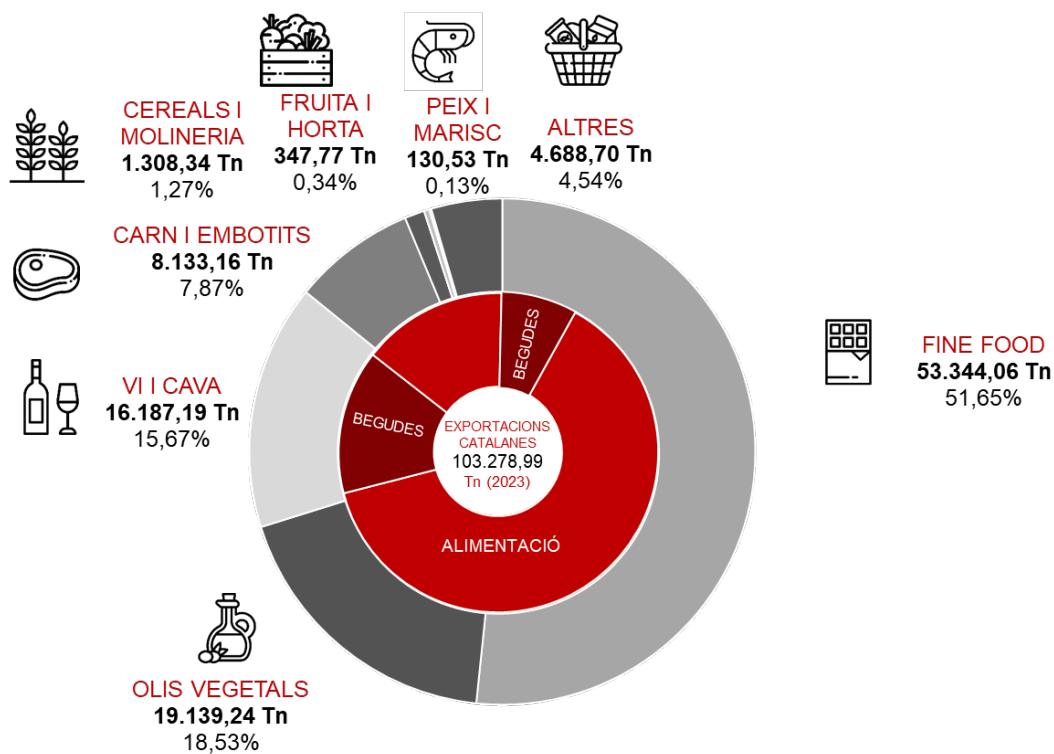
FONT: Àrea de Coneixement i Estratègia de Prodeca amb dades de Datacomex i AEAT.

EXPORTACIONS AGROALIMENTÀRIES DE CATALUNYA ALS ESTATS UNITS – VOLUM

Estats Units	Importacions de Catalunya (en tones)	Percentatge producte sobre total importat de Catalunya (en volum)	Percentatge producte de Catalunya sobre total mundial importat (en volum)	Percentatge importat Mon sobre consumit (en volum)
CARN I EMBOTITS	8.133,16	7,87%	0,26%	9,58%
Carn	7.877,04	7,63%	0,38%	9,16%
Boví	0,00	0,00%	0,00%	15,34%
Porcí	5.527,57	5,35%	1,11%	13,04%
Oví i Cabrum	0,00	0,00%	0,00%	146,31%
Aus	0,00	0,00%	0,00%	0,09%
Embotits i elaborats	87,43	0,08%	0,05%	1,78%
FINE FOOD - MULTIPRODUCTE	53.344,06	51,65%	8,15%	0,97%
Dolços, cacau i les seves preparacions, articles de confiteria, mel, cafè, te, infusions	11.412,52	11,05%	22,85%	4,59%
Snacks i aperitius, productes de fleca i pastisseria, productes base de cereals, fruits secs, arròs i llegums	7.289,55	7,06%	12,61%	0,24%
Sucs vegetals, aigües, cerveses, begudes i líquats	21.976,66	21,28%	7,31%	2,49%
Extractes, essències i concentrats, ingredients, preparacions per sopes	1.245,28	1,21%	4,67%	1,44%
Formatges, productes làctics i ous	653,67	0,63%	0,68%	0,85%
Plats preparats, brous, conserves, confitures i mermelades	8.780,38	8,50%	11,70%	0,58%
Altres (vinagres, gelats,...)	1.986,00	1,92%	4,17%	1,06%
FRUITA I HORTA	130,53	0,13%	0,06%	0,55%
Fruita	11,52	0,01%	0,01%	0,63%
Pomes	0,00	0,00%	0,00%	1,66%
Peres	0,00	0,00%	0,00%	5,16%
Albercocs	0,00	0,00%	0,00%	0,41%
Cireres	0,00	0,00%	0,00%	0,25%
Nectarines i Préssecs	0,00	0,00%	0,00%	0,39%
Cítrics	0,00	0,00%	0,00%	0,07%
Horta	119,01	0,12%	0,11%	0,48%
OLIS VEGETALS	19.139,24	18,53%	3,78%	1,57%
Oli d'oliva	11.181,34	10,83%	136,78%	0,21%
VI I CAVA	16.187,19	15,67%	104,41%	0,51%
Vi de taula	3.960,91	3,84%	34,06%	0,42%
Escumós	11.826,18	11,45%	326,36%	1,48%
Cava	10.848,68	10,50%	#DIV/0!	#DIV/0!
Altres	400,10	0,39%	159,72%	0,83%
CEREALS I MOLINERIA	347,77	0,34%	0,01%	149,43%
PEIX I MARISC	1.308,34	1,27%	1,48%	5,05%
Peix	1.209,19	1,17%	1,81%	7,09%
Marisc	99,15	0,10%	0,74%	1,65%
ALTRES	4.688,70	4,54%	0,28%	72,46%
TOTAL	103.278,99	100,00%	0,81%	6,90%

FONT: Àrea de Coneixement i Estratègia de Prodeca amb dades d'AEAT i d'UN Comtrade.

EXPORTACIONS AGROALIMENTÀRIES DE CATALUNYA ALS ESTATS UNITS – VOLUM



FONT: Àrea de Coneixement i Estratègia de Prodeca amb dades d'AEAT.

CARACTERÍSTIQUES DE LA DISTRIBUCIÓ

El mercat de distribució d'aliments i begudes als Estats Units és divers i complex, amb múltiples canals de distribució i actors clau que les empreses que volen exportar al país han de tenir en compte. A continuació, es presenten els principals aspectes de la distribució en el mercat nord-americà:

Infraestructura logística i serveis de transport

Els Estats Units compten amb una infraestructura logística robusta i variada, cosa que facilita la distribució de productes a nivell nacional i internacional. Alguns dels modes de transport més importants inclouen:

- **Transport per carretera:** És el principal mètode de distribució de mercaderies als EUA. Aquest mode continua dominant a causa de l'extensa xarxa de carreteres i la seva capacitat per arribar a zones rurals.
- **Transport ferroviari:** Encara que representa una proporció menor, el transport ferroviari està en creixement i és clau en la connexió entre els EUA, el Canadà i Mèxic.

Canals de distribució minorista

El canal minorista de distribució als Estats Units és molt diversificat, i comprendre'n la seva estructura és fonamental per introduir amb èxit els productes alimentaris en aquest mercat. A continuació, es descriuen les principals característiques

Canals minoristes predominants:

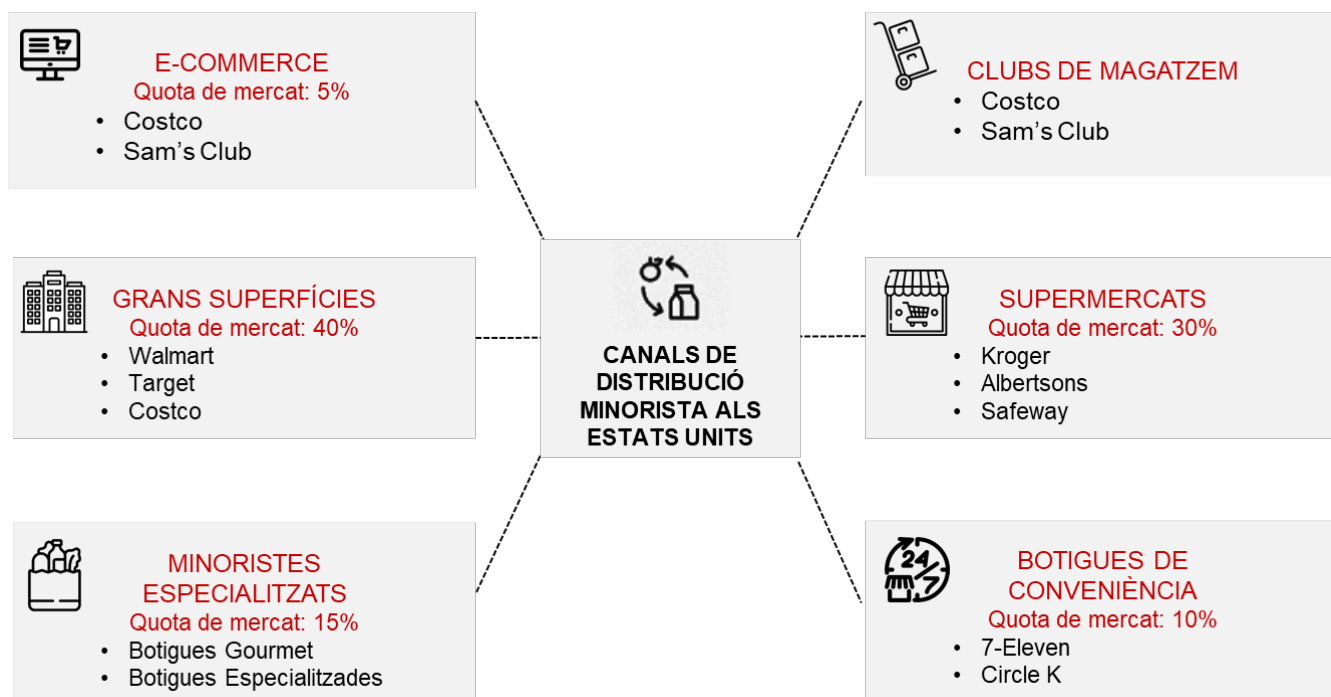
- **Grans superfícies i hipermercats:** [Walmart](#), [Target](#) i [Costco](#) són els actors principals en aquest segment. Aquests establiments gestionen grans volums de productes i estan orientats a oferir preus competitius en tot tipus d'aliments, des de productes frescos fins a processats.
- **Supermercats:** botigues com [Kroger](#), [Albertsons](#) i [Safeway](#) destaquen en la gestió de productes alimentaris i ofereixen una experiència més personalitzada, sovint enfocada en productes frescos i de marques pròpies.
- **Minoristes especialitzats i botigues gourmet:** aquest canal s'ha expandit gràcies a l'interès creixent en productes d'alta qualitat i orgànics. Les botigues gourmet i especialitzades són clau per a productes importats premium, com formatges europeus o olis d'oliva.
- **Botigues de conveniència:** botigues com [7-Eleven](#) i [Circle K](#) són essencials per a la distribució de productes alimentaris de ràpida rotació, essent punts estratègics per a productes que busquen una inserció ràpida al mercat.

El comerç electrònic ha experimentat un creixement significatiu, especialment a partir de la pandèmia de COVID-19. Empreses com Amazon Fresh i Instacart han estat clau en l'expansió de la compra d'aliments en línia, convertint aquest canal en una opció essencial per a molts consumidors. Els productes de nínxol i especialitzats han trobat en l'e-commerce una via d'accés ideal, permetent a les empreses exportadores arribar a un públic més ampli sense dependre exclusivament del canal minorista tradicional.

Clubs magatzem i vendes per volum: establiments com [Costco](#) i [Sam's Club](#) operen sota un model de vendes per volum, on els consumidors adquireixen grans quantitats de productes a preus reduïts. Aquest tipus de canal és ideal per a productes de consum massiu, com snacks o begudes.

Resum del canal de distribució als Estats Units:

Canal de distribució	Quota de mercat	Característiques principals
Grands superfícies / Hipermercats	40%	Venda de grans volums, preus competitius
Supermercats	30%	Ofereixen marques pròpies i productes frescos
Botigues especialitzades	15%	Encoc a producte gourmet i premium
Botigues de conveniència	10%	Distribució de productes d'alta rotació
E-commerce	5%	Creixement ràpid, ideal per productes nínxol i especialitzats



FONT: Àrea de Coneixement i Estratègia de Prodeca amb dades de Research Markets.

Intermediaris

Per a la comercialització de productes alimentaris importats, els intermediaris juguen un paper important en l'accés al mercat. Els intermediaris més comuns són els distribuïdors, majoristes i brokers, que s'encarreguen de facilitar el procés d'importació, distribució i col·locació de productes als punts de venda.

Consideracions clau i desafiaments operatius

Entre els principals desafiaments per a les empreses europees que busquen entrar al mercat nord-americà es troben l'alta competitivitat, la necessitat de complir amb estrictes regulacions de seguretat alimentària i les diferències en les expectatives dels consumidors. Tanmateix, la mida del mercat i la creixent demanda de productes alimentaris especialitzats i d'alta qualitat ofereixen oportunitats significatives per als exportadors.

Oportunitats en la distribució de nínxol.

Els canals minoristes especialitzats, com les botigues gourmet i minoristes en línia, són ideals per a productes europeus d'alta qualitat. Aquests canals solen tenir una major disposició a importar productes diferenciats i oferir-los a consumidors interessats en aliments premium.

REQUISITS D'ENTRADA DE PRODUCTES AGROALIMENTARIS

Els Estats Units són un dels mercats més grans i competitius del món per als productes agroalimentaris, amb estrictes requisits d'entrada i normativa alimentària per garantir la seguretat dels consumidors i protegir la seva indústria agrícola. Les empreses que busquen accedir a aquest mercat han de complir una sèrie de normatives relacionades amb la seguretat alimentària, etiquetatge, duanes i certificacions. Aquest apartat ofereix una visió detallada dels requisits clau per a la importació i comercialització de productes alimentaris als Estats Units, basant-se en les normatives més recents i rellevants.

Documentació i procediments duaners

Els productes alimentaris que ingressen als Estats Units han de passar per procediments duaners específics gestionats principalment per la US Customs and Border Protection (CBP) i la Food and Drug Administration (FDA). Aquests procediments requereixen la presentació de certs documents:

- **Air Waybill:** document que detalla el transport de productes per aire, que prova el contracte entre el remitent i la companyia de transport. Pot ser usat per a múltiples transbordaments de productes i enviat a través del sistema Automated Commercial Environment (ACE). Es poden sol·licitar còpies addicionals en paper.
- **Bill of Lading:** document que conté els detalls del transport internacional per mar. Aquest també pot ser presentat a través de l'ACE, i es poden sol·licitar còpies addicionals en paper.
- **Commercial Invoice / Pro-Forma Invoice:** La **Commercial Invoice** inclou els detalls de la transacció. Ha de contenir la informació especificada en el Codi de Regulacions Federals (19 CFR 141.85 per a proforma o 141.86 per a comercial). La **Pro-Forma Invoice** dona detalls de la transacció abans de l'emissió de la factura final, acceptada en casos específics. Ambdues poden presentar-se a través del sistema Document Information System (DIS) o el sistema ACE.
- **Customs Import Declaration:** declaració duanera per mercaderies amb un valor superior a USD 2,500. S'ha de enviar a través del sistema ACE.
- **Importer Security Filing and Additional Carrier Requirements:** document requerit per a la vigilància duanera de càrrega transportada en vaixells oceànics. Ha de ser presentat a Customs and Border Protection (CBP).
- **Customs Bond:** document que prova que s'ha col·locat una fiança amb duanes per cobrir possibles impostos, aranzels o càrrecs. Aquest document el emet l'empresa de fiançes responsable als EE.UU.
- **Manifest for Aircraft/Vessels:** document que notifica a les autoritats l'arribada d'una nau o aeronau i resumeix els béns carregats.
- **Packing List:** document que conté els detalls de l'enviament, incloent el contingut dels paquets, descripció dels productes, marques i números.
- **Transportation Entry:** requerit si la mercaderia es transporta en estat de trànsit duaner des del port d'arribada al port d'entrada previst.
- **Certificate of Non-Preferential Origin:** document que confirma l'origen no preferencial dels béns importats, sol·licitat per duanes si tenen dubtes sobre l'origen dels béns.

A més, s'exigeix un **Avís Previ** a la importació d'aliments, que ha de ser enviat a la FDA abans de l'arribada del producte a territori nord-americà. Aquest avís pot presentar-se a través del sistema ACE o la interfície del Prior Notice System Interface (PNSI), el qual ajuda a gestionar millor les inspeccions alimentàries.

A continuació, es presenta una taula resum dels requisits d'entrada específics per a diferents tipus de productes agroalimentaris als Estats Units. Les normatives inclouen la presentació de documents clau com el registre d'instal·lacions, l'avís previ a la FDA i la identificació del fabricant, a més de certificats veterinaris i llicències d'importació quan correspongui.

Requirements	Carn fresca	Làctics	Oli d'oliva	Xocolata	Dolços i confiteria	Fruita i verdura	Pastisseria	Vi / alcohol
Registre d'instal·lacions d'alimentació: les instal·lacions d'aliments que exporten als EUA s'han de registrar a la FDA per garantir la traçabilitat i el compliment de la normativa de seguretat.								
Avís previ d'importació d'aliments: els importadors han de notificar amb antelació a la FDA qualsevol enviament d'aliments que arribi als Estats Units per a controls de seguretat.								
Avís d'acció de la FDA: notificació oficial de la FDA sobre qualsevol acció reguladora sobre aliments importats, com ara inspeccions o detencions.								
Inspecció d'importació: una inspecció realitzada per les autoritats dels EUA (FDA o USDA) per verificar que els aliments importats compleixen els estàndards de seguretat i salut dels EUA.								
Certificat sanitari veterinari de productes animals: document del país d'origen que certifica que els productes animals són segurs i compleixen les normatives sanitàries dels EUA.								
Autorització d'importació de productes vegetals i vegetals: permís obligatori per importar determinades plantes i productes d'origen vegetal per garantir el compliment de les regulacions fitosanitàries dels EUA.								
Certificat fitosanitari: certificat emès per l'autoritat fitosanitària del país exportador, que confirma que els productes vegetals estan lliures de plagues i compleixen els estàndards fitosanitaris dels EUA.								
Registre de distribuïdor d'alcohol: certificació que l'importador/distribuïdor ha estat registrat a l'oficina fiscal d'alcohol i tabac (TTB).								
Permís d'importació d'alcohol: validesa il·limitada, però es requereixen uns 25 dies per al processament i el sol·licitant ha d'estar basat als Estats Units								
Certificació de vi natural: la certificació dels mètodes de fabricació de vi natural als EUA compleix els requisits dels EUA. Emès per les autoritats del país de fabricació, només obligatori per al vi natural								
Certificat d'aprovació de l'etiqueta: obligatori abans de la importació, la sol·licitud s'ha de presentar electrònicament mitjançant el sistema en línia del Certificat d'aprovació d'etiquetes (COLA)								

Requisits d'Inspecció i Certificació Alimentària

La responsabilitat de garantir la seguretat alimentària als Estats Units recau sobre diverses agències, sent les més importants la FDA i el Departament d'Agricultura dels Estats Units (USDA). La FDA regula aproximadament el 80% dels productes alimentaris, mentre que l'USDA gestiona productes com carn, aus, ous i productes làctics.

L'Oficina d'Impostos i Comerç d'Alcohol i Tabac (TTB) supervisa els assumptes relacionats amb les begudes alcohòliques, inclosa la seva classificació, designació i etiquetatge. La TTB administra la Llei Federal d'Administració de l'Alcohol, mentre que els reglaments d'aplicació estan al Títol 27 del Codi de Reglaments Federals.

FDA	USDA	TTB
• Aliments transformats • Marisc diferent del silur • Carns de caça • Ous amb closca i ous que continguin productes fora del control de l'USDA • Aigua embotellada • Etiquetatge del vi amb menys de 7% d'alcohol	• Carn i aus de corral (exclosa la caça) i els seus productes derivats • Ovoproductes transformats (generalment líquids, congelats o secs) • Bagre • Fruites i hortalisses	• Begudes alcohòliques (vi i licors i cervesa)

Certificació i Registre: tots els productes alimentaris han de complir amb la Llei d'Aliments, Medicaments i Cosmètics (FD&C Act), que regula aspectes com l'etiquetatge, la producció i la seguretat alimentària.

Inspecció i Control de Fruites i Verdures: per als productes agrícoles, l'Animal and Plant Health Inspection Service (APHIS) de l'USDA aplica normes sota la Llei de Protecció Vegetal, mentre que l'Agricultural Marketing Service (AMS) estableix estàndards per a la classificació de productes.

Requisits d'importació per a productes d'origen animal: els productes d'origen animal, com la carn i els làctics, requereixen una inspecció prèvia a la seva importació. El Food Safety and Inspection Service (FSIS) de l'USDA ha d'aprovar tant els països exportadors com els establiments que processen aquests productes. Només alguns països estan autoritzats per exportar carn fresca als EUA, i aquest procés pot ser llarg i complex, com és el cas de la carn ovina.

NORMATIVA ALIMENTÀRIA EN COMERCIALITZACIÓ

Als Estats Units, les normatives alimentàries per a la comercialització de productes estan regulades pel Codi de Regulacions Federals (CFR), que estableix normes generals i permanents per a les agències executives i entitats governamentals. El Títol 21 del CFR és de particular rellevància, ja que conté les disposicions específiques que regulen la FDA (Food and Drug Administration), les quals es basen en la Llei Federal d'Aliments, Medicaments i Cosmètics (FD&C Act). Aquesta normativa assegura que els aliments comercialitzats als EUA compleixin amb estrictes requisits de seguretat i qualitat, protegint la salut dels consumidors.

A més de la legislació federal sobre seguretat alimentària, diversos estats dels EUA han implementat les seves pròpies regulacions en aquesta àrea. La interacció entre les lleis estatals i federals pot ser complexa, però en general, la llei federal preval sobre l'estatal. Les lleis estatals solen encaixar en dues categories: o bé amplien les disposicions de la llei federal, o bé omplen buits en àrees on no existeix legislació federal. En termes generals, les lleis estatals cobreixen dues àrees principals: la gestió dels aliments en el comerç minorista i els serveis d'alimentació, on els estats adopten versions del codi alimentari de la FDA, i la legislació sobre la llet crua i productes làctics. A més, alguns estats també regulen aspectes específics com l'etiquetatge de carns vegetals o cel·lulars, així com el benestar animal, com és el cas de la Proposició 12 de Califòrnia, que estableix normes per a la cria d'animals i afecta productes de totes les procedències.

Normativa d'Etiquetatge

Els requisits d'etiquetatge a nivell federal als Estats Units estan establerts principalment en dues normatives clau: **The FD&C Act** i **The Fair Packaging and Labeling Act**. A més, la Llei d'Etiquetatge d'Al·lèrgens Alimentaris i Protecció al Consumidor de 2004 (FALCPA) regula l'etiquetatge d'al·lèrgens. Per implementar correctament els requisits d'etiquetatge, és crucial comprendre les dues parts principals de l'envàs identificades per les regulacions: **Principal display panel (PDP)** - és la part de l'etiqueta més visible per als consumidors al moment de la compra, generalment a la part frontal de l'envàs. La mida del PDP és important, ja que hi ha requisits específics segons la seva superfície. **The information panel** - és el panell situat a la dreta del PDP, visible per al consumidor quan afronta l'etiqueta.

Taula resum de la normativa d'etiquetatge

Element	Ubicació	Descripció/Notes
Denominació del producte	PDP	El nom de l'aliment segons allò establert per la llei o regulació.
País d'origen	A qualsevol lloc visible	Si s'esmenta un distribuïdor dels EUA, el país d'origen ha d'estar a prop.
Declaració de la quantitat neta	PDP (30% inferior)	Mesura en pes (sòlids) o volum (líquids). Ha d'incloure tant unitats mètriques (grams, litres) com unitats tradicionals dels EUA (unces, lliures). La mida del text depèn de la mida del PDP.
Informació del fabricant	Panell d'informació	Si no s'esmenta el fabricant, cal incloure una declaració qualificativa com a "Fabricat per a" juntament amb la informació del distribuïdor.
Llista d'ingredients	Panell d'informació	Cada ingredient ha de figurar en ordre descendent per pes. Grandària de lletra d'almenys 1/16 de polzada (1.6 mm). També s'hi han d'incloure l'aigua afegida i els additius.
Etiquetatge d'al·lèrgens	Panell d'informació	Els al·lèrgens s'han d'etiquetar generalment en una declaració de "Conté", o entre parèntesis després de cada ingredient.

Element	Ubicació	Descripció / Notes	Licors	Vi	Cervesa
Marca	Front de l'envàs/etiqueta	Nom sota el qual es comercialitza el producte. Ha de ser la informació més prominent a l'etiqueta.			
Classe i tipus	Etiqueta principal	Heu d'indicar clarament el tipus de beguda (vi, cervesa, licor), d'acord amb la normativa de l'Alcohol and Tobacco Tax and Trade Bureau (TTB).			
Contingut alcohòlic	Etiqueta principal	El percentatge d'alcohol per volum (ABV) ha d'aparèixer clarament, amb l'excepció d'algunes cerveses que poden estar exemptes segons la legislació.			
Quantitat neta	Etiqueta principal	El volum net de líquid a l'ampolla s'ha d'indicar tant en unitats del sistema imperial (unces fluides) com al sistema mètric (mil·lilitres).			
Avisos sanitaris	Qualsevol part visible	Advertiments obligatoris relacionats amb els efectes del consum d'alcohol en la salut, d'acord amb la Llei d'administració federal d'alcohol.			
Producte/ embotellador	Etiqueta principal	Nom i adreça del productor o embotellador, o bé una declaració del tipus "embotellat per" o "produït per".			
País d'origen	Etiqueta principal	Si el producte és importat, cal indicar el país d'origen al costat del nom de l'importador.			
Declaració d'ingredients	Etiqueta principal	Indicació de la presència de certs ingredients, com ara colorants, que han de ser divulgats a l'etiqueta.			
Denominació d'origen	Etiqueta principal	Només necessari en algunes etiquetes			
Declaració d'envelliment	Etiqueta principal	Si és aplicable, l'etiqueta ha de declarar el temps d'envelliment del producte, especialment en el cas de certs licors.			
Declaració de sulfits	Etiqueta principal	Si el vi conté sulfits en concentracions superiors a 10 parts per milió, cal incloure una declaració indicant-ne la presència.			
Percentatge de vi estranger	Etiqueta principal	Si el vi conté un percentatge de vi estranger, cal especificar-ho clarament a l'etiqueta.			

L'etiquetatge dels productes alimentaris als Estats Units ha de complir amb certs requisits importants:

- **Idioma:** l'etiquetatge ha d'estar en anglès. Si s'utilitza un idioma estranger en qualsevol part de l'etiqueta, totes les declaracions obligatòries també han d'estar en anglès i en l'idioma estranger.
- **Distribució i mida mínima:** hi ha diversos requisits pel que fa al disseny i la distribució de les etiquetes, que inclouen mides mínimes de font. Es recomana consultar la guia oficial de la FDA per obtenir tots els detalls, ja que aquests poden variar.
- **Etiquetes de data:** generalment, no es requereixen etiquetes de data en els aliments envasats. No obstant això, poden incloure's de manera voluntària.
- **Requisits específics de productes:** a més dels requisits generals esmentats, hi ha algunes normatives específiques per a certs productes, que es troben habitualment als estàndards de productes del CFR 21.

Normativa sobre Al·legacions Nutricionals

Les empreses poden incloure al·legacions sobre el contingut nutricional en els seus productes, sempre que compleixin amb els requisits de la FDA. Aquestes es divideixen en tres categories:

- **Al·legacions sobre el Contingut de Nutrients:** Indiquen la quantitat d'un nutrient específic en l'aliment.
- **Al·legacions de Salut:** Relacionen l'aliment amb una condició de salut o malaltia.
- **Al·legacions de Funció/Estructura:** Descriuen com un nutrient afecta l'estructura o la funció del cos.

Regulació de Productes Orgànics

Els productes orgànics als EUA estan regulats sota un acord d'equivalència amb la Unió Europea des del 2012. No obstant això, certes categories, com l'aqüicultura i el vi, no estan incloses en aquest acord, cosa que implica que han de complir amb regulacions específiques de l'USDA.

PRINCIPALS ESDEVENIMENTS DEL SECTOR

A continuació, es detallen els esdeveniments clau per al sector d'aliments i begudes als Estats Units, organitzats per zona geogràfica. Aquests esdeveniments són essencials per a empreses que busquen introduir-se o expandir la seva presència al mercat nord-americà, oferint oportunitats per conèixer noves tendències, llançar productes i establir contactes comercials.

I. Costes Est i Oest

Summer and Winter Fancy Food Show

- **Localització:** Nova York (NY) (estiu) i San Francisco (CA) / Las Vegas (NV) (hivern).
- **Descripció:** des de 1955, la Specialty Food Association organitza els Fancy Food Shows, que ocorren dues vegades a l'any. L'edició d'estiu, a Nova York, és l'esdeveniment principal per al sector gourmet i specialty food, atraient més de 2,500 expositors de 50 països en un espai de 33,000 m². Aquí es presenten productes delicatessen, vins i especialitats. L'edició d'hivern se celebra a San Francisco o Las Vegas, essent un punt de trobada per emprenedors i noves empreses que llançen els seus productes al mercat nord-americà.

Natural Products Expo West i East

- **Localització:** Expo West a Anaheim (CA) i Expo East a Filadèlfia (PA).
- **Descripció:** focalitzades en productes naturals, orgànics i saludables, aquestes fires són plataformes clau per descobrir les innovacions del sector. Expo West, a Anaheim, és una de les més grans del món en aquest sector, mentre que Expo East se centra en productes similars a la costa est. Ambdós esdeveniments són vitals per estar al dia en tendències i establir contactes dins de la indústria.

SIAL America

- **Localització:** Las Vegas (NV).
- **Descripció:** celebrada al Las Vegas Convention Center, SIAL America és una fira internacional que reuneix productors, compradors i distribuïdors del sector d'aliments i begudes, tant dels EUA com d'altres països. S'enfoca en exhibir les últimes tendències en begudes i alimentació, i se celebra al març cada any.

International Bulk Wine & Spirits Show

- **Localització:** San Francisco (CA).
- **Descripció:** aquest esdeveniment és un punt de trobada per a importadors, distribuïdors i productors de vins a granel i licors. Ofereix una plataforma per a productors espanyols i d'altres internacionals que busquen oportunitats al mercat nord-americà, especialment per a programes de marques privades i la venda d'excedents.

II. Sud

America Food & Beverage Show

- **Localització:** Miami (FL).
- **Descripció:** aquest esdeveniment anual reuneix els principals actors del sector d'aliments i begudes a Amèrica. És una excel·lent plataforma perquè productors internacionals presentin els seus productes i facin contactes al mercat dels EUA i Amèrica Llatina. La fira compta amb una forta presència d'importadors, distribuïdors i compradors de tot el continent.

III. Midwest i Grans Llacs

International Bulk Wine & Spirits Show

- **Localització:** Chicago (IL).
- **Descripció:** similar a l'edició de San Francisco, aquest esdeveniment se centra en la venda de vins i licors a granel. És ideal per a productors que busquen oportunitats en el sector de marques privades o per vendre excedents de producció.

FER NEGOCIS ALS ESTATS UNITS

- **Actitud professional - Serietat i formalitat:** les reunions als Estats Units solen ser més formals que en altres països. Comença amb un to seriós i mantingues un comportament professional durant les converses.
- **Presentació personal - Aspecte adequat:** la presentació personal és crucial en el món empresarial nord-americà. Vesteix de manera professional, amb roba formal com vestits o vestits de negoci, i evita un aspecte massa casual.
- **Cordialitat en el tracte - Tractament educat:** comença les reunions amb un to amable i respectuós. Els nord-americans valoren la cortesia i l'educació, i un somriure pot ser una bona manera d'establir una connexió inicial.
- **Protocol en les reunions - Introduccions igualitàries:** en una reunió, és habitual que tothom sigui presentat alhora, independentment de la jerarquia. Tothom és considerat igual i les aportacions són valorades pel seu mèrit.
- **Timing de reunions - Puntualitat estricta:** la puntualitat és essencial. Arribar a temps és un senyal de respecte, així que planifica amb anticipació per evitar retards.
- **Documentació - Preparació meticulosa:** porta tota la documentació necessària en ordre i disponible. Assegura't que tot el material estigui complet i preparat per a ser presentat.
- **Decisions i temps - Procés ràpid:** les decisions empresarials poden ser preses relativament ràpidament, però és important ser pacient si hi ha múltiples nivells d'aprovació. Mantingues el focus en la claredat dels objectius.
- **Negociació i compromisos - Negociació directa:** les negociacions als EUA poden ser directes i eficients. Estigues preparat per discutir els termes de manera clara i fer concessions si és necessari, però sempre mantenint la professionalitat.
- **Regals i cortesia - Obsequis amb moderació:** els regals no són comuns en el negoci. Si decideixes fer-ne, opta per articles petits i professionals. Evita regals excessivament cars o personals.
- **Seguiment post-reunió - Confirmació i agraïments:** després de les reunions, envia un correu electrònic de seguiment per confirmar els punts discutits i agrair el temps i l'atenció dels assistents.
- **Relacions personals - Construcció de xarxes:** als EUA, és important establir connexions i xarxes professionals. Dedica temps a conèixer els teus contactes i a construir relacions que puguin ser beneficioses per al teu negoci.
- **Comunicació - Claredat i concisió:** comunica't de manera clara i concisa. Utilitza un llenguatge directe i evita ambigüitats. La comunicació efectiva és clau per a una relació empresarial exitosa.
- **Hospitalitat - Acceptació de convidades:** si et conviden a un àpat o esdeveniment, accepta la invitació amb gratitud. La hospitalitat és apreciada i pot ajudar a establir relacions més fortes.
- **Costums culturals - Respecte per la diversitat:** mostra respecte per les diferents cultures i tradicions presents als EUA. Familiaritza't amb les pràctiques culturals locals per evitar malentesos i demostrar un interès genuí.

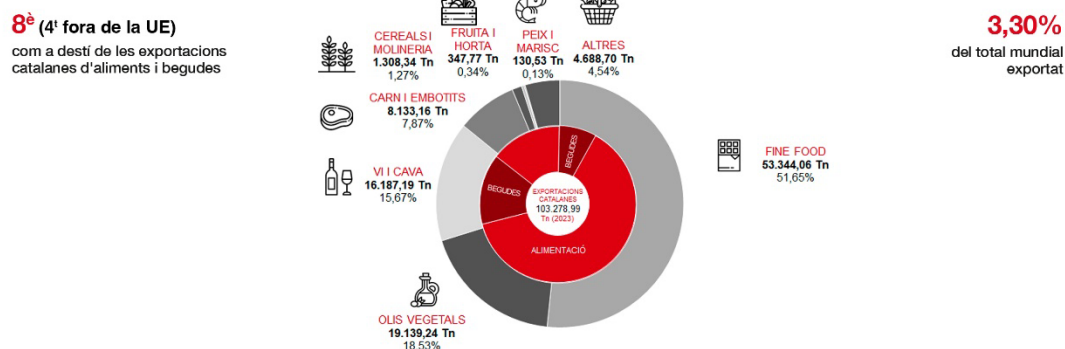
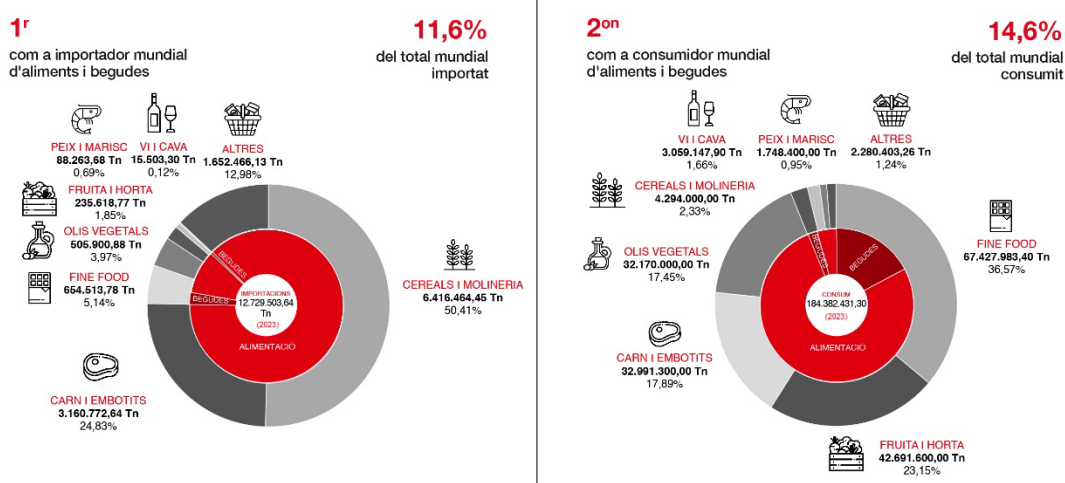
#CatalanFood Trade

Informació de mercats, economia i empresa pel sector de l'alimentació

ESTATS UNITS EN XIFRES – RESUM



Rànquing de comerç i consum



ESTATS UNITS	VOLUM (Tn)	INCREMENT ANUAL	VALOR (M€)	INCREMENT ANUAL
Exportacions agroalimentàries catalanes al mercat	103.278	↑ 3,9%	478,70	↑ 6,9%
Importacions agroalimentàries mundials del mercat	12.729.504	↑ 7,3%	22.896	↑ 8,2%
Consum agroalimentari del mercat	184.382.431	↑ 8,5%	1.312.477	↑ 8,6%

Empreses exportadores catalanes als Estats Units



FONT: Àrea de Coneixement i Estratègia de Prodeca amb dades UN Comtrade, AEAT, Worldbank, Euromonitor International Ltd. Dades 2023

QUADRE RESUM TOTAL MAGNITUDS CONSUM I COMERÇ

Estats Units	CONSUM DEL MERCAT (en volum)	PERCENTATGE PRODUCTE SOBRE CONSUM TOTAL (en volum)	IMPORTACIONS MUNDIALS DEL MERCAT (en tones)	PERCENTATGE PRODUCTE SOBRE TOTAL MUNDIAL IMPORTAT (en volum)	IMPORTACIONS DE CATALUNYA (en tones)	PERCENTATGE PRODUCTE SOBRE TOTAL IMPORTAT DE CATALUNYA (en volum)	PERCENTATGE PRODUCTE DE CATALUNYA SOBRE TOTAL MUNDIAL IMPORTAT (en volum)	PERCENTATGE IMPORTAT MON SOBRE CONSUMIT (en volum)	PERCENTATGE IMPORTAT CATALUNYA SOBRE CONSUMIT (en volum)
CARN I EMBOTITS	32.991.300,00	17,89%	3.160.772,64	24,83%	8.133,16	7,87%	0,26%	9,58%	0,02%
Carn	22.513.000,00	12,21%	2.062.921,22	16,21%	7.877,04	7,63%	0,38%	9,16%	0,03%
Boví	7.090.900,00	3,85%	1.087.404,82	8,54%	0,00	0,00%	0,00%	15,34%	0,00%
Porcí	3.811.500,00	2,07%	497.016,19	3,90%	5.527,57	5,35%	1,11%	13,04%	0,15%
Oví i Cabrum	112.700,00	0,06%	164.895,46	1,30%	0,00	0,00%	0,00%	146,31%	0,00%
Aus	11.366.100,00	6,16%	10.316,96	0,08%	0,00	0,00%	0,00%	0,09%	0,00%
Embotits i elaborats	10.478.300,00	5,68%	186.304,07	1,46%	87,43	0,08%	0,05%	1,78%	0,00%
FINE FOOD - MULTIPRODUCTE	67.427.983,40	36,57%	654.513,78	5,14%	53.344,06	51,65%	8,15%	0,97%	0,08%
Dolços, cacau i les seves preparacions, articles de confiteria, mel, cafè, te, infusions	1.087.845,00	0,59%	49.947,89	0,39%	11.412,52	11,05%	22,85%	4,59%	1,05%
Snacks i aperitius, productes de fleca i pastisseria, productes base de cereals, fruits secs, arròs i llegums	23.737.100,00	12,87%	57.809,22	0,45%	7.289,55	7,06%	12,61%	0,24%	0,03%
Sucs vegetals, aigües, cerveses, begudes i líquats	12.064.938,40	6,54%	300.818,77	2,36%	21.976,66	21,28%	7,31%	2,49%	0,18%
Extractes, essències i concentrats, ingredients, preparacions per sopes	1.846.800,00	1,00%	26.662,21	0,21%	1.245,28	1,21%	4,67%	1,44%	0,07%
Formatges, productes làctics i ous	11.367.400,00	6,17%	96.654,93	0,76%	653,67	0,63%	0,68%	0,85%	0,01%
Plats preparats, brous, conserves, confitures i melmelades	12.851.300,00	6,97%	75.050,68	0,59%	8.780,38	8,50%	11,70%	0,58%	0,07%
Altres (vinagres, gelats,...)	4.472.600,00	2,43%	47.570,08	0,37%	1.986,00	1,92%	4,17%	1,06%	0,04%
FRUITA I HORTA	42.691.600,00	23,15%	235.618,77	1,85%	130,53	0,13%	0,06%	0,55%	0,00%
Fruita	20.121.400,00	10,91%	126.666,15	1,00%	11,52	0,01%	0,01%	0,63%	0,00%
Pomes	2.398.700,00	1,30%	39.779,40	0,31%	0,00	0,00%	0,00%	1,66%	0,00%
Peres	385.400,00	0,21%	19.889,70	0,16%	0,00	0,00%	0,00%	5,16%	0,00%
Albercocs	173.430,00	0,09%	710,00	0,01%	0,00	0,00%	0,00%	0,41%	0,00%
Cireres	1.269.000,00	0,69%	3.171,58	0,02%	0,00	0,00%	0,00%	0,25%	0,00%
Nectarines i Préssecs	385.400,00	0,21%	1.485,98	0,01%	0,00	0,00%	0,00%	0,39%	0,00%
Cítrics	2.819.300,00	1,53%	2.046,36	0,02%	0,00	0,00%	0,00%	0,07%	0,00%
Horta	22.570.200,00	12,24%	108.952,63	0,86%	119,01	0,12%	0,11%	0,48%	0,00%
OLIS VEGETALS	32.170.000,00	17,45%	505.900,88	3,97%	19.139,24	18,53%	3,78%	1,57%	0,06%
Oli d'oliva	3.848.000,00	2,09%	8.174,52	0,06%	11.181,34	10,83%	136,78%	0,21%	0,29%
VI I CAVA	3.059.147,90	1,66%	15.503,30	0,12%	16.187,19	15,67%	104,41%	0,51%	0,53%
Vi de taula	2.784.200,00	1,51%	11.629,15	0,09%	3.960,91	3,84%	34,06%	0,42%	0,14%
Escumós	244.700,00	0,13%	3.623,64	0,03%	11.826,18	11,45%	326,36%	1,48%	4,83%
Cava		0,00%		0,00%	10.848,68	10,50%	#DIV/0!	#DIV/0!	#DIV/0!
Altres	30.247,90	0,02%	250,50	0,00%	400,10	0,39%	159,72%	0,83%	1,32%
CEREALS I MOLINERIA	4.294.000,00	2,33%	6.416.464,45	50,41%	347,77	0,34%	0,01%	149,43%	0,01%
PEIX I MARISC	1.748.400,00	0,95%	88.263,68	0,69%	1.308,34	1,27%	1,48%	5,05%	0,07%
Peix	940.000,00	0,51%	66.645,98	0,52%	1.209,19	1,17%	1,81%	7,09%	0,13%
Marisc	808.400,00	0,44%	13.345,38	0,10%	99,15	0,10%	0,74%	1,65%	0,01%
ALTRES	2.280.403,26	1,24%	1.652.466,13	12,98%	4.688,70	4,54%	0,28%	72,46%	0,21%
TOTAL	184.382.431,30	100,00%	12.729.503,64	100,00%	103.278,99	100,00%	0,81%	6,90%	0,06%

FONT: Àrea de Coneixement i Estratègia de Prodeca amb dades UN Comtrade, AEAT i Euromonitor International Ltd. Dades 2023.

#CatalanFood Trade

Informació de mercats, economia i empresa pel sector de l'alimentació

MÉS INFORMACIÓ

Marc Oliveras

Cap Àrea de Coneixement i Estratègia Prodeca

Email: marc.oliveras@gencat.cat

Eva Castro

Tècnica Àrea de Coneixement i Estratègia Prodeca

Email: evacastro@gencat.cat

Telèfon de contacte: 93 552 48 20

FONTS

- AEAT: <https://sede.agenciatributaria.gob.es/Sede/estadisticas.html>
- UNCOMTRADE: <https://comtradeplus.un.org>
- Fons Monetari Internacional (FMI): www.imf.org
- Euromonitor international Ltd: <https://www.euromonitor.com>
- Mintel: <https://es.mintel.com/>
- Economic Research Service (USDA): <https://www.ers.usda.gov>
- CIA World Fact Book: <https://www.cia.gov/the-world-factbook>
- ICEX: <https://www.icex.es/es/quienes-somos/donde-estamos/red-exterior-de-comercio>
- Statista: <https://es.statista.com>
- FAO: <https://www.fao.org>
- The European Commission's trade department: <https://trade.ec.europa.eu>
- UNCTAD: <https://unctad.org>
- Research Markets: <https://www.researchandmarkets.com>
- International Food Information Council: <https://ific.org>
- Federal Reserve Bank of St. Louis: <https://www.stlouisfed.org>
- The Conference Board: <https://www.conference-board.org>
- The World Trade Organization: <https://www.wto.org>
- Oficina d'Anàlisi Econòmica dels EUA (BEA): <https://www.bea.gov>
- Deloitte Unites States: <https://www2.deloitte.com/u>
- OFECOMES USA: https://comercio.gob.es/Red_Oficinas_Economicas/Red_Exterior

Avís de renúncia i confidencialitat

Aquest document es publica únicament amb finalitats informatives. La informació ha estat elaborada a partir de, o sobre la base de fonts que considerem fiables, però no es pot garantir ni acceptar la responsabilitat per la seva integritat o exactitud. Les conseqüències de qualsevol actuació realitzada sobre la base de la informació continguda en el mateix són de l'exclusiva responsabilitat del destinatari.