

La pauta de compra dels clients a les peixateries de la Costa Brava



Unió Europea
Fons Europeu
Marítim i de la Pesca



Generalitat de Catalunya
Departament d'Acció Climàtica,
Alimentació i Agenda Rural



FUNDACIÓ
PROMEDITERRÀNIA
■ ■ ■ ■



Museu de la Pesca
PALAMÓS COSTA BRAVA

Universitat
de Girona

Un estudi de:

Fundació Promediterrània

Elaborat per:

Universitat de Girona

Departament d'Empresa

Equip investigador

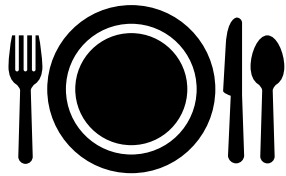
Francesc Fusté Forné (IP)

Sandra Codinach Segura (estudiant)

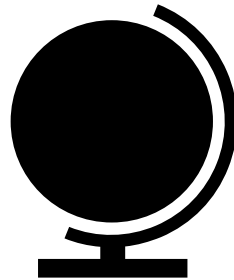
Miquel Carreras Simó

Nela Filimon Costin

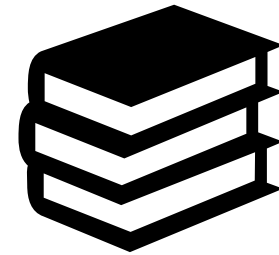
Introducció i context



Augment del
consum de
productes locals



Identitat de la
Costa Brava



Estudi del sector
pesquer a
Catalunya

Estudis previs



Diagnosi del sector pesquer al Baix
Empordà (2018)

Diagnosi de la cadena de valor del sector
pesquer del Baix Empordà (2019)

Estudi tècnic del consum
de peix al Baix Empordà (2020)

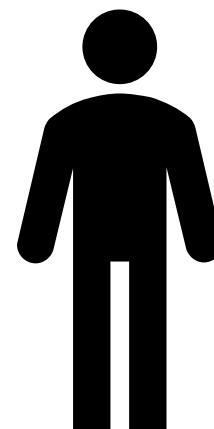
Llibre Blanc del sector del peix a
Catalunya (2021)

Objectius i metodologia

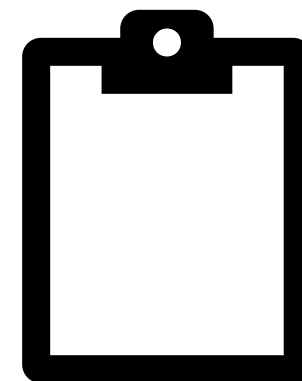
L'objectiu
d'aquest projecte
és l'estudi de la
pauta de compra
dels clients a les
peixateries de la
Costa Brava



Alt Empordà
Baix Empordà
La Selva



420



Enquesta

Resultats



1'1 kg de
peix per
compra



18'44 € de
mitjana per
compra



Mercats
municipals i
peixateries
tradicionals

Figura 1. Gènere dels compradors de les peixateries de la Costa Brava

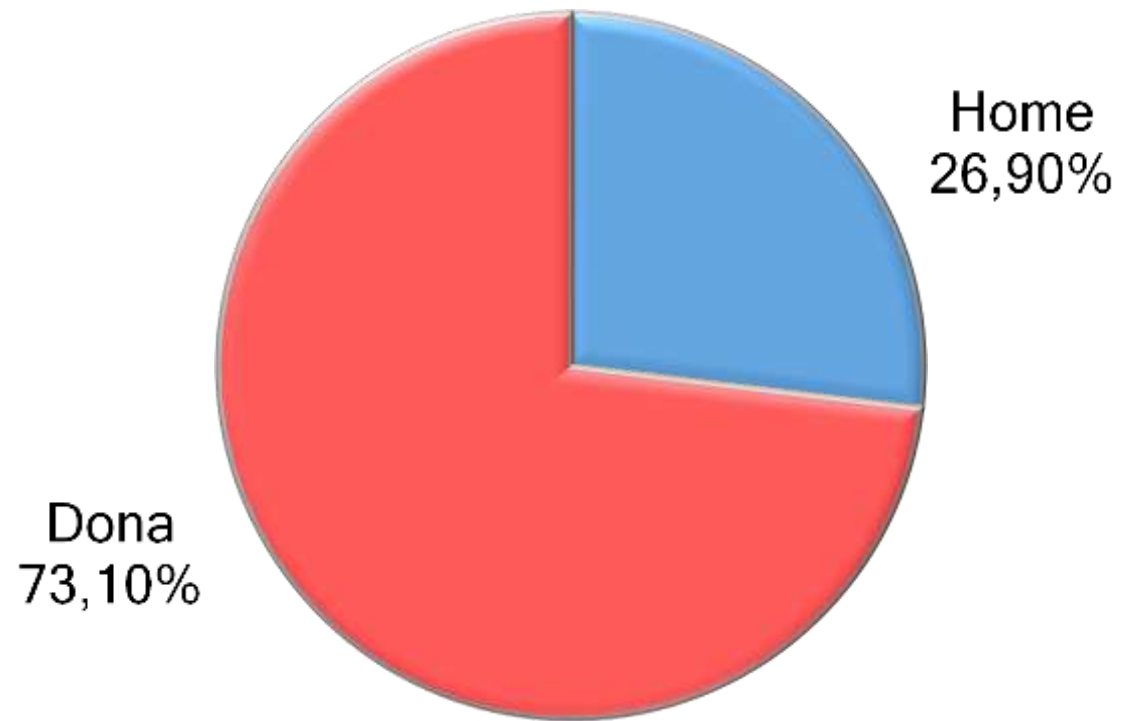


Figura 2. Rang d'edat dels compradors de les peixateries de la Costa Brava

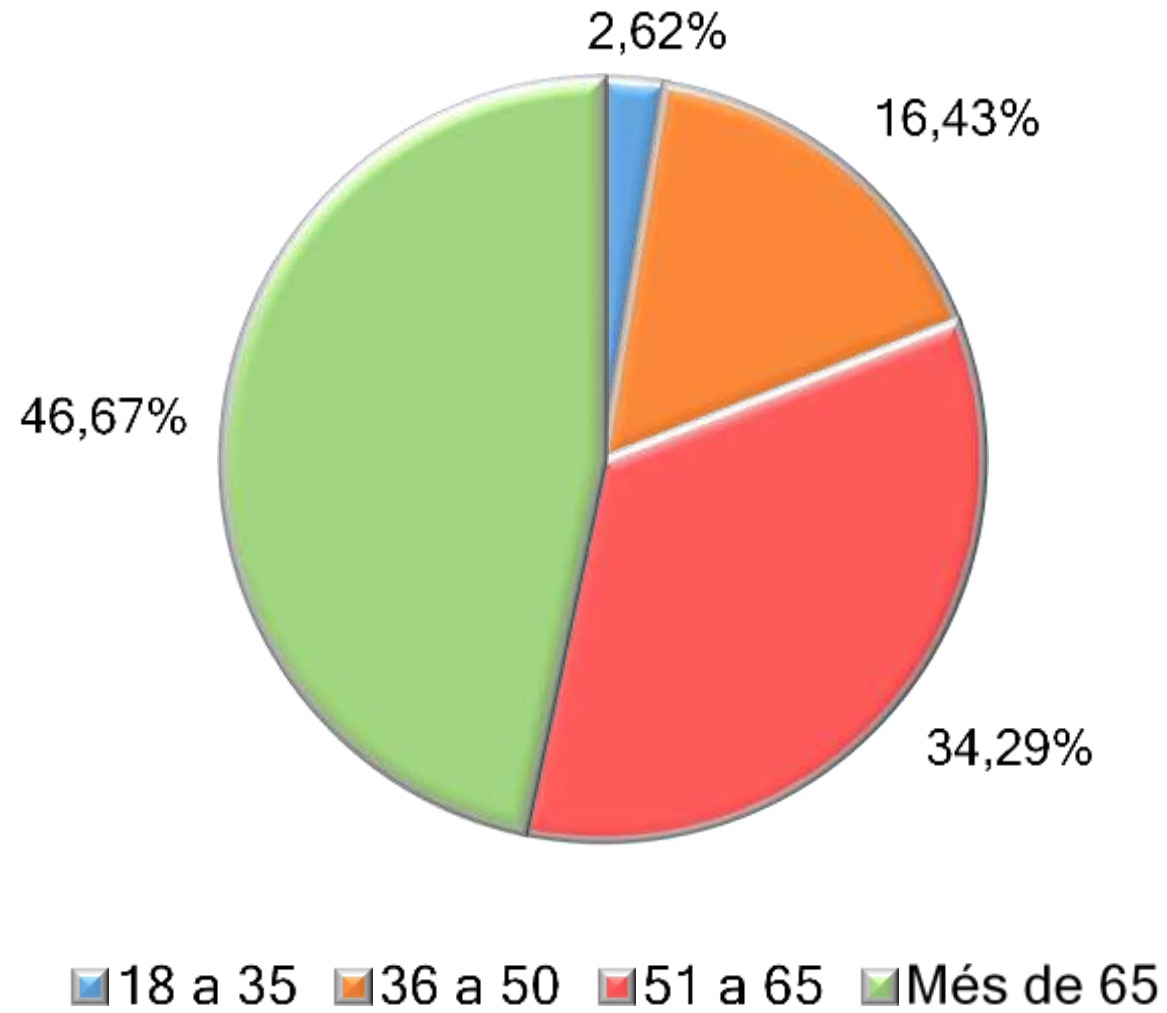


Figura 3. Espècies de la cistella de compra dels clients de les peixateries de la Costa Brava

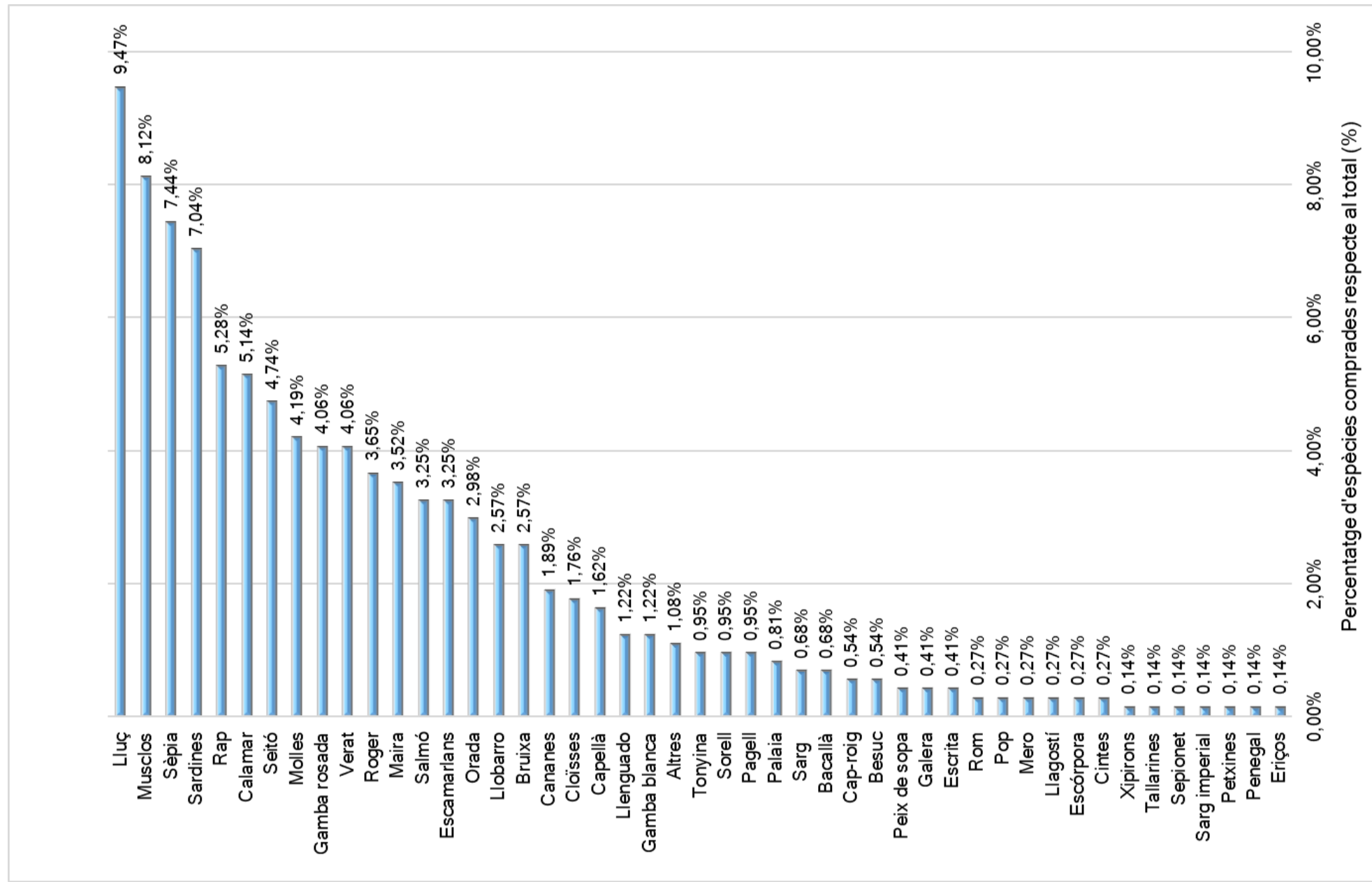
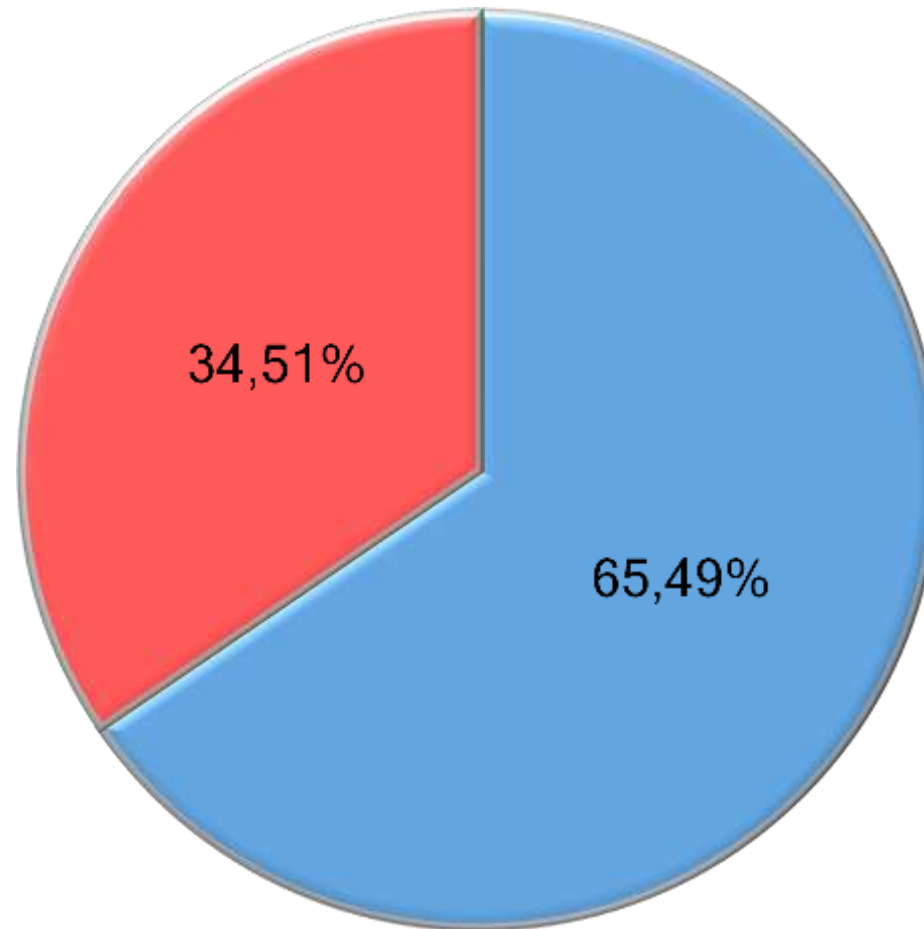


Figura 4. Representació visual dels peixos més comprats



Figura 5. Percentatge de clients que van comprar peix i marisc



■ Peix ■ Marisc

Figura 6. Freqüència de compra a les peixateries de la Costa Brava

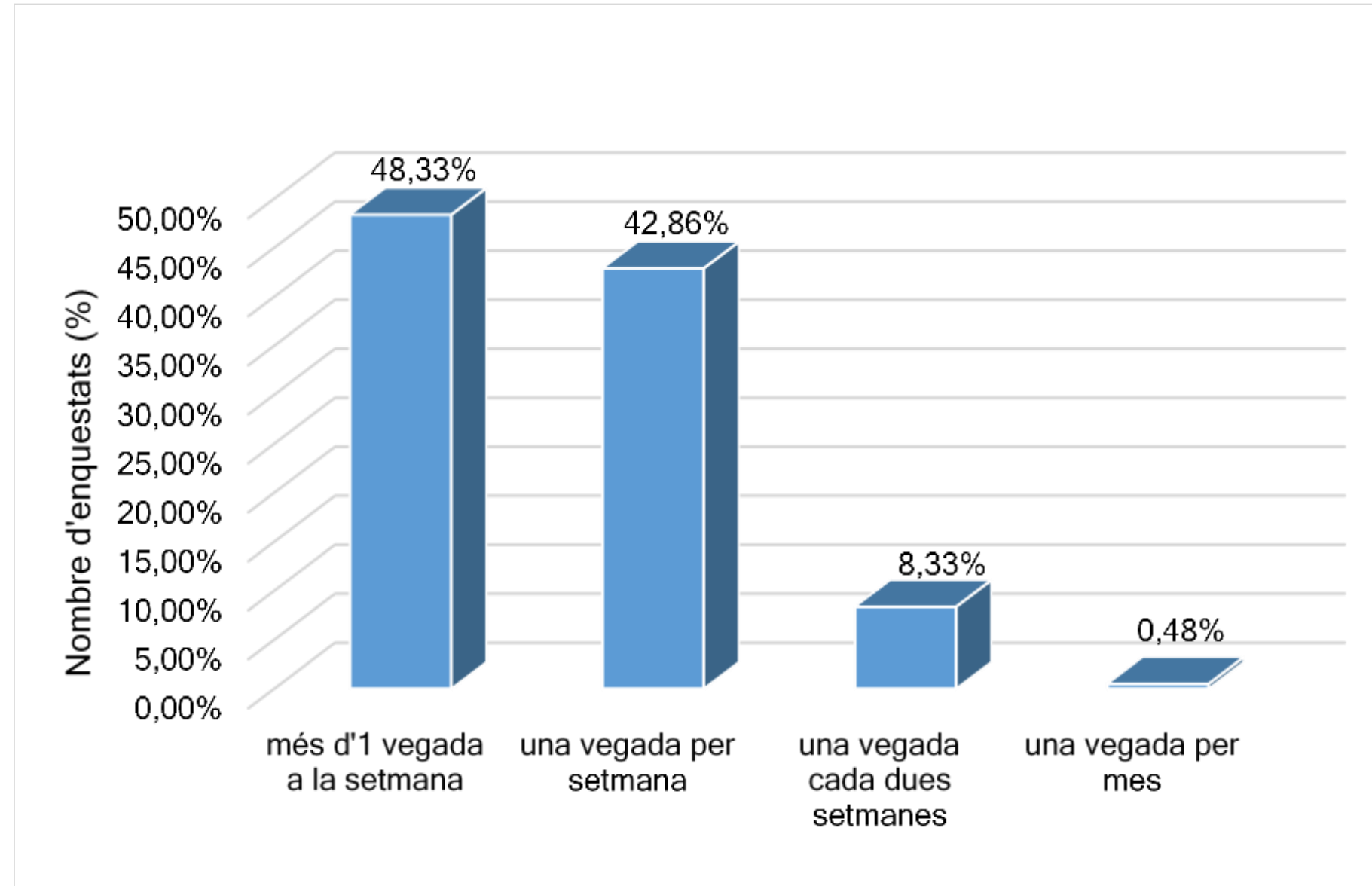


Figura 7. Variació de la freqüència de compra a les peixateries tradicionals a causa de la pandèmia

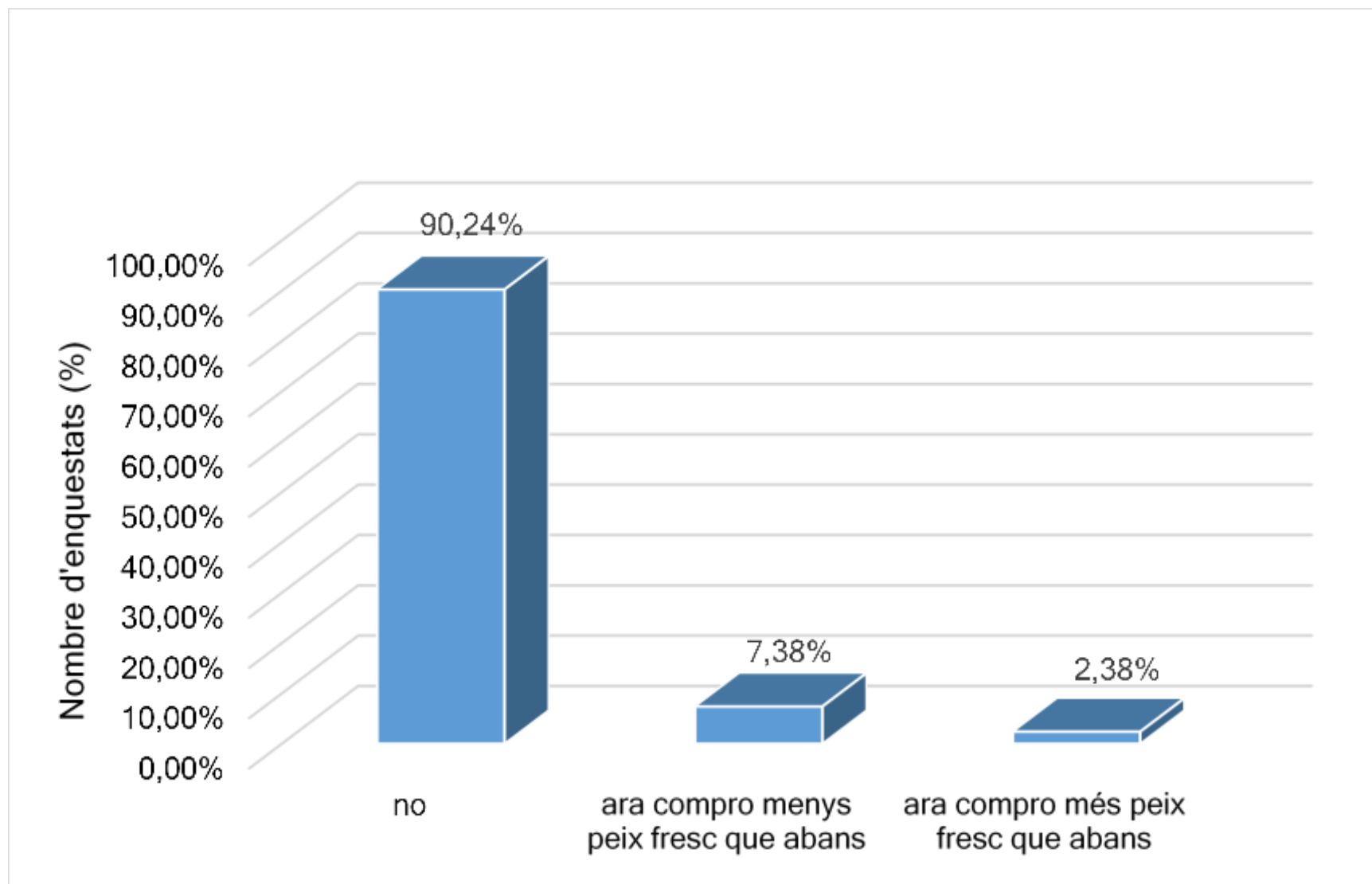


Figura 8. Motivacions per a la compra a les peixateries tradicionals

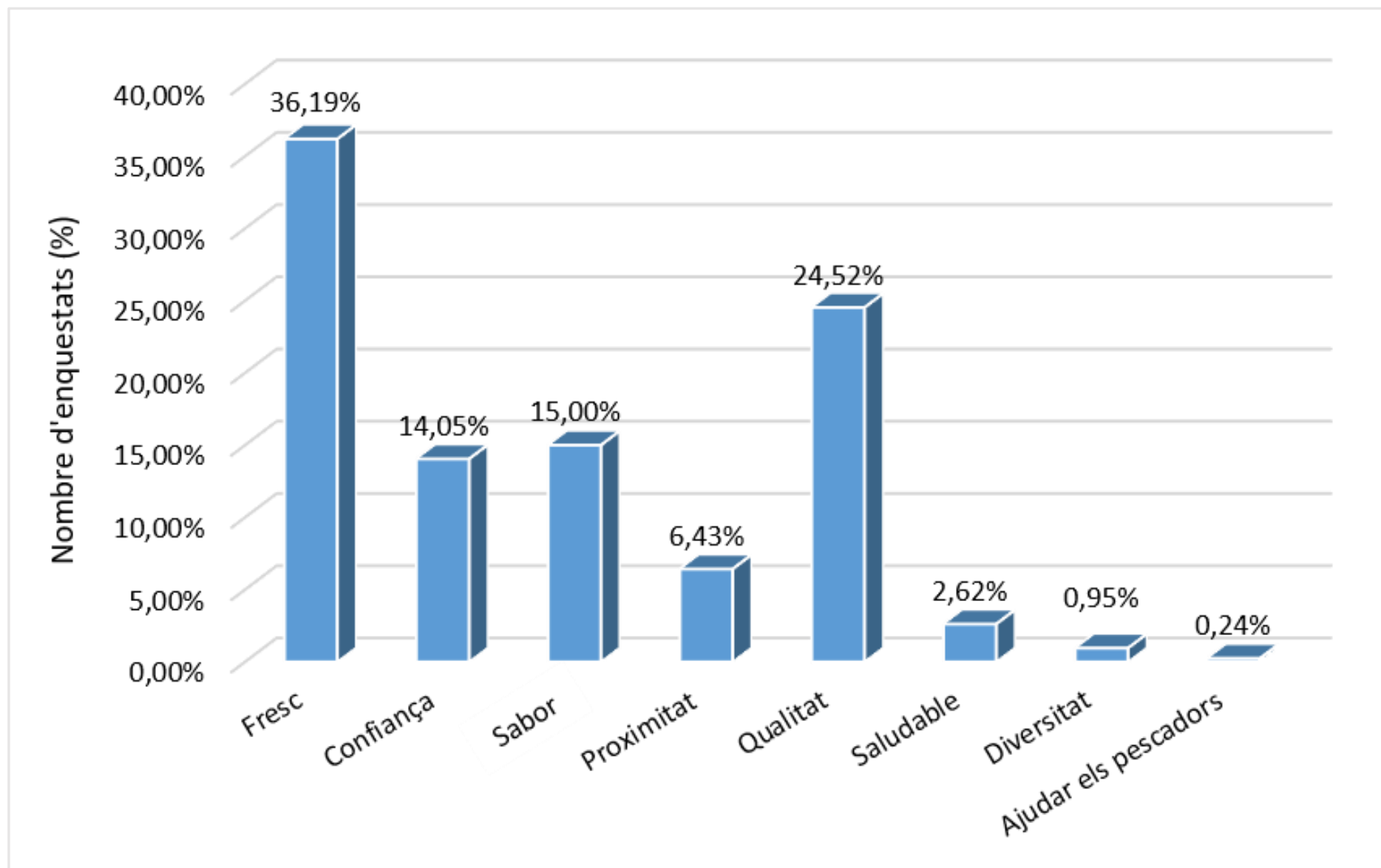


Figura 9. Percentatges dels enquestats que cuinen per a infants o adolescents

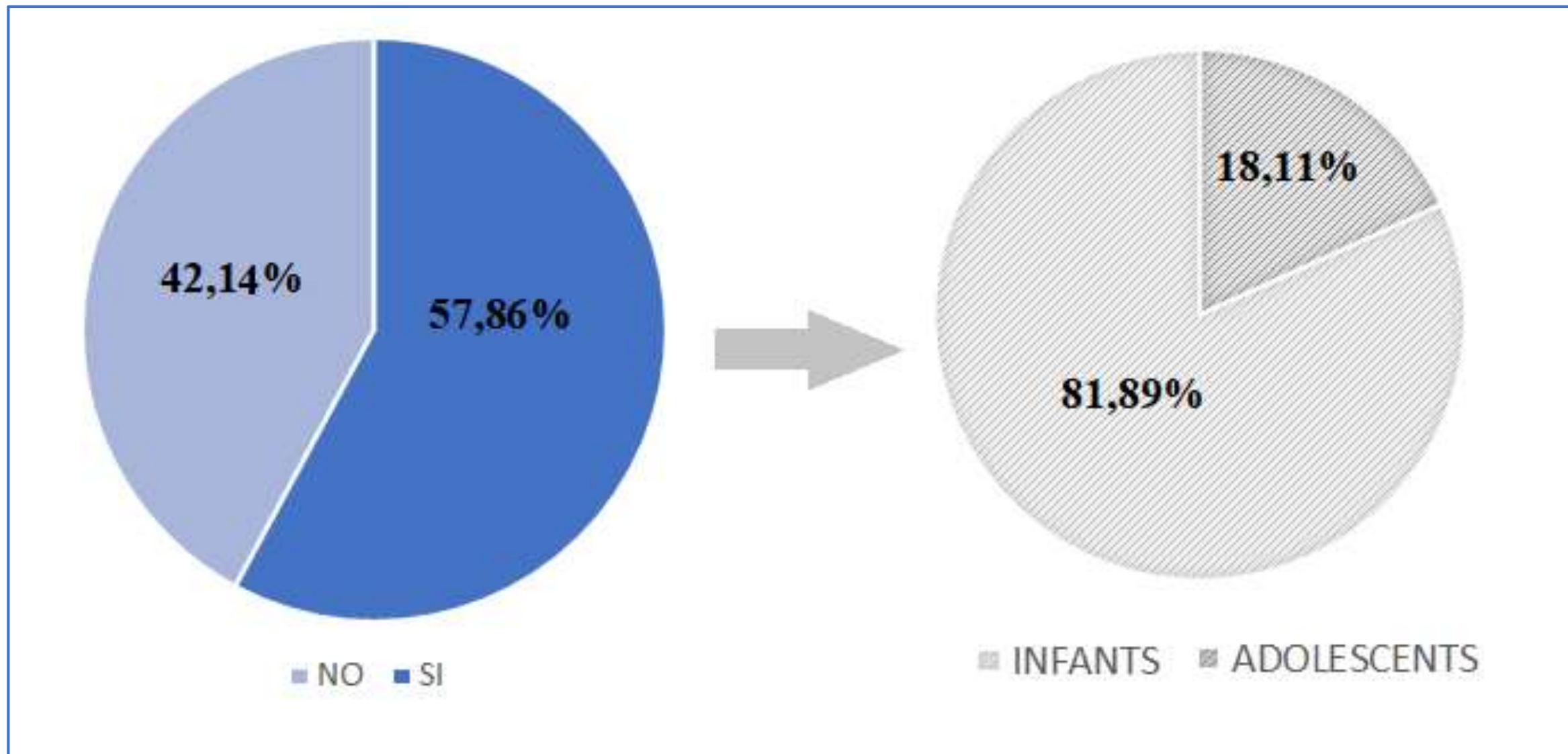


Figura 10. Els agrada el peix als infants i adolescents?

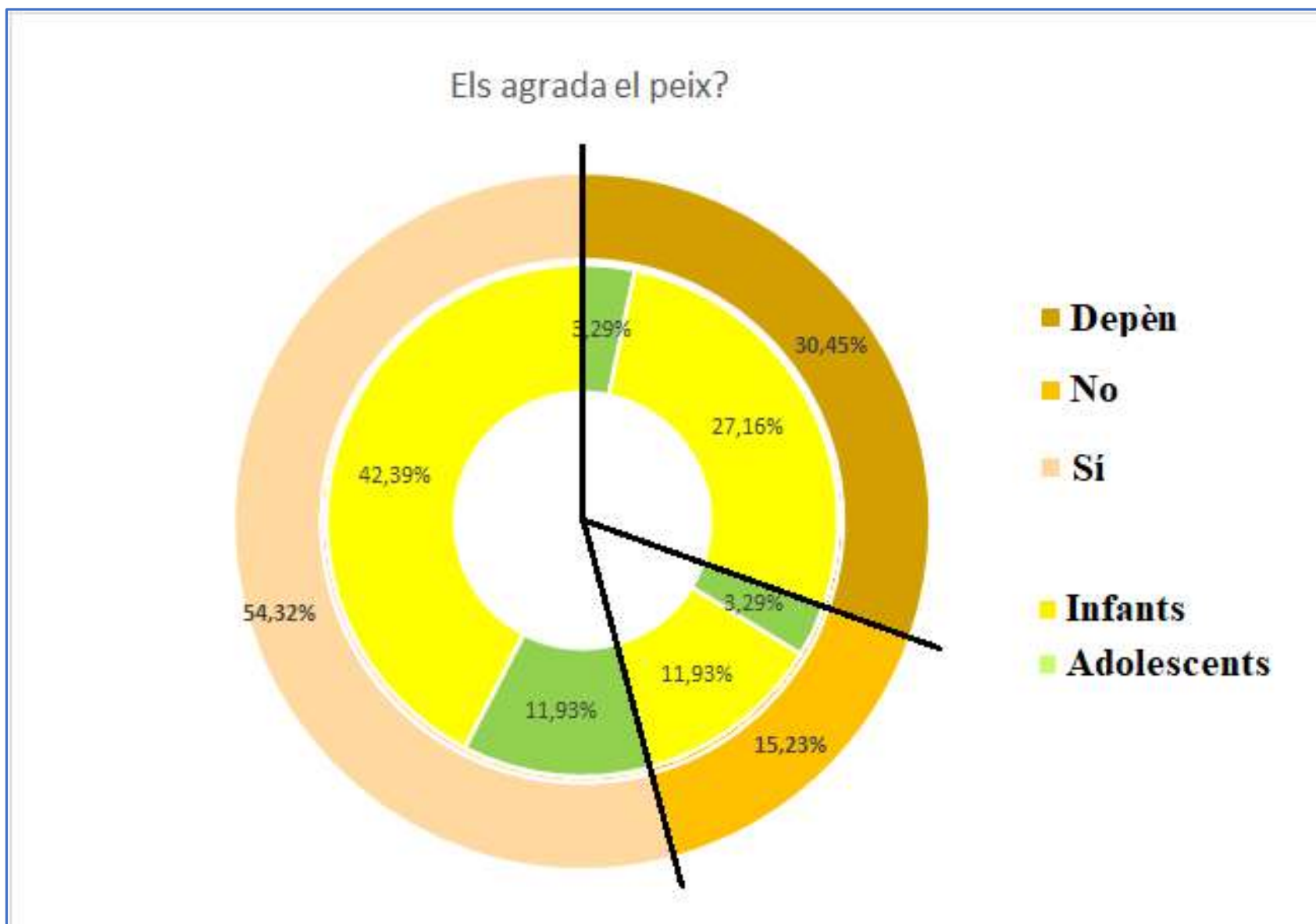


Figura 11. Tipologies de formes de consum més freqüents per cuinar el peix



Conclusions i propostes



El territori i qui pesca



La peixateria i qui ven



El peix i qui compra



La taula i qui consumeix



- Els clients que predominen a les peixateries tradicionals són majoritàriament **dones i persones majors de 65 anys**.
- La major part de la mostra de població enquestada compra a la peixateria tradicional, dins o fora del mercat municipal, de manera freqüent, **almenys una vegada a la setmana**, i aquesta freqüència de compra no ha variat respecte a l'inici de la pandèmia.
- La cistella de compra està formada majoritàriament per peix, cada client adquireix de mitjana **1,10 quilograms de productes** i el cost total de la cistella ascendeix a **una mitjana de 18,44€** per comprador.
- Més de la meitat dels enquestats afirma que compra a les peixateries tradicionals perquè s'hi ven **producte fresc** i de gran **qualitat**.



- Atraure el **públic jove** a la compra de peix fresc, sobretot els clients menors de 35 anys i entendre la **compra de peix** fora de les peixateries tradicionals.
- Valoritzar la **diversitat de productes** de la mar que arriben als ports de la Costa Brava, la **seva estacionalitat**, i el seu ús a la cuina.
- És clau **informar i sensibilitzar a la població**, sobretot als més joves, de la importància de consumir productes locals i saber identificar i llegir les etiquetes de producte de proximitat.
- Promocionar el **peix del mar a la taula**, on la proximitat i la confiança dels pescadors i els peixaters sigui la base per a la creació de valor afegit.



***Moltes gràcies
per la vostra
atenció!***

francesc.fusteforne@udg.edu