

8 români din 10 consumau mezeluri în 2015, în scădere față de datele înregistrate în anul anterior, în timp ce 4 din 5 români s-au declarat cumpărători ai unor astfel de produse, relevă rezultatele unui studiu dat publicității, joi, de compania de cercetare Mercury Research, în cadrul congresului dedicat industriei cărnii din România, organizat de publicația "Revista cărnii".

Potrivit reprezentantei Mercury Research, Ingrid Lambru, marketing director în cadrul companiei de cercetare, la nivelul anului 2015, din totalul consumatorilor ocazionali de mezeluri, 62% erau femei. De asemenea, 45% aveau peste 55 de ani, iar 33% aveau studii superioare.

Anul trecut, 82% din populația urbană a României era consumatoare de mezeluri, în scădere față de anul 2014, când 9 din 10 persoane consumau acest tip de produs.

În același timp, în 2015, în mediul urban, 4 din 5 români erau cumpărători de mezeluri, nivel similar cu cel înregistrat în anul precedent.

Conform cercetării, în ceea ce privește obiceiurile de cumpărare, consumatorul ocazional cumpără, în medie, de două ori pe lună mezeluri, în timp ce rezultatele la nivel național arată un indice de 5,9 ocazii pe lună.

Nu în ultimul rând, datele arată că, în 2015, un procent de 59% dintre consumatorii ocazionali de mezeluri au făcut cumpărături în comerțul modern, iar 26% în cel tradițional.

Pe categorii de produse, salamul și cremwurstii sunt preferate în detrimentul specialităților din carne sau al șuncii.

Mercury Research este cea mai mare companie independentă de cercetare de piață din România, prezentă pe plan local din anul 1994. Compania oferă servicii de cercetare cantitativă și calitativă despre consumatori și despre companii adaptate domeniilor, precum: bunuri de larg consum, financiar-bancar, IT&C, media, sănătate, industria auto sau social. AGERPRES