

Cítricos

Panel de Hogares



MINISTERIO
DE MEDIO AMBIENTE
Y MEDIO RURAL Y MARINO

Septiembre '07 – Agosto '08: 1 Septiembre 2007 al 31 de Agosto de 2008

RESUMEN

1. CITRICOS: GASTAMOS MÁS PERO SÓLO AUMENTAMOS NUESTRO CONSUMO EN LIMONES

- Aumenta el Gasto destinado a Cítricos en los hogares un +9,8% respecto al año anterior.
- El Consumo en Limones aumenta frente a la disminución del resto de cítricos, y adquiere una importancia del 7% dentro del Total Cítricos.
- Sin embargo las Naranjas continúan siendo el cítrico preferido, ya que tienen una importancia del 70%.

2. EL CONSUMO DE CÍTRICOS, AUMENTANDO DESDE EL AÑO 2002

- Aumenta el consumo general de Cítricos desde 2002, y muy especialmente en el 2007, donde aumentó un +8,5% respecto a 2006. El último año presenta un consumo un -4% inferior al año anterior, debido al fuerte aumento de 2007 . Las Naranjas, las más importantes dentro del consumo de Cítricos son las que marcan este ritmo de consumo.
- El consumo de Limones presenta la evolución más constante, aunque creciente.



RESUMEN

4. 27 KG. DE CÍTRICOS POR PERSONA Y AÑO DESDE EL 2000

- A pesar de las fluctuaciones en el consumo de Cítricos, el consumo por persona del último año se mantiene en la media de los últimos años

5. LA NARANJA SIGUE SIENDO NUESTRO CITRICO PREFERIDO

- La naranja se mantiene como el cítrico más consumido, alcanzando una penetración próxima al 60% durante los meses de Invierno, aunque los meses de verano continúa estando en el 20% de los hogares.
- En Invierno también es significativamente importante el consumo de mandarinas, llegando a uno de cada dos hogares en estos meses.
- Los limones mantienen un 25% de hogares compradores a lo largo del año.



RESUMEN

7. PERFILES SOCIODEMOGRÁFICOS I: HOGARES CON PERSONAS ADULTAS, GRANDES CONSUMIDORES DE CITRICOS

- En el consumo de cítricos, los adultos independientes siguen siendo los grandes consumidores, junto a los retirados y las parejas adultas sin hijos.
- Los únicos que aumentan su consumo por persona y año son los jóvenes independientes (+17,5%), que este último año se sitúan ligeramente por encima de la media española.

8. PERFILES SOCIODEMOGRÁFICOS II: LOS RIOJANOS, GRANDES CONSUMIDORES DE CÍTRICOS

- Las comunidades del norte se mantienen como las grandes consumidoras. Destaca La Rioja, con un consumo superior al 40%
- Las comunidades de centro-sur consumen una cantidad significativamente menor.
- En Murcia es especialmente significativo este nivel de consumo reduciéndose hasta los 15,9 kg por habitante.



RESUMEN

9. LOS CÍTRICOS, FUERA DE LOS CANALES DINÁMICOS

- 6,5 kg de cada 10 kg de cítricos se venden fuera del canal dinámico.
- El canal más importante en la venta de cítricos sigue siendo la tienda tradicional, que representa casi la mitad del volumen de cítricos. Este canal es el único que ofrece precios medios inferiores a la media española.
- El súper se mantiene como el segundo canal más importante, aunque pierde volumen respecto al año anterior (-10,68%).



CÍTRICOS : GASTAMOS MÁS PERO SÓLO AUMENTAMOS NUESTRO CONSUMO EN LIMONES

EVOLUCIÓN DEL MERCADO DE CITRICOS (Sep 07-Ago 08 vs. Sep 06-Ago 07)

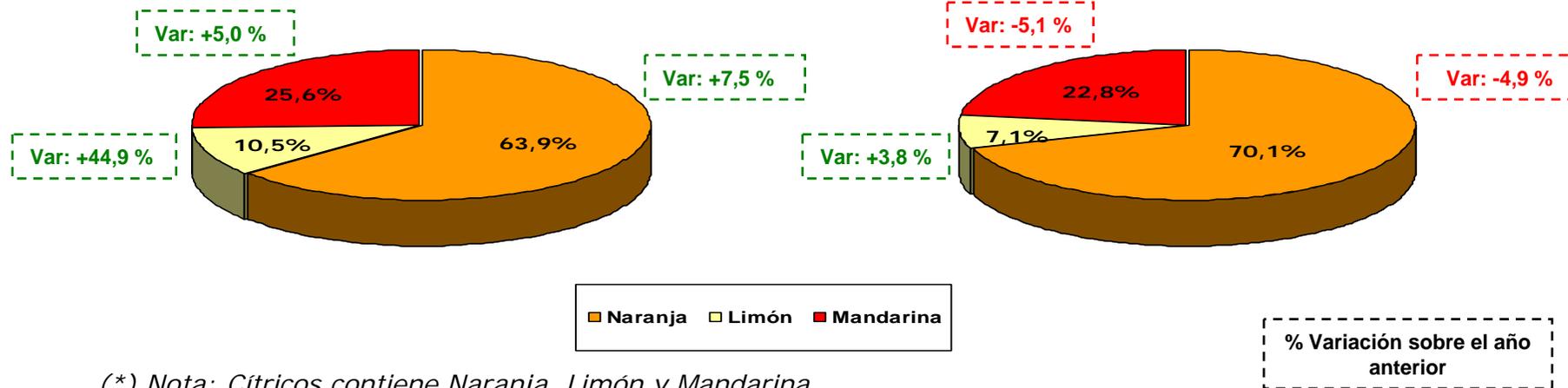
Volumen Total (Millones kgs.)
 Valor (Millones Euros)
 Consumo per cápita (Kgs.)
 Gasto per cápita (Euros)
 % Volumen (Kgs.) s/ Total Alimentación
 % Valor (Euros) s/ Total Alimentación

TOTAL CITRICOS (*) (Doméstico)	% Variación vs. año anterior
1.245,66	-4,3
1.399,60	9,8
27,50	-6,3
30,90	7,5
4,27	-5,9
22,88	2,4

IMPORTANCIA DE LOS TIPOS DE CITRICOS (TAM AGO 2008)

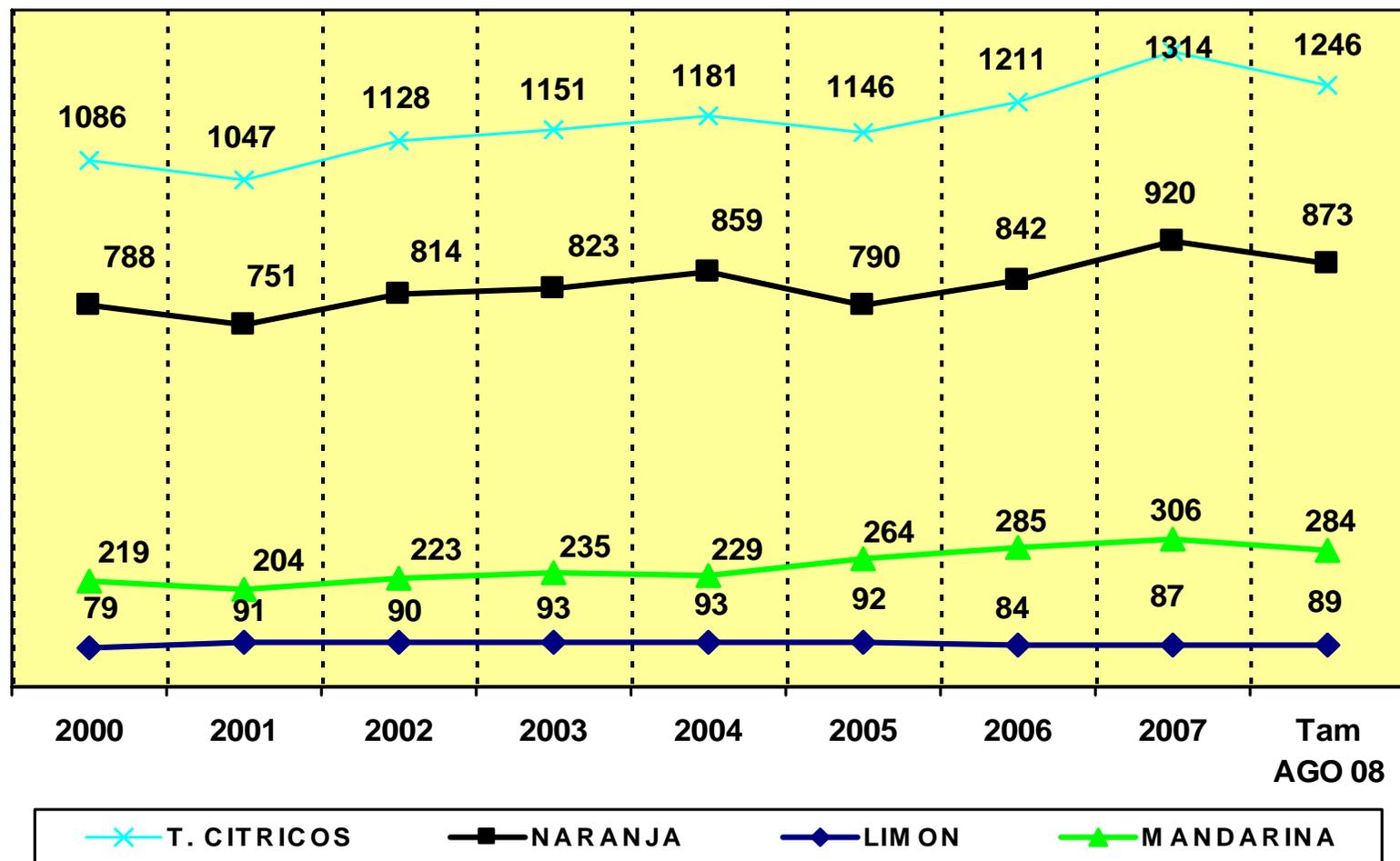
% Valor (Euros)

% Volumen (Kgs.)



EL CONSUMO DE CITRICOS, AUMENTANDO DESDE EL AÑO 2002

EVOLUCIÓN DEL MERCADO DE CÍTRICOS POR TIPOS (Millones de Kgs.)
2000-Ago 08



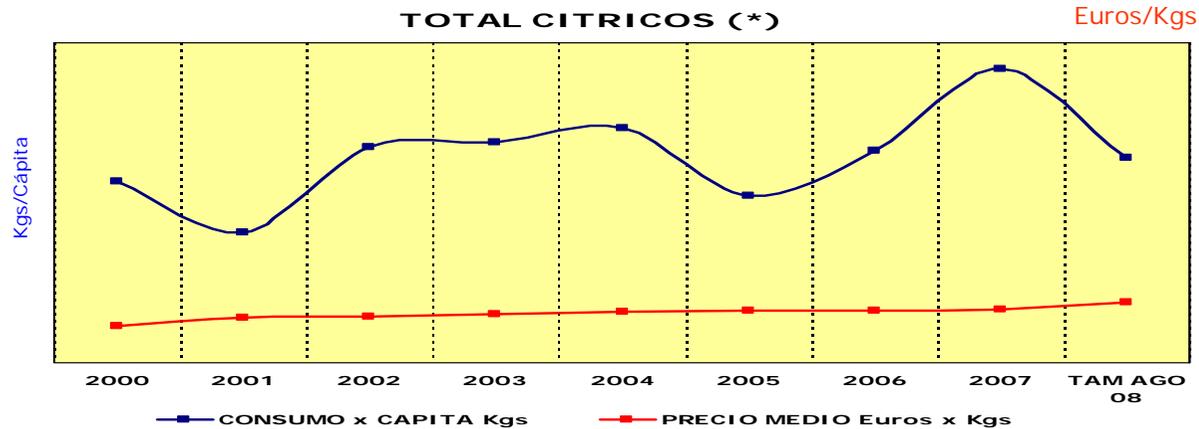
MINISTERIO
DE MEDIO AMBIENTE
Y MEDIO RURAL Y MARINO

Sep 07 – Ago 08: 1 de Septiembre 2007 al 31 de Agosto de 2008

Sep 06 – Ago 07: 1 de Septiembre 2006 al 31 de Agosto de 2007

27 KGS. POR PERSONA Y AÑO DESDE EL 2000

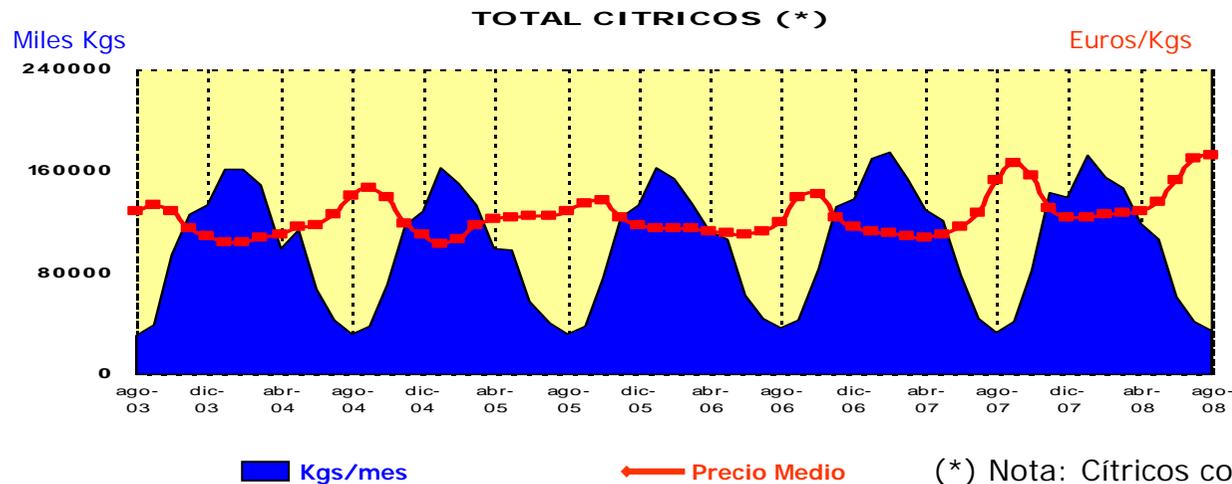
EVOLUCIÓN ANUAL CANTIDAD COMPRADA PER CÁPITA Y PRECIOS MEDIOS (2000- Agosto 2008)



□ La cantidad comprada de cítricos presenta un ritmo oscilante, aunque mantiene la media del consumo por persona y año de los últimos años.

□ En 2007 se produce un fuerte aumento, que no se ha mantenido después.

EVOLUCIÓN MENSUAL ÚLTIMO 5 AÑOS



□ El consumo de Cítricos se intensifica claramente en los meses de Invierno (especialmente Enero y Febrero) y disminuye en primavera y verano (periodo estival de vacaciones).

□ El precio medio aumenta en los meses donde el consumo es menor.

(*) Nota: Cítricos contiene Naranja, Limón y Mandarina.



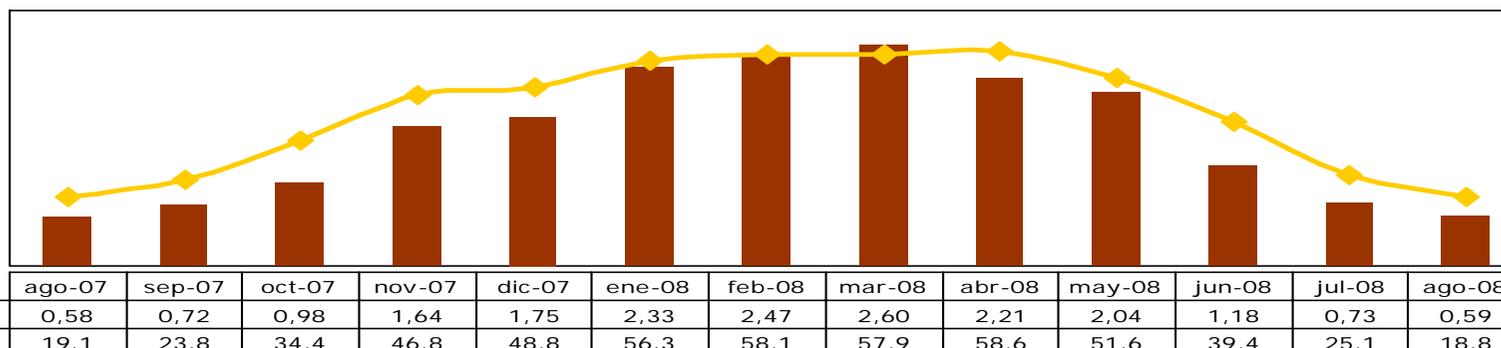
MINISTERIO
DE MEDIO AMBIENTE
Y MEDIO RURAL Y MARINO

Sep 07 – Ago 08: 1 de Septiembre 2007 al 31 de Agosto de 2008

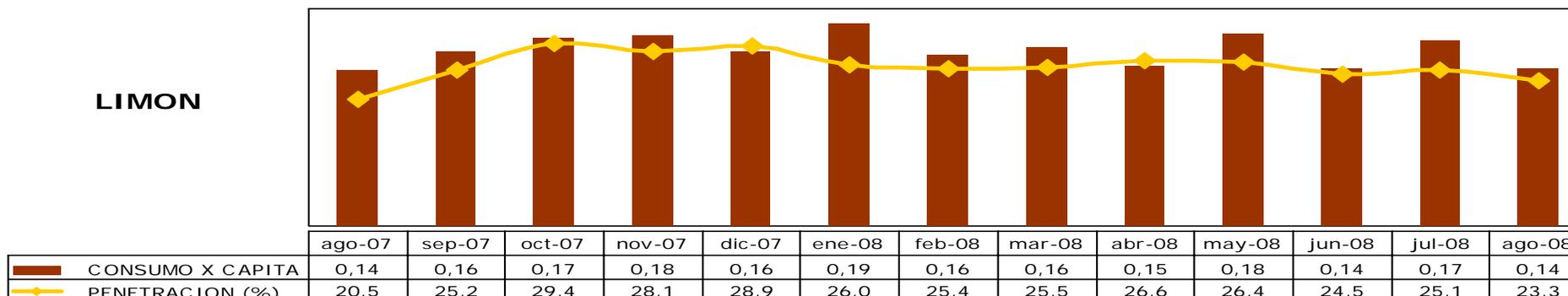
Sep 06 – Ago 07: 1 de Septiembre 2006 al 31 de Agosto de 2007

LA NARANJA SIGUE SIENDO NUESTRO CÍTRICO PREFERIDO

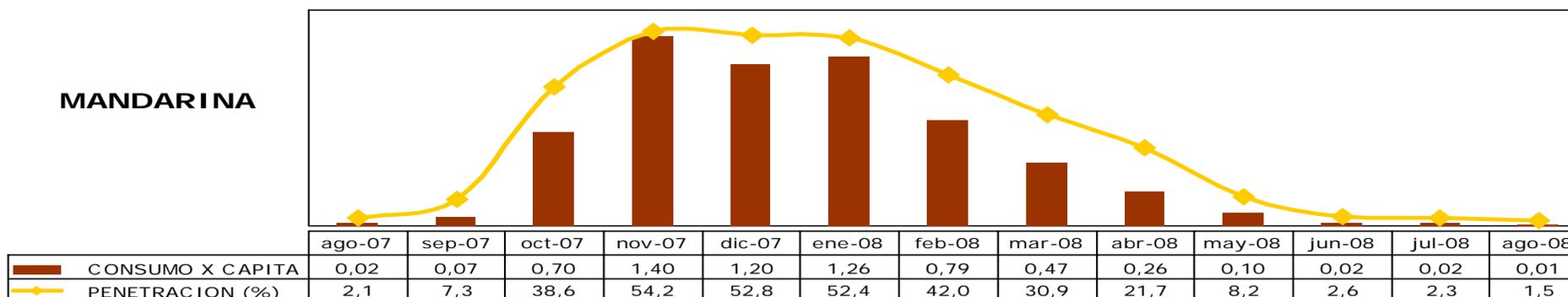
NARANJA



LIMON



MANDARINA



HOGARES CON PERSONAS ADULTAS, GRANDES CONSUMIDORES DE CÍTRICOS

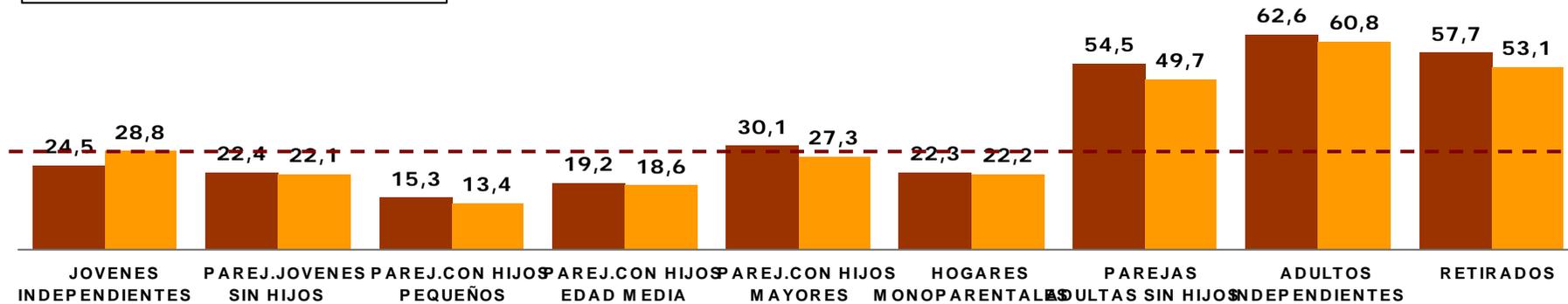
T. España:

Año Septiembre '06 – Agosto '07: 29,3 Kg.

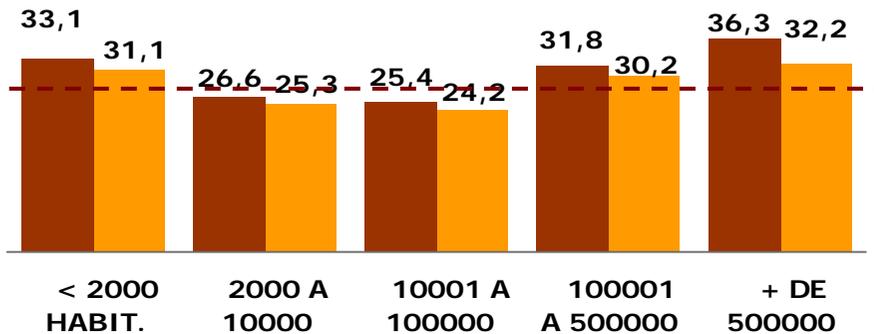
Año Septiembre '07 – Agosto '08: 27,5 Kg.

Ciclos de Vida

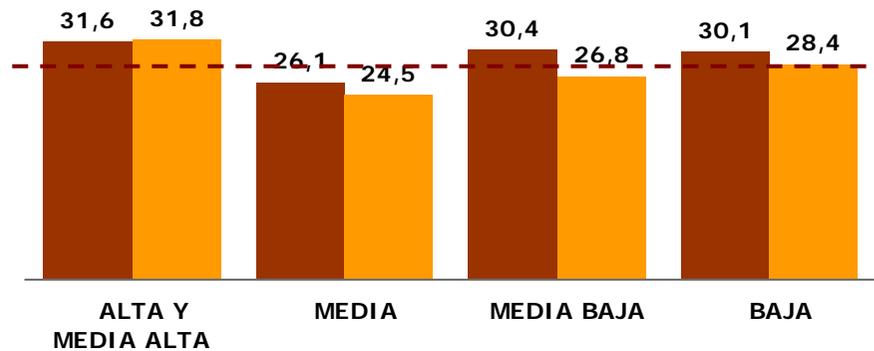
TAM AGO 07 TAM AGO 08



Habitat



Clase Social



Consumo x Capita Kgs.



Posicionamiento

LOS RIOJANOS, GRANDES CONSUMIDORES DE CÍTRICOS

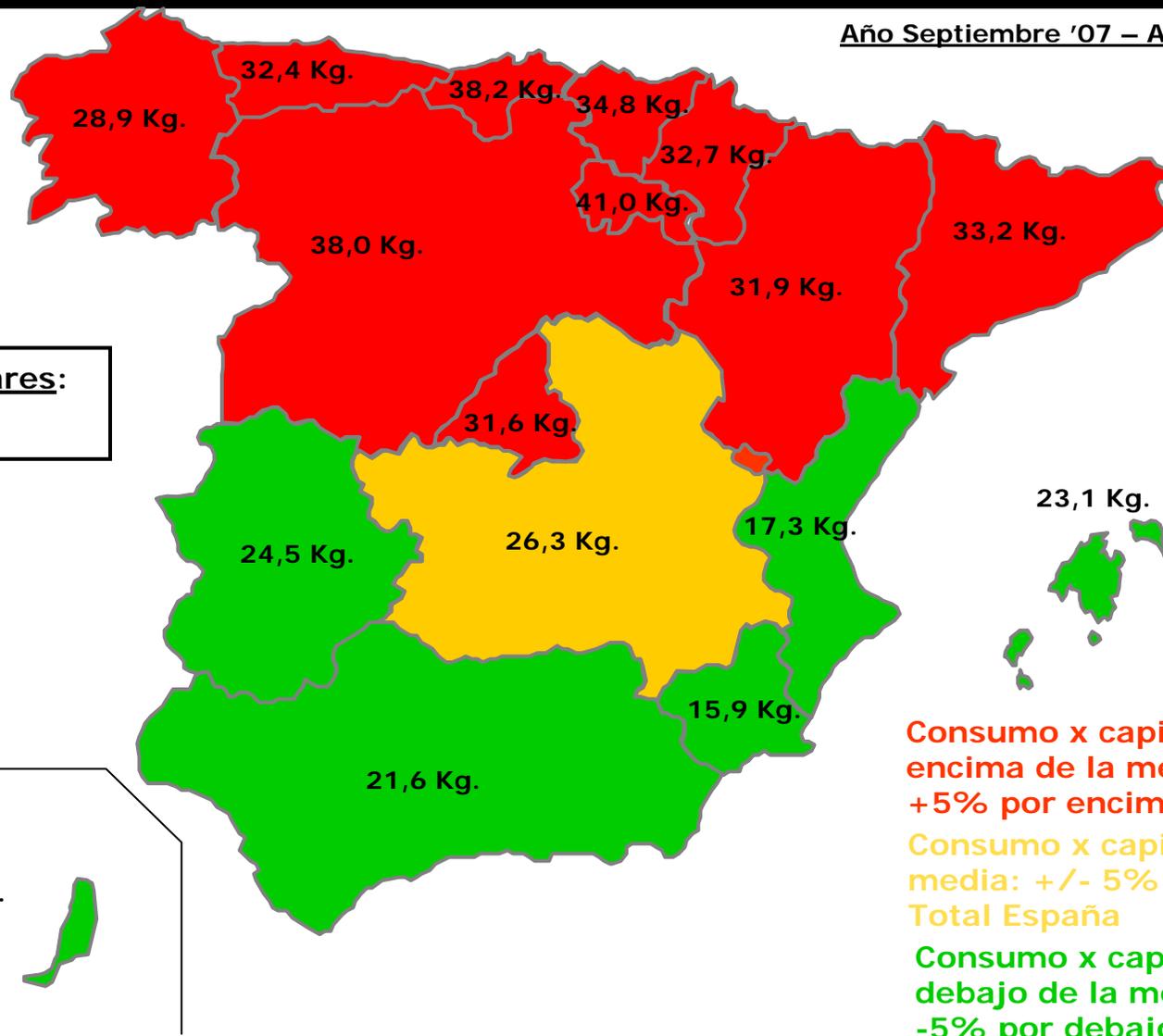
Regional

Consumo x Capita: número de Kgs por persona y año

Año Septiembre '07 – Agosto '08

T. España en Hogares:

27,5 Kg.



Consumo x capita por encima de la media: +5% por encima

Consumo x capita en la media: +/- 5% sobre Total España

Consumo x capita por debajo de la media: -5% por debajo



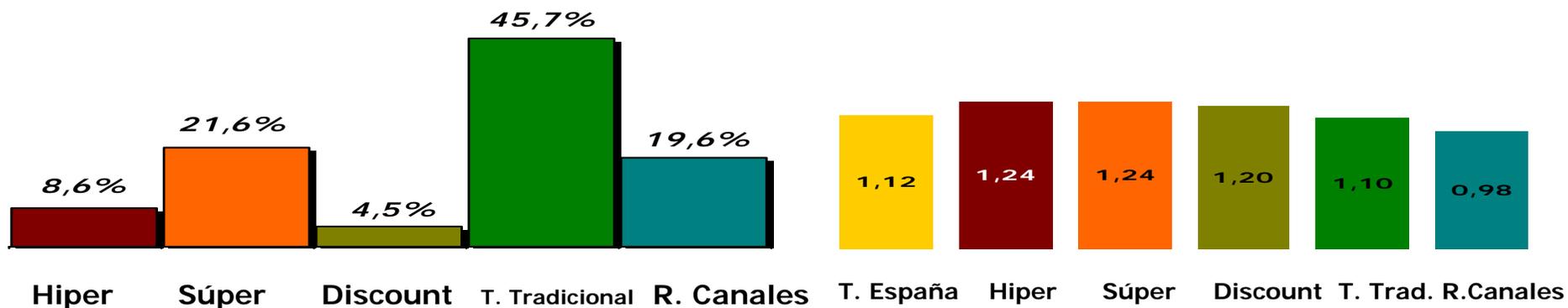
MINISTERIO DE MEDIO AMBIENTE Y MEDIO RURAL Y MARINO

Septiembre '07 – Agosto '08: 1 Septiembre 2007 al 31 de Agosto de 2008

LOS CÍTRICOS, FUERA DE LOS CANALES DINÁMICOS

**% PESO EN VOLUMEN (Kgs) DE LOS
CANALES DE DISTRIBUCIÓN en
Tam Ago 2008**

**PRECIO MEDIO (euros/Kg.) DE LOS
CANALES DE DISTRIBUCIÓN en
Tam Ago 2008**



-PRECIOS obtenidos a partir del Panel de Hogares

-Sólo se incluye consumo Doméstico (ni Hostelería ni Instituciones)

-Total Tienda Tradicional = Tienda Tradicional, Pescadería, Carnicería/Charcutería, Panadería, Tienda Congelados y Mercados y Plazas

-Resto Canales = Autoconsumo, Mercadillos, Economato/Coop, Herboristería, Farmacia, Vta a Domicilio, Lechería, Bar/ Bodega y Resto de los canales.



MINISTERIO
DE MEDIO AMBIENTE
Y MEDIO RURAL Y MARINO

Septiembre '07 – Agosto '08: 1 Septiembre 2007 al 31 de Agosto de 2008