

ESTUDI DEL CONSUM DELS ALIMENTS AMB DOP/IGP DE LES ILLES BALEARS 2018



OBJECTIU PRINCIPAL

- Conèixer l'actitud de les consumidores i els consumidors de Mallorca en relació als aliments de les Illes Balears amb DOP/IGP



ALTRES OBJECTIUS

- Grau de consum dels aliments de les Illes Balears amb DOP/IGP
- Freqüència de consum dels aliments de les Illes Balears amb DOP/IGP
- Perfil de les consumidores i dels consumidors d'aliments amb DOP/IGP, per factors: edat, sexe, origen, lloc de l'entrevista, lloc de compra i model familiar.
- Evolució de l'actitud del consumidor en relació a l'estudi de l'any 2016.



METODOLOGIA

Característiques de la mostra

Total: 518 persones consumidores d'aliments residents a Mallorca

nivel de confiança: 95,5%
màxim d'error: +5%



PERFIL DE LA MOSTRA

n= 518

Sexe	
Homes	49,61 %
Dones	50,39 %
Edat	
< 25 anys	8,11 %
25-45 anys	38,61 %
46-65 anys	34,17 %
> 65 anys	19,11 %
Origen	
Nascut Illes Balears	76,64 %
No nascut Illes Balears	23,36%



OBTENCIÓ DE LA MOSTRA

n= 518

Distribució dels municipis de les enquestes

Palma	Part Forana
259	259
50%	50%



Grans municipis (de 20.000 a 60.000 habitants)	Municipis A (de 10.000 a 20.000 habitants)	Municipis B (< de 10.000 habitants)
129	63	67
24,9%	12,2%	12,9%



OBTENCIÓ DE LA MOSTRA

n= 518

Distribució del lloc de les enquestes

Fira o mercadet setmanal	Mercat	Botiga tradicional	Supermercat	Hipermercat
20	70	52	299	77
3,9%	13,5%	10%	57,7%	14,9%



METODOLOGIA

Hàbits de consum d' aliments de les Illes Balears

Quins aliments amb DOP/IGP compra i amb quina freqüència.

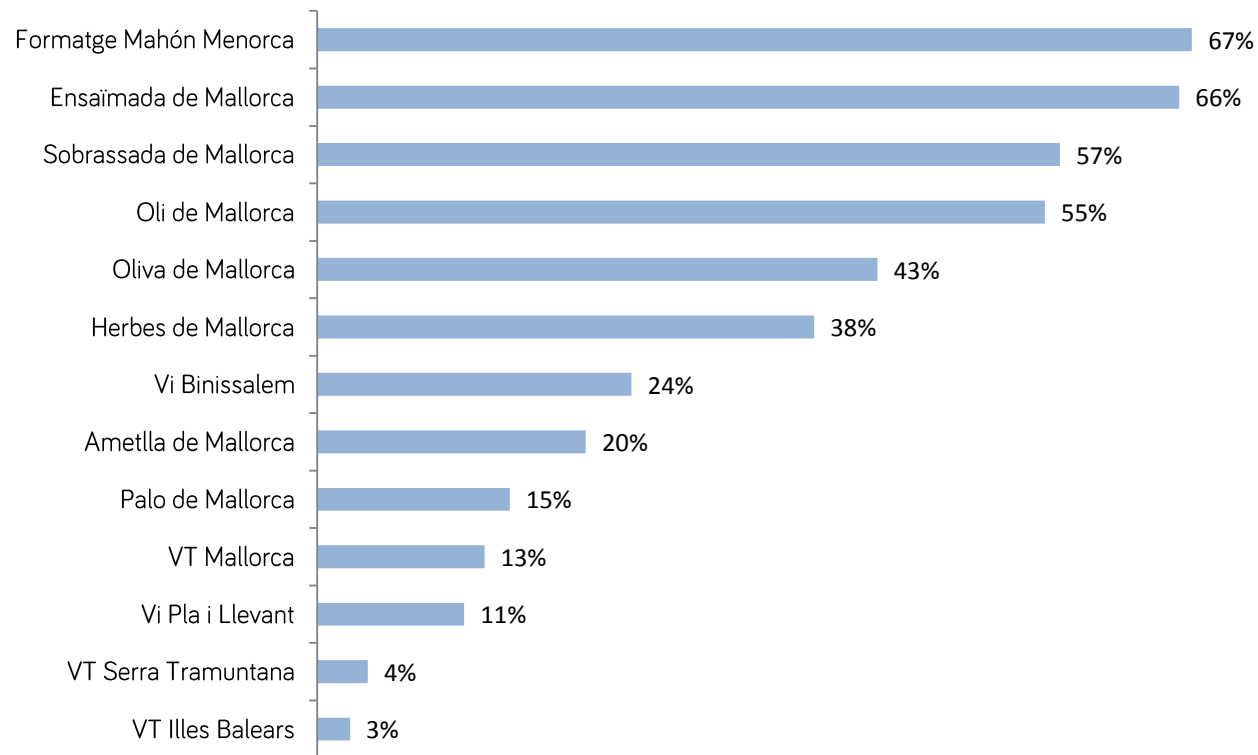
(Formatge Mahón-Menorca, Sobrassada de Mallorca, Ensaimada de Mallorca, Oli de Mallorca, Oliva de Mallorca, Ametlla de Mallorca, Vi DO Binissalem, Vi DO Pla i Llevant, Vi de la Terra Serra Tramuntana- Costa Nord, Vi de la Terra Illes Balears, Vi de la Terra Mallorca, Palo de Mallorca, Herbes de Mallorca)



RESULTATS



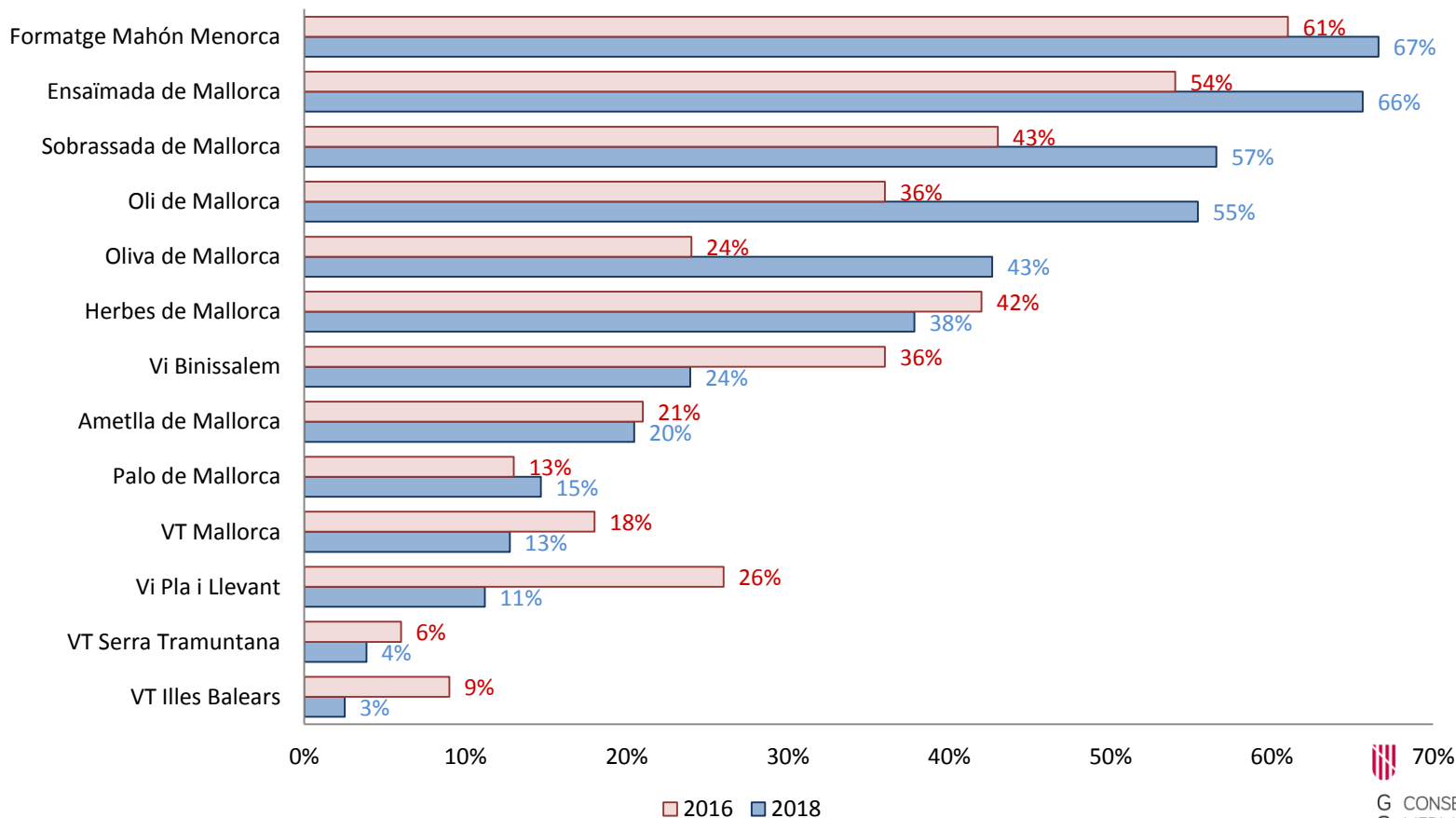
Vostè compra els aliments amb DOP/IGP següents? Resposta afirmativa



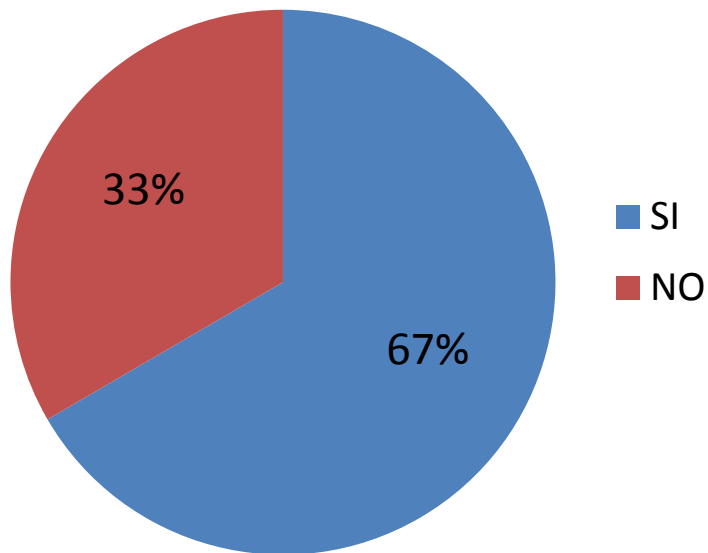
n=500



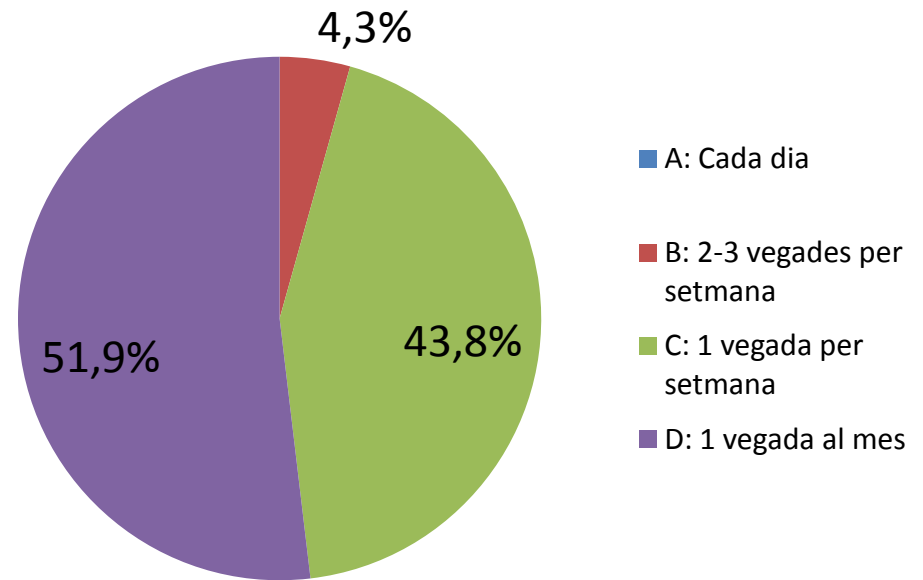
Evolució de l'actitud del consumidor en relació a l'estudi de l'any 2016



Vostè compra Formatge Mahón – Menorca i amb quina freqüència?



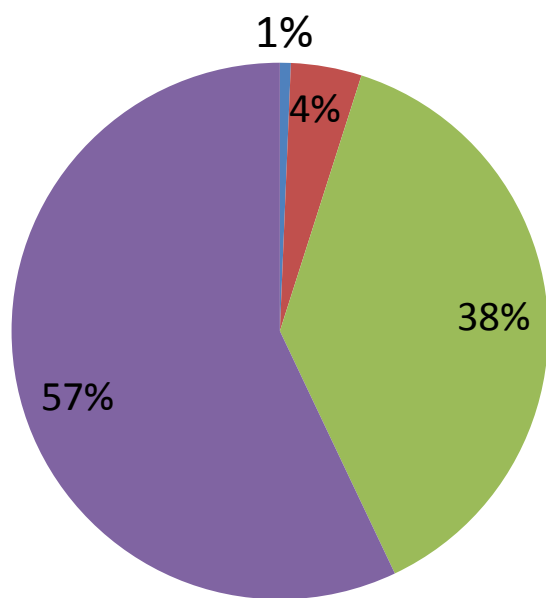
n=518



n=345

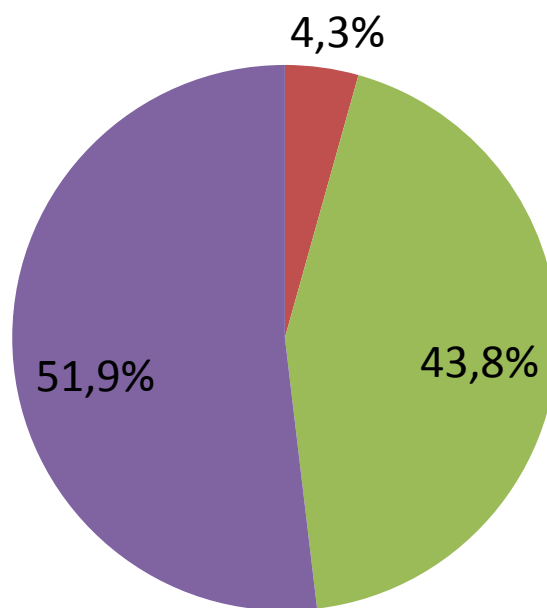


Evolució de l'actitud del consumidor de formatge Mahón-Menorca



n=305

2016



2018

- A: Cada dia
- B: 2-3 vegades per setmana
- C: 1 vegada per setmana
- D: 1 vegada al mes

n=345



Perfil consumidor/a

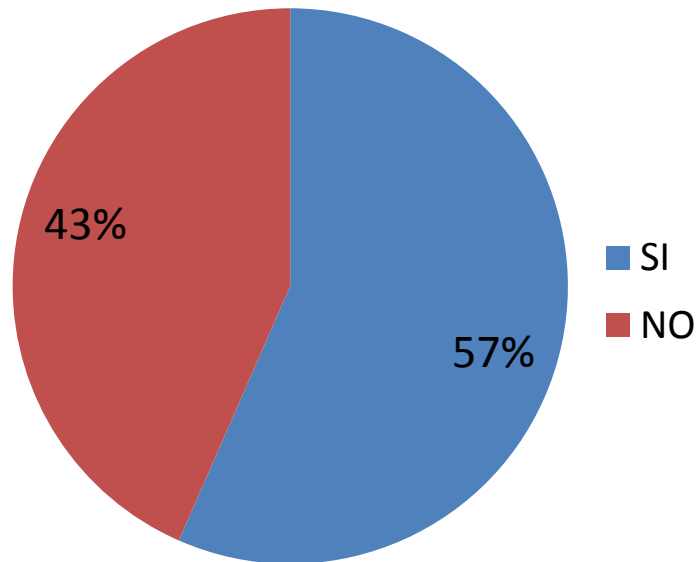
Formatge Mahón–Menorca

FORMATGE	<46	>=46	Home	Dona	Nascut IB	No Nascut IB	Entrevista Palma	Entrevista P. Forana	Fira	Mercat	Botiga	Supermercat	Hipermercat	Tot sol	2 persones	3 persones	>3 persones
n: 518	242	276	257	261	397	121	259	259	20	70	52	299	77	74	173	141	130
Sí	133	212	175	170	278	67	173	172	10	49	34	201	51	31	105	112	97
%	55,0%	76,8%	68,1%	65,1%	70,0%	55,4%	66,8%	66,4%	50,0%	70,0%	65,4%	67,2%	66,2%	41,9%	60,7%	79,4%	74,6%

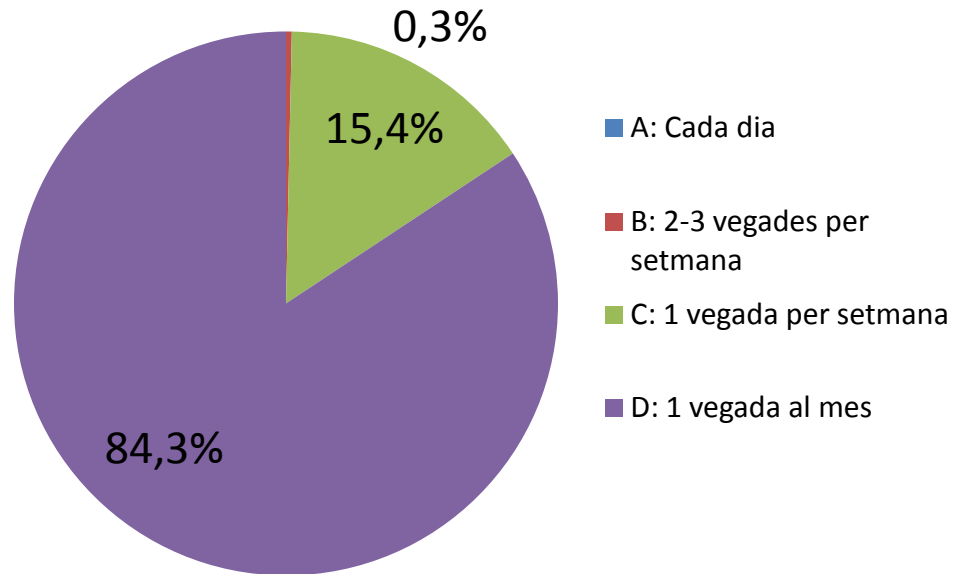
Exemple de càlcul: De 257 homes entrevistats, 175 consumeixen Formatge Mahón-Menorca, cosa que representa un 68,1%



Vostè compra Sobrassada de Mallorca i amb quina freqüència?



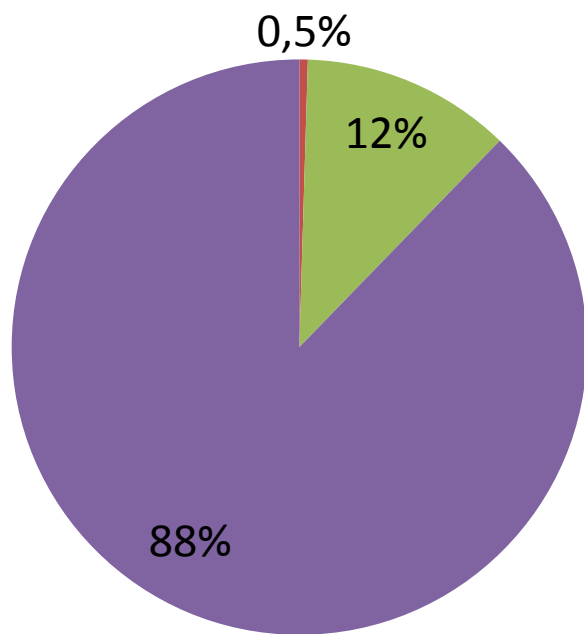
n=518



n=293

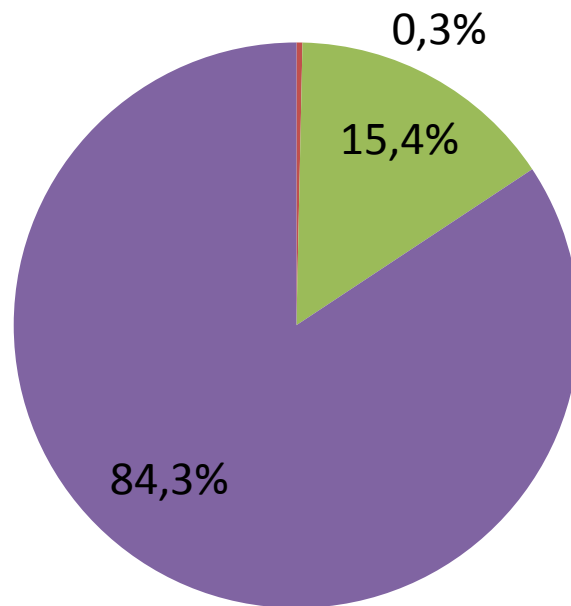


Evolució de l'actitud del consumidor de Sobrassada de Mallorca



n=212

2016



n=293

2018

- A: Cada dia
- B: 2-3 vegades per setmana
- C: 1 vegada per setmana
- D: 1 vegada al mes

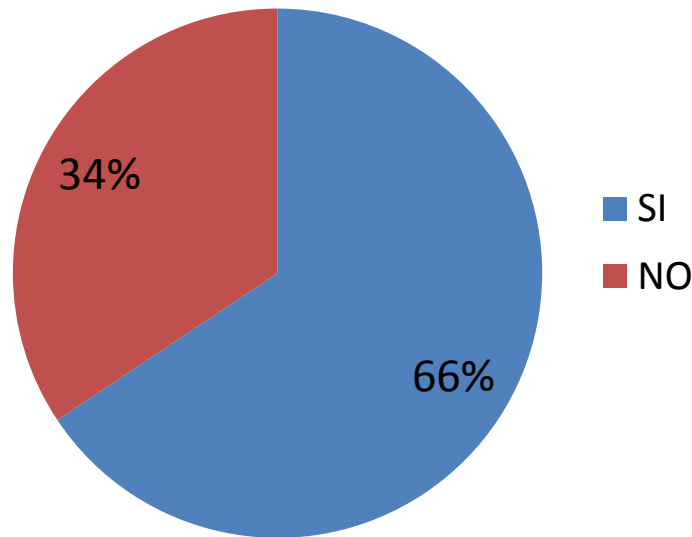


Perfil consumidor/a Sobrassada de Mallorca

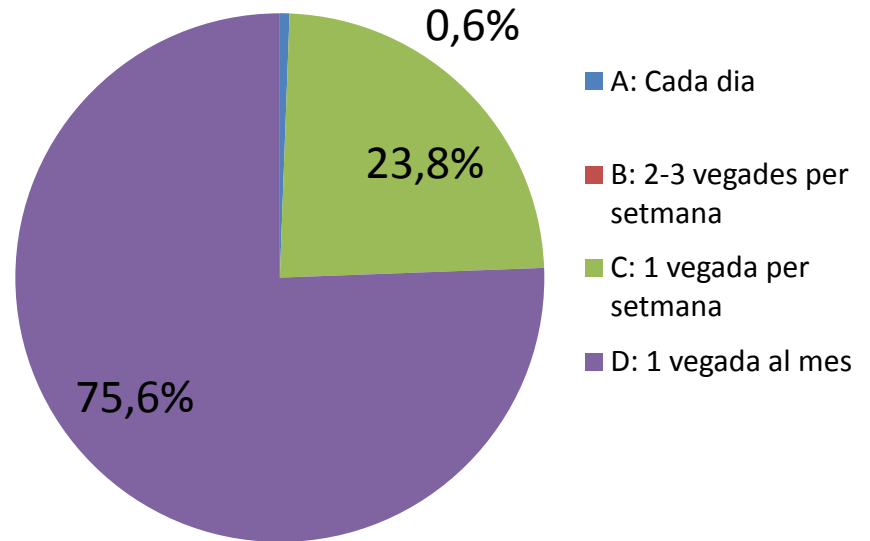
SOBRASSADA	<46	>=46	Home	Dona	Nascut IB	No Nascut IB	Entrevista Palma	Entrevista P. Forana	Fira	Mercat	Botiga	Supermercat	Hipermercat	Tot sol	2 persones	3 persones	>3 persones
n: 518	242	276	257	261	397	121	259	259	20	70	52	299	77	74	173	141	130
Sí	118	175	152	141	233	60	144	149	9	44	36	160	44	35	85	77	96
	48,8%	63,4%	59,1%	54,0%	58,7%	49,6%	55,6%	57,5%	45,0%	62,9%	69,2%	53,5%	57,1%	47,3%	49,1%	54,6%	73,8%



Vostè compra Ensaimada de Mallorca i amb quina freqüència?



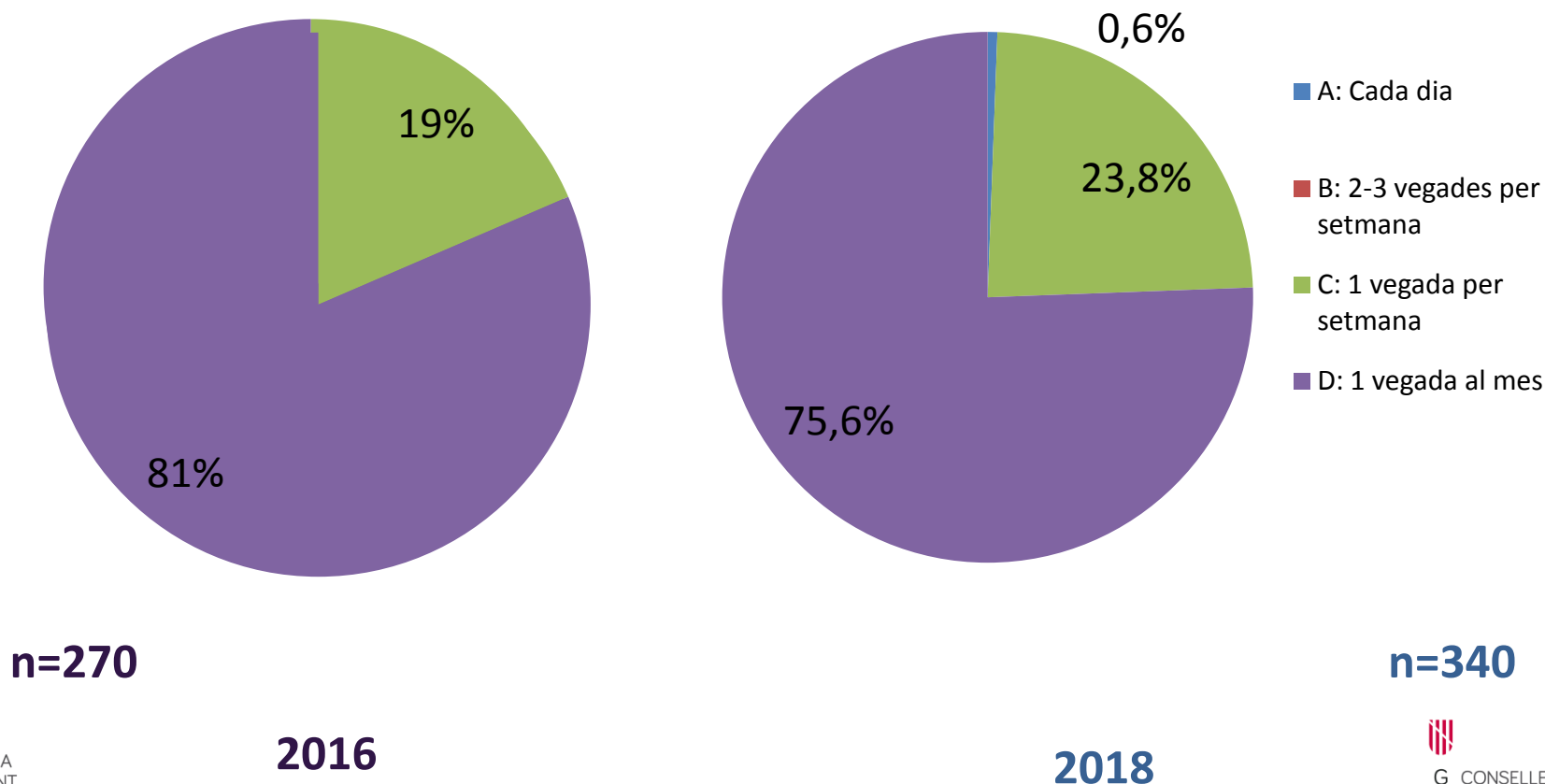
n=518



n=340



Evolució de l'actitud del consumidor de Ensaïmada de Mallorca

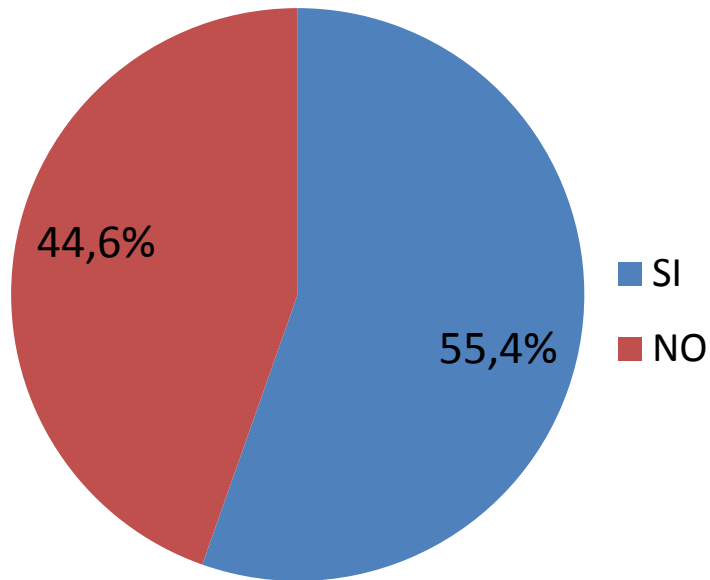


Perfil consumidor/a Ensaïmada de Mallorca

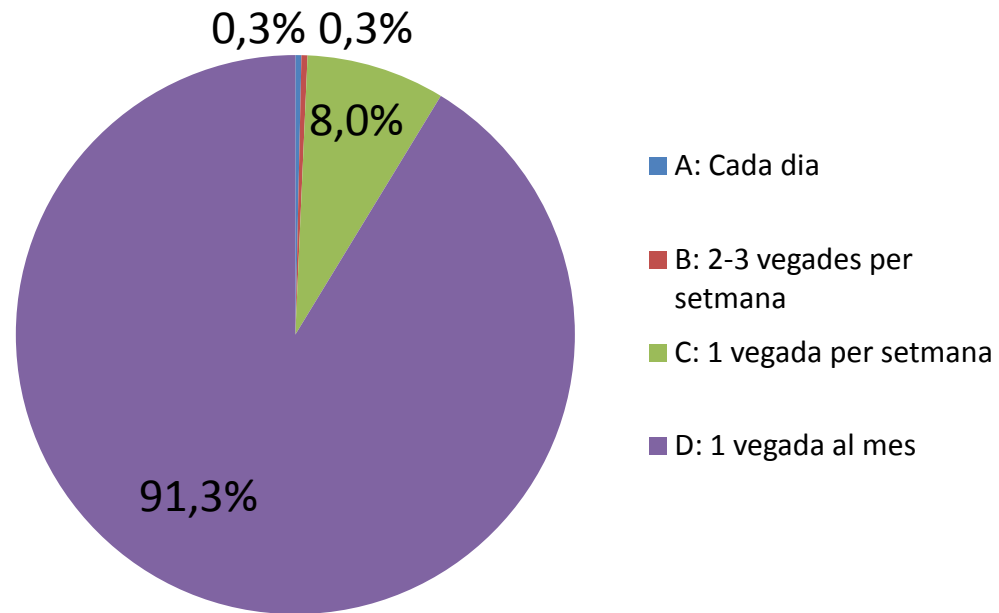
ENSAÏMADA	<46	>=46	Home	Dona	Nascut IB	No Nascut IB	Entrevista Palma	Entrevista P. Forana	Fira	Mercat	Botiga	Supermercat	Hipermercat	Tot sol	2 persones	3 persones	>3 persones
n: 518	242	276	257	261	397	121	259	259	20	70	52	299	77	74	173	141	130
Sí	141	199	172	168	263	77	182	158	9	45	35	191	60	39	113	92	96
	58,3%	72,1%	66,9%	64,4%	66,2%	63,6%	70,3%	61,0%	45,0%	64,3%	67,3%	63,9%	77,9%	52,7%	65,3%	65,2%	73,8%



Vostè compra Oli de Mallorca i amb quina freqüència?

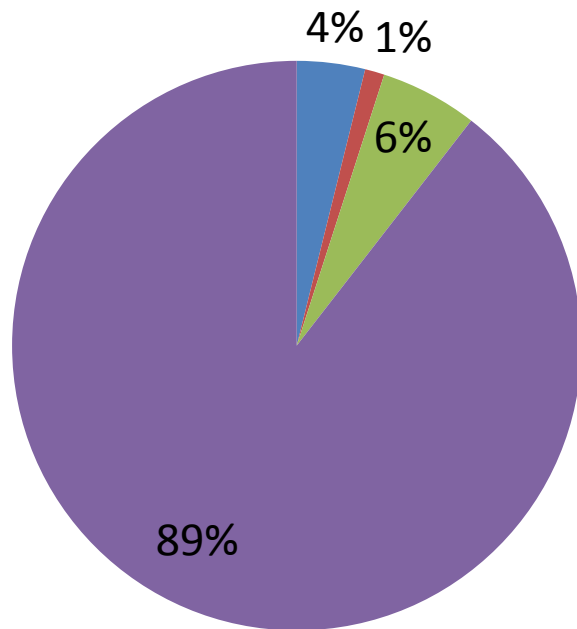


n=518



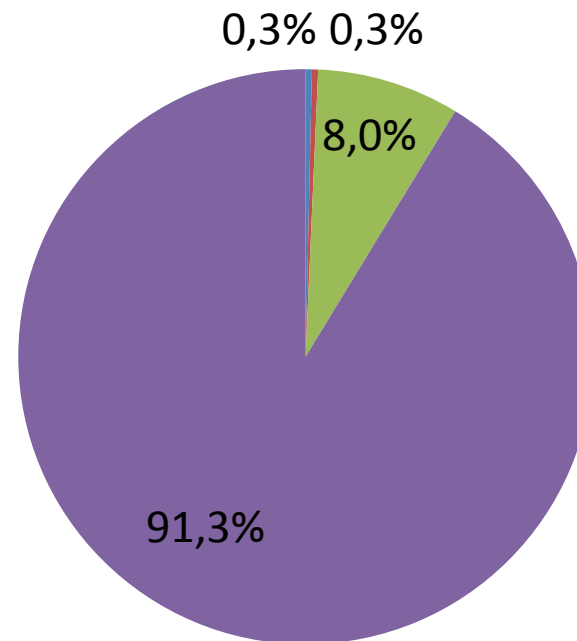
n=287

Evolució de l'actitud del consumidor d'Oli de Mallorca



n=181

2016



n=287

2018

- A: Cada dia
- B: 2-3 vegades per setmana
- C: 1 vegada per setmana
- D: 1 vegada al mes

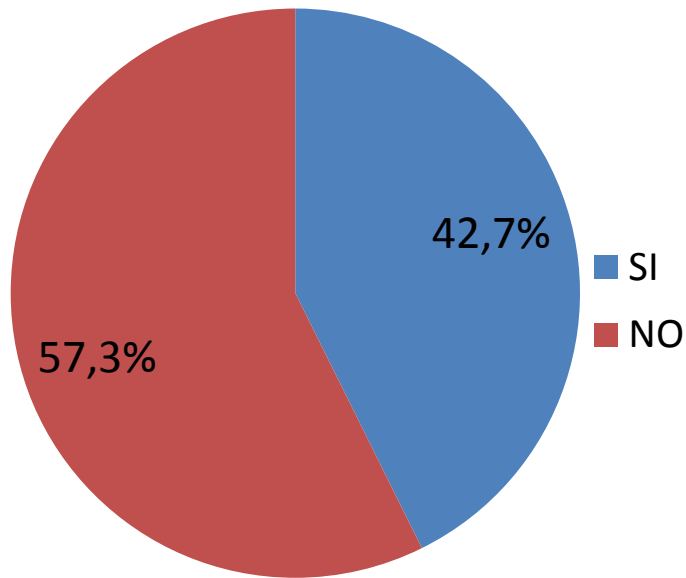


Perfil consumidor/a Oli de Mallorca

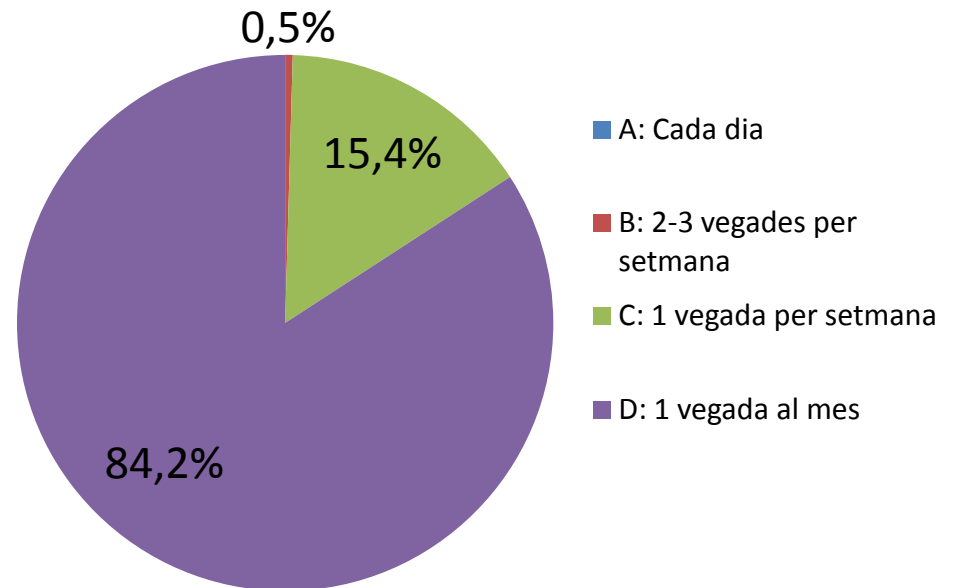
OLI	<46	>=46	Home	Dona	Nascut IB	No Nascut IB	Entrevista Palma	Entrevista P. Forana	Fira	Mercat	Botiga	Supermercat	Hipermercat	Tot sol	2 persones	3 persones	>3 persones
n: 518	242	276	257	261	397	121	259	259	20	70	52	299	77	74	173	141	130
Sí	120	167	137	150	229	58	139	148	14	49	31	156	37	36	94	81	76
	49,6%	60,5%	53,3%	57,5%	57,7%	47,9%	53,7%	57,1%	70,0%	70,0%	59,6%	52,2%	48,1%	48,6%	54,3%	57,4%	58,5%



Vostè compra Oliva de Mallorca i amb quina freqüència?



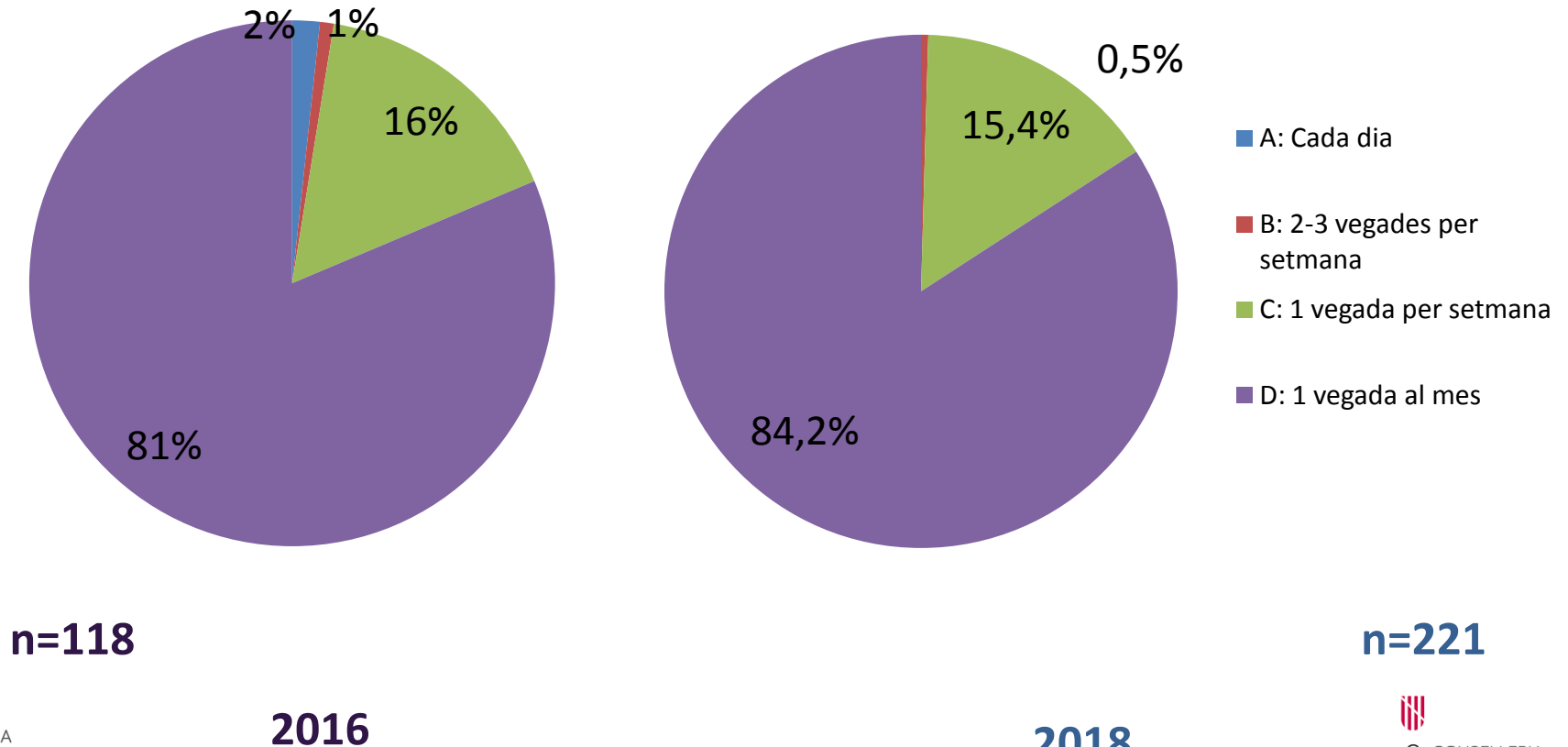
n=518



n=221



Evolució de l'actitud del consumidor d'oliva de Mallorca



n=118

2016

n=221

2018

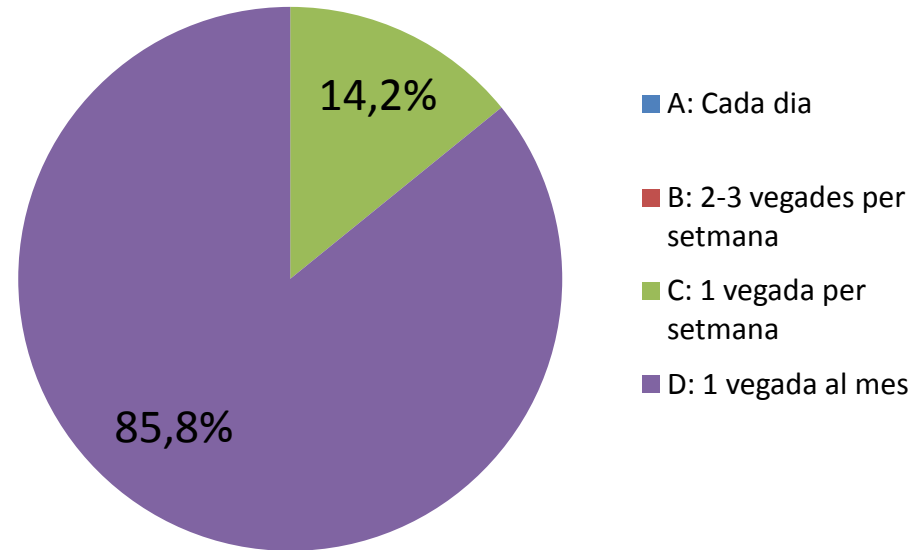
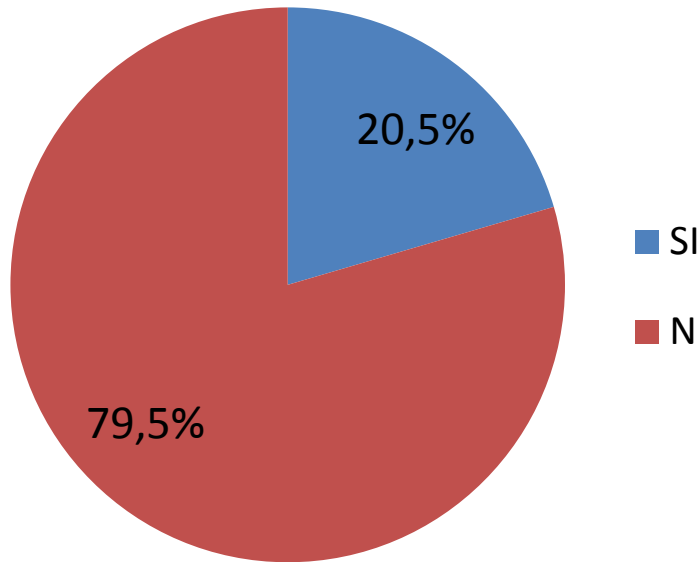


Perfil consumidor/a Oliva de Mallorca

OLIVA	<46	>=46	Home	Dona	Nascut IB	No Nascut IB	Entrevista Palma	Entrevista P. Forana	Fira	Mercat	Botiga	Supermercat	Hipermercat	Tot sol	2 persones	3 persones	>3 persones
n: 518	242	276	257	261	397	121	259	259	20	70	52	299	77	74	173	141	130
Sí	95	126	113	108	174	47	108	113	10	30	23	121	37	29	65	63	64
	39,3%	45,7%	44,0%	41,4%	43,8%	38,8%	41,7%	43,6%	50,0%	42,9%	44,2%	40,5%	48,1%	39,2%	37,6%	44,7%	49,2%



Vostè compra Ametlla de Mallorca i amb quina freqüència?

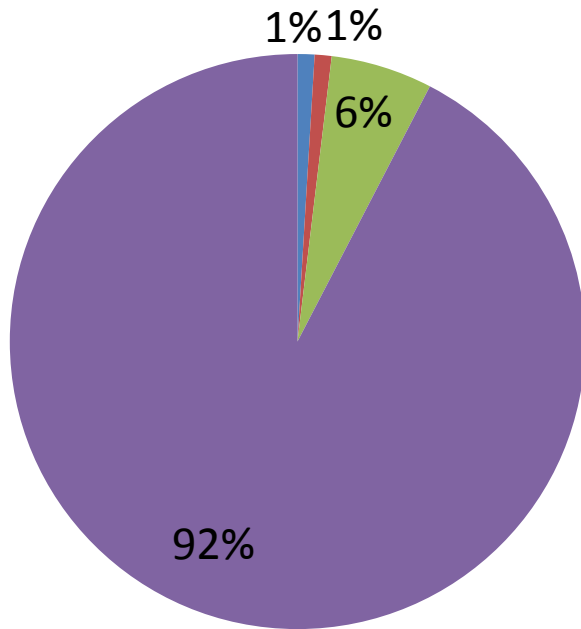


n=518

n=106

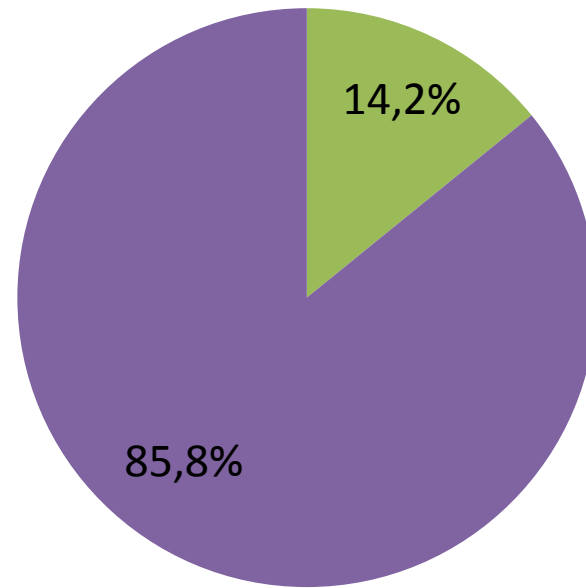


Evolució de l'actitud del consumidor d'Ametlla de Mallorca



n=105

2016



- A: Cada dia
- B: 2-3 vegades per setmana
- C: 1 vegada per setmana
- D: 1 vegada al mes

n=106

2018

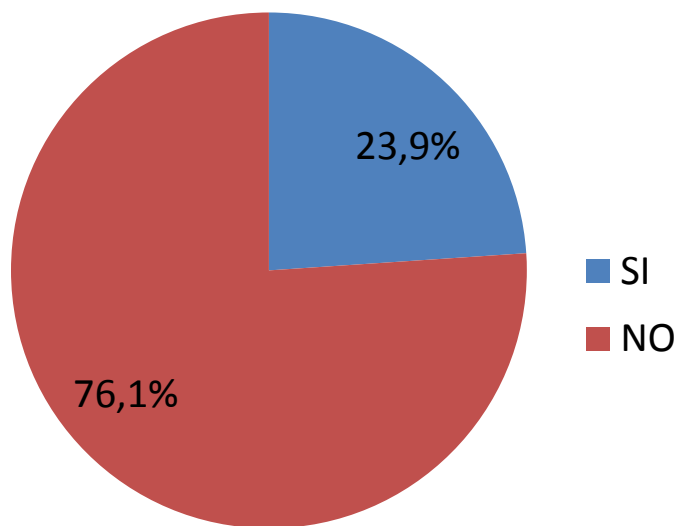


Perfil consumidor/a Ametlla de Mallorca

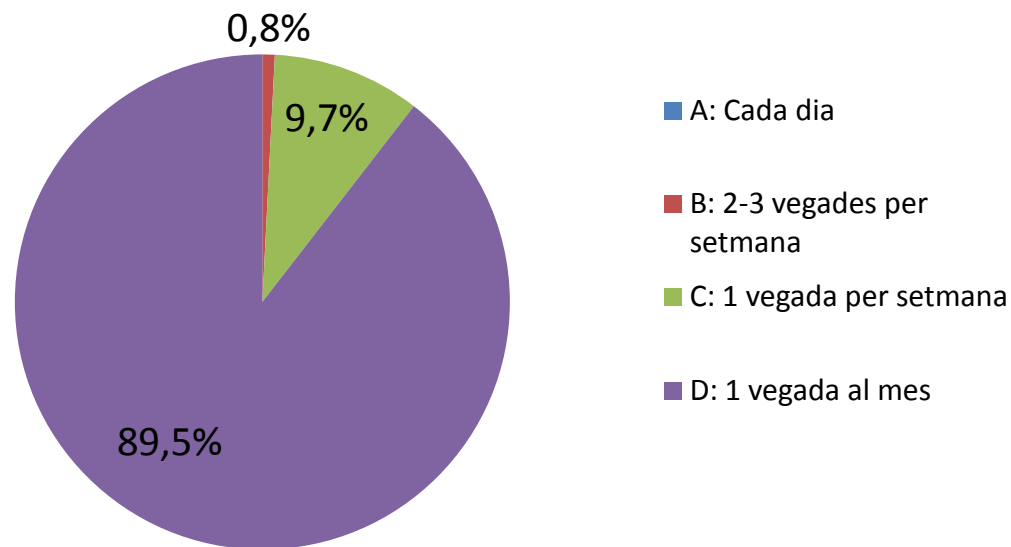
AMETLLA	<46	>=46	Home	Dona	Nascut IB	No Nascut IB	Entrevista Palma	Entrevista P. Forana	Fira	Mercat	Botiga	Supermercat	Hipermercat	Tot sol	2 persones	3 persones	>3 persones
n: 518	242	276	257	261	397	121	259	259	20	70	52	299	77	74	173	141	130
Sí	40	66	55	51	78	28	51	55	5	16	11	59	15	16	29	34	27
	16,5%	23,9%	21,4%	19,5%	19,6%	23,1%	19,7%	21,2%	25,0%	22,9%	21,2%	19,7%	19,5%	21,6%	16,8%	24,1%	20,8%



Vostè compra vi DO Binissalem i amb quina freqüència?

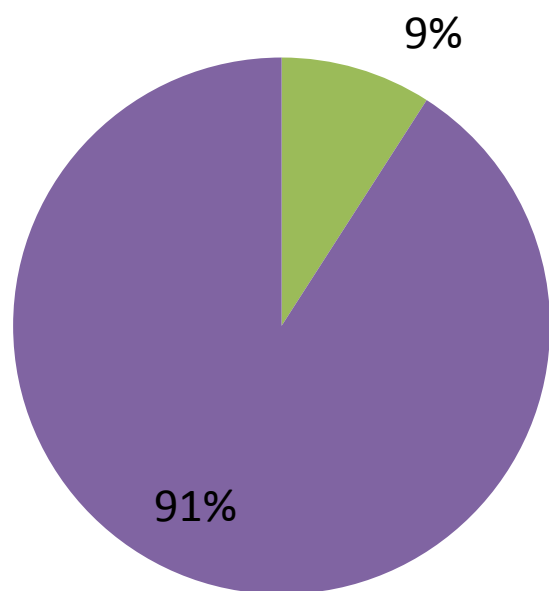


n=518



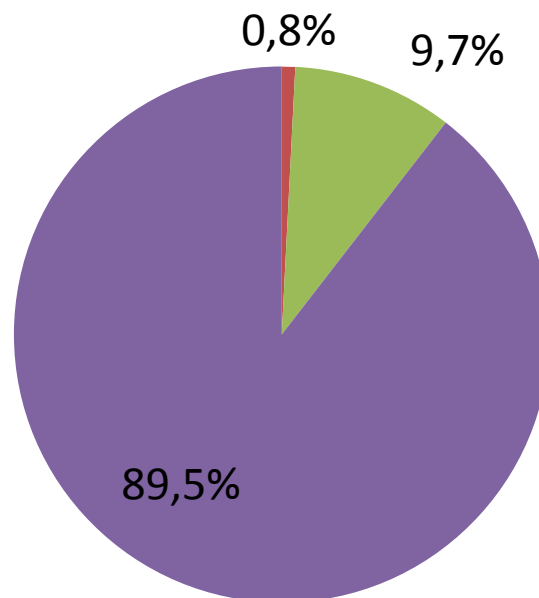
n=124

Evolució de l'actitud del consumidor de vi DO Binissalem



n=176

2016



n=124

2018

- A: Cada dia
- B: 2-3 vegades per setmana
- C: 1 vegada per setmana
- D: 1 vegada al mes

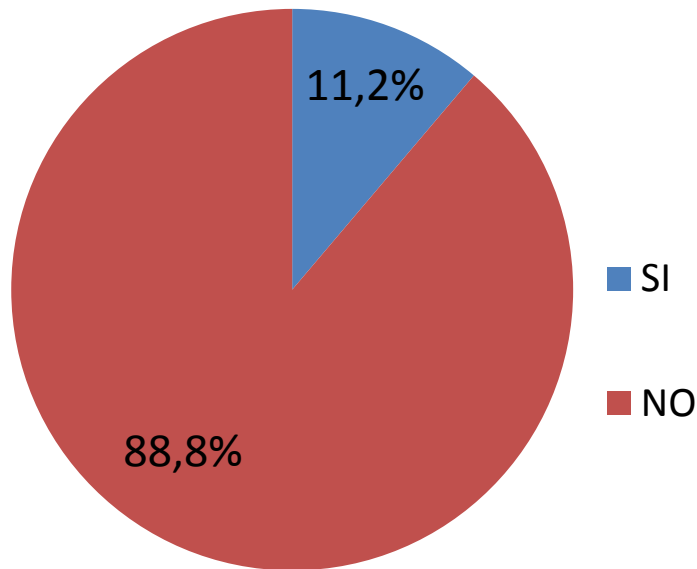


Perfil consumidor/a Vi DO Binissalem

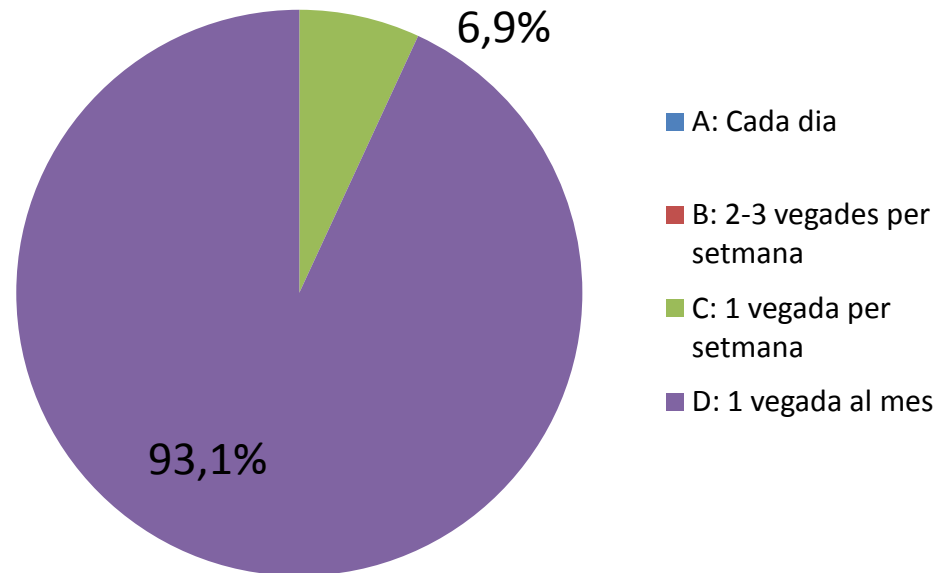
VI BINISSALEM	<46	>=46	Home	Dona	Nascut IB	No Nascut IB	Entrevista Palma	Entrevista P. Forana	Fira	Mercat	Botiga	Supermercat	Hipermercat	Tot sol	2 persones	3 persones	>3 persones
n: 518	242	276	257	261	397	121	259	259	20	70	52	299	77	74	173	141	130
Sí	54	70	76	48	96	28	69	55	3	13	15	71	22	11	43	36	34
	22,3%	25,4%	29,6%	18,4%	24,2%	23,1%	26,6%	21,2%	15,0%	18,6%	28,8%	23,7%	28,6%	14,9%	24,9%	25,5%	26,2%



Vostè compra vi DO Pla i Llevant i amb quina freqüència?

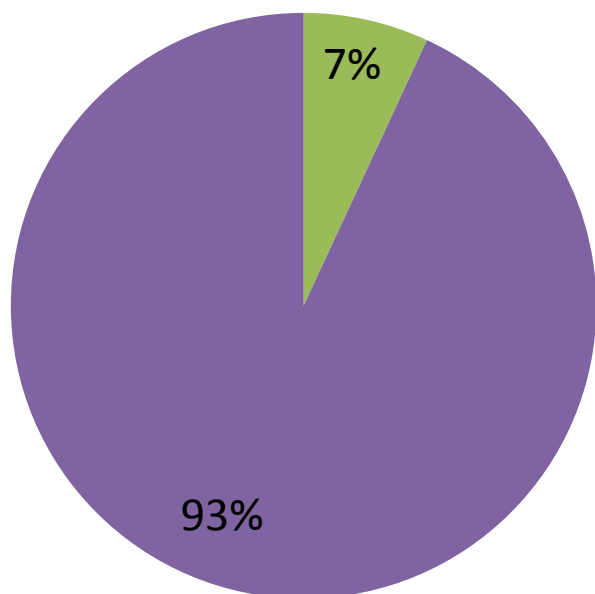


n=518



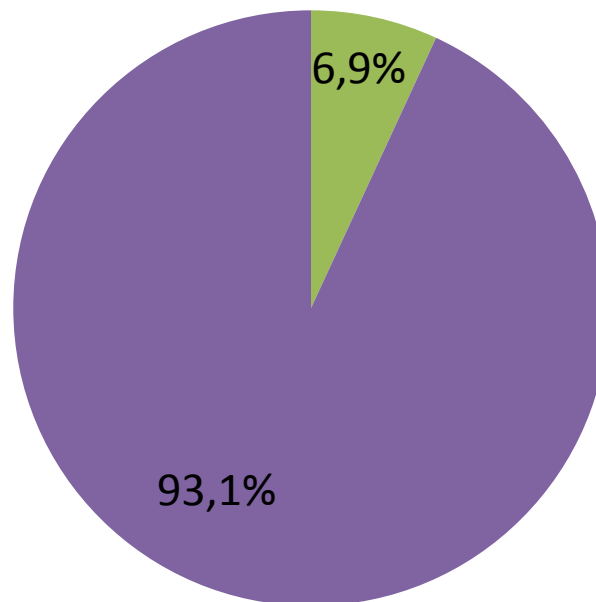
n=58

Evolució de l'actitud del consumidor de vi DO Pla i Llevant



n=130

2016



n=58

2018

- A: Cada dia
- B: 2-3 vegades per setmana
- C: 1 vegada per setmana
- D: 1 vegada al mes

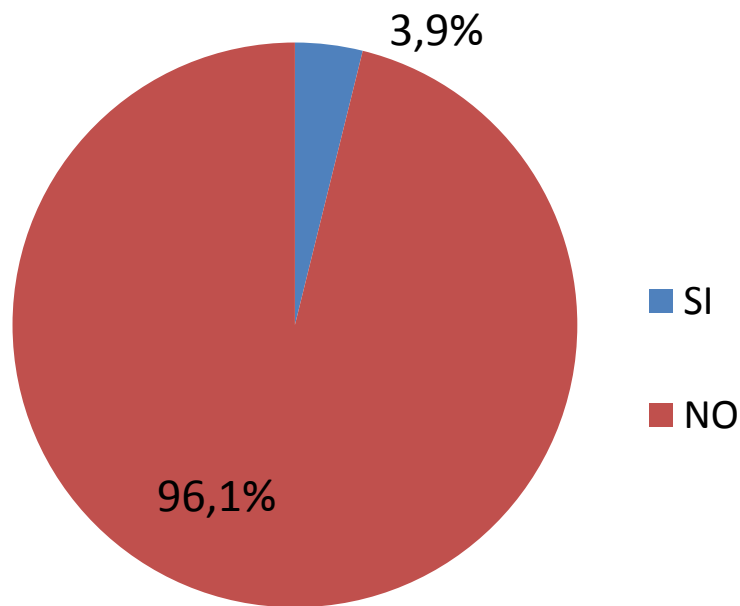


Perfil consumidor/a Vi DO Pla i Llevant

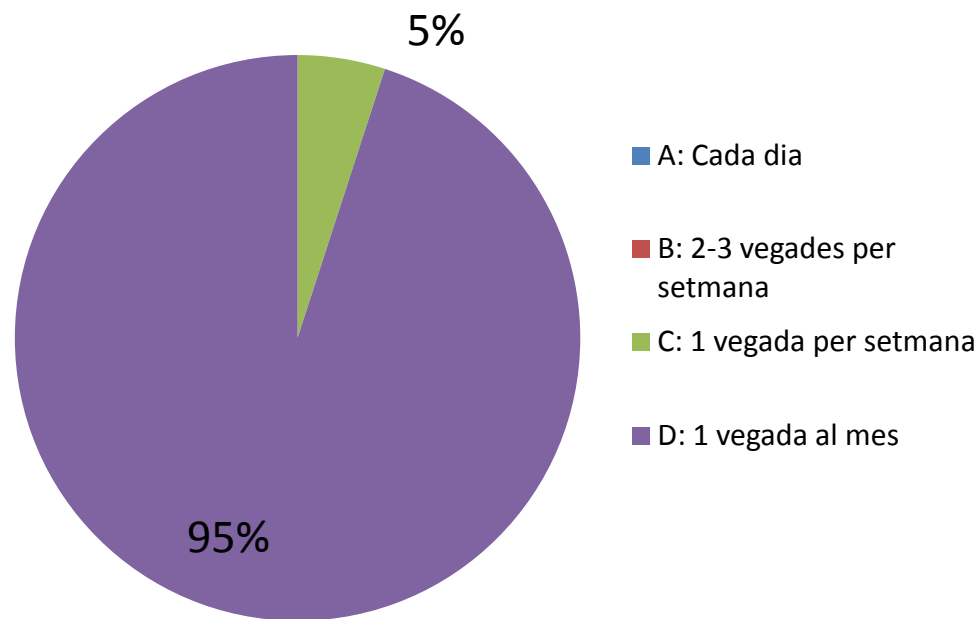
VI PLA I LLEVANT	<46	>=46	Home	Dona	Nascut IB	No Nascut IB	Entrevista Palma	Entrevista P. Forana	Fira	Mercat	Botiga	Supermercat	Hipermercat	Tot sol	2 persones	3 persones	>3 persones
n: 518	242	276	257	261	397	121	259	259	20	70	52	299	77	74	173	141	130
Sí	30	28	34	24	44	14	36	22	3	8	4	35	8	7	22	15	14
	12,4%	10,1%	13,2%	9,2%	11,1%	11,6%	13,9%	8,5%	15,0%	11,4%	7,7%	11,7%	10,4%	9,5%	12,7%	10,6%	10,8%



Vostè compra vi de la Terra Serra Tramuntana Costa Nord i amb quina freqüència?

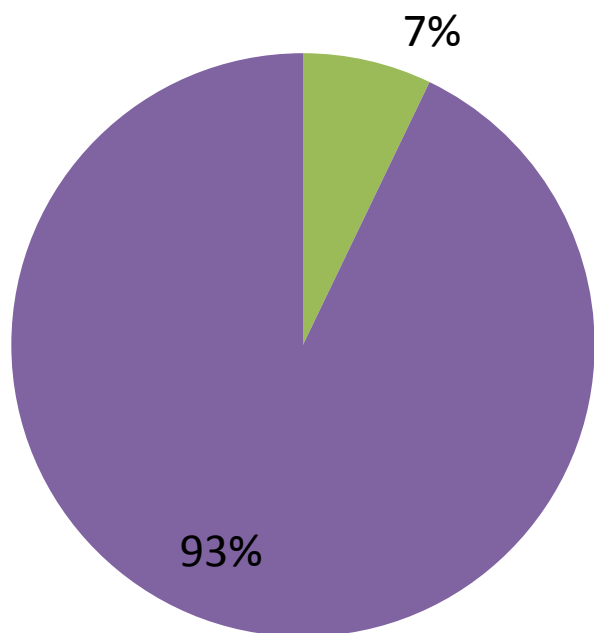


n=518



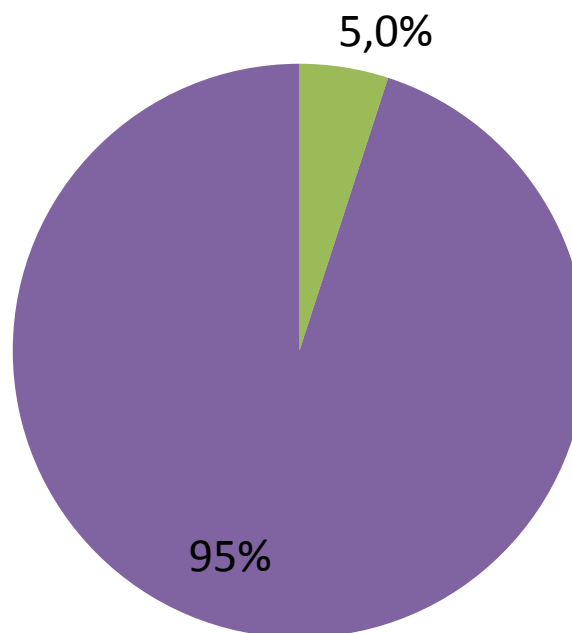
n=20

Evolució de l'actitud del consumidor de vi Serra de Tramuntana – Costa Nord



n=28

2016



n=20

2018

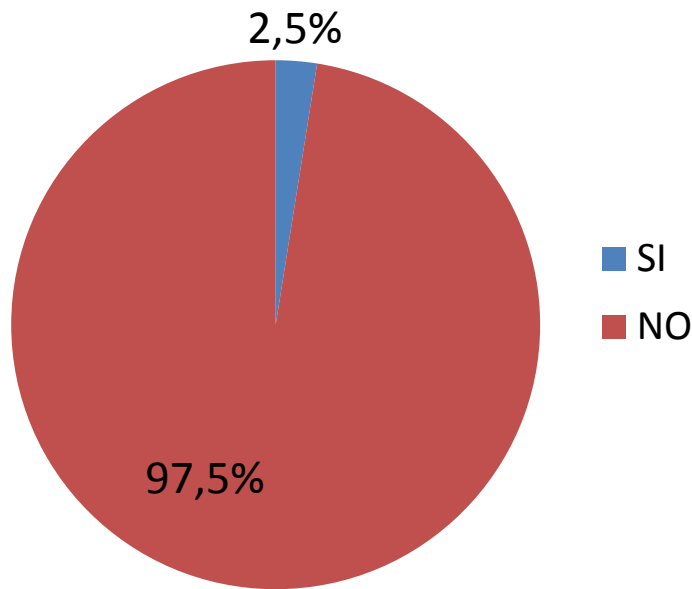
- A: Cada dia
- B: 2-3 vegades per setmana
- C: 1 vegada per setmana
- D: 1 vegada al mes

Perfil consumidor/a Vi de la terra Serra de Tramuntana-Costa Nord

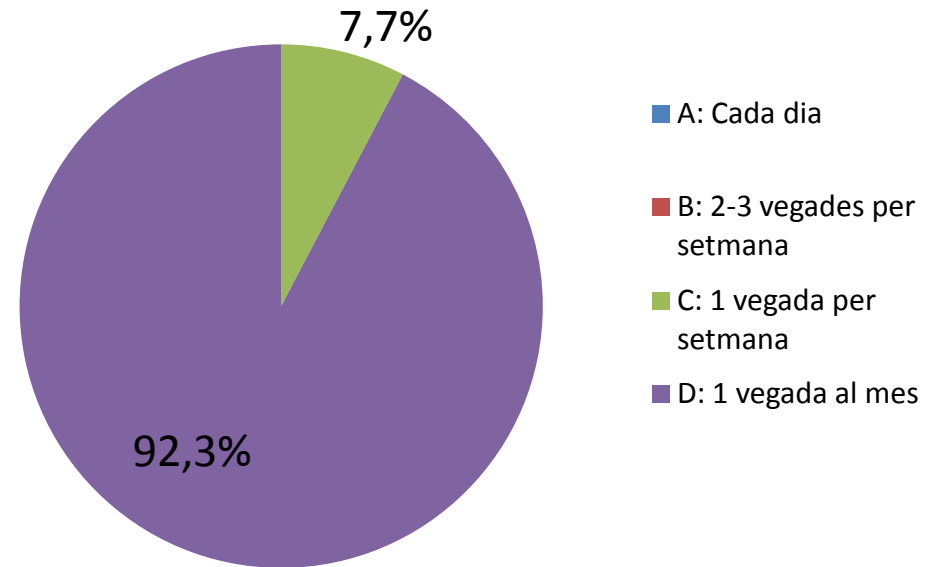
VI ST-CN	<46	>=46	Home	Dona	Nascut IB	No Nascut IB	Entrevista Palma	Entrevista P. Forana	Fira	Mercat	Botiga	Supermercat	Hipermercat	Tot sol	2 persones	3 persones	>3 persones
n: 518	242	276	257	261	397	121	259	259	20	70	52	299	77	74	173	141	130
Sí	12	8	15	5	15	5	10	10	0	2	5	11	2	3	6	7	4
	5,0%	2,9%	5,8%	1,9%	3,8%	4,1%	3,9%	3,9%	0,0%	2,9%	9,6%	3,7%	2,6%	4,1%	3,5%	5,0%	3,1%



Vostè compra vi de la terra Illes Balears i amb quina freqüència?

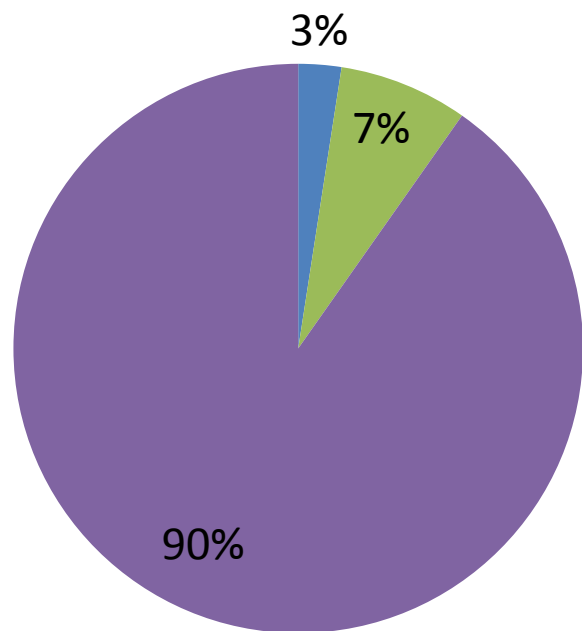


n=518



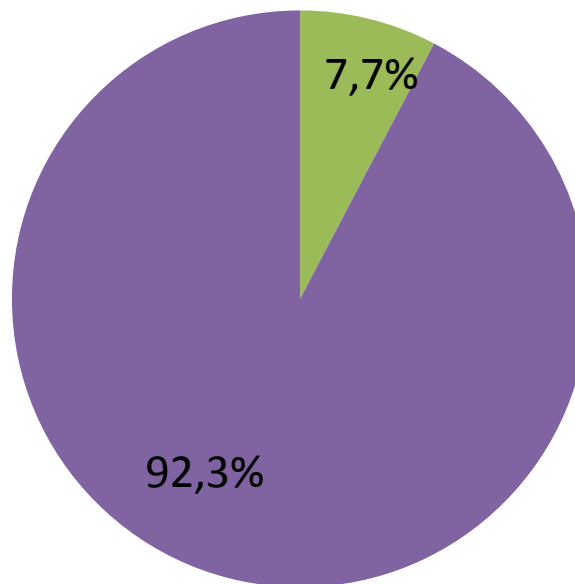
n=13

Evolució de l'actitud del consumidor de vi de la terra Illes Balears



n=41

2016



n=13

2018

- A: Cada dia
- B: 2-3 vegades per setmana
- C: 1 vegada per setmana
- D: 1 vegada al mes



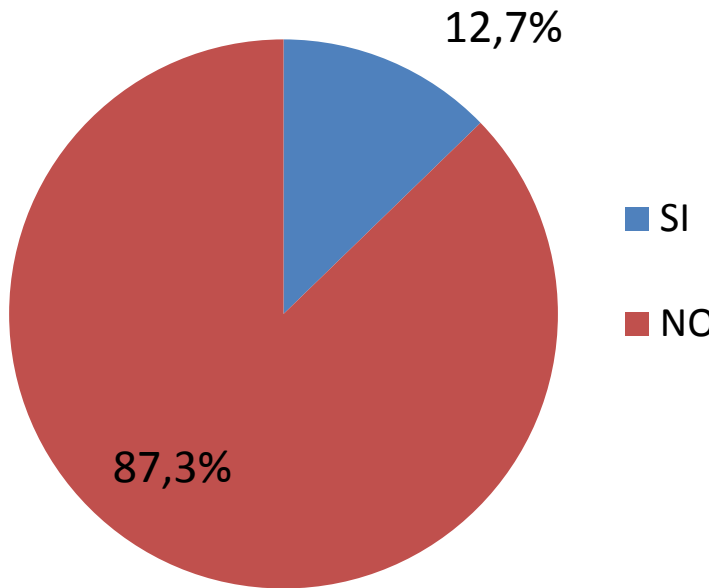
Perfil consumidor/a

Vi de la terra Illes Balears

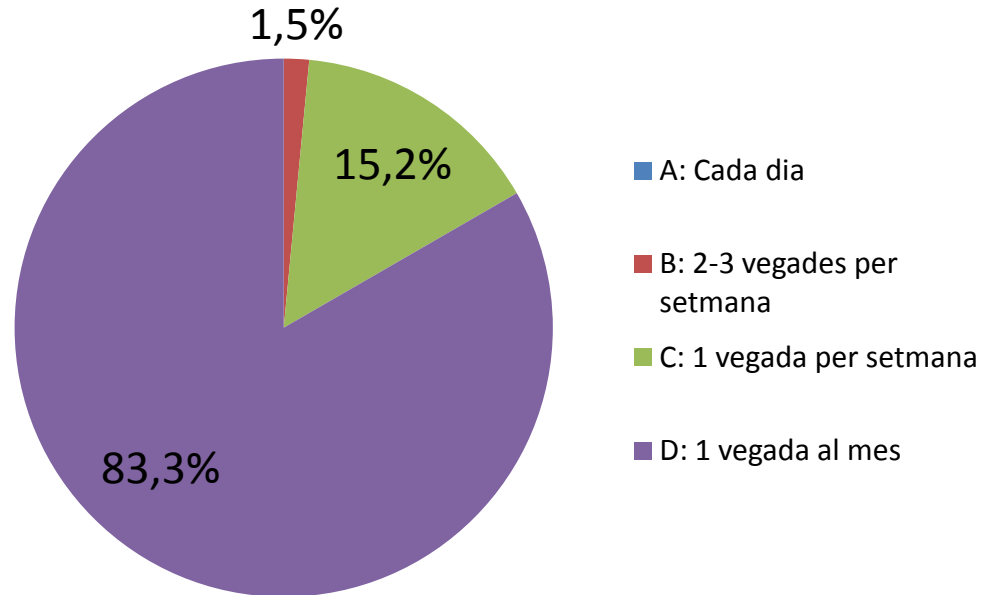
VI BALEARS	<46	>=46	Home	Dona	Nascut IB	No Nascut IB	Entrevista Palma	Entrevista P. Forana	Fira	Mercat	Botiga	Supermercat	Hipermercat	Tot sol	2 persones	3 persones	>3 persones
n: 518	242	276	257	261	397	121	259	259	20	70	52	299	77	74	173	141	130
Sí	3	10	7	6	8	5	8	5	0	3	2	5	3	0	5	6	2
	1,2%	3,6%	2,7%	2,3%	2,0%	4,1%	3,1%	1,9%	0,0%	4,3%	3,8%	1,7%	3,9%	0,0%	2,9%	4,3%	1,5%



Vostè compra vi de la terra Mallorca i amb quina freqüència?



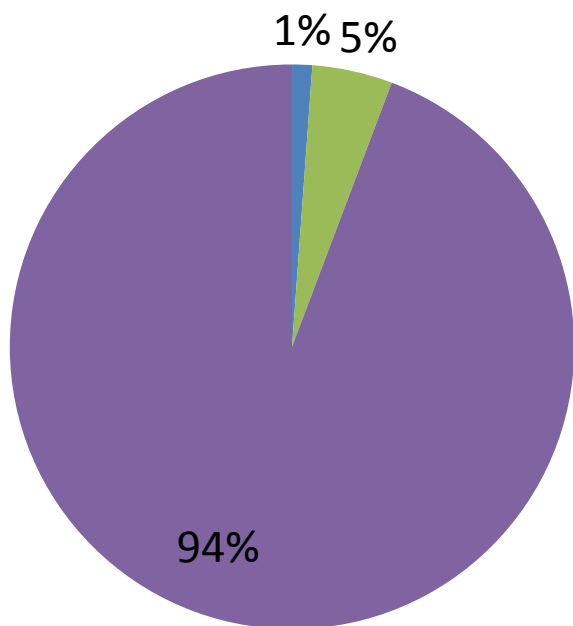
n=518



n=66

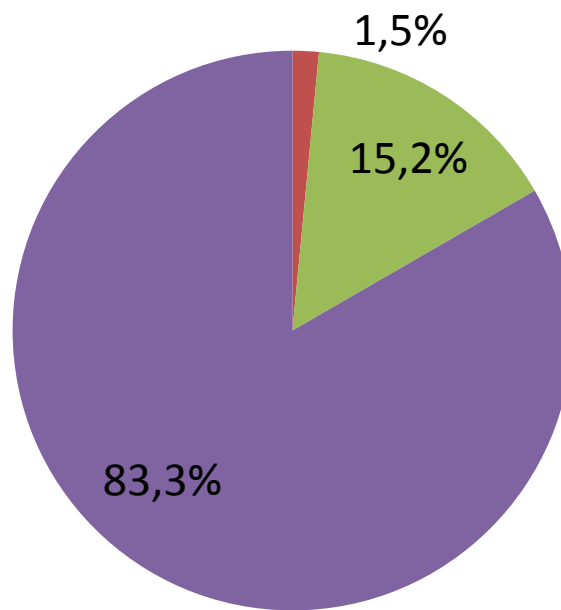


Evolució de l'actitud del consumidor de vi de la terra Mallorca



n=87

2016



n=66

2018

- A: Cada dia
- B: 2-3 vegades per setmana
- C: 1 vegada per setmana
- D: 1 vegada al mes



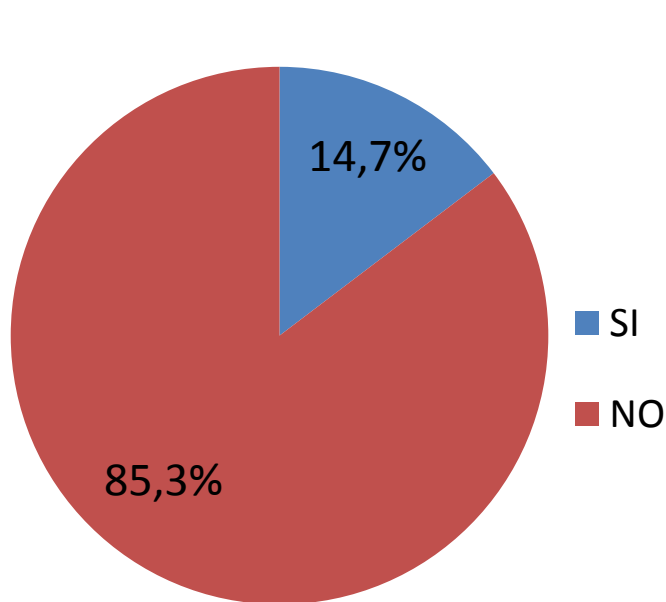
Perfil consumidor/a

Vi de la terra de Mallorca

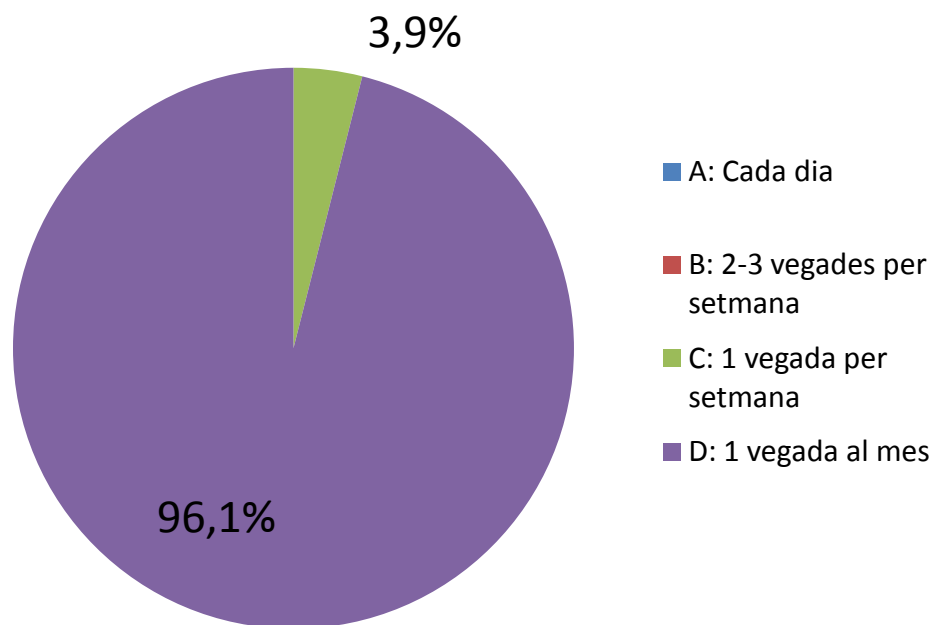
VI MALLORCA	<46	>=46	Home	Dona	Nascut IB	No Nascut IB	Entrevista Palma	Entrevista P. Forana	Fira	Mercat	Botiga	Supermercat	Hipermercat	Tot sol	2 persones	3 persones	>3 persones
n: 518	242	276	257	261	397	121	259	259	20	70	52	299	77	74	173	141	130
Sí	21	45	35	31	51	15	26	40	0	10	8	38	10	9	14	21	22
	8,7%	16,3%	13,6%	11,9%	12,8%	12,4%	10,0%	15,4%	0,0%	14,3%	15,4%	12,7%	13,0%	12,2%	8,1%	14,9%	16,9%



Vostè compra Palo de Mallorca i amb quina freqüència?

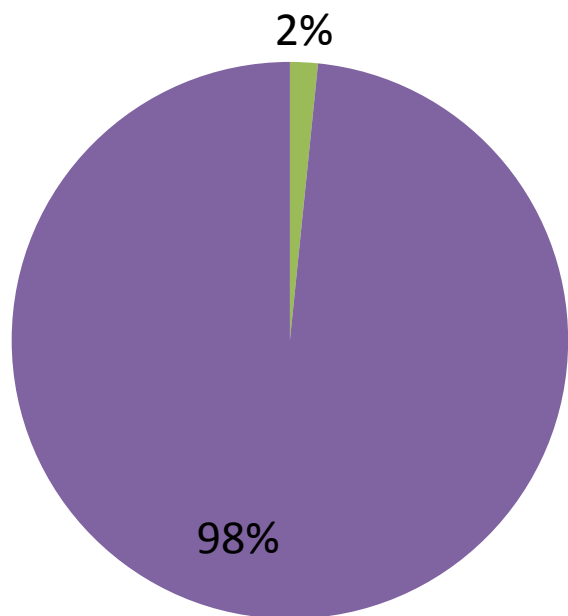


n=518



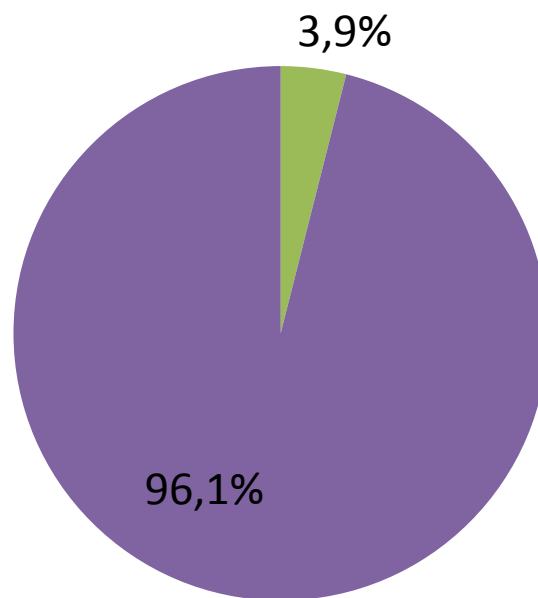
n=76

Evolució de l'actitud del consumidor de Palo de Mallorca



n=62

2016



n=76

2018

- A: Cada dia
- B: 2-3 vegades per setmana
- C: 1 vegada per setmana
- D: 1 vegada al mes

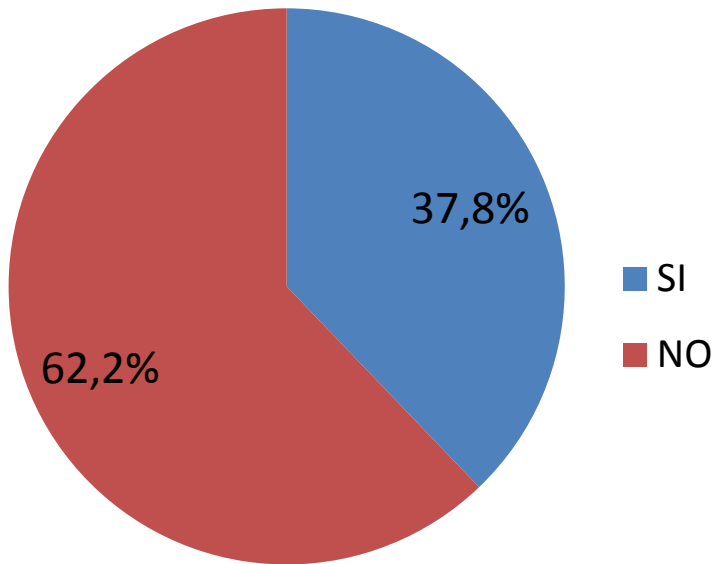


Perfil consumidor/a Palo de Mallorca

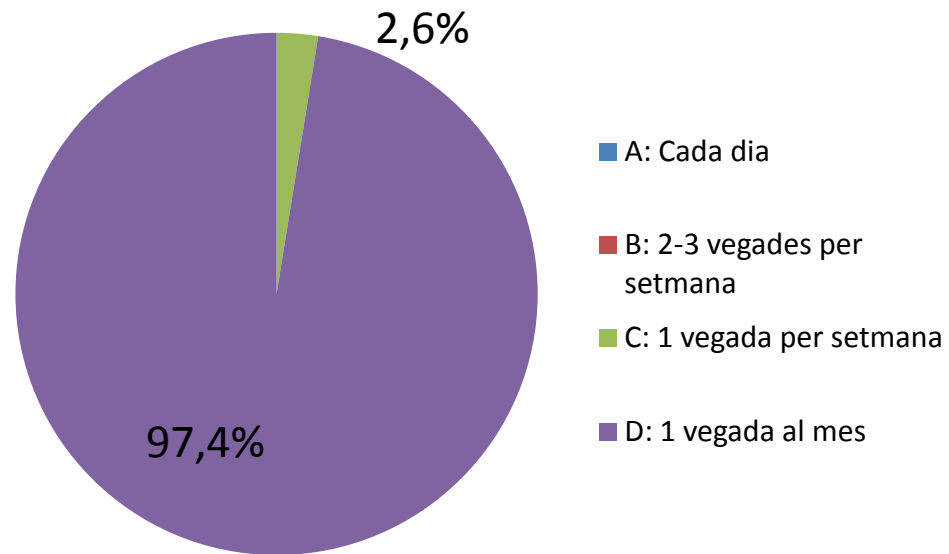
PALO	<46	>=46	Home	Dona	Nascut IB	No Nascut IB	Entrevista Palma	Entrevista P. Forana	Fira	Mercat	Botiga	Supermercat	Hipermercat	Tot sol	2 persones	3 persones	>3 persones
n: 518	242	276	257	261	397	121	259	259	20	70	52	299	77	74	173	141	130
Sí	32	44	52	24	62	14	31	45	2	3	11	49	11	7	21	28	20
	13,2%	15,9%	20,2%	9,2%	15,6%	11,6%	12,0%	17,4%	10,0%	4,3%	21,2%	16,4%	14,3%	9,5%	12,1%	19,9%	15,4%



Vostè compra Herbes de Mallorca i amb quina freqüència?

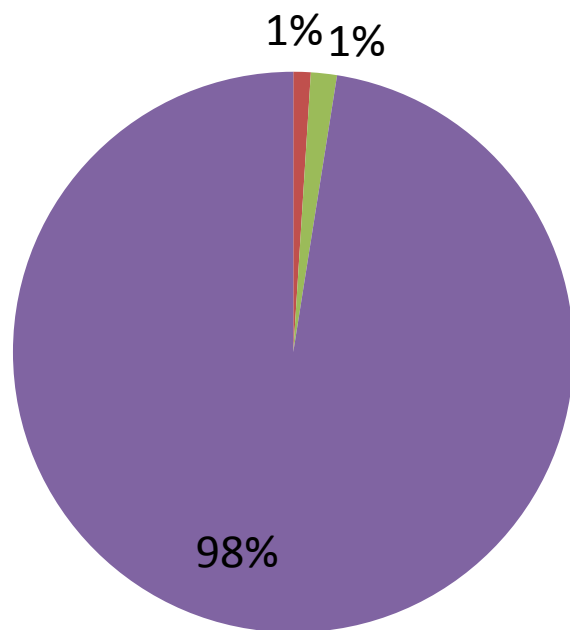


n=518



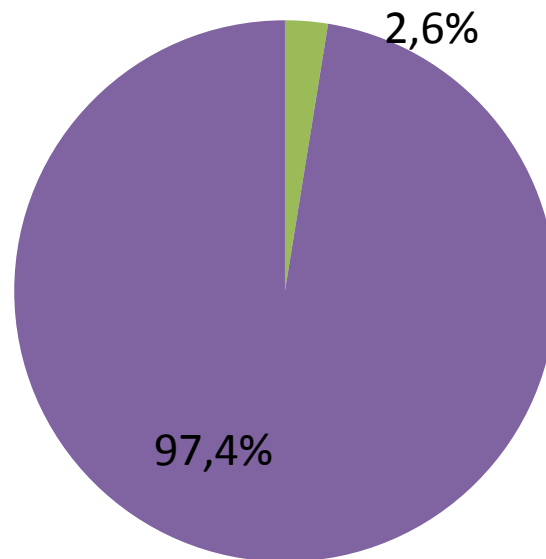
n=196

Evolució de l'actitud del consumidor de Herbes de Mallorca



n=200

2016



n=196

2018

- A: Cada dia
- B: 2-3 vegades per setmana
- C: 1 vegada per setmana
- D: 1 vegada al mes



Perfil consumidor/a Herbes de Mallorca

HERBES	<46	>=46	Home	Dona	Nascut IB	No Nascut IB	Entrevista Palma	Entrevista P. Forana	Fira	Mercat	Botiga	Supermercat	Hipermercat	Tot sol	2 persones	3 persones	>3 persones
n: 518	242	276	257	261	397	121	259	259	20	70	52	299	77	74	173	141	130
Sí	89	107	113	83	154	42	93	103	4	24	21	112	35	19	65	57	55
	36,8%	38,8%	44,0%	31,8%	38,8%	34,7%	35,9%	39,8%	20,0%	34,3%	40,4%	37,5%	45,5%	25,7%	37,6%	40,4%	42,3%

n=196



CONCLUSIONS

- Consum dels aliments de les Illes Balears amb DOP o IGP
 - El 67% de les persones de Mallorca compren formatge Mahón-Menorca, amb elevada freqüència: una vegada al mes (52%) o d'una vegada a la setmana (44%).
 - El 66% de les persones compren ensaimada de Mallorca, el 57% sobrassada de Mallorca, el 55% oli de Mallorca, el 43% oliva de Mallorca i el 20% Ametlla de Mallorca. La freqüència de compra és esporàdica.



CONCLUSIONS

- Consum dels vins (DO i Vins de la Terra)
 - El 24% de les persones de Mallorca compren vi DO Binissalem i l'11% vi de la DO Pla i Llevant.
 - El 13% compren vi de la terra “Mallorca, el 4% vi Serra de Tramuntana-Costa Nord i el 3% vi Illes Balears.
 - La freqüència de compra és esporàdica.



CONCLUSIONS

- Consum de begudes espirituoses de Mallorca (IG)
 - Un 38% de les persones de Mallorca compren Herbes de Mallorca i un 15% Palo de Mallorca.
 - La freqüència de compra és esporàdica.



CONCLUSIONS

- Perfil dels consumidors i les consumidores dels aliments amb DOP/IGP de les Illes Balears. Característiques generals:
 - Persona nascuda a les Illes Balears
 - Major de 46 anys
 - Viu en família

CONCLUSIONS

- El perfil del comprador de vins amb DOP/IGP de les Illes Balears és masculí, però no s'observen altres característiques diferencials.
- El perfil del comprador de begudes espirituoses amb IGP de les Illes Balears és un homo, nascut a les Illes Balears que viu en família, a la part forana.



CONCLUSIONS

- Perfil del consumidor/ora en relació a l'edat:
 - Les persones amb edat igual o major de 46 anys són més consumidores de: formatge Mahón-Menorca, sobrassada de Mallorca, ensaïmada de Mallorca, oli, oliva, ametlla i vi de Mallorca.
- Perfil del consumidor/ora en relació al sexe:
 - Els homes són més compradors de sobrassada de Mallorca, vi DO Binissalem, Palo de Mallorca i Herbes de Mallorca.
- Perfil del consumidor/ora en relació al lloc de residència:
 - Les persones de Palma compren més ensaïmada de Mallorca, vi DO Binissalem i vi DO Pla i Llevant.
 - Les persones de la part forana compren més vi de la terra de Mallorca, Palo de Mallorca i Herbes de Mallorca



Evolució 2016-2018

- La compra de formatge Mahón-Menorca, sobrassada de Mallorca, ensaimada de Mallorca, oli de Mallorca i oliva de Mallorca s'ha incrementat en relació a l'any 2016.
- La compra de vins DO, vins de la Terra i Herbes de Mallorca ha disminuït respecte a 2016.



Evolució 2016-2018

- El nombre de persones que cada setmana compren formatge Mahón-Menorca, sobrassada de Mallorca, ensaïmada de Mallorca, oli de Mallorca i vi de la terra de Mallorca s'ha incrementat en relació al 2016

