

marc A.E.

Marketing Research Communication

Η αγορά του ψωμιού

Έρευνα σε καταναλωτές και αρτοποιούς



Παρουσίαση Έρευνας



ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Οι έρευνες πραγματοποιήθηκαν από την *marc* A.E. Για λογαριασμό της Ομοσπονδίας Αρτοποιών Ελλάδος. (ΟΑΕ)

ΜΕΓΕΘΟΣ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ 810 καταναλωτές και 207 αρτοποιοί αντιπροσωπευτικής επιλογής

ΧΡΟΝΙΚΟ ΔΙΑΣΤΗΜΑ 04-08 Απριλίου 2011

ΠΕΡΙΟΧΗ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ Λεκανοπέδιο Αττικής

ΜΕΘΟΔΟΣ ΔΕΙΓΜΑΤΟΛΗΨΙΑΣ Πολυσταδιακή τυχαία δειγματοληψία με χρήση κουota.

ΜΕΘΟΔΟΣ ΣΥΛΛΟΓΗΣ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ Τηλεφωνικές συνεντεύξεις βάσει ηλεκτρονικού ερωτηματολογίου.

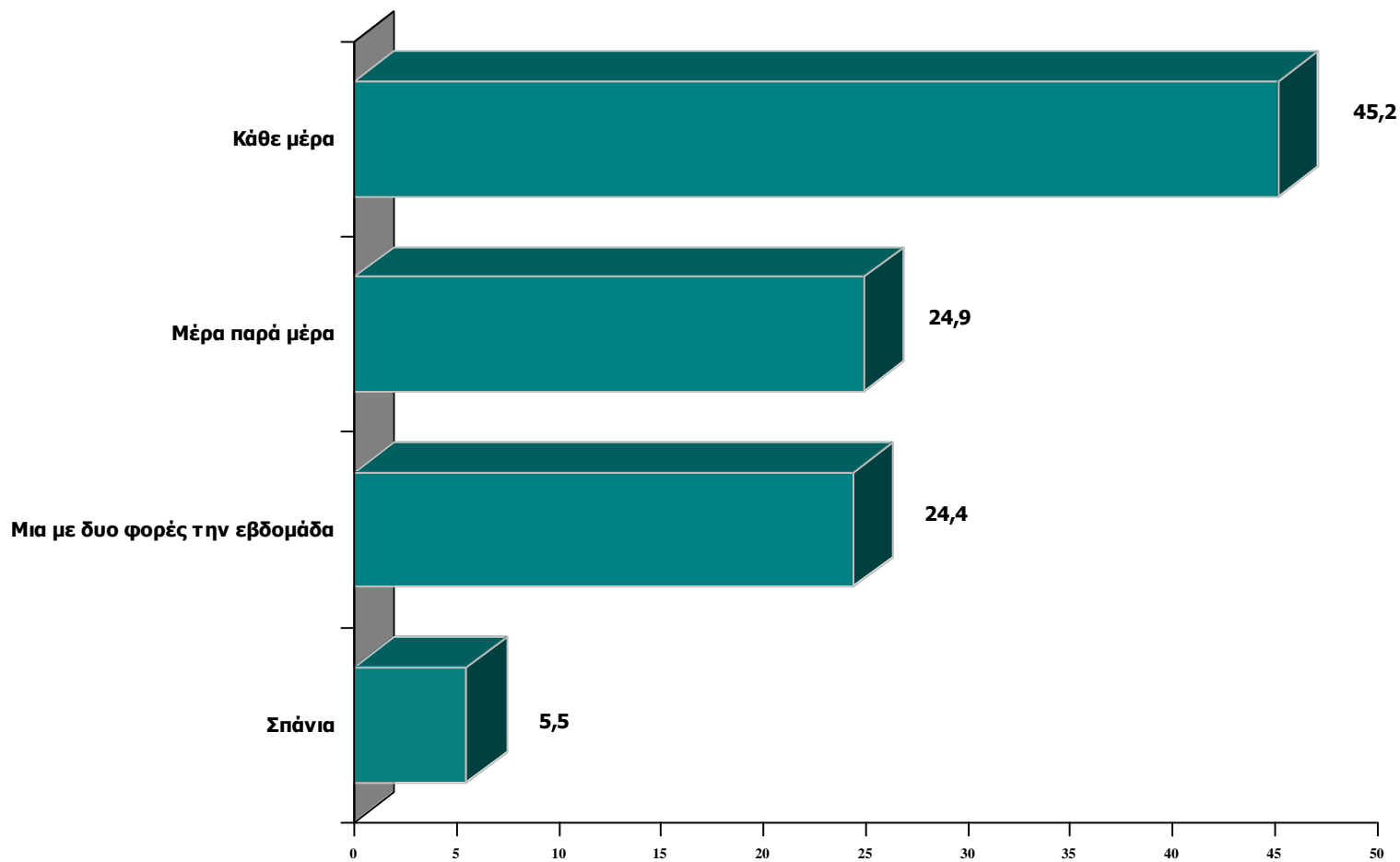
Η *marc* A.E. Είναι μέλος του ΣΕΔΕΑ, της ESOMAR, της WAPOR και τηρεί τον κανονισμό του Π.Ε.Σ.Σ. και τους διεθνείς κώδικες δεοντολογίας για την διεξαγωγή και δημοσιοποίηση ερευνών κοινής γνώμης.
Αριθμός Μητρώου Ε.Σ.Ρ.: 1 (ΕΝΑ).



Αποτελέσματα Έρευνας

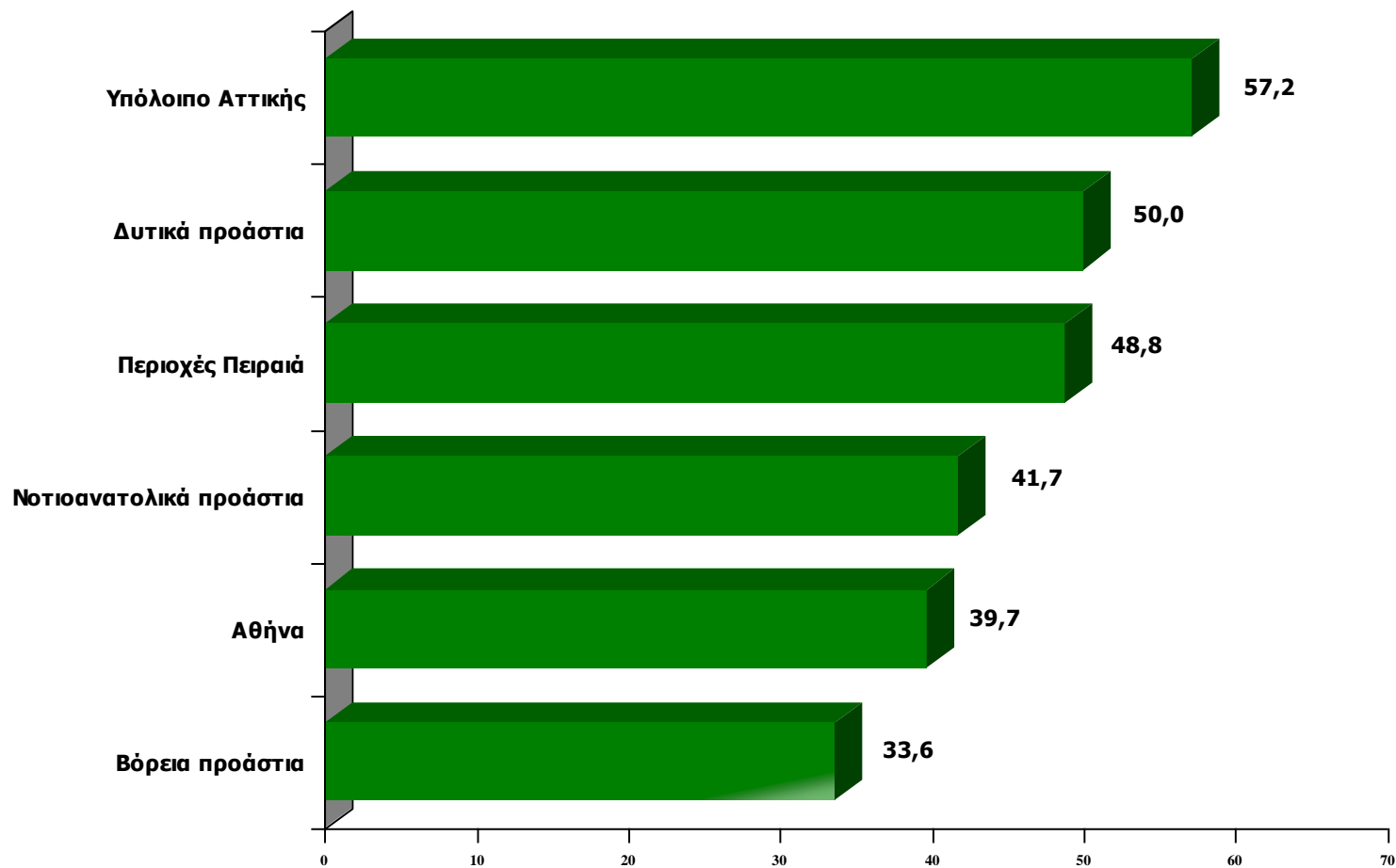
Έρευνα στους καταναλωτές

Πόσο συχνά αγοράζετε ψωμί;



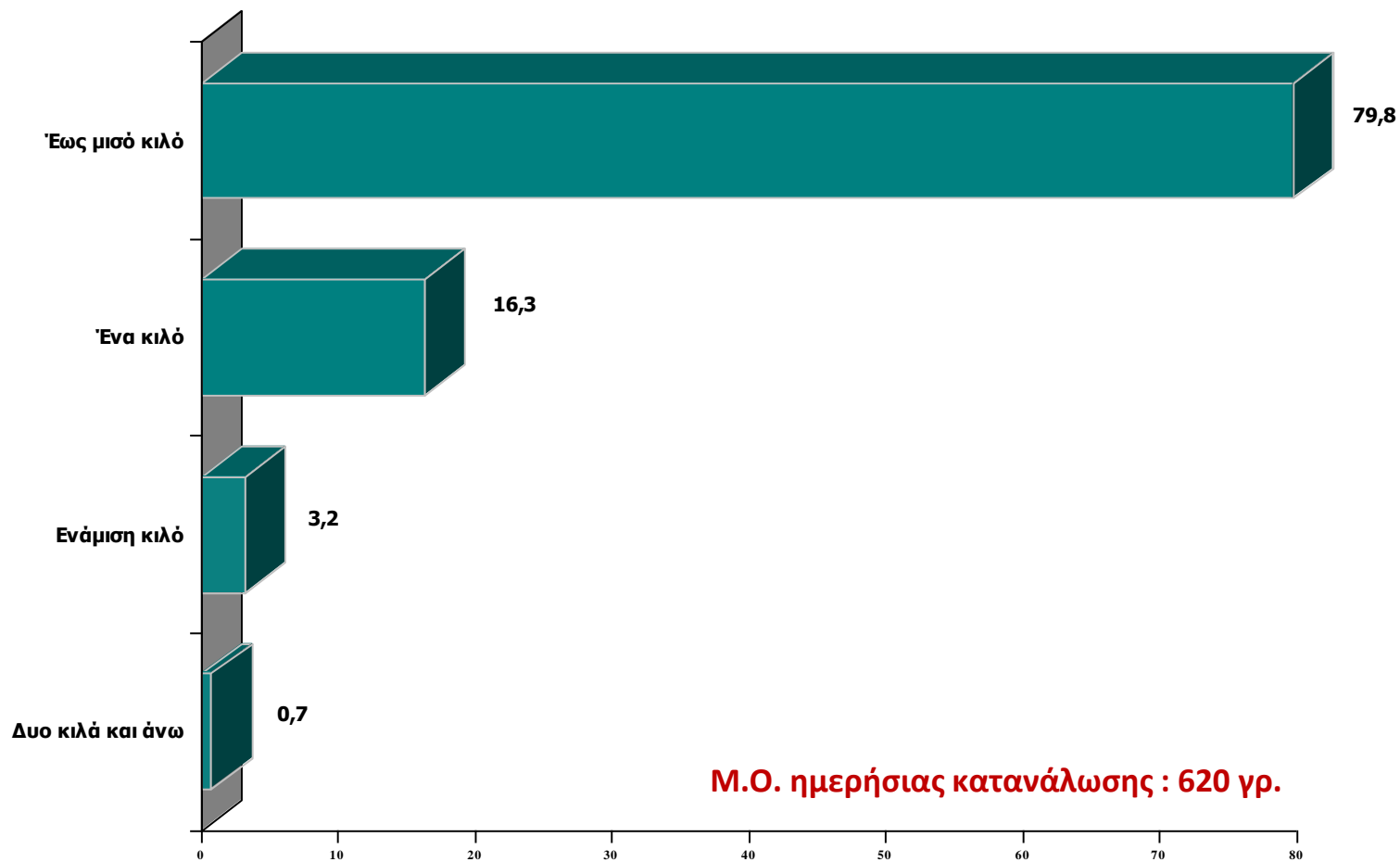


Αγοράζουν ψωμί κάθε μέρα - Με βάση την περιοχή -



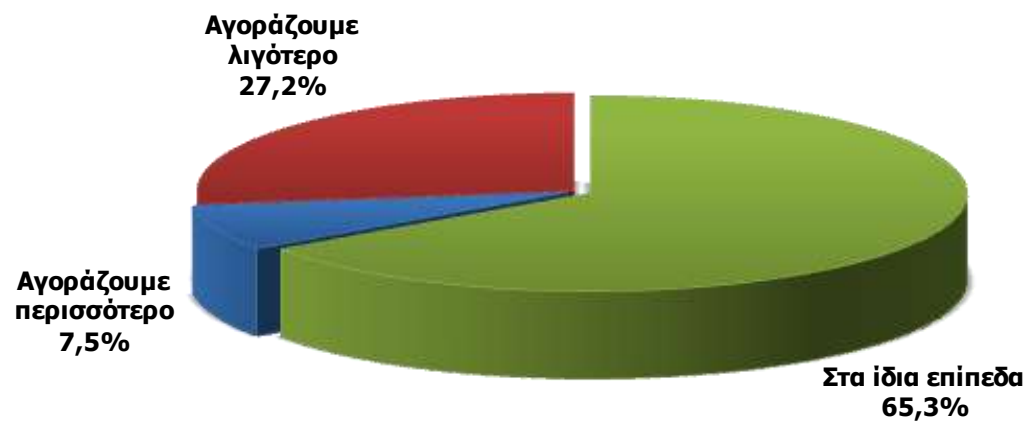


Ποια είναι η ημερήσια κατανάλωση ψωμιού στο νοικοκυριό σας;



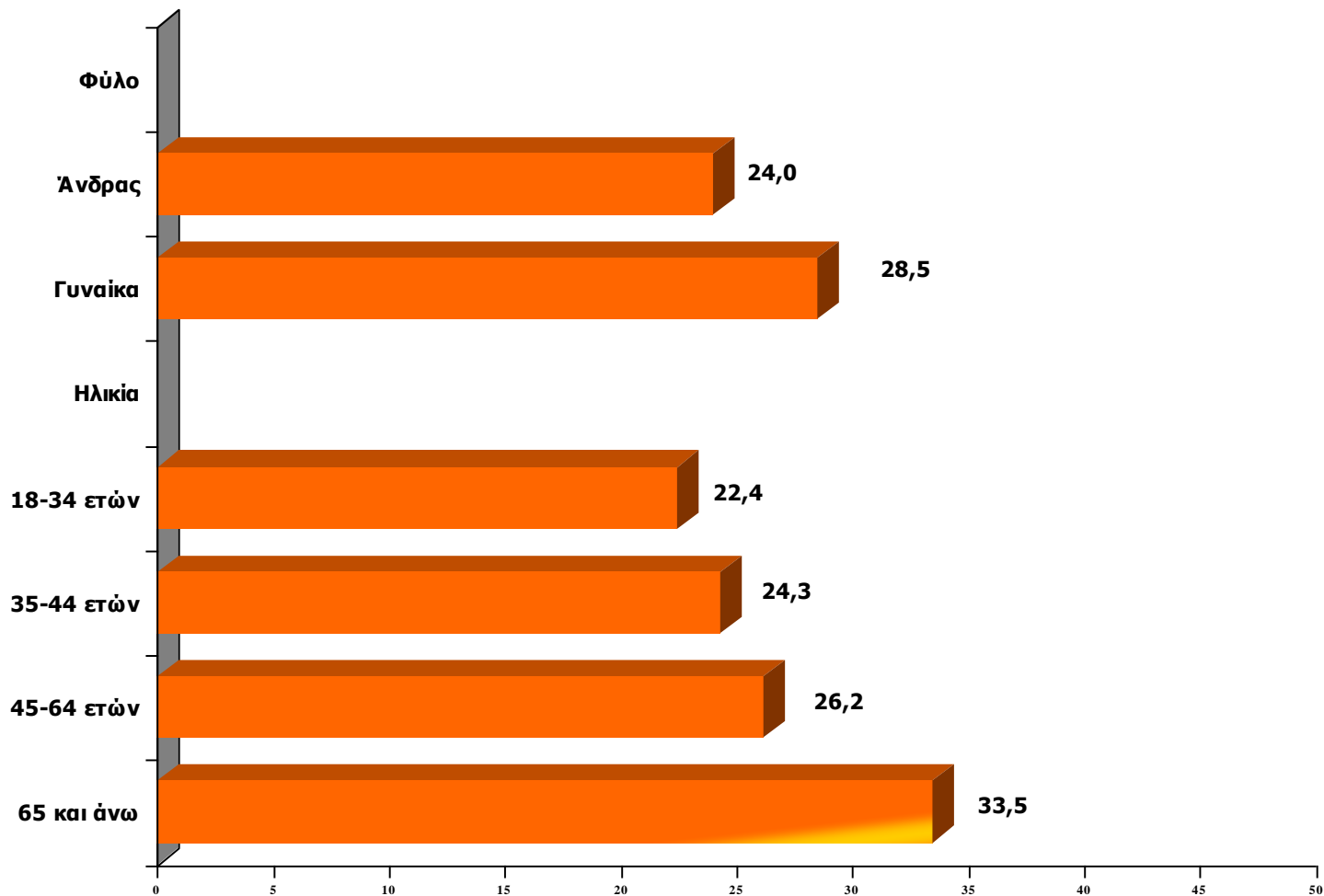


Σε σχέση με 1-2 χρόνια πριν, η κατανάλωση ψωμιού στο νοικοκυριό σας είναι περίπου στα ίδια επίπεδα;



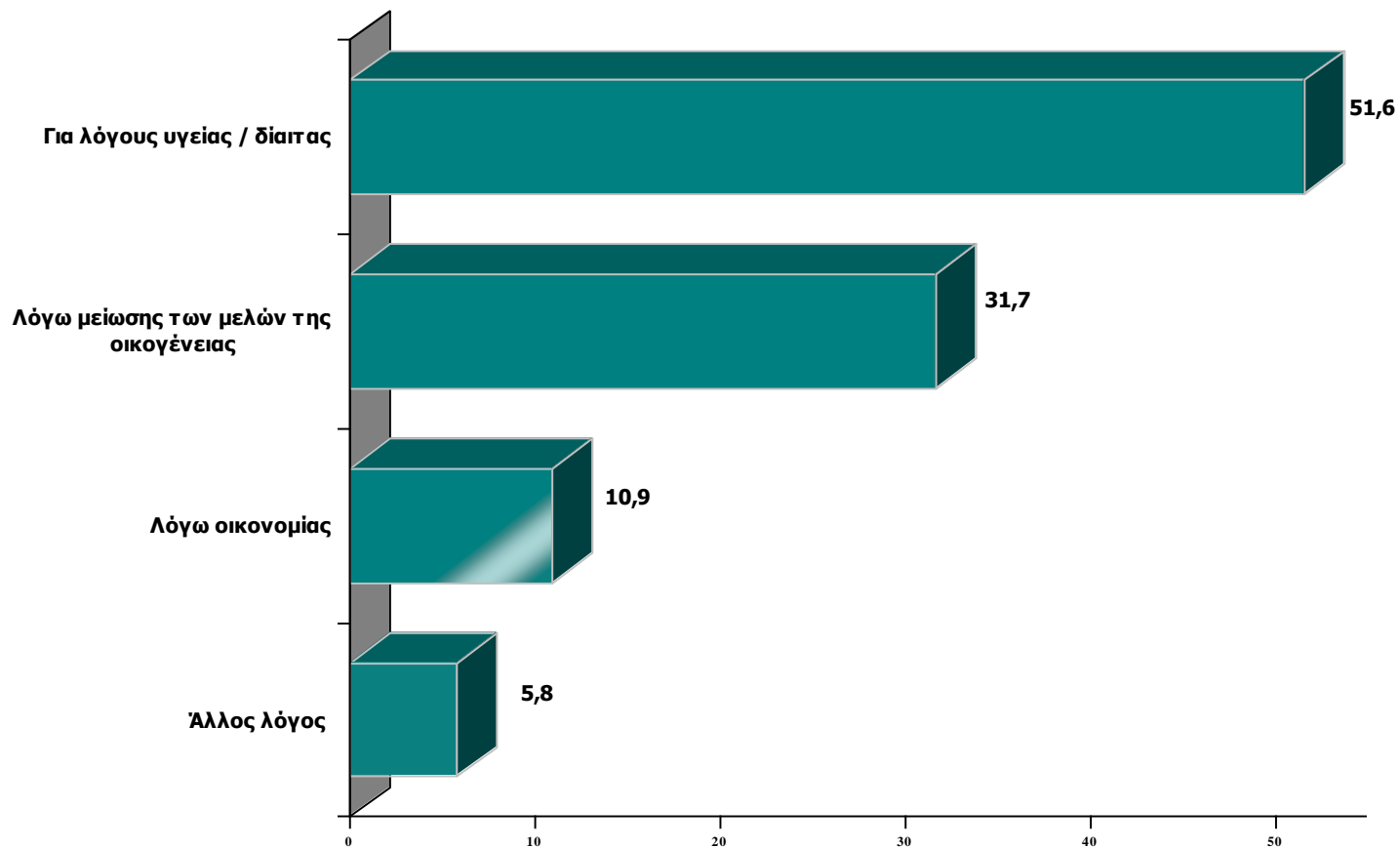


Αγοράζουν λιγότερο ψωμί σε σχέση με 1-2 χρόνια πριν
- Με βάση το φύλο και την ηλικία-



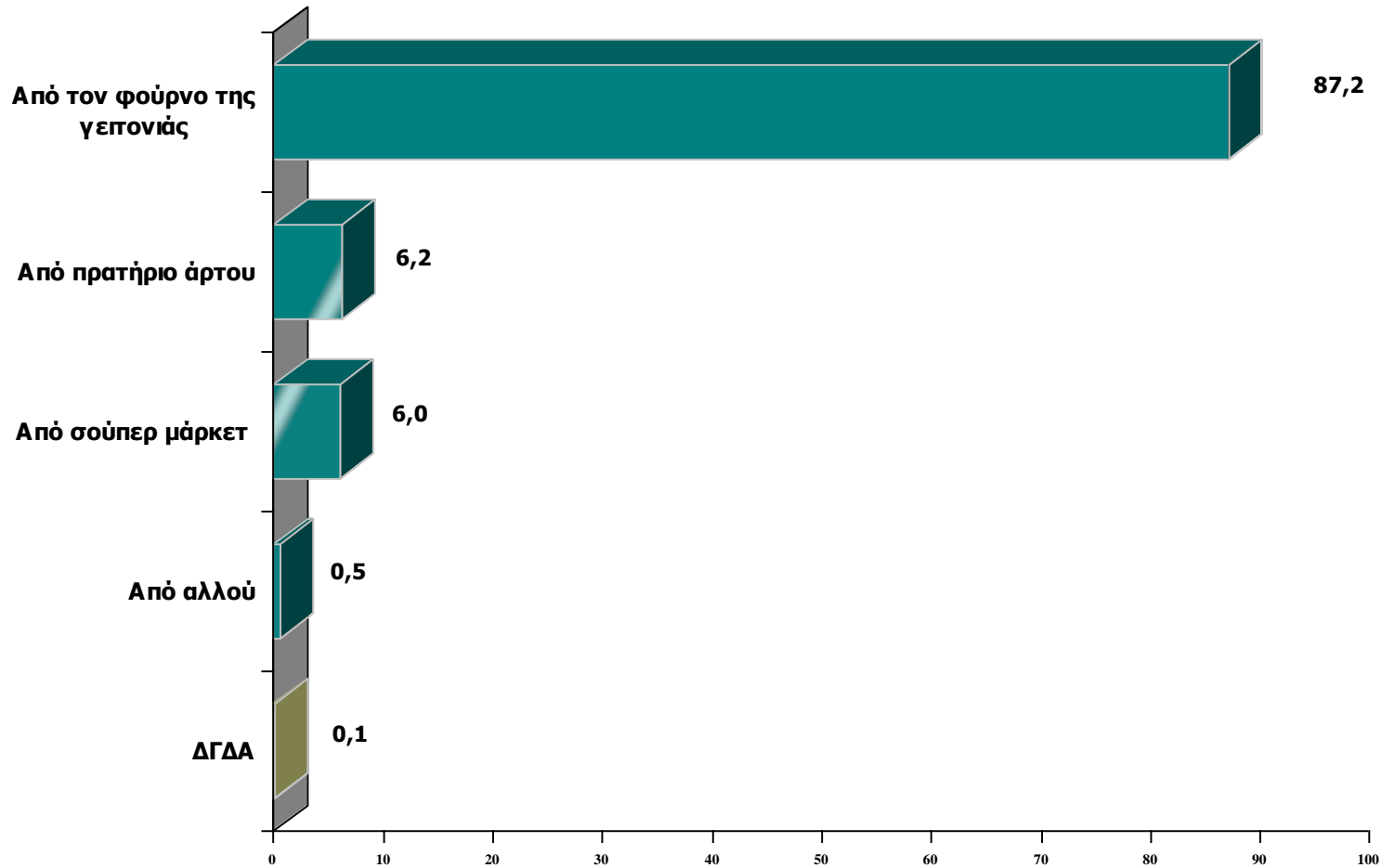


Για ποιόν λόγο αγοράζετε λιγότερο ψωμί;
-Βάση: Όσοι αγοράζουν λιγότερο ψωμί σε σχέση με 1-2 χρόνια πριν-



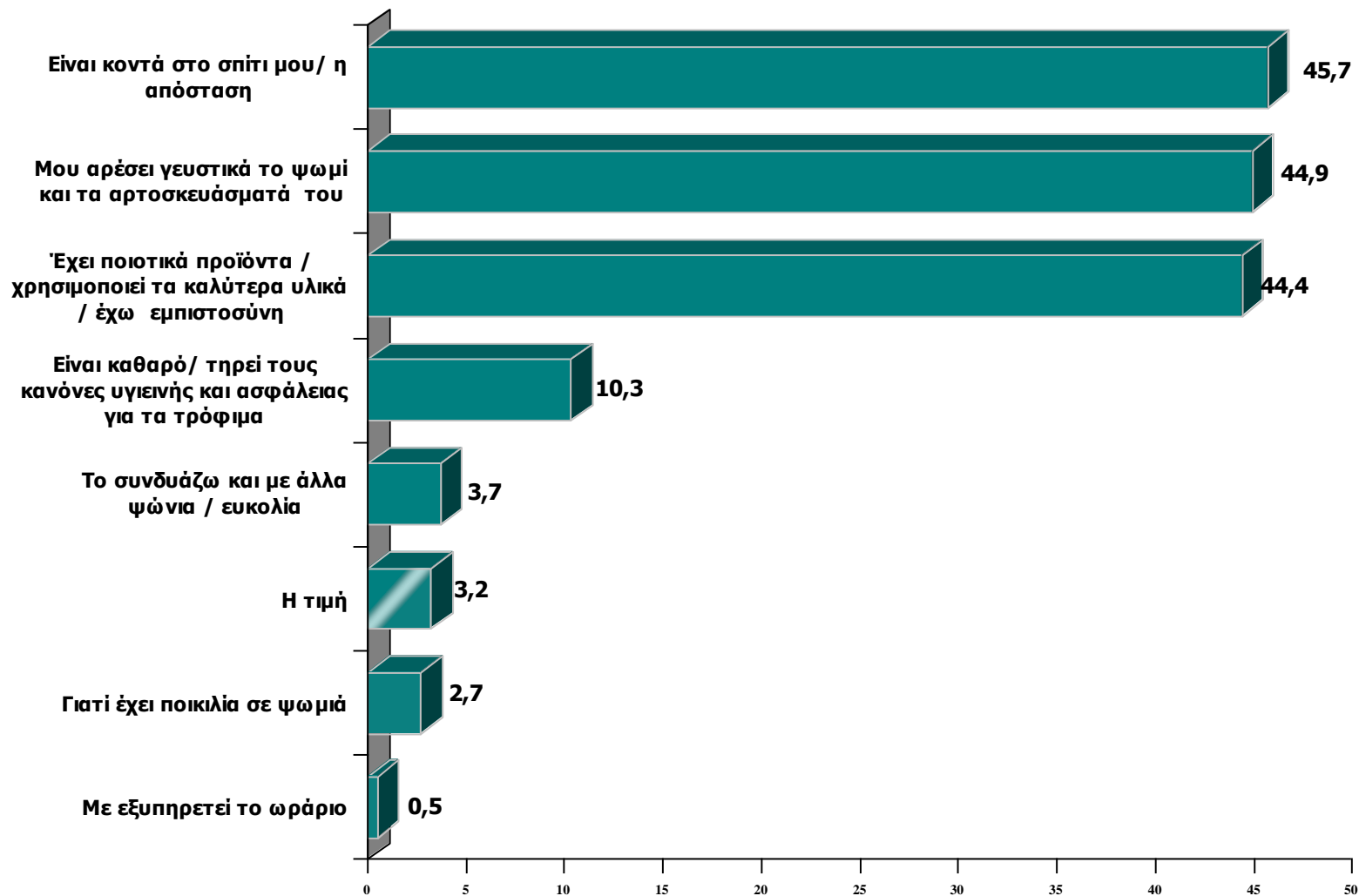


Από πού αγοράζετε κυρίως το ψωμί σας;





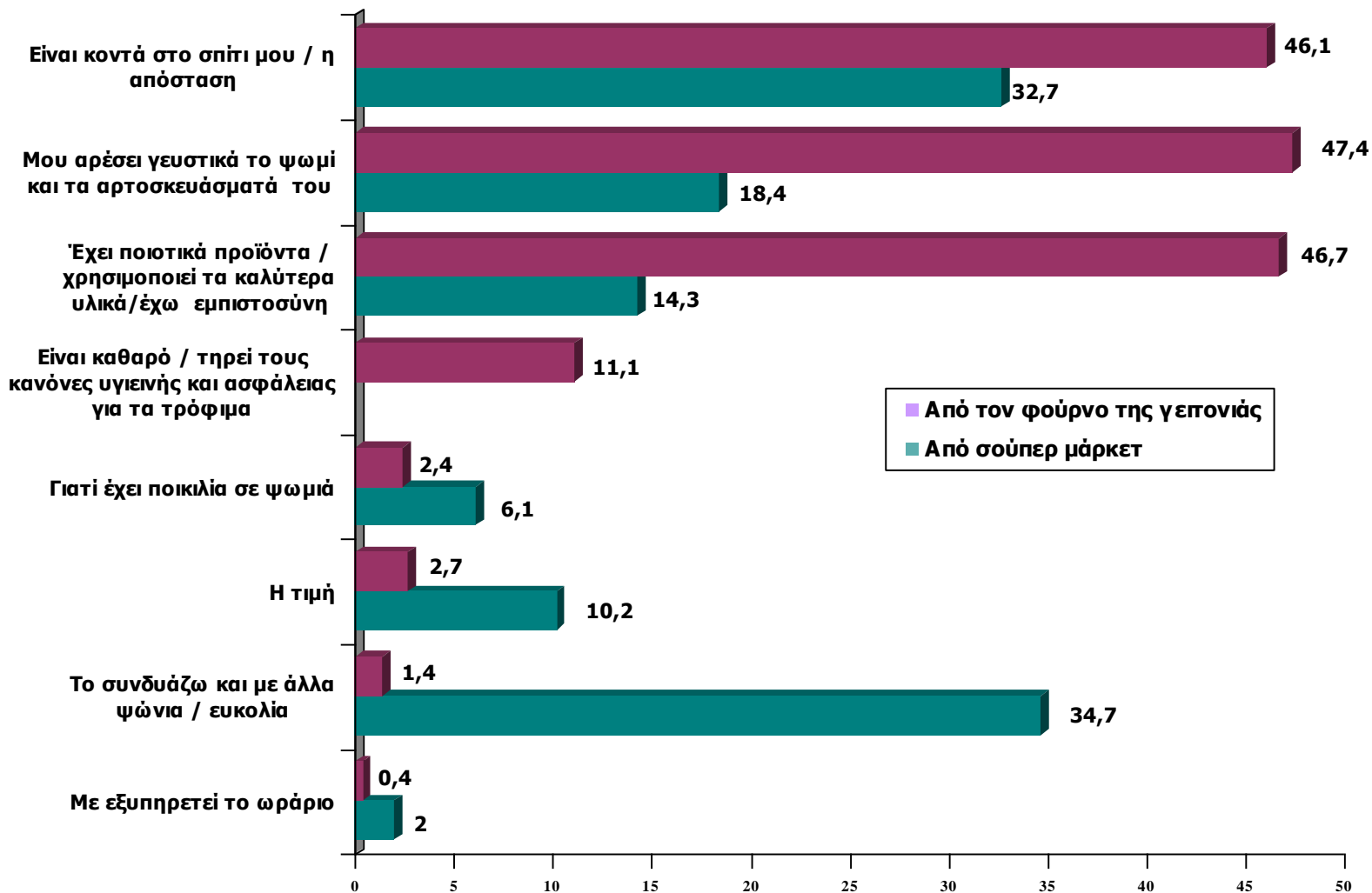
Για ποιους λόγους κυρίως προτιμάτε το κατάστημα που αγοράζετε ψωμί; (μέχρι 3 επιλογές)





Για ποιους λόγους κυρίως προτιμάτε το κατάστημα που αγοράζετε ψωμί;
(μέχρι 3 επιλογές)

-Με βάση το σημείο αγοράς-



ΣΥΣΧΕΤΙΣΗ ΣΗΜΕΙΟΥ ΑΓΟΡΑΣ ΜΕ ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ ΑΓΟΡΑΣ ΨΩΜΙΟΥ



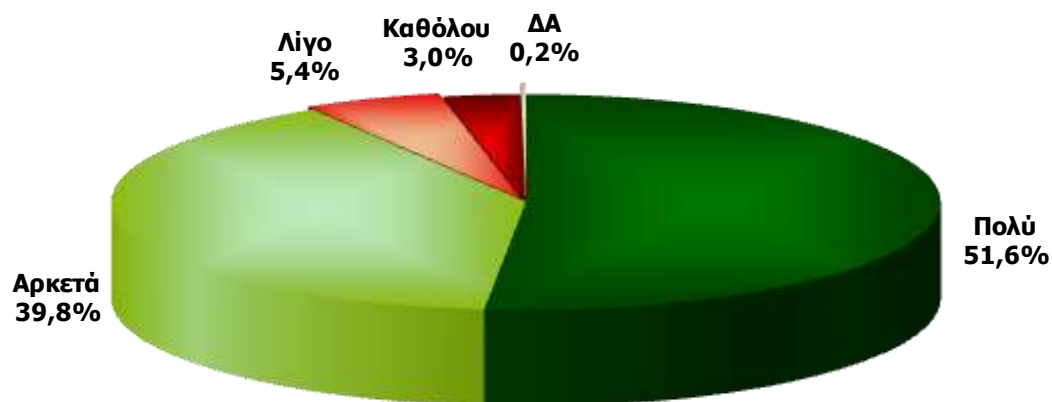
	ΣΗΜΕΙΟ ΑΓΟΡΑΣ	
	Από τον φούρνο της γειτονιάς	Από το σουπερ μάρκετ
Αγοράζουν ψωμί κάθε μέρα	46,9	20,4
Αγοράζουν ψωμί μέρα παρά μέρα	25,3	24,5
Αγοράζουν ψωμί μια με δυο φορές την εβδομάδα	22,9	44,9
Αγοράζουν ψωμί σπάνια	4,9	10,2



Πόσο ικανοποιημένος είστε από το φούρνο που αγοράζετε ψωμί όσον αφορά:

την ποιότητα του ψωμιού

-Βάση: Όσοι αγοράζουν κυρίως ψωμί από το φούρνο της γειτονιάς-

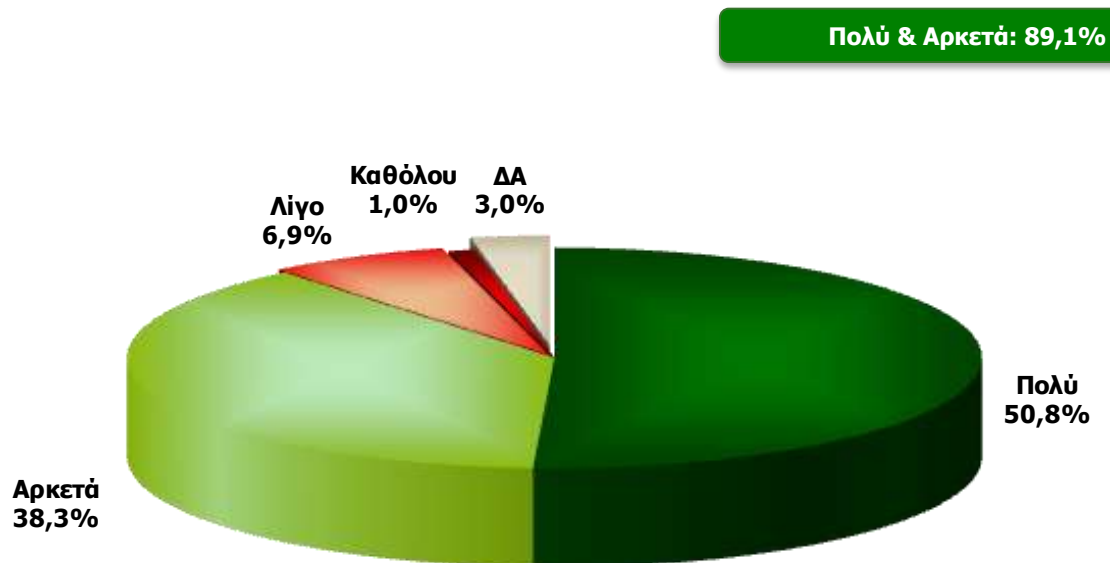


Πολύ & Αρκετά: 91,4%

Λίγο & Καθόλου: 8,4%



Πόσο ικανοποιημένος είστε από το φούρνο που αγοράζετε ψωμί όσον αφορά:
την ποικιλία των ψωμιών που προσφέρει
-Βάση: Όσοι αγοράζουν κυρίως ψωμί από το φούρνο της γειτονιάς-



Πολύ & Αρκετά: 89,1%

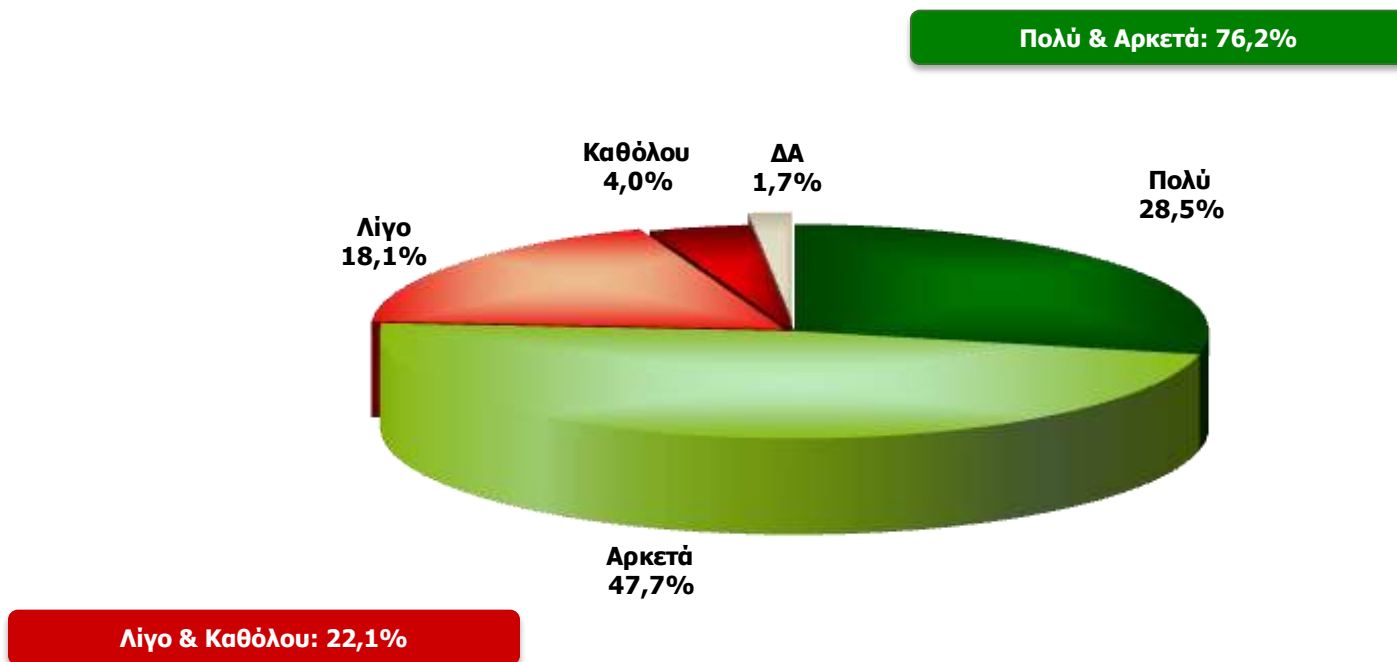
Λίγο & Καθόλου: 7,9%



Πόσο ικανοποιημένος είστε από το φούρνο που αγοράζετε ψωμί όσον αφορά:

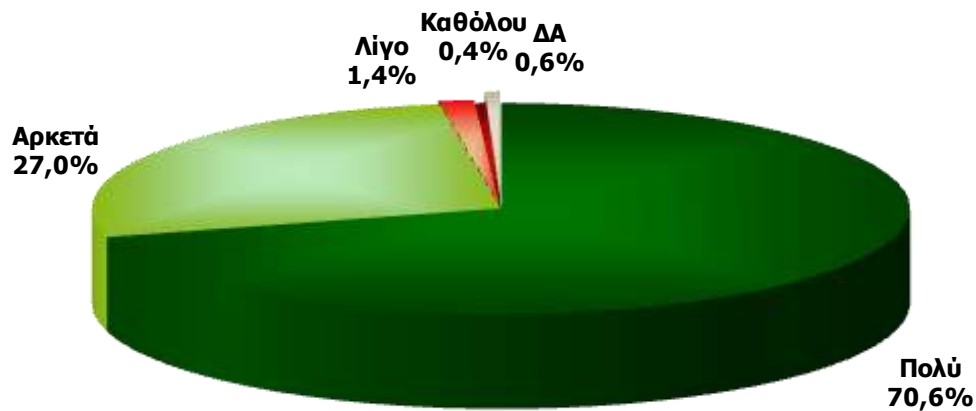
τις τιμές που διαθέτει το ψωμί

-Βάση: Όσοι αγοράζουν κυρίως ψωμί από το φούρνο της γειτονιάς-





Πόσο ικανοποιημένος είστε από το φούρνο που αγοράζετε ψωμί όσον αφορά:
την εξυπηρέτηση / φιλικότητα των υπαλλήλων
-Βάση: Όσοι αγοράζουν κυρίως ψωμί από το φούρνο της γειτονιάς-



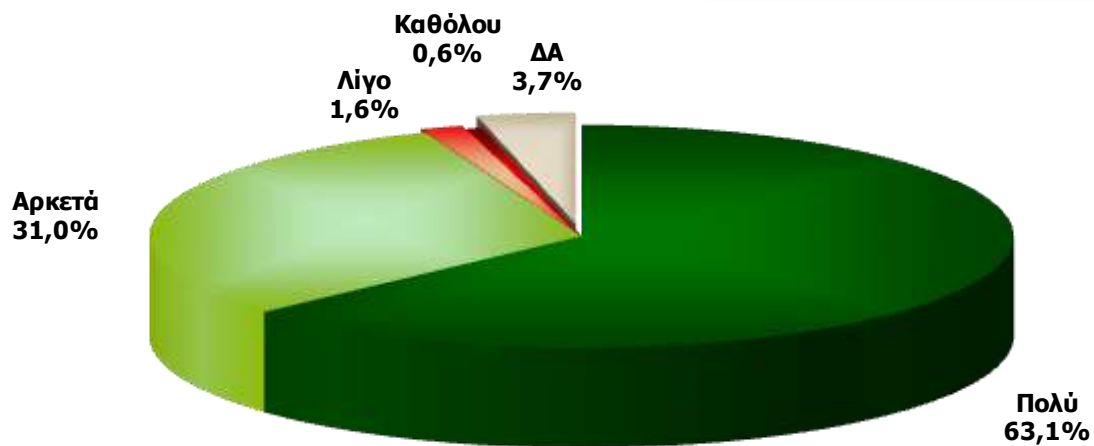
Πολύ & Αρκετά: 97,6%

Λίγο & Καθόλου: 1,8%



Πόσο ικανοποιημένος είστε από το φούρνο που αγοράζετε ψωμί όσον αφορά:
το ωράριο λειτουργίας

-Βάση: Όσοι αγοράζουν κυρίως ψωμί από το φούρνο της γειτονιάς-

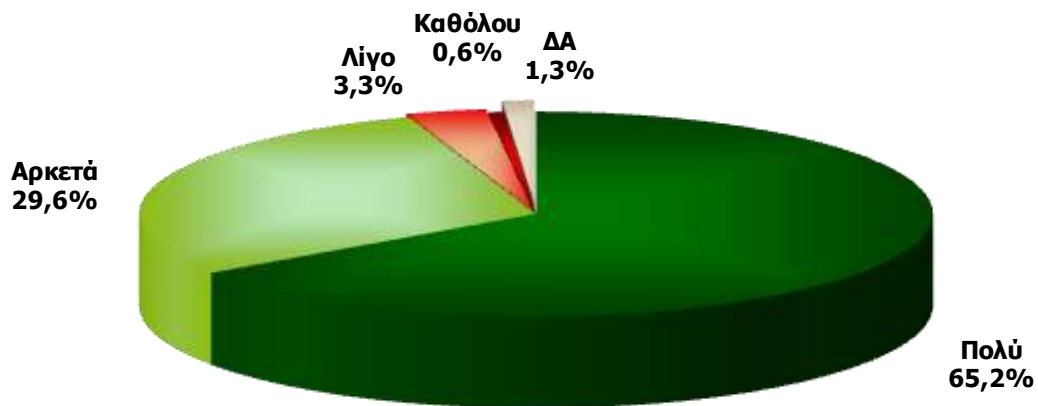


Πολύ & Αρκετά: 94,1%

Λίγο & Καθόλου: 2,2%



Πόσο ικανοποιημένος είστε από το φούρνο που αγοράζετε ψωμί όσον αφορά:
την καθαριότητα / τήρηση κανόνων υγιεινής
-Βάση: Όσοι αγοράζουν κυρίως ψωμί από το φούρνο της γειτονιάς-



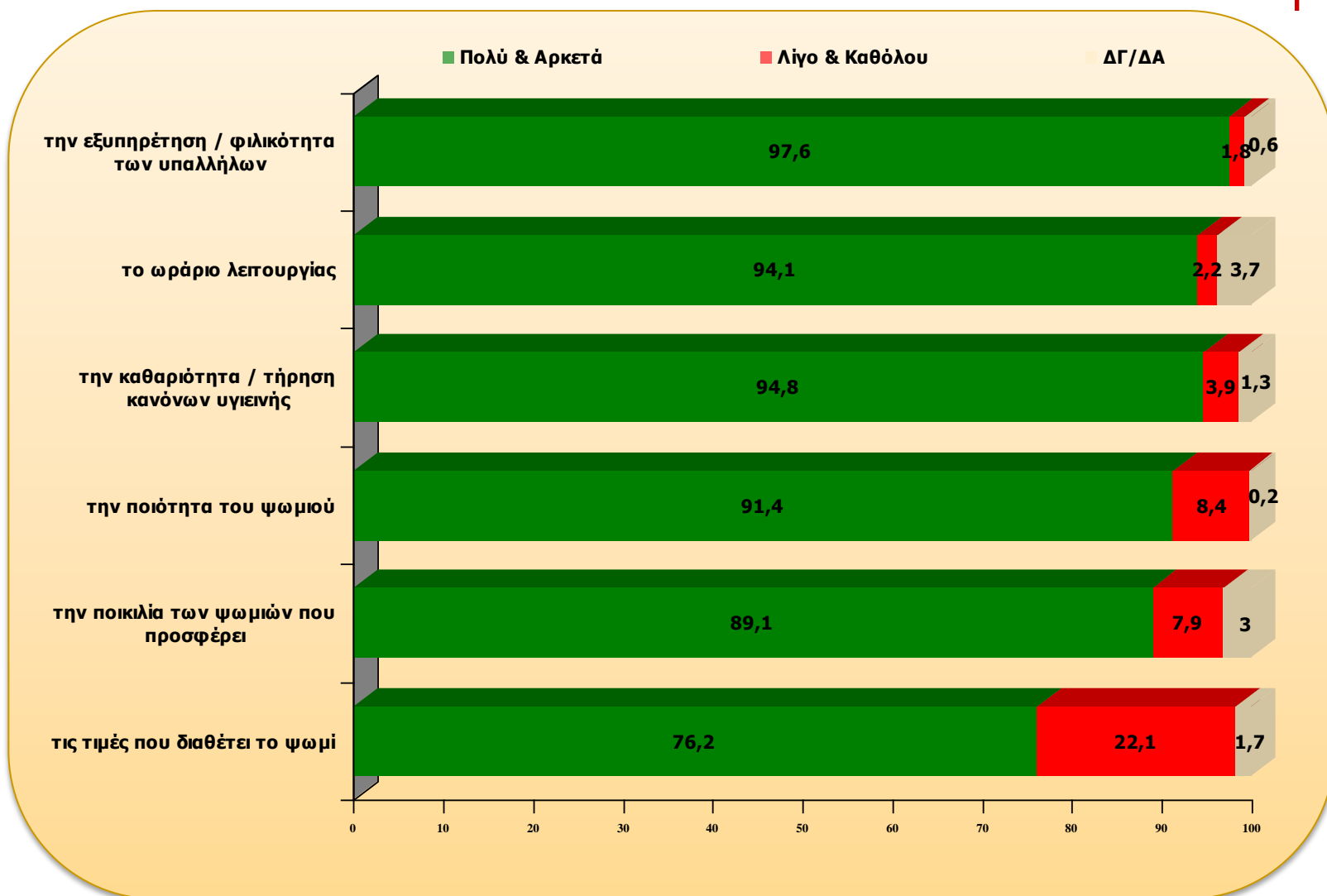
Πολύ & Αρκετά: 94,8%

Λίγο & Καθόλου: 3,9%



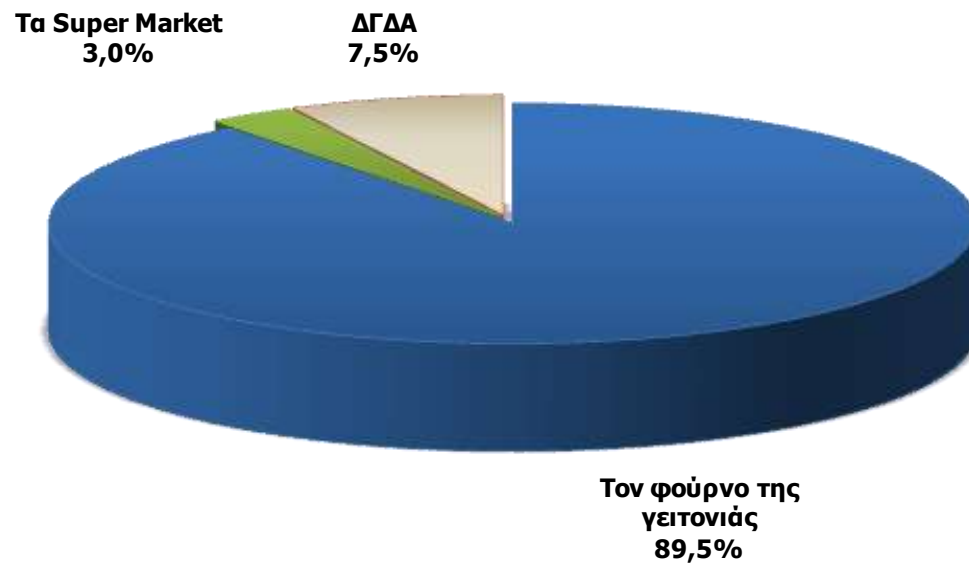
ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΤΙΚΟ ΓΡΑΦΗΜΑ

Πόσο ικανοποιημένος είστε από το φούρνο που αγοράζετε ψωμί όσον αφορά:
-Βάση: Όσοι αγοράζουν κυρίως ψωμί από το φούρνο της γειτονιάς-





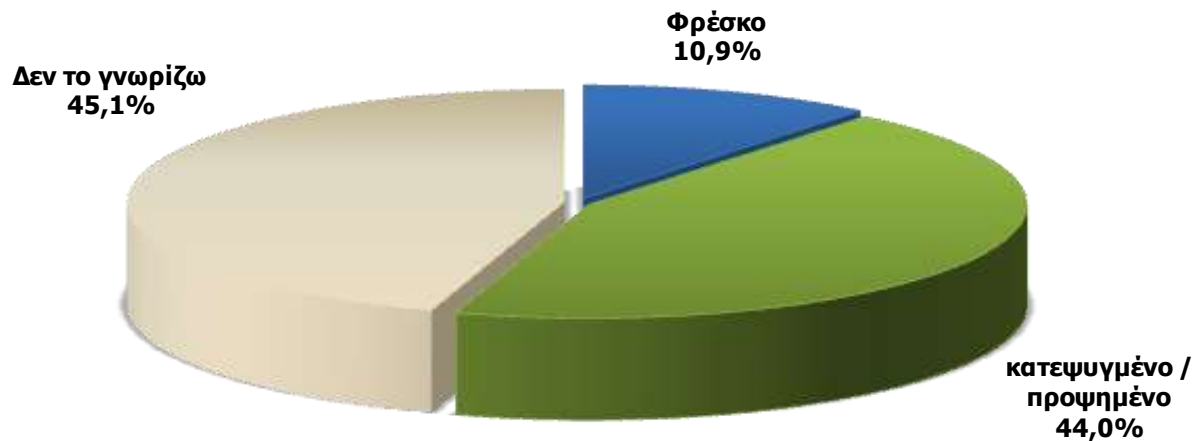
Πού μπορείτε να βρείτε καλύτερη ποιότητα ψωμιού; Στους φούρνους της γειτονιάς σας ή στα Super Market; (δηλ ποιον εμπιστεύεστε περισσότερο στην ποιότητα του ψωμιού;)



	ΣΗΜΕΙΟ ΑΓΟΡΑΣ	
	Από τον φούρνο της γειτονιάς	Από το σούπερ μάρκετ
Τον φούρνο της γειτονιάς	92,4	49
Τα Super Market	1	34,7
ΔΓΔΑ	6,6	16,3



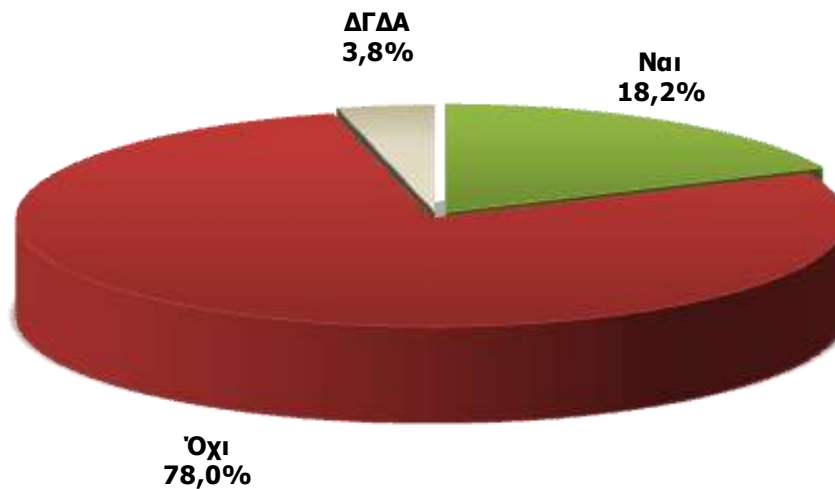
Γνωρίζετε αν το ψωμί που ψήνεται Super Market είναι φρέσκο ή κατεψυγμένο / προψημένο;



	ΣΗΜΕΙΟ ΑΓΟΡΑΣ	
	Από τον φούρνο της γειτονιάς	Από το σούπερ μάρκετ
Φρέσκο	9,6	38,8
Κατεψυγμένο / προψημένο	44,1	34,7
Δεν το γνωρίζω	46,3	26,5



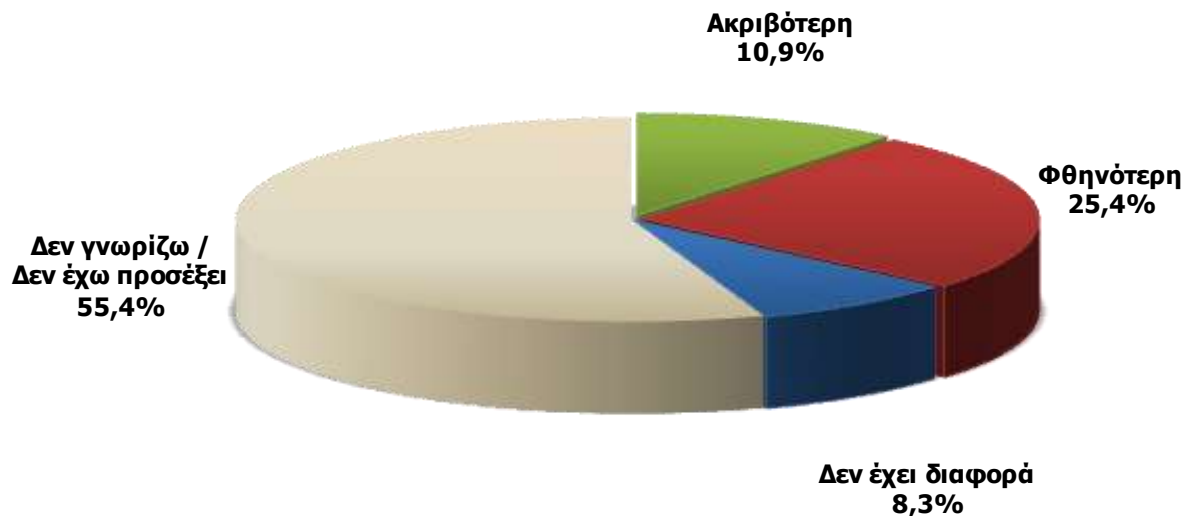
Θα αγοράζατε ψωμί που ψήνεται σε σούπερ μάρκετ εάν γνωρίζετε ότι είναι κατεψυγμένο ή προψημένο;



	ΣΗΜΕΙΟ ΑΓΟΡΑΣ	
	Από τον φούρνο της γειτονιάς	Από το σούπερ μάρκετ
Ναι	17,1	34,7
Όχι	79,1	61,2
ΔΓ / ΔΑ	3,8	4,1



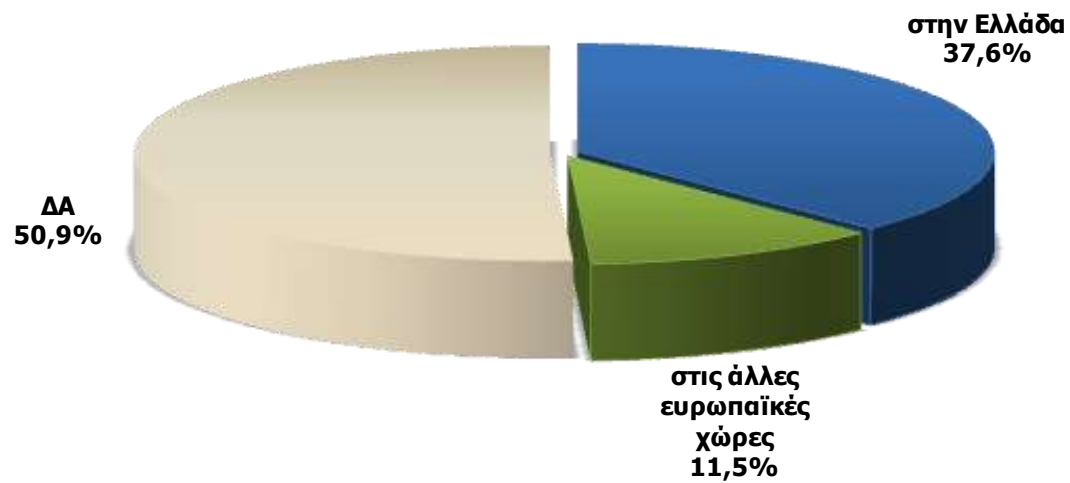
Έχετε προσέξει αν η τιμή του ψωμιού στα Super Market είναι φτηνότερη, ακριβότερη, ή δεν έχει διαφορά με τον φούρνο της γειτονιάς σας;



	ΣΗΜΕΙΟ ΑΓΟΡΑΣ	
	Από τον φούρνο της γειτονιάς	Από το σούπερ μάρκετ
Ακριβότερη	10,5	12,2
Φθηνότερη	25,6	24,5
Δεν έχει διαφορά	7,8	16,3
Δεν γνωρίζω / Δεν έχω προσέξει	56,2	46,9



Πιστεύετε ότι η τιμή του ψωμιού είναι ακριβότερη στην Ελλάδα
ή στις άλλες ευρωπαϊκές χώρες;

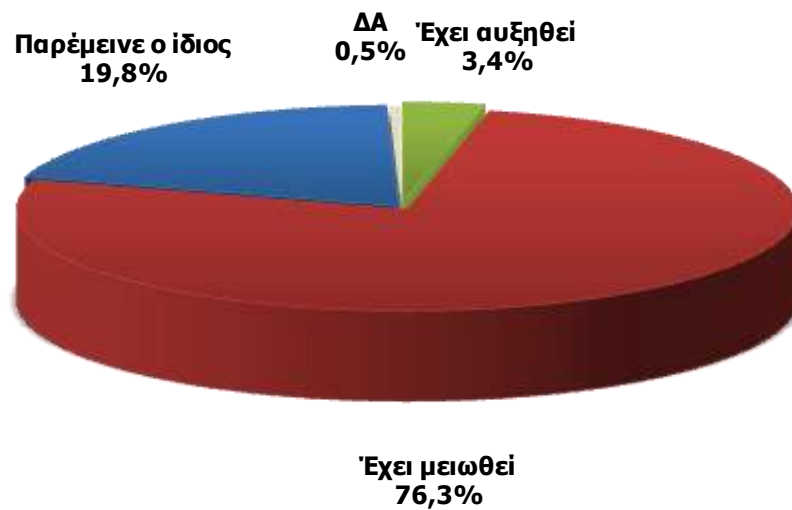




Αποτελέσματα Έρευνας

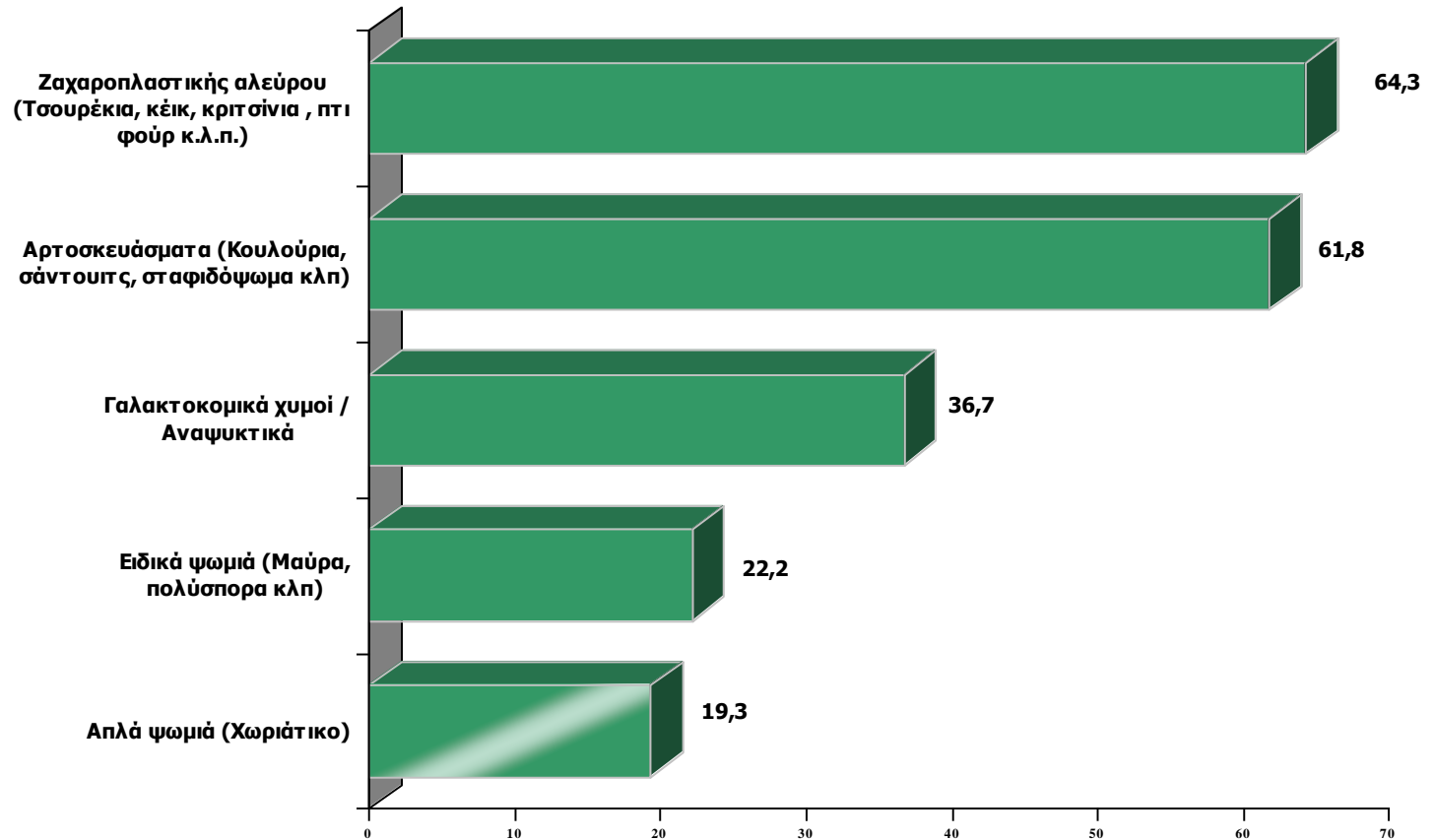
Έρευνα στους αρτοποιούς

Σε σχέση με πέρυσι την ίδια περίοδο, ο τζίρος της επιχείρησής σας:

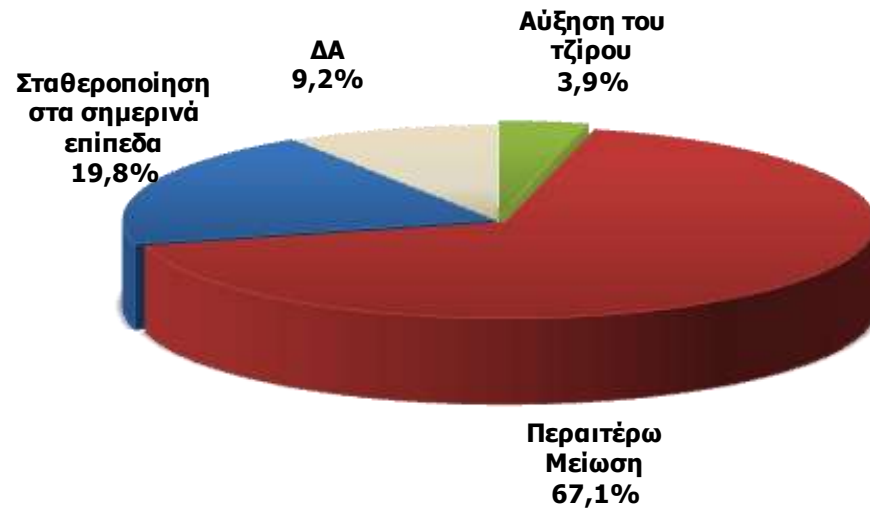




Σε ποια από τα είδη που θα σας αναφέρω είχατε σχετικά περισσότερη μείωση τζίρου;
(πολλαπλών επιλογών)

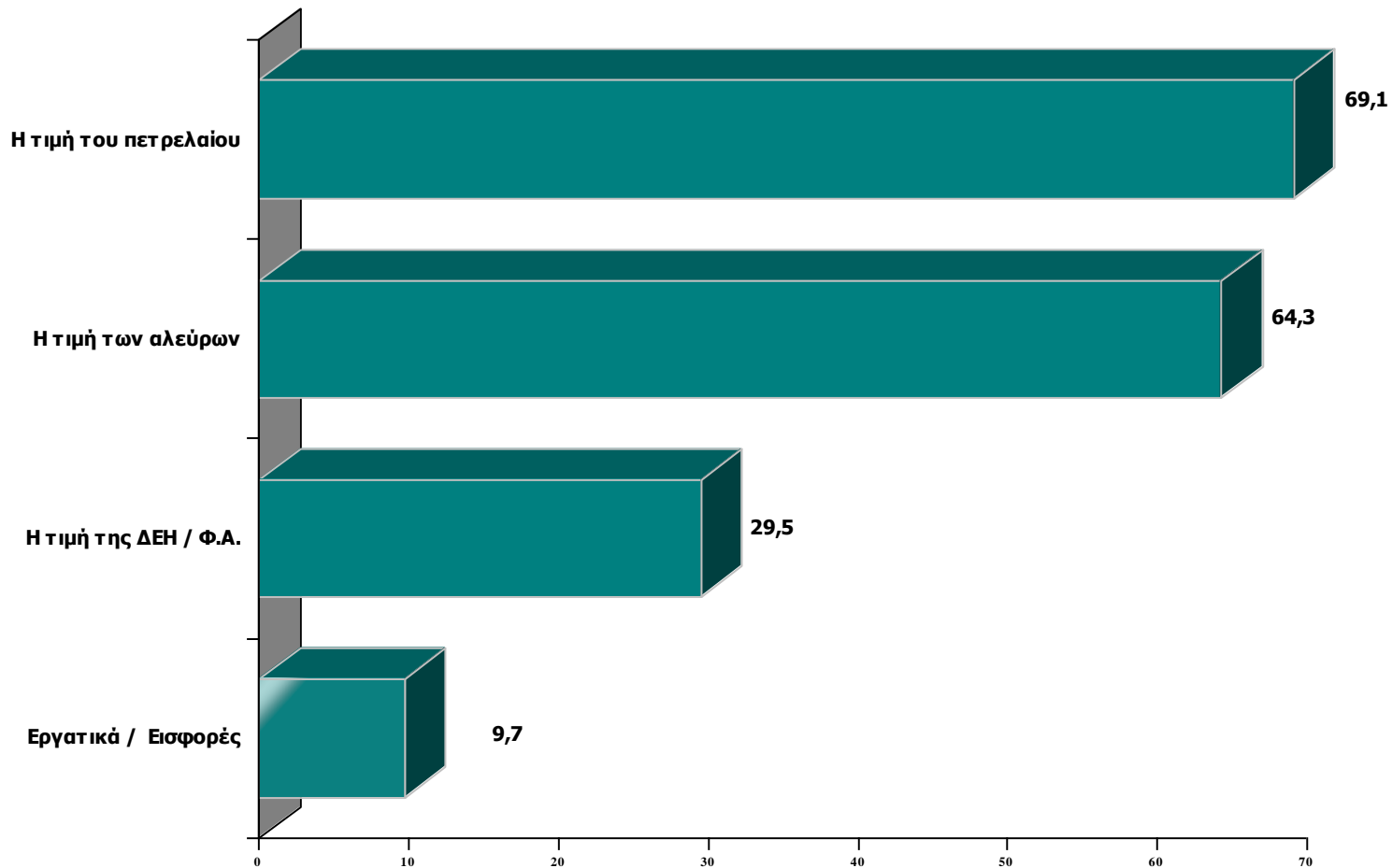


Το επόμενο διάστημα, (μέχρι το τέλος του 2011) προβλέπεται:





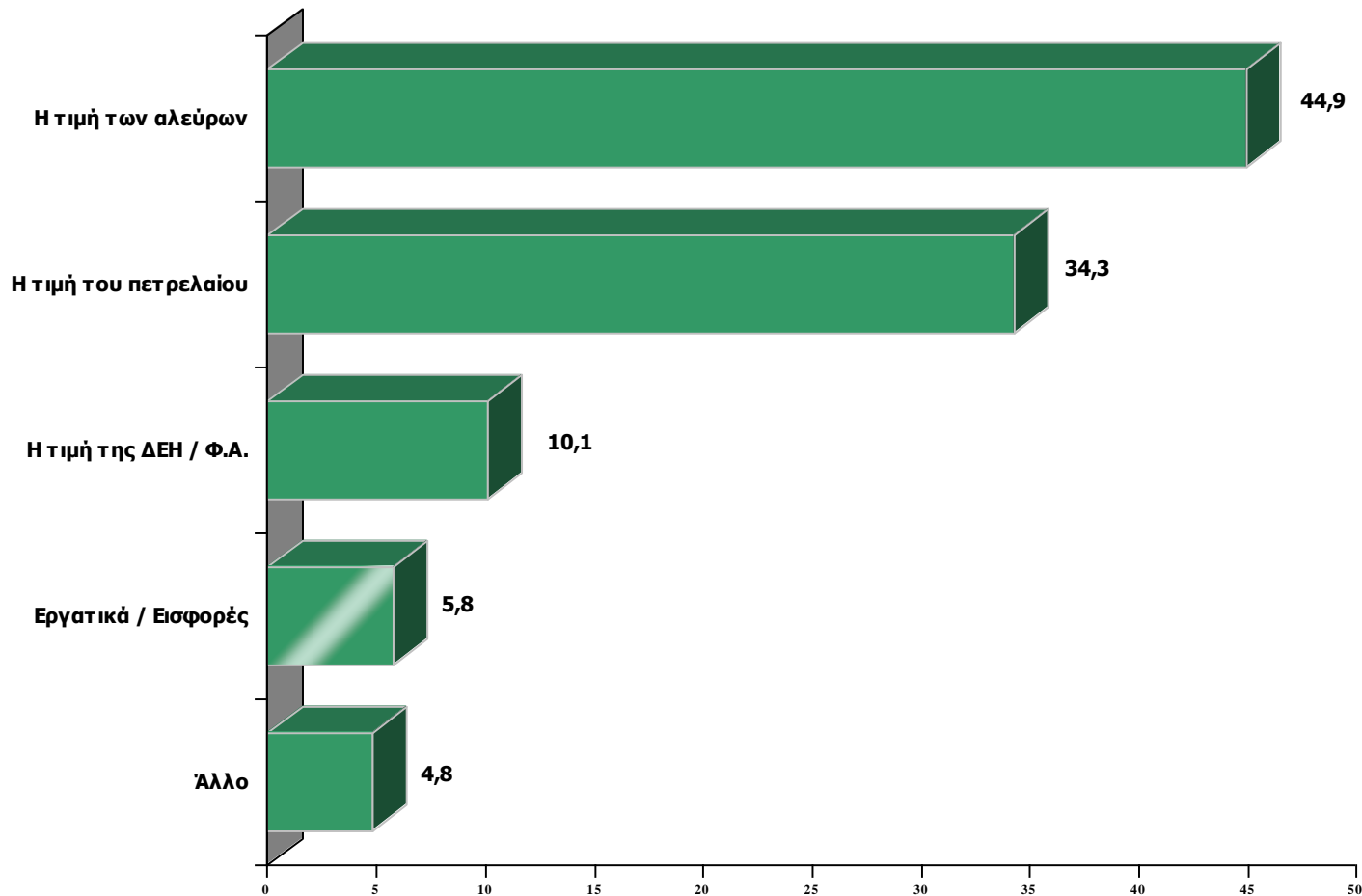
Ποιες από τις αυξήσεις που θα σας αναφέρω επηρέασαν περισσότερο το κόστος του ψωμιού; (μέχρι 2 επιλογές)





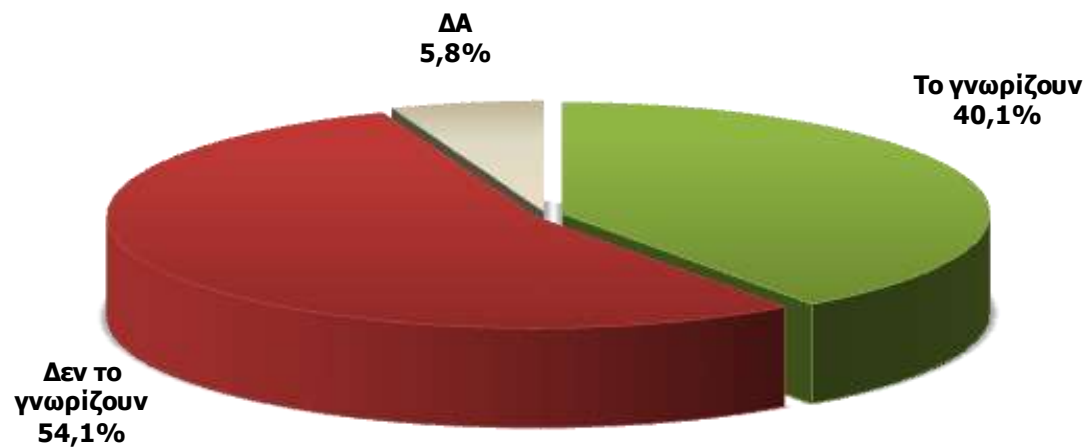
Η ΠΡΩΤΗ ΕΠΙΛΟΓΗ

Ποια από τις αυξήσεις που θα σας αναφέρω επηρέασε περισσότερο το κόστος του ψωμιού;





Με βάση την εμπειρία σας, πιστεύετε ότι οι καταναλωτές γνωρίζουν αν το ψωμί που ψήνεται στα SM είναι φρέσκο ή κατεψυγμένο / προψημένο;

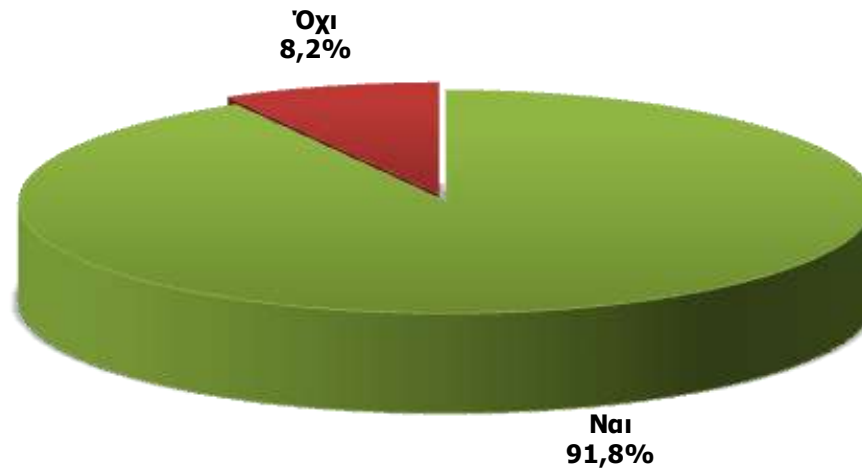




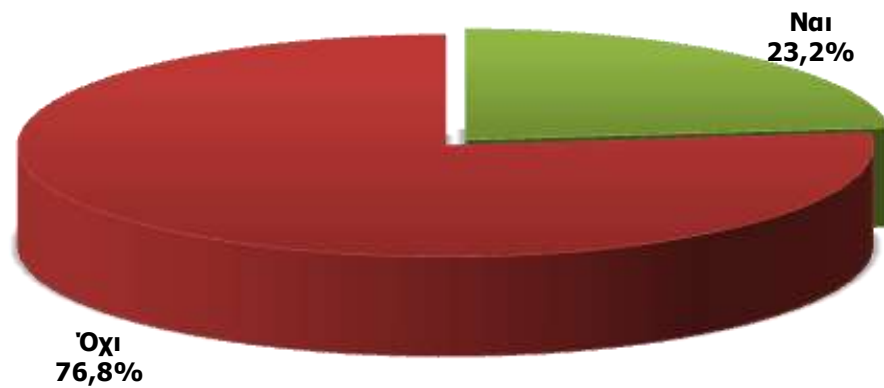
Η Ομοσπονδία Αρτοποιιών Ελλάδος προμηθεύει τα αρτοποιεία με το σήμα του κλάδου που γράφει το μήνυμα «εδώ ζυμώνεται, εδώ ψήνεται». Το γνωρίζετε ή όχι;



Κρίνετε θετικά αυτήν την πρωτοβουλία της Ομοσπονδίας του κλάδου σας;

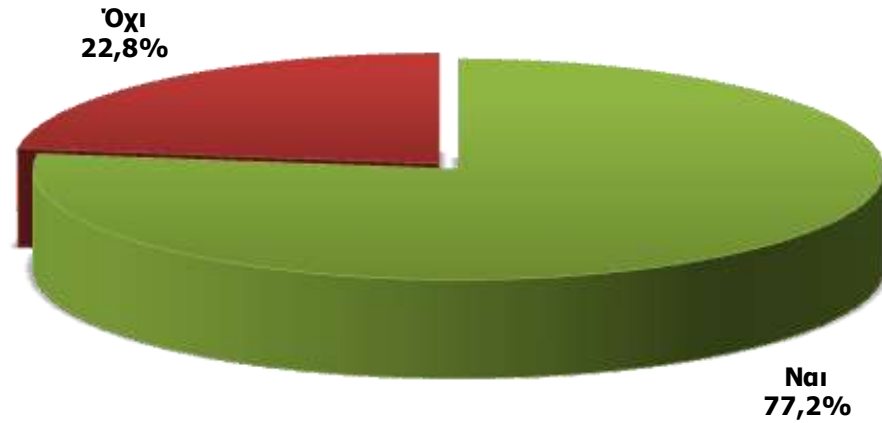


Εσείς έχετε προμηθευτεί το σήμα του κλάδου «εδώ ζυμώνεται, εδώ ψήνεται»;



Θα θέλατε να το προμηθευτείτε;

Βάση: Όσοι δεν έχουν προμηθευτεί το σήμα του κλάδου «εδώ ζυμώνεται, εδώ ψήνεται»





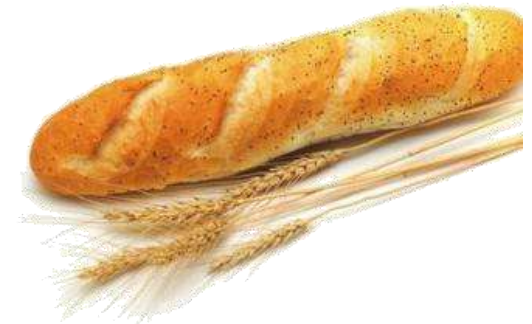
Βασικά Συμπεράσματα

Α. Συμπεράσματα της έρευνας στους καταναλωτές



Το ψωμί αποτελεί διατροφικό είδος πρώτης ανάγκης και καθημερινής κατανάλωσης για την συντριπτική πλειοψηφία των ελληνικών νοικοκυριών. Το 45% των νοικοκυριών αγοράζει ψωμί καθημερινά, και το 25% αγοράζει μέρα παρά μέρα. Το ένα στο τέσσερα νοικοκυριά δήλωσε ότι αγοράζει ψωμί μία με δύο φορές την εβδομάδα, ενώ σπανιότερα αγοράζει ψωμί το 5,5% των νοικοκυριών.

Στο λεκανοπέδιο της Αττικής, η σχετικά υψηλότερη ημερήσια κατανάλωση καταγράφεται στην Δυτική και Ανατολική Αττική, στα Δυτικά προάστια, και στις περιοχές του Πειραιά, ενώ ημερήσια κατανάλωση κάτω του μέσου όρου καταγράφεται στα νοτιοανατολικά προάστια, τον δήμο Αθηναίων και τα Βόρεια προάστια.





A. Συμπεράσματα της έρευνας στους καταναλωτές

Τα 8 στα 10 νοικοκυριά δήλωσαν ότι καταναλώνουν μισό κιλό ψωμί την ημέρα, το 16.3% ένα κιλό, το 3,2 % ενάμιση κιλό και το 0,7% δύο κιλά και άνω. Με βάση τα παραπάνω στοιχεία, η μέση ημερήσια κατανάλωση ψωμιού ανά νοικοκυριό υπολογίζεται στα 620 γραμμάρια, δηλαδή περίπου 200 γραμμάρια ανά άτομο.

Η κατανάλωση του ψωμιού εμφανίζει σχετική μείωση. Σε σχέση με 1-2 χρόνια πριν το 27% των νοικοκυριών δηλώνει ότι σήμερα καταναλώνει λιγότερο ψωμί, το 7,5% καταναλώνει περισσότερο ενώ το 65% δήλωσε ότι καταναλώνει περίπου την ίδια ποσότητα.

Η σχετικά μεγαλύτερη τάση μείωσης της κατανάλωσης ψωμιού καταγράφεται στις γυναίκες και σε καταναλωτές μεγαλύτερης ηλικίας. Η τάση μείωσης κατανάλωσης ψωμιού παρουσιάζει ευθέως ανάλογη σχέση με την ηλικιακή κατηγορία των καταναλωτών.

Α. Συμπεράσματα της έρευνας στους καταναλωτές



Οι βασικότεροι λόγοι μείωσης της κατανάλωσης ψωμιού είναι η αλλαγή των διατροφικών συνηθειών λόγω δίαιτας ή λόγω υγείας. (51,6%). Το 31,7% όσων δηλώνουν ότι σήμερα αγοράζουν λιγότερο ψωμί ανέφεραν ως αιτία την μείωση των μελών της οικογένειας, ενώ τιμή του ψωμιού δεν θεωρείται σημαντικός λόγος μείωσης της κατανάλωσης καθώς οι γενικότεροι λόγοι οικονομίας αναφέρθηκαν μόλις από τον ένα στους δέκα καταναλωτές που ανέφεραν μειωμένη κατανάλωση. Το ποσοστό αυτό αντιστοιχεί στο 2,7% του συνόλου των καταναλωτών.

Ο φούρνος της γειτονιάς εξακολουθεί να είναι το κυρίαρχο σημείο αγοράς ψωμιού.

Το 87,2% των καταναλωτών ανέφεραν ότι αγοράζουν ψωμί από τον φούρνο/αρτοποιείο της γειτονιάς τους.

Το 6,2% δήλωσε ότι αγοράζει από πρατήριο άρτου και το 6% ανέφερε ότι αγοράζει κυρίως από το Super Market.



Α. Συμπεράσματα της έρευνας στους καταναλωτές



Οι σημαντικότεροι λόγοι επιλογής του φούρνου της γειτονιάς είναι η κοντινή απόσταση, η νοστιμιιά/γεύση/φρεσκάδα του ψωμιού, και η εμπιστοσύνη ως προς την ποιότητα των προϊόντων και υλικών. Η καθαριότητα και γενικά η τήρηση των κανόνων υγιεινής και ασφάλειας για τα τρόφιμα αναδεικνύεται σε ένα ακόμη σημαντικό κριτήριο επιλογής σημείου αγοράς. Η τιμή, η ποικιλία σε ψωμιά και το ωράριο δεν περιλαμβάνονται στα κριτήρια επιλογής σημείου διάθεσης ψωμιού, ίσως γιατί δεν θεωρούνται δεδομένα και χωρίς σημαντικές διαφοροποιήσεις ανά σημείο αγοράς.





A. Συμπεράσματα της έρευνας στους καταναλωτές

Οι 9 στους 10 καταναλωτές πιστεύουν ότι οι φούρνοι της γειτονιάς προσφέρουν καλύτερης ποιότητας ψωμί σε σχέση με αυτό που διαθέτουν τα S.M. Το 7% θεωρεί ότι δεν διαφέρουν ιδιαίτερα σε ποιότητα και ένα 3% θεωρεί ότι στα S.M βρίσκεις καλύτερο ψωμί.

Ως βασικός λόγος αγοράς ψωμιού από το Super Market αναφέρεται η ευκολία καθώς συνδυάζεται και με άλλα ψώνια.

Από την συσχέτιση του σημείου αγοράς με την συχνότητα κατανάλωσης προκύπτει ότι οι καταναλωτές που αγοράζουν ψωμί κυρίως από τα Super Markets, καταναλώνουν λιγότερες ποσότητες και αγοράζουν ψωμί πολύ πιο αραιά από τον μέσο όρο. (Οι περισσότεροι δήλωσαν ότι αγοράζουν ψωμί 1-2 φορές την εβδομάδα ή σπανιότερα.)

Α. Συμπεράσματα της έρευνας στους καταναλωτές



Η πλειοψηφία των καταναλωτών δεν γνωρίζει αν το ψωμί που ψήνεται στα SM είναι φρέσκο ή κατεψυγμένο/προψημένο.

Σύμφωνα με τα στοιχεία της έρευνας , η διάθεση κατεψυγμένου ή προψημένου ψωμιού φαίνεται να αποτελεί σοβαρό αντικίνητρο αγοράς από τα σημεία πώλησης που το διαθέτουν. Η συντριπτική πλειοψηφία του καταναλωτικού κοινού δήλωσε πως δεν θα αγόραζε ψωμί αν ήξερε πως είναι κατεψυγμένο/ προψημένο.





Α. Συμπεράσματα της έρευνας στους καταναλωτές

Η ικανοποίηση των καταναλωτών και η εμπιστοσύνη τους στον φούρνο της γειτονιάς καταγράφονται σε ιδιαίτερα υψηλό βαθμό.

Σε ποσοστά της τάξης του 90 έως 100% οι καταναλωτές εκφράζουν τη ικανοποίησή τους για την ποιότητα του ψωμιού, την ποικιλία, την εξυπηρέτηση/φιλικότητα των υπαλλήλων, την καθαριότητα και την τήρηση των κανόνων υγιεινής, και το ωράριο λειτουργίας των αρτοποιείων. Όσον αφορά στην τιμή του ψωμιού το 76% των καταναλωτών δηλώσαν πολύ ή αρκετά ικανοποιημένοι, το 18,1% λίγο ικανοποιημένοι και ένα 4% καθόλου ικανοποιημένοι .





A. Συμπεράσματα της έρευνας στους καταναλωτές

Αξίζει να σημειωθεί ότι η έρευνα στους καταναλωτές ανέδειξε δύο σημαντικές εσφαλμένες εντυπώσεις σχετικά με την τιμή του ψωμιού.

α) Ένα σημαντικό κομμάτι των καταναλωτών πιστεύει ότι η τιμή του ψωμιού στην Ελλάδα είναι ακριβότερη σε σχέση με τις τιμές του ψωμιού στις άλλες ευρωπαϊκές χώρες.

β) Λόγω του ότι οι καταναλωτές δεν γνωρίζουν ή δεν προσέχουν τις τιμές του ψωμιού στα SM, αρκετοί έχουν την εντύπωση πως το ψωμί στα SM είναι φθηνότερο από ό,τι στον φούρνο.

Οι επίσημες στατιστικές συγκρίσεις και τα στοιχεία της ΟΑΕ αποδεικνύουν το αντίθετο.



B. Συμπεράσματα της έρευνας στους αρτοποιούς

Οι τρεις στους τέσσερις αρτοποιούς ανέφεραν ότι σε σχέση με έναν χρόνο πριν, ο τζίρος τους έχει μειωθεί (76,3%). Το 3,4 % των αρτοποιών δήλωσε αύξηση τζίρου, ενώ το 20% ανέφερε ότι ο τζίρος δεν παρουσίασε κάποια ιδιαίτερη μεταβολή.

Η σχετικά μεγαλύτερη μείωση τζίρου καταγράφηκε στα προϊόντα ζαχαροπλαστικής και στα αρτοσκευάσματα.

Οι προβλέψεις για το επόμενο διάστημα δεν είναι αισιόδοξες και συνάδουν με το γενικότερο κλίμα που επικρατεί σε όλη αγορά. Το 67% αναμένει μέσα στους επόμενους 12 μήνες περαιτέρω μείωση τζίρου, το 20% σταθεροποίηση στα σημερινά επίπεδα, το 4% ελπίζει σε αύξηση και το 9% αδυνατεί να προβλέψει.

Β. Συμπεράσματα της έρευνας στους αρτοποιούς



Σύμφωνα με τους αρτοποιούς, η τιμή του πετρελαίου και η τιμή των αλεύρων ήταν οι παράγοντες που επηρέασαν περισσότερο το κόστος του ψωμιού. Ως παράγοντας πίεσης του κόστους του ψωμιού αναφέρεται με αξιοσημείωτο ποσοστό και η ΔΕΗ. Το εργατικό κόστος δεν φαίνεται να αποτελεί σημαντικό παράγοντα πίεσης στην διαμόρφωση του συνολικού κόστους του ψωμιού, μιας και τα αρτοποιεία στην συντριπτική τους πλειοψηφία είναι οικογενειακές επιχειρήσεις χωρίς άλλο προσωπικό.



Οι αρτοποιοί επιβεβαιώνουν -με βάση την εμπειρία τους και την σχέση με τους πελάτες τους - ότι οι καταναλωτές δεν γνωρίζουν τις διαφορές στον τρόπο παρασκευής του ψωμιού που διατίθεται στα SM σε σχέση με το ψωμί του αρτοποιείου).



B. Συμπεράσματα της έρευνας στους αρτοποιούς

Οι 6 στους 10 δήλωσαν ότι ήδη έχουν ενημερωθεί για το σήμα του κλάδου που προμηθεύει η Ομοσπονδία Αρτοποιών Ελλάδος τα μέλη της με το μήνυμα «Εδώ ζυμώνεται εδώ ψήνεται».



Το 23% ανέφεραν ότι το έχουν ήδη προμηθευτεί.

Το 77,2% όσων δεν το έχουν ακόμη προμηθευτεί επιθυμούν να το αποκτήσουν.

Περισσότεροι από 9 στους 10 αρτοποιούς κρίνουν θετικά αυτήν την πρωτοβουλία της Ομοσπονδίας και πιστεύουν ότι θα συμβάλει σημαντικά στην ενημέρωση του καταναλωτικού κοινού.