



UNIUNEA EUROPEANĂ



MINISTERUL MUNCII,  
FAMILIEI ȘI  
PROTECȚIEI SOCIALE  
AMPOSDRU



FONDUL SOCIAL  
EUROPEAN  
POS DRU  
2007-2013



INSTRUMENTE  
STRUCTURALE  
2007 - 2013



PATRONATUL DIN  
INDUSTRIA DE  
MORĂRIT, PANIFICAȚIE  
ȘI PRODUSE FĂINOASE  
ROMPAN

## Studiu privind identificarea preferințelor consumatorilor de produse făinoase – paste făinoase, biscuiți, cereale pentru mic dejun, produse de patiserie – la nivel național

Cercetarea a fost făcută în perioada noiembrie-decembrie 2009, pe un eșantion de 1.281 persoane adulte, prin interviu față în față, la domiciliul respondentului. pe bază de chestionar, marja de eroare fiind de +/-2,8%.

Prezentul studiu a avut drept scop realizarea unei radiografii la nivel național a pieței de produse făinoase, identificând:

- obișnuințele de cumpărare și consum a produselor făinoase;
- criteriile de cumpărare;
- preferințele în consum privind produsele făinoase;
- barierele de cumpărare și consum a produselor făinoase;
- profilul consumatorului de produse făinoase.

Produse făinoase cercetate: paste făinoase, biscuiți, napolitane, cereale pentru mic dejun și produse de patiserie.

Urmare analizei chestionarelor completate, cercetarea a ajuns la următoarele concluzii:

### ● Obișnuințe de consum

*\*cele mai căutate:*

- paste făinoase: spaghetti și macaroane (70%), respectiv (68%), urmate de fidea (57%), tăiței (52%) și melci (49%);
- biscuiți: biscuiți simpli dulci (69%), biscuiți cu umplutură (48%), biscuiți sărați (43%) și biscuiți cu glazură (29%);
- produse de patiserie: cozonac (61%), patiserie proaspătă (59%), prăjituri și rulade (46%), chec (39%);
- cereale pentru mic dejun: fulgi de porumb, ovăz, etc (34%), cereale expandate (pufuleți, pufarine, etc) (31%);

*\* cel mai puțin consumate (< 10%):*

- tortellini, lasagna, pene, ravioli, cannelloni și pastele cu adaosuri;
- batoane de cereale simple sau în amestec cu fructe uscate;
- patiserie congelată.





UNIUNEA EUROPEANĂ



MINISTERUL MUNCII,  
FAMILIEI ȘI  
PROTECȚIEI SOCIALE  
AMPOSDRU



FONDUL SOCIAL  
EUROPEAN  
POS DRU  
2007-2013



INSTRUMENTE  
STRUCTURALE  
2007 - 2013



PATRONATUL DIN  
INDUSTRIA DE  
MORĂRIT, PANIFICAȚIE  
ȘI PRODUSE FĂINOASE  
ROMPAN

## ● Frecvența consumului

### Paste făinoase

- 47% dintre românii cu vârsta peste 18 ani consumă o dată sau de 2 ori pe săptămână;
- 25% cel puțin de 3 - 4 ori pe săptămână.;
- 5% nu consumă niciodată paste făinoase.

Principalele motive invocate: - problemele medicale (legate de diverse afecțiuni) – 6%;

- lipsa banilor/sunt scumpe – 5%;
- îngrășă/prea multe calorii – 5%.

### Biscuiți

- 50% din populația adultă a României consumă cel puțin o dată sau de 2 ori pe săptămână
- 19% din această populație nu consumă niciodată biscuiți.

Principale motive invocate: - nu le plac astfel de produse - 27%;

- îngrășă/prea multe calorii - 11%;
- lipsa banilor/sunt scumpe - 10%.

### Produse de patiserie

- 45% consumă produse de patiserie cu aceeași frecvență.

Persoanele care nu consumă sau consumă foarte rar produse de patiserie invocă motive precum:

- lipsa banilor/sunt scumpe – 20%;
- faptul că nu le plac astfel de produse – 11%.

### Napolitane

- 42% dintre cei cu vârsta peste 18 ani consumă napolitane cel puțin o dată sau de 2 ori pe săptămână.

Principalele motive invocate de persoanele care nu consumă sau consumă foarte rar napolitane:

- nu le plac astfel de produse – 29%;
- îngrășă/au prea multe calorii – 13%;
- motive medicale - 8%.





UNIUNEA EUROPEANĂ



MINISTERUL MUNCII,  
FAMILIEI ȘI  
PROTECȚIEI SOCIALE  
AMPOSDRU



FONDUL SOCIAL  
EUROPEAN  
POS DRU  
2007-2013



INSTRUMENTE  
STRUCTURALE  
2007 - 2013



PATRONATUL DIN  
INDUSTRIA DE  
MORĂRIT, PANIFICAȚIE  
ȘI PRODUSE FĂINOASE  
ROMPAN

### Cereale pentru mic dejun

-26% dintre românii cu vârsta peste 18 ani consumă acest tip de produse o dată sau de 2 ori pe săptămână;

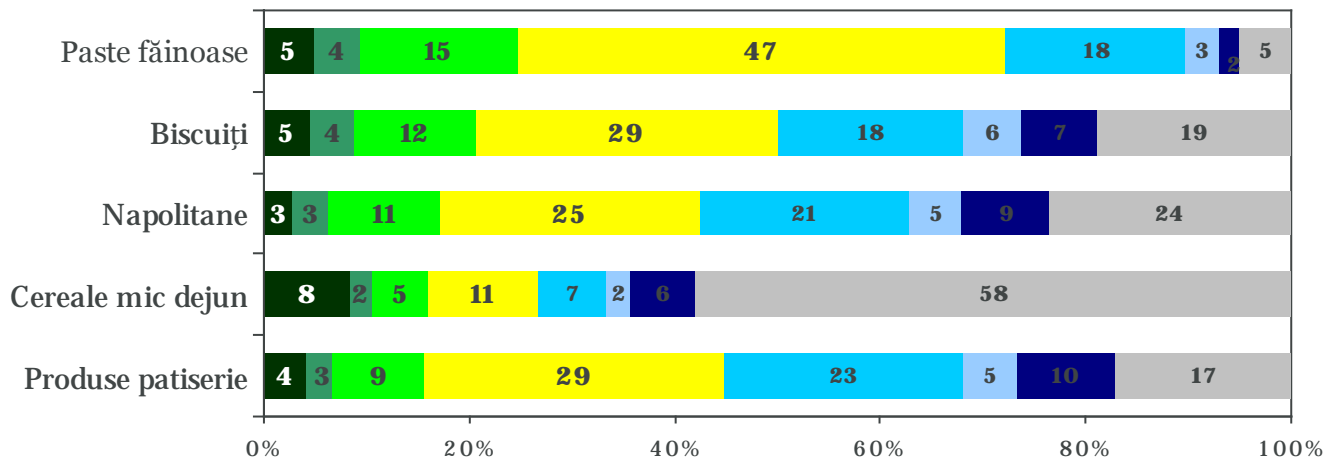
-58% dintre ei nu le consumă deloc.

Principalele motive invocate de persoanele care nu consumă sau consumă foarte rar cereale pentru mic dejun:

- nu le plac astfel de produse – 25%;
- lipsa unei obișnuințe de consum – 15%;
- lipsa banilor/sunt scumpe – 13%.

### Frecvența consumului de produse făinoase

- zilnic
- de 5-6 ori pe săptămână
- de 3-4 ori pe săptămână
- o dată sau de 2 ori pe săptămână
- o dată pe lună
- o dată la 2-3 luni
- mai rar de o dată la 2-3 luni
- niciodată



#### ● Preparare în casă

Respondenții declară că prepară în casă:

- *tăiței* (37%). Ponderea este mai mare în mediul rural (47%) față de mediul urban (30%);

Cantitatea medie lunară preparată într-o gospodărie: 1,3 kg tăiței.





UNIUNEA EUROPEANĂ



MINISTERUL MUNCII,  
FAMILIEI ȘI  
PROTECȚIEI SOCIALE  
AMPOSDRU



FONDUL SOCIAL  
EUROPEAN  
POS DRU  
2007-2013



INSTRUMENTE  
STRUCTURALE  
2007 - 2013



PATRONATUL DIN  
INDUSTRIA DE  
MORĂRIT, PANIFICAȚIE  
ȘI PRODUSE FĂINOASE  
ROMPAN

- *cozonac* (55%). Ponderea este mai mare în mediul rural (63%) față de mediul urban (48%);

Cantitatea medie anuală preparată într-o gospodărie: 7,8 kg cozonac.

- *produse de patiserie* (60%). Ponderea este mai mare în mediul rural (66%) față de mediul urban (55%). Cantitatea medie lunară preparată într-o gospodărie: 3 kg.

### ● **Obişnuințe de cumpărare**

\* *în formă ambalată:*

- paste făinoase (90 % dintre cumpărători)
- biscuiți (72% dintre cumpărători)
- napolitane (61% dintre cumpărători). Ponderea celor care obișnuiesc să cumpere aceste produse în vrac este cea mai ridicată dintre toate produsele făinoase cercetate (28%).

### ● **Criterii luate în considerare la cumpărare**

- calitate (94%) ;
- aspect (83%) ;
- preț (78%) ;
- tip de făină (67%) ;
- gramaj (67%);
- conținut în E-uri și conservanți (64%);
- ingrediente (65%);
- conținut nutritiv (62%);
- ambalaj (58%);
- informații scrise pe etichetă (55%);
- marca/ firma producătoare (50%), etc.





UNIUNEA EUROPEANĂ



MINISTERUL MUNCII,  
FAMILIEI ȘI  
PROTECȚIEI SOCIALE  
AMPOSDRU



FONDUL SOCIAL  
EUROPEAN  
POS DRU  
2007-2013



INSTRUMENTE  
STRUCTURALE  
2007 - 2013



PATRONATUL DIN  
INDUSTRIA DE  
MORĂRIT, PANIFICAȚIE  
ȘI PRODUSE FĂINOASE  
ROMPAN

