

## **La seguretat alimentària i els consumidors. PULSÍMETRE**

Enquesta encarregada per l'Institut Català del Consum

*Abril de 2000*

RPEEO 109

P  
U  
L  
S  
Í  
M  
E  
T  
R  
E

P  
U  
L  
S  
Í  
M  
E  
T  
R  
E

P  
U  
L  
S  
Í  
M  
E  
T  
R  
E



**LA SEGURETAT  
ALIMENTÀRIA  
I ELS  
CONSUMIDORS**

**Barcelona, abril de 2000**



Generalitat de Catalunya  
Departament d'Indústria,  
Comerç i Turisme  
**Institut Català del Consum**



## ELS CONSUMIDORS/ES CATALANS CONFIEN EN LA SEGURETAT DELS ALIMENTS

**Les crisis alimentàries no han canviat els hàbits de consum dels enquestats/des**

**Barcelona, abril de 2000.** L'Institut Català del Consum, organisme adscrit al Departament d'Indústria, Comerç i Turisme, presenta el pulsímetre sobre "Seguretat alimentària" on es palesa que no hi ha una situació d'alarma social generada per la seguretat dels aliments. Així, malgrat les sacsejades produïdes en els darrers anys per les anomenades crisis alimentàries (vaques boges, dioxines, listeriosi...) la majoria de consumidors/es no han canviat els seus hàbits alimentaris. Uns hàbits que corresponen a consumidors/es madurs i responsables, ja que tenen en compte el contingut de l'etiquetatge i en segueixen les instruccions. Són, però, força escèptics amb els missatges publicitaris, no els associen a la seguretat dels productes, i a més a més, asseguren que els seus hàbits de compra i consum no es veuen influenciats pels mitjans de comunicació. S'aprecia també una valoració satisfactòria de la higiene dels establiments que comercialitzen els productes alimentaris, considerats avui més segurs que en temps passats.

Aquesta enquesta segueix les pautes de les anteriors i incideix en els continguts d'àmbit consumidorista, de resposta ràpida. Des de l'inici d'aquests sondejos, el primer va ser a mitjan 1996, fins al darrer sondeig, s'han donat a conèixer les pautes i s'han establert les tendències del món consumidorista.

El sondeig cobreix una mostra telefònica d'unes **590** persones enquestades arreu de Catalunya. El **60 per cent** de les entrevistes s'ha realitzat a la província de **Barcelona**. El percentatge restant correspon el **14 per cent** a la província de **Girona**, el **13 per cent** a la de **Lleida** i el **13 per cent** a la de **Tarragona**.

### **Etiquetatge alimentari**

Les primeres qüestions d'aquest *pulsímetre* giren al voltant de l'etiquetatge alimentari. La major part dels consumidors/es enquestats -- un 80 per cent-- llegeix les instruccions i informació dels productes alimentaris que compra. El fet que entre les dones el percentatge de respostes positives sigui superior en un 10 per cent al dels homes, evidencia que aquesta és una pràctica més assentada entre el col·lectiu femení. Quant a l'anàlisi per grups d'edat, el grup d'enquestats/des de menys de 30 anys -- amb un 85,39 per cent-- són el qui en més casos afirmen llegir l'etiquetatge alimentari, i el més grans de 50 anys els qui menys ho fan, tot i que superen amb escreix el 70 per cent de respostes afirmatives.

***Els consumidors llegeixen, segueixen i confien en el contingut de l'etiquetatge alimentari***

El contingut de l'etiquetatge dels productes mereix la confiança de gairebé el 80 per cent d'enquestats. L'anàlisi de les variables sexe i edat revela un grau de confiança molt alt dels consumidors pel que fa a aquest aspecte. Destacaríem que els homes es mostren més escèptics, al voltant del 20 per cent desconfia del contingut de l'etiquetatge alimentari enfront d'un 13,39 per cent entre les dones. Per edats, el grup que



Generalitat de Catalunya  
Departament d'Indústria,  
Comerç i Turisme  
**Institut Català del Consum**

comprèn els enquestats d'entre 30 i 50 anys, amb un 84 per cent de respostes, és en el qual trobem més enquestats que confien en el contingut de l'etiquetatge. Així mateix, els altres grups d'edat considerats superen àmpliament el 70 per cent de respostes afirmatives.

El seguiment de les instruccions d'ús, de conservació, de manipulació i de caducitat dels productes és pràcticament unànime entre el conjunt d'enquestats. S'obtenen percentatges altíssims tant en l'anàlisi per sexes com per edats, essent els més grans de 50 anys amb un 88 per cent de seguiment, l'únic grup que no supera el 90 per cent de respostes afirmatives a aquesta pregunta.

La conclusió parcial que podem extreure de les primeres qüestions d'aquest *pulsímetre* és que els enquestats/des confien majoritàriament en el contingut de l'etiquetatge alimentari. A més a més, són consumidors/es responsables perquè afirmen que llegeixen i segueixen (en percentatges de resposta afirmativa molt elevats en ambdues qüestions) les instruccions dels productes alimentaris que comprèn.

#### **La seguretat dels aliments i la publicitat**

***La majoria d'enquestats/des no consideren que els productes alimentaris siguin més segurs pel fet de ser anunciats***

El 90,85 per cent de consumidors/es enquestats/des considera que els productes no són més segurs pel fet de ser anunciats. Els percentatges són gairebé idèntics entre homes i dones, sempre pel damunt del 90 per cent. Pel que fa a l'anàlisi per edats a tots els grups considerats, s'aprecia la mateixa tendència de considerar que els productes anunciats no són més segurs que els altres.

D'acord amb els resultats del present *pulsímetre* hem vist que no es considera que hi hagi una relació directa entre publicitat i seguretat dels aliments. No és estrany, per tant, que la publicitat no tingui una influència decisiva entre els consumidors/es a l'hora d'adquirir productes alimentaris. I sembla que no la té per a la majoria d'enquestats, ja que un 53,22 per cent ha respost que no confia en aquells que surten en els anuncis publicitaris. Per grups d'edat, és entre els més grans de 50 anys on s'aprecia una major desconfiança en aquest aspecte. Atenent a la variable sexe, les dones --54,72%-- desconfien més de la publicitat d'aliments que no pas els homes --48,94 per cent--.

***La publicitat no té una influència decisiva en els consumidors/es a l'hora d'adquirir productes alimentaris***

En vista d'aquests resultats sembla possible concloure que la publicitat no genera per si mateixa un corrent de confiança cap als productes alimentaris, si més no, entre la mostra de població enquestada. L'afirmació anterior es veu clarament refrendada pel fet que més del 90 per cent d'enquestats/des considera que els productes anunciats no són més segurs que els altres.



Generalitat de Catalunya  
Departament d'Indústria,  
Comerç i Turisme  
**Institut Català del Consum**

### **La influència dels mitjans de comunicació**

La majoria d'enquestats/des -- 68,47 per cent -- considera que els mitjans de comunicació no influeixen en els seus hàbits de compra i consum alimentari. La manca d'influència dels mitjans és també la resposta majoritària si analitzem les respostes per sexes. Finalment, cal destacar com l'anàlisi dels resultats per edats revela que entre els més joves les respostes afirmatives i negatives es reparteixen gairebé al 50 per cent, amb una lleugera tendència a considerar la manca d'influència dels mitjans. Per contra, és entre els més grans de 50 anys on s'observa una resposta més clarament definida a considerar que els mitjans no influeixen en els seus hàbits de compra i consum alimentari.

***Els consumidors/es enquestats/des no creuen que els mitjans de comunicació influeixin en els seus hàbits de compra i consum alimentari***

Analitzem ara el grau de confiança en relació al tipus de producte. Els productes agrícoles, un xic per damunt del 40 per cent, són els que mereixen un major grau de confiança quant a la seva seguretat, seguits pels productes processats industrialment i productes de la pesca, ambdós amb percentatges similars al voltant del 20 per cent. Finalment, els productes carnis, que no arriben al 7 per cent, són els considerats menys segurs.

Cal posar de manifest que malgrat que els consumidors/es enquestats/des en aquest estudi es decanten per considerar que els mitjans de comunicació no influeixen en els seus hàbits de compra i consum alimentari, també assenyalen els productes carnis com aquells que menys confiança els mereixen. Fem aquesta reflexió perquè són els productes carnis els que s'han vist més afectats per les crisis alimentàries (vaques boges, dioxines, listeriosi...). Aquestes crisis van comptar amb un ampli seguiment i difusió mediàtics, i sembla probable que això hagi repercutit, malgrat que la tendència majoritària indiqui el contrari, en la confiança dels consumidors/es sobre la seguretat dels productes carnis.

***Les crisis alimentàries no han provocat grans canvis en els hàbits de compra i de consum alimentaris***

Existeixi o no una influència del mitjans de comunicació, el fet cert és que preguntats directament sobre la influència de les crisis alimentàries que s'han produït en els darrers anys, tres quartes parts dels enquestats/des asseguren que no els han fet canviar els hàbits de consum. Aquesta fidelitat als hàbits consumistes és més acusada entre els homes --un 86,17 per cent els ha mantingut invariables--, que no pas entre les dones -- no ha canviat d'hàbits el 72,83 per cent--.

### **Avui millor que ahir**

Els resultats d'aquest estudi mostren que pel que fa a la seguretat dels aliments els enquestats/des no consideren que els temps passats fossin millors. Així es desprén si tenim en compte que el 64,41 per cent dels



Generalitat de Catalunya  
Departament d'Indústria,  
Comerç i Turisme  
**Institut Català del Consum**

consumidors/es enquestats/des consideren que els aliments són avui més segurs que no pas abans, mentre el 31,02 per cent pensa que no és així. Les respostes a aquesta qüestió mostren uns percentatges molt similars tant si les analitzem per sexes com per edats. És a dir, podríem considerar com a molt significatives les dades que reflecteixen l'opinió global (sense diferenciació per sexes i edats) dels enquestats/des: un 64 per cent considera que avui dia són més segurs, al voltant del 31 per cent creu que no és així i aproximadament un 5 per cent no ho sap o no contesta.

***Es considera que els aliments són més segurs avui que en temps passats***

#### **La higiene dels establiments comercials**

Analitzem en darrer terme aquesta qüestió perquè és també el darrer esglaó en la cadena de distribució dels aliments abans d'arribar al consumidor. És important, no obstant, tenir en compte que les condicions de seguretat del productes alimentaris es poden veure afectades per una higiene deficient en el punt de comercialització. Fetes aquestes consideracions, cal dir que les condicions higièniques dels establiments comercials es consideren adients per gairebé un 60 per cent dels enquestats. Les dones són més crítiques o exigents en la valoració d'aquest aspecte, un 55,91 per cent consideren les condicions adients enfront del 70,21 per cent pel que fa als homes. En termes generals, però, cal dir que els consumidors/es donen un aprovat alt a les condicions d'higiene dels establiments en els quals adquireixen els productes alimentaris.

**Les dades completes del pulsímetre poden consultar-se a la pàgina web de l'Institut Català del Consum:**

**<http://www.icconsum.org>**

**Si desitgeu rebre més informació, podeu adreçar-vos al Gabinet de Comunicació de l'Institut Català del Consum:**

**Montserrat Farré-Miró i Jordi Clemente**

**Tel. 93 330 98 12 Fax. 93 411 06 78 E-mail: [farrem@icconsum.org](mailto:farrem@icconsum.org)**



Generalitat de Catalunya  
Departament d'Indústria,  
Comerç i Turisme  
**Institut Català del Consum**

## ÍNDEX

**Pregunta 01.-** Llegeix les instruccions i la informació de les etiquetes dels productes alimentaris que compra?

Resposta	Percentatge
Sí	<u>80,00%</u>
No	17,46%
Ns/Nc	2,37%

**Pregunta 02.-** Confia en el contingut de l'etiqueta dels productes?

Resposta	Percentatge
Sí	<u>79,32%</u>
No	15,08%
Ns/Nc	5,25%

**Pregunta 03.-** Segueix les instruccions d'ús, de conservació, de manipulació i de caducitat del producte?

Resposta	Percentatge
Sí	<u>92,71%</u>
No	3,73%
Ns/Nc	3,56%

**Pregunta 04.-** Considera que els establiments comercials adopten condicions higièniques adients?

Resposta	Percentatge
Sí	<u>59,83%</u>
No	28,14%
Ns/Nc	11,86%



Generalitat de Catalunya  
Departament d'Indústria,  
Comerç i Turisme  
**Institut Català del Consum**

**Pregunta 05.** Quin d'aquests tipus de productes li mereix més confiança, quant a la seva seguretat?

<b>Resposta</b>	<b>Percentatge</b>
<u>Agrícoles</u>	<u>40,17%</u>
Càrnics	5,93%
De la pesca	19,66%
Processats industrialment	20,51%
Ns/Nc	13,95%

**Pregunta 06.-** Confia en els productes alimentaris que surten en els anuncis publicitaris?

<b>Resposta</b>	<b>Percentatge</b>
Sí	37,80%
<u>No</u>	<u>53,22%</u>
Ns/Nc	8,64%

**Pregunta 07.-** Influeixen els mitjans de comunicació en els seus hàbits de compra i de consum alimentari?

<b>Resposta</b>	<b>Percentatge</b>
Sí	30,34%
<u>No</u>	<u>68,47%</u>
Ns/Nc	1,02%

**Pregunta 08.-** Creu que els productes anunciats són més segurs que els altres?

<b>Resposta</b>	<b>Percentatge</b>
Sí	4,75%
<u>No</u>	<u>90,85%</u>
Ns/Nc	4,24%





Generalitat de Catalunya  
Departament d'Indústria,  
Comerç i Turisme  
**Institut Català del Consum**

**Pregunta 09.-** Considera que avui dia els aliments són més segurs que abans?

<b>Resposta</b>	<b>Percentatge</b>
<u>Sí</u>	<u>64,41%</u>
No	31,02%
Ns/Nc	4,58%

**Pregunta 10.-** Els seus hàbits de consum han canviat arran de les anomenades crisis alimentàries?

<b>Resposta</b>	<b>Percentatge</b>
Sí	21,19%
<u>No</u>	<u>76,44%</u>
Ns/Nc	2,20%

# Institut Català del Consum

REF:\SONIC\IPI\0\MARÇ00

**Pregunta 1.-** Llegeix les instruccions i la informació de les etiquetes dels productes alimentaris que compra?

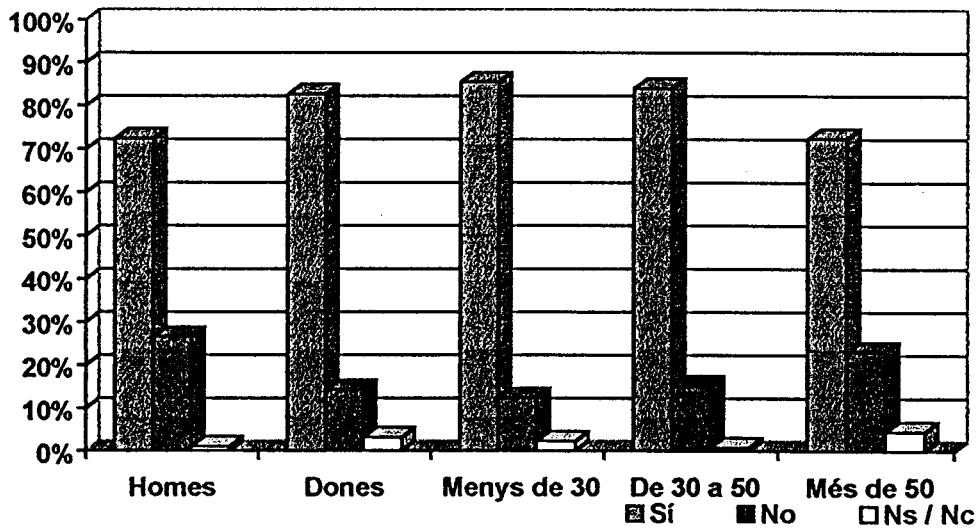
- A. Sí
- B. No

- Mostra: 590 persones de Catalunya.
- Data del sondeig: del 1 al 7 de març de 2000.

RESPOSTA	PERCENTATGE	FIABILITAT
Sí	80.00%	± 3.23%
No	17.46%	± 3.06%
Ns/Nc	2.37%	± 1.23%

Relació de les respostes a la pregunta

Resp \ Grup	Homes	Dones	Menys de 30	De 30 a 50	Més de 50
Sí	72.34%	82.68%	85.39%	84.00%	72.39%
No	26.60%	14.17%	12.36%	15.20%	23.13%
Ns/Nc	1.06%	3.15%	2.25%	0.80%	4.48%



# Institut Català del Consum

REF:SONICCIPI10\MARÇ00

Pregunta 2.- Confia en el contingut de l'etiqueta dels productes?

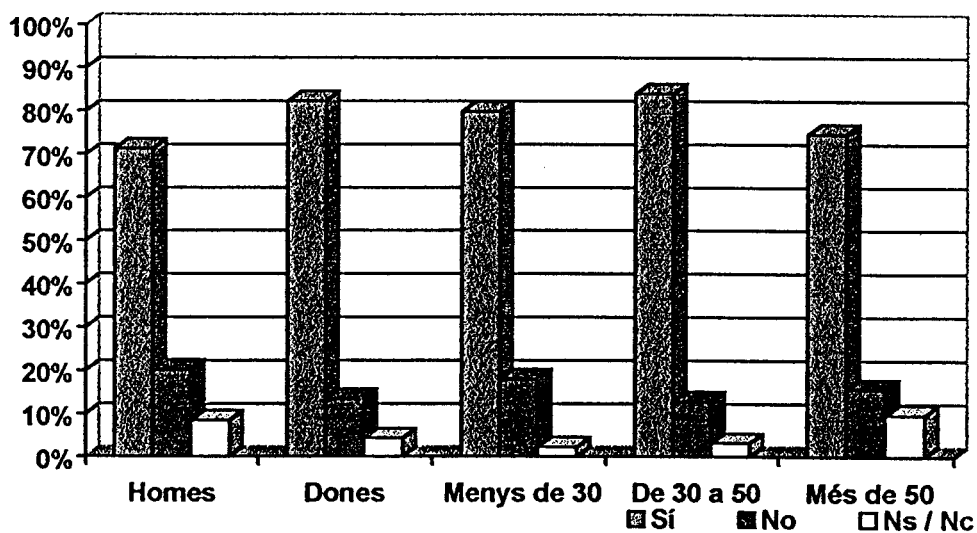
- A. Sí
- B. No

- Mostra: 590 persones de Catalunya.
- Data del sondeig: del 1 al 7 de març de 2000.

RESPOSTA	PERCENTATGE	FIABILITAT
Sí	79.32%	± 3.27%
No	15.08%	± 2.89%
Ns/Nc	5.25%	± 1.80%

Relació de les respostes a la pregunta

Resp \ Grup	Homes	Dones	Menys de 30	De 30 a 50	Més de 50
Sí	71.28%	82.28%	79.78%	84.00%	74.63%
No	20.21%	13.39%	17.98%	12.80%	15.67%
Ns/Nc	8.51%	4.33%	2.25%	3.20%	9.70%



# Institut Català del Consum

REF:SONICCI\PI0\MARÇ00

**Pregunta 3.-** Segueix les instruccions d'us, de conservació, de manipulació i de caducitat del producte?

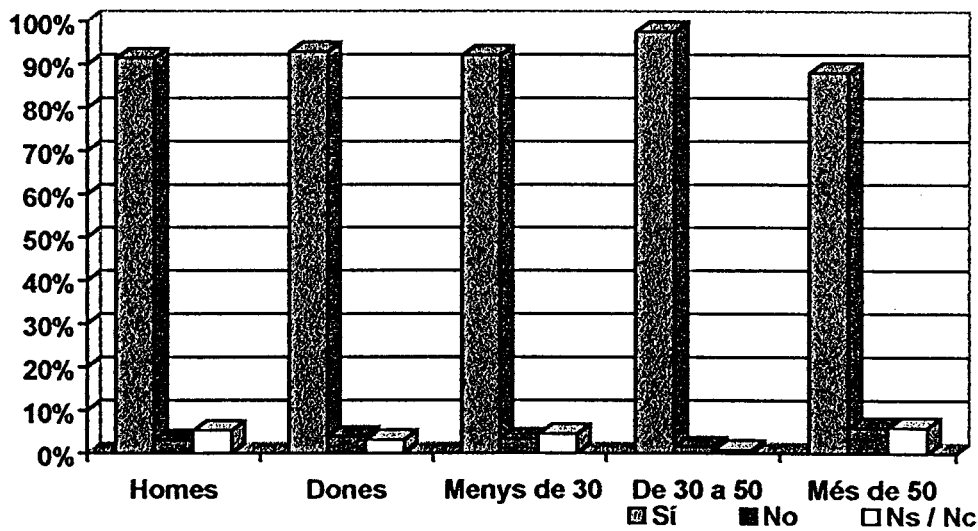
- A. Sí
- B. No

- Mostra: 590 persones de Catalunya.
- Data del sondeig: del 1 al 7 de març de 2000.

RESPOSTA	PERCENTATGE	FIABILITAT
Sí	92.71%	± 2.10%
No	3.73%	± 1.53%
Ns/Nc	3.56%	± 1.50%

Relació de les respostes a la pregunta

Resp \ Grup	Homes	Dones	Menys de 30	De 30 a 50	Més de 50
Sí	91.49%	92.91%	92.13%	97.60%	88.06%
No	3.19%	3.94%	3.37%	1.60%	5.97%
Ns/Nc	5.32%	3.15%	4.49%	0.80%	5.97%



# Institut Català del Consum

REF:ASONICCIPI10\MARÇ00

**Pregunta 4.-** Considera que els establiments comercials adopten condicions higièniques adients?

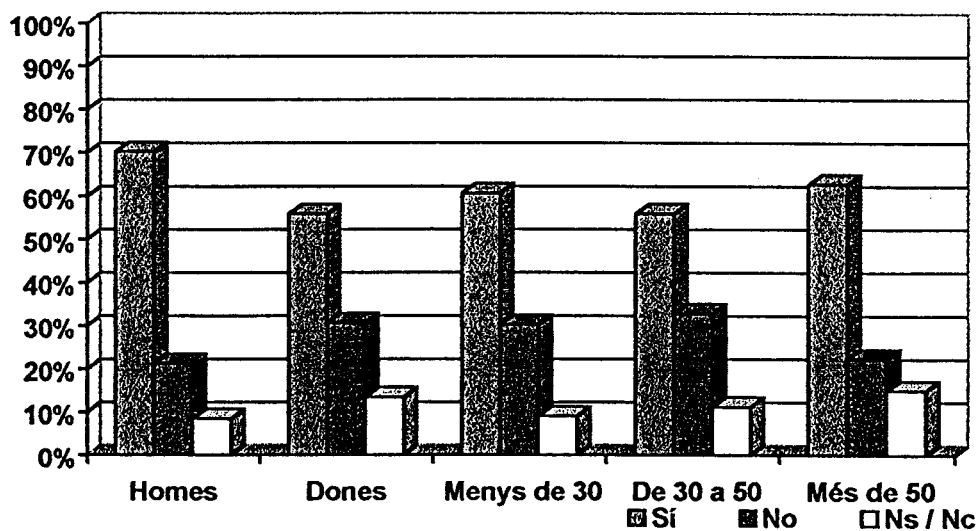
- A. Sí
- B. No

- Mostra: 590 persones de Catalunya.
- Data del sondeig: del 1 al 7 de març de 2000.

RESPOSTA	PERCENTATGE	FIABILITAT
Sí	59.83%	± 3.96%
No	28.14%	± 3.63%
Ns/Nc	11.86%	± 2.61%

Relació de les respostes a la pregunta

Resp \ Grup	Homes	Dones	Menys de 30	De 30 a 50	Més de 50
Sí	70.21%	55.91%	60.67%	56.00%	62.69%
No	21.28%	30.71%	30.34%	32.80%	22.39%
Ns/Nc	8.51%	13.39%	8.99%	11.20%	14.93%



## Institut Català del Consum

REF:ASONICCI1NPI0MARÇ00

**Pregunta 5.-** Quin d'aquests tipus de productes li mereix més confiança, quant a la seva seguretat?

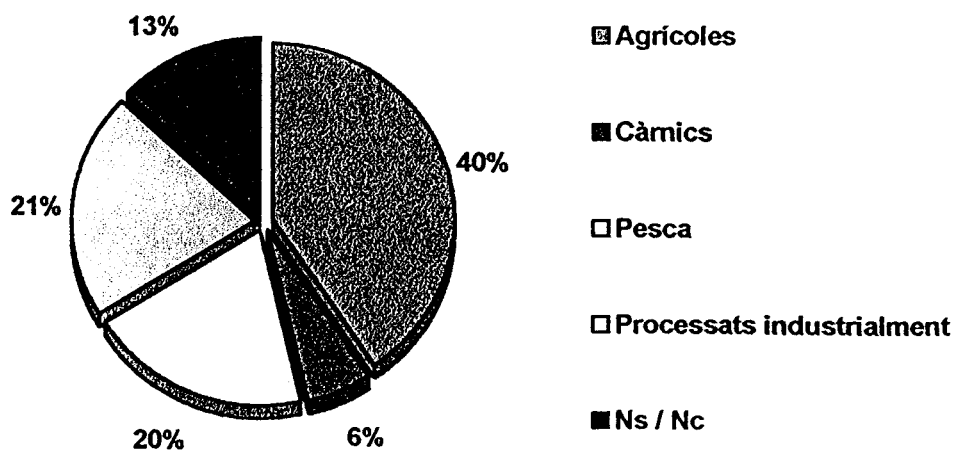
- A. Agrícoles
- B. Càrnics
- C. De la pesca
- D. Processats industrialment

- Mostra: 590 persones de Catalunya.
- Data del sondeig: del 1 al 7 de març de 2000.

RESPOSTA	PERCENTATGE	FIABILITAT
Agrícoles	40.17%	± 3.96%
Càrnics	5.93%	± 1.91%
Pesca	19.66%	± 3.21%
Processats industrialment	20.51%	± 3.26%
Ns / Nc	13.05%	± 2.72%

Relació de les respostes a la pregunta

Resp \ Grup	Homes	Dones	Menys de 30	De 30 a 50	Més de 50
Agrícoles	46.81%	37.80%	40.45%	40.80%	39.55%
Càrnics	3.19%	7.09%	7.87%	3.20%	7.46%
Pesca	15.96%	21.26%	12.36%	22.40%	22.39%
Processats industrialment	18.09%	21.65%	28.09%	24.80%	11.94%
Ns / Nc	15.96%	12.20%	11.24%	8.80%	18.66%



# Institut Català del Consum

REF:ASONICCIPI10\MARÇ00

**Pregunta 6.-** Confia en els productes alimentaris que surten en els anuncis publicitaris?

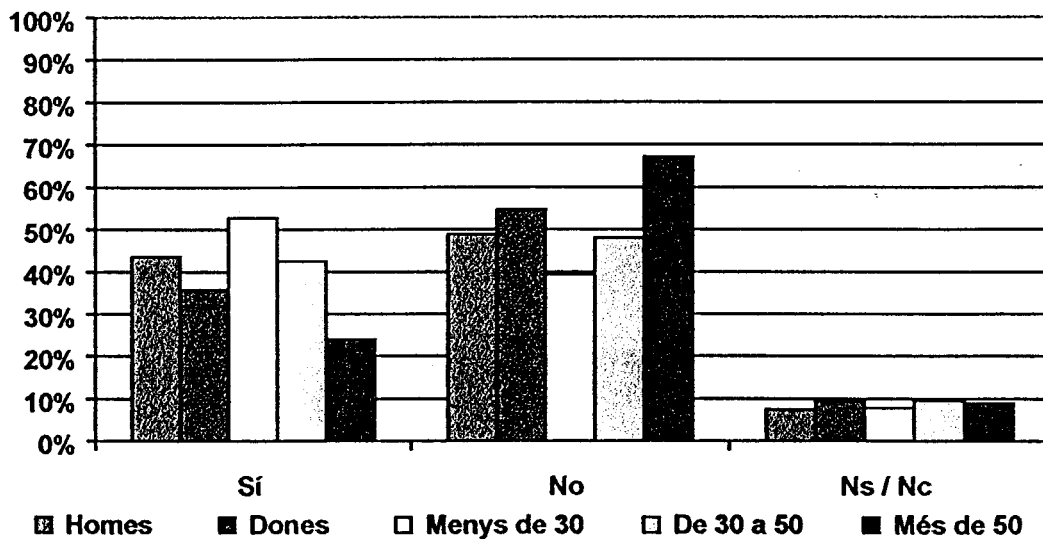
- A. Sí
- B. No

- Mostra: 590 persones de Catalunya.
- Data del sondeig: del 1 al 7 de març de 2000.

RESPOSTA	PERCENTATGE	FIABILITAT
Sí	37.80%	± 3.91%
No	53.22%	± 4.03%
Ns / Nc	8.64%	± 2.27%

Relació de les respostes a la pregunta

Resp \ Grup	Homes	Dones	Menys de 30	De 30 a 50	Més de 50
Sí	43.62%	35.83%	52.81%	42.40%	23.88%
No	48.94%	54.72%	39.33%	48.00%	67.16%
Ns / Nc	7.45%	9.45%	7.87%	9.60%	8.96%



# Institut Català del Consum

REF:ASONICCIPI10\MARÇ00

**Pregunta 7.-** Influeixen els mitjans de comunicació en els seus hàbits de compra i de consum alimentari?

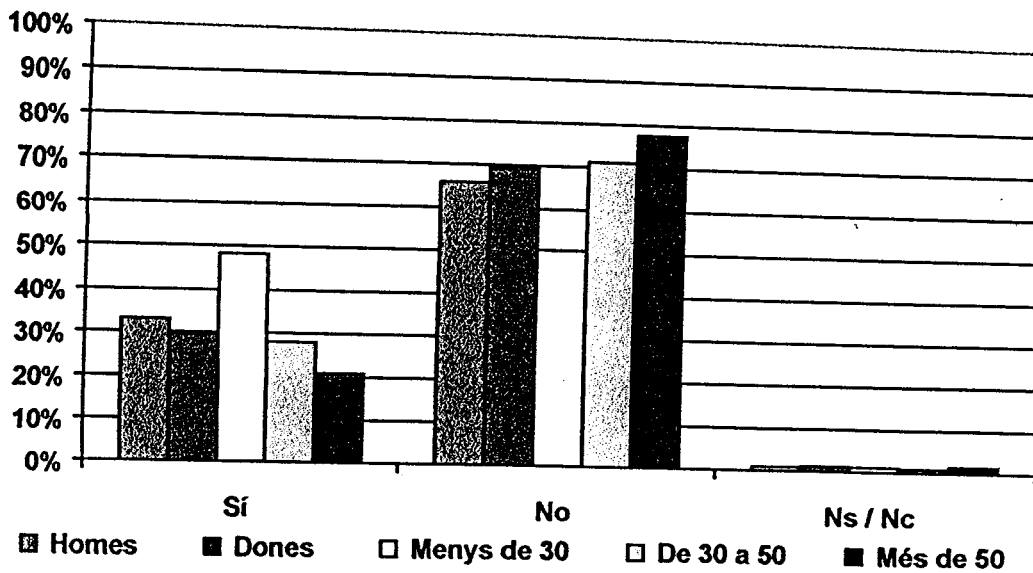
- A. Sí
- B. No

- Mostra: 590 persones de Catalunya.
- Data del sondeig: del 1 al 7 de març de 2000.

RESPOSTA	PERCENTATGE	FIABILITAT
Sí	30.34%	± 3.71%
No	68.47%	± 3.75%
Ns/Nc	1.02%	± 0.81%

Relació de les respostes a la pregunta

Resp \ Grup	Homes	Dones	Menys de 30	De 30 a 50	Més de 50
Sí	32.98%	29.53%	48.31%	28.00%	20.90%
No	65.96%	69.29%	50.56%	71.20%	77.61%
Ns/Nc	1.06%	1.18%	1.12%	0.80%	1.49%





# Institut Català del Consum

REF:SONICC1\PI10\MARÇ00

**Pregunta 8.-** Creu que els productes anunciats són més segurs que els altres?

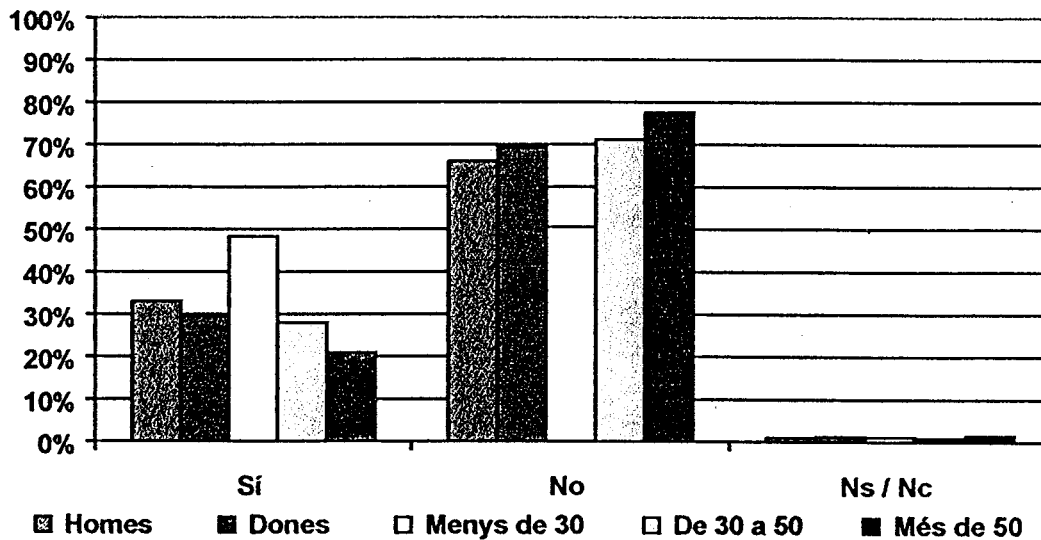
- A. Sí
- B. No

- Mostra: 590 persones de Catalunya.
- Data del sondeig: del 1 al 7 de març de 2000.

RESPOSTA	PERCENTATGE	FIABILITAT
Sí	4.75%	± 1.72%
No	90.85%	± 2.33%
Ns / Nc	4.24%	± 1.63%

Relació de les respostes a la pregunta

Resp \ Grup	Homes	Dones	Menys de 30	De 30 a 50	Més de 50
Sí	4.26%	5.12%	2.25%	5.60%	5.97%
No	90.43%	90.94%	97.75%	92.80%	84.33%
Ns / Nc	5.32%	3.94%	<1.00%	1.60%	9.70%



# Institut Català del Consum

REF:SONICC1NP10MARÇ00

**Pregunta 9.-** Considera que avui dia els aliments són més segurs que abans?

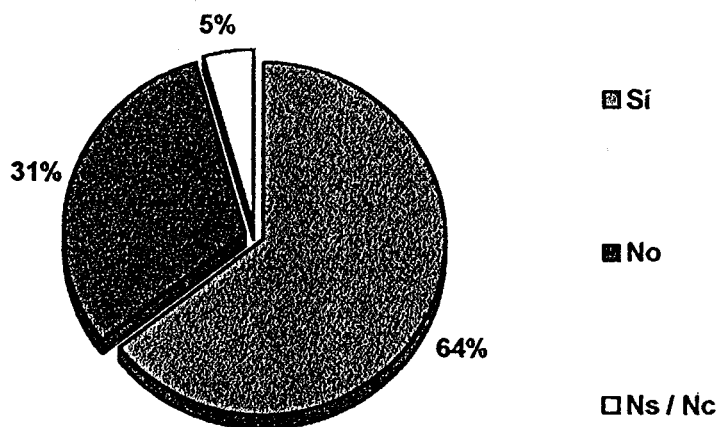
- A. Sí
- B. No

- Mostra: 590 persones de Catalunya.
- Data del sondeig: del 1 al 7 de març de 2000.

RESPOSTA	PERCENTATGE	FIABILITAT
Sí	64.41%	± 3.86%
No	31.02%	± 3.73%
Ns / Nc	4.58%	± 1.69%

Relació de les respostes a la pregunta

Resp \ Grup	Homes	Dones	Menys de 30	De 30 a 50	Més de 50
Sí	67.02%	63.39%	65.17%	67.20%	61.19%
No	29.79%	31.50%	30.34%	31.20%	31.34%
Ns / Nc	3.19%	5.12%	4.49%	1.60%	7.46%



# Institut Català del Consum

REF:ASONICCI/PI10/MARÇ00

**Pregunta 10.-** Els seus hàbits de consum han canviat arran de les anomenades crisis alimentàries?

- A. Sí
- B. No

- Mostra: 590 persones de Catalunya:
- Data del sondeig: del 1 al 7 de març de 2000.

RESPOSTA	PERCENTATGE	FIABILITAT
Sí	21.19%	± 3.30%
No	76.44%	± 3.43%
Ns / Nc	2.20%	± 1.18%

Relació de les respostes a la pregunta

Resp \ Grup	Homes	Dones	Menys de 30	De 30 a 50	Més de 50
Sí	11.70%	24.80%	22.47%	22.40%	19.40%
No	86.17%	72.83%	76.40%	76.80%	76.12%
Ns / Nc	2.13%	2.36%	1.12%	0.80%	4.48%

