



FOCUS NA POTROŠNJU HRANE U CRNOJ GORI

POTROŠNJA VOĆA U CRNOJ GORI	
Svježije voće	Sušeno i prerađeno voće
Zdravije, prijatan ukus, zadovoljstvo, izvor energije, vitamina, osvježava, daje energiju...	Dostupnost tokom čitave godine, laka i brza konzumacija, lako održavanje...
Bezbjednost(pesticidi), cijena, dostupnost	Nepostojanje navike, strah od prethranjenosti, konzumacije, sadržaj konzervansa, šećera...
Tokom čitave godine	Uglavnom kada svježije voće nije dostupno
Pijaca (kvalitet, bezbjednost, svježina, ukus i cijena)	Supermarket, hipermarket (stalna dostupnost)
kom društvu / više konzumiraju	Samostalno, u krugu porodice ili prijatelja (rijetko van kuće)

Svježije voće koje se najčešće konzumira



Sušene prerađevine koje se najčešće konzumiraju



Konzumiraju se većinom kada svježije voće nije dostupno



Sušeno voće koje se najčešće konzumira



MOTIVI ZA KONZUMACIJU, VJEROVANJA I OČEKIVANJA OD PROIZVODA SA NUTRITIVNIM I ZDRAVSTVENIM IZJAVAMA

Stariji od 50 godina



Majke sa djecom mlađom od 15 godina



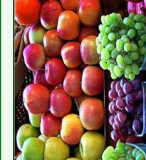
Uglavnom ne kupuju proizvode sa zdravstvenim izjavama, naročito ne muškarcima

Kupuju "klasične" proizvode na koje su navikli

Ne razumiju su oko izjava i reklamiranja na proizvodima

Često čitaju nutritivne informacije koje su pisane malim slovima - osim ako imaju neki zdravstveni problem

Ne razumiju u potpunosti natpise na proizvodima (kao što su npr. oznake aditiva i konzervansa)



Zelene pijaće su i dalje glavno mjesto za snabijevanje svježim voćem



U supermarketu se uglavnom ide po voće prerađevine i sušeno voće



Stereotip velikog konzumenta voća je osoba koja izgleda zdravo, svježije, bavi se fizičkom aktivnošću ...

Stereotip osobe koja rijetko ili nikad ne jede voće je osoba koja izgleda bledunjavo, tromo, gojazno, potišteno...



Potrošnici daju prednost proizvodnji u « domaćoj radionosti » u odnosu na prednost domaćem u odnosu na voće iz ostalih ZZB i EU.



Deklaracije na proizvodima moraju biti uočljive
Prednost prirodnim u odnosu na industrijske proizvode
Prednost domaćim u odnosu na proizvode iz uvoza

