



Hàbits i percepció del consum d'ous a Catalunya

Producte de proximitat

El valor de proximitat és clau, tot i que el consumidor no sap com conèixer la procedència de l'ou.

81,2%

valora que siguin de Catalunya

Motius principals per triar ous de proximitat:



Sostenibilitat i transport Km 0



Frescor i confiança en el producte



Suport a l'economia local i al pagès



Identitat i preferència cultural

27,8% no coneix la procedència real

Els joves són els que tenen més dubtes

Interpretació del codi

Tot i ser molt visible, la informació que aporta el codi resulta poc clara.

81,3%

ha vist el codi de l'ou

83,6%

no sap si és català pel codi

53%

sap que indica el tipus de cria

78,5%

troba la info difícil d'entendre

Valors i preferències

La frescor i la mida són factors determinants.



Frescor



Mida



Preu

Moments de consum

Els hàbits canvien segons edat i estil de vida.



Sopar

principal moment de consum



Brunch

en capitals i joves urbans



Esmorzar

creix entre joves

Hàbits de compra

El supermercat domina, però els canals locals tenen pes en zones concretes.



Supermercat

canal principal



Mercat municipal

persones més grans i homes, majoritàriament

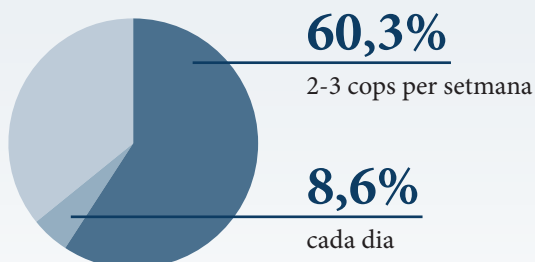


Compra directa

productor local
en municipis petits

Freqüència de consum

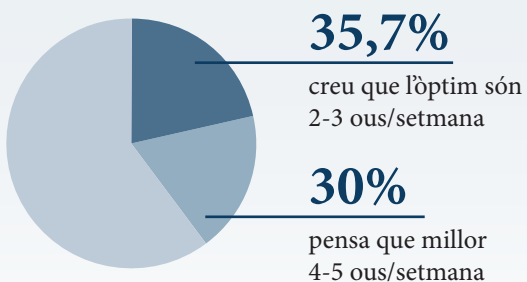
El consum d'ous és regular a la majoria de llars.



Dones i majors de 60 anys en consumeixen més sovint

Coneixement del consum saludable

Existeix encara confusió sobre quina és la quantitat òptima.



Confusió sobre les recomanacions reals

Estudi promogut per la FAC al juliol de 2025 i dut a terme per una consultora especialitzada utilitzant l'eina Netquest.



REGIÓ MUNDIAL DE LA GASTRONOMIA
CATALUNYA 2025



Generalitat
de Catalunya