

Produsele on the go și obiceiurile de cumpărare în era COVID-19

08 Jun 2021 | de Alina Dragomir



[1]

Pe val în era pre-COVID, categoriile de produse consumate on the go au avut fără doar și poate de suferit în ultimele 12 luni. Odată însă cu ridicarea restricțiilor, doar doi din zece consumatori din mediul urban declară că obișnuiesc să consume mai puțin produse on the go decât înainte de criza sanitară, arată un studiu Reveal Market Research realizat pentru Progresiv. Interesant este și faptul că fructele și legumele sunt în topul produselor on the go cumpărate, iar supermarketurile și hypermarketurile sunt principalele canale de achiziție.

Pandemia a schimbat obiceiurile de consum ale românilor, acasă fiind locul preferat pentru mesele principale ale zilei. Astfel, **opt din zece români din mediul urban, care obișnuiesc să ia micul dejun, declară că îl servesc acasă**, iar restul de 20% spun că aleg să ia micul dejun la birou. Când vine vorba despre prânz, balanța este

înclinată spre consumul la birou, în timp ce cina pare a fi destinată consumului acasă, nouă din zece români care obișnuiesc să ia cina declarând că acasă este locul de consum. Astfel, chiar dacă mai puțin de unu din zece consumatori din zonele urbane declară că ia una dintre cele trei mese principale on the go, lucrurile se schimbă când vorbim despre cafea, produs pe care un sfert dintre români îl consumă și on the go, arată datele unui studiu realizat de Reveal Market Research, exclusiv pentru Progresiv.

În medie, 14% dintre români consumă zilnic sau aproape zilnic produse on the go, iar 21% dintre aceștia spun că au în medie un consum de produse on the go de 1-2 ori pe săptămână. Doar 5% dintre respondenți spun că nu consumă niciodată astfel de produse. Și pentru că menționăm mai devreme impactul pandemiei de COVID-19 în comportamentul de consum al românilor, studiul Reveal Market Research indică faptul că 62% dintre români consumă produse on the go la fel ca înainte de pandemie, în timp ce 18% declară un consum mai ridicat al acestor produse prin comparație cu perioada pre-COVID-19.

14%

dintre români consumă zilnic
sau aproape zilnic
produse "on the go".

[2]

Ce produse on the go consumă românii

Când vine vorba despre tipurile de produse pe care le achiziționează pentru consumul on the go, **merită menționat că fructele și legumele proaspete sunt în topul preferințelor**, fiind cumpărate de mai bine de nouă din zece respondenți. Însă, în timp ce fructele sunt asociate în principal cu o gustare, legumele sunt cumpărate de șase din

zece români pentru prânz. Și produsele de patiserie se bucură de notorietate în rândul românilor, covrigii, pateurile, snackurile dulci sau sărate fiind cumpărate de 93% dintre români. Dintre aceștia, 60% le achiziționează pentru o gustare, în timp ce pentru 40% dintre respondenți, acestea reprezintă micul dejun sau o parte din el.

În clasamentul produselor on the go cumpărate de români se numără și lactatele, cafeaua și sendvișurile, fiecare dintre cele trei categorii având o incidență de cumpărare de peste 90%. În acest caz nu mai apar însă diferențe notabile când vine vorba despre momentul de consum, acestea fiind prima opțiune pentru micul dejun (cafea 75%, lactate 62%, sendvișuri 49%).

La polul opus, produsul evitat în cea mai mare măsură de către respondenții studiului Reveal Market Research este mâncarea gătită ambalată, 29% dintre ei declarând că nu obișnuiesc să cumpere astfel de produse. Din punct de vedere socio-demografic, persoanele de peste 55 de ani sunt cele care declară în cea mai mare măsură că nu își cumpără mâncare gătită ambalată (40%). Nici fresh-urile sau smoothie-urile nu se bucură de prea mare succes, aproximativ unu din patru respondenți declarând că nu cumpără astfel de produse pentru consum on the go.

La o privire mai atentă în ceea ce privește produsele consumate la mesele principale, prima poziție în topul alimentelor preferate de români pentru masa de prânz este ocupată de legumele proaspete, aceste produse fiind alese de șase din zece respondenți. Sunt urmate în clasament de fructe proaspete (29%), mâncare gătită ambalată (47%) și dulciuri, care au fost incluse în meniul mesei de prânz de aproximativ jumătate dintre respondenți. La polul opus în topul produselor preferate de români pentru cea de-a doua masă din zi se situează covrigii, pateurile, snackurile sărate sau dulci și fructele uscate – produse care au fost consumate de unul din zece români. **În ceea ce privește masa de seară, 44% mănâncă legume, produse lactate (34%), mâncare gătită (26%), fructe (25%) și dulciuri (20%).**

55%

SA FIE PRODUSE DIN
INGREDIENTE NATURALE

61%

SA FIE PRODUSE SANATOASE

70%

SA FIE PRODUSE PROASPETE

51%

SA AIBA UN PRET ACCESIBIL

PROGRESIV

Ce factori influenteaza alegerea
produselor "on the go"?

[3]

Citește articolul complet [AICI](#). [4]

Articole Asemănătoare

Source URL: <https://revistaprogresiv.ro/articole/produsele-go-si-obiceiurile-de-cumparare-era-covid-19>

Legături

[1] <https://revistaprogresiv.ro/sites/default/files/article/images/258-analiza-consumer.jpg>

[2] <https://revistaprogresiv.ro/sites/default/files/Advertoriale/Frecventa-consum-produse-on-the-go.png>

[3] <https://revistaprogresiv.ro/sites/default/files/Advertoriale/Ce-factori-influenteaza-alegera-produselor-on-the-go.png>

[4] <https://revistaprogresiv.ro/revista/2021-06-june-sds87sd5f7afj43fgjff7sdf/>